

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



16+

13 2023
ЧАСТЬ II

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 13 (460) / 2023

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

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

Международный редакционный совет:

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

На обложке изображен *Сриниваса Рамануджан Айенгёр* (1887–1920), индийский математик, который, не имея специального математического образования, получил замечательные результаты в области теории чисел. Наиболее значительна его работа совместно с Годфри Харди по асимптотике числа разбиений $p(n)$.

Рамануджан появился на свет 22 декабря 1887 года в индийском городе Ироду. Отец будущего математика, Купшусвами Сриниваса Айенгар, трудился бухгалтером в скромной текстильной лавке. Мать, Комалатаммал, была домохозяйкой.

Рамануджан воспитывался в строгих традициях касты брахманов. Его мать была очень набожной женщиной. Она читала священные тексты и пела в местном храме. Когда мальчику едва исполнилось два года, он заболел оспой. Однако ему удалось оправиться от страшной болезни и выжить.

В школьные годы Рамануджан проявил выдающиеся математические способности. В знаниях он был на голову выше всех своих сверстников. В скором времени Сриниваса получил от знакомого студента несколько трудов по тригонометрии, которые очень его заинтересовали. В результате в 14-летнем возрасте Рамануджан открыл формулу Эйлера о синусе и косинусе, но узнав, что она уже была опубликована, сильно расстроился.

Спустя два года юноша занялся исследованием двухтомного «Сборника элементарных результатов чистой и прикладной математики» Джорджа Шубриджа Карра. В труде содержалось свыше 6000 теорем и формул, которые практически не имели доказательств и комментариев. Рамануджан без помощи педагогов и математиков самостоятельно начал изучать изложенные формулы. Благодаря этому у него выработался своеобразный метод мышления с оригинальным способом доказательств.

Когда в 1904 году Сриниваса окончил городскую высшую среднюю школу, он удостоился премии по математике от директора школы Кришнасвами Айера.

В тот период у Рамануджана появились покровители в лице его начальника сэра Фрэнсиса Спринга, коллеги С. Нараяна Ийер и будущего секретаря Индийского математического общества Р. Рамачандра Рао.

В 1913 году знаменитый профессор Кембриджского университета Годфри Харди получил письмо от Рамануджана, в котором тот сообщал, что не имеет никакого образования, кроме среднего. Парень писал, что занимается математикой самостоятельно. В письме содержался ряд формул, выведенных Рамануджаном. Он просил профессора опубликовать их, если они по-

кажутся ему интересными. Рамануджан уточнил, что сам он не в состоянии издать свои наработки по причине бедности.

В скором времени Харди понял, что держит в руках уникальный материал. В результате между профессором и индийским клерком завязалась активная переписка. Позже у Годфри Харди накопилось порядка 120 формул, неизвестных научному сообществу. Ученый пригласил 27-летнего Рамануджана в Кембридж для дальнейшего сотрудничества.

Приехав в Великобританию, молодой математик был избран в Английскую академию наук. После этого он стал профессором Кембриджского университета. Интересен факт, что Рамануджан стал первым индийцем, удостоенным таких почестей.

В то время Сриниваса одну за другой издавал новые работы, в которых содержались новые формулы и доказательства. Его коллеги были обескуражены работоспособностью и талантом молодого математика.

Современники гениального математика считали его экзотическим явлением, опоздавшим родиться на 100 лет. Однако незаурядные способности Рамануджана поражают и ученых нашего времени.

Область научных интересов Рамануджана была неизмеримо велика. Он увлекался бесконечными рядами, магическими квадратами, квадратурой круга, гладкими числами, определенными интегралами и многими другими вещами.

Сриниваса нашел несколько частных решений уравнения Эйлера и сформулировал около 120 теорем.

Сегодня Рамануджан считается крупнейшим знатоком цепных дробей в истории математики. О нем снято немало документальных и художественных фильмов.

Рамануджан Сриниваса умер в возрасте 32 лет. Биографы математика до сих пор не могут прийти к единому мнению относительно причины его смерти. Согласно одним источникам, Рамануджан мог скончаться от прогрессирующего туберкулеза. В 1994 году появилась версия, согласно которой у него мог быть амелиоз.

Чтобы сохранить наследие этого удивительного, ни на кого не похожего математика, в 1957 году Институт фундаментальных исследований Тата издал двухтомник с фотокопиями его черновиков.

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Маммедалыев В. Г., Курбанова Д. М.
Использование солнечной энергии для
опреснения коллекторно-дренажных вод63

**Михайлова О. П., Сулейменова С. Б.,
Ефименко Д. В.**
Способы альтернативного ведения сельского
хозяйства.....65

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Дамба А. В.
Проблема безработицы в Республике Тыва
и пути ее решения67

Дамба А. В.
Анализ состояния рынка труда и занятости
населения в Республике Тыва68

Домасёв П. Е.
Экология как объект государственного
регулирувания.....70

Ебата В. Ш.
Применение проектного подхода
в управлении организацией71

Ежов К. В.
Риски страхования автогражданской
ответственности в РФ73

Зайко Е. А.
Применение систем поддержки принятия
решений в деятельности коммерческих
предприятий г. Хабаровска.....74

Исхакова Д. А.
Управление финансовыми рисками на
предприятии77

Кузнецова М. А.
Проблемы государственного управления
в сфере здравоохранения79

Лошкарева В. И.
Сущность ликвидности и платежеспособности
в системе антикризисного управления
предприятием.....81

Миринова О. В.
Проблемы развития государственной службы
в РФ83

Молчанов С. В.
Комплексный анализ и оценка существующих
рисков предприятия в условиях изменения
социально-экономической обстановки84

Nguyen T. T., Nguyen K. M.
Digital transformation, Absorptive Capacity
and Productivity: Evidence from Vietnamese
Manufacturing Firms86

Несмиянова А. Е.
Кредитование физических лиц в период
пандемии96

Orazmammedov D. A., Rejhepov Y. G.
Strategic planning of Turkmenistan's priorities ...99

Румянцева А. А., Емельянова В. М.
Влияние социально-психологического климата
в организации на процесс формирования
карьерного роста молодых специалистов 101

Сафиуллин Р. Ш., Сафиуллина И. С.
Модели цифровой трансформации
муниципальных образований..... 102

Семёнов Д. В.
Инновационные маркетинговые методики:
интернет-маркетинг 104

Тайжан Г. С.
Стресс-тестирование для определения
достаточности капитала по международному
стандарту Solvency II в Казахстане 105

Shukurov M. G.
A market economy which focused on strategic
planning for improving living conditions 108

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Артыкгельдыева О. А.
Роль медиакоммуникаций в международных
отношениях..... 111

Егорова А. Н., Лактионова К. В.
Особенности продвижения медицинского
портала через контент-маркетинг..... 113

Пондякова И. Р.
Исследование интернет-каналов продвижения
и распространения детских изданий на
российском рынке (на примере издательских
домов «Самокат» и «Поляндрия»)..... 114

Хоанг Мань Хунг

Креативные методы продвижения на
современном этапе развития рекламы 119

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ**Гауэр С. В.**

Миграция как глобальная проблема. Case-studies:
Германия 121

ПРОЧЕЕ**Хлебников Н. С.**

Фотография как средство визуализации
новостных материалов о чрезвычайной
ситуации природного характера в российских
интернет-СМИ 129

НАУЧНАЯ ПУБЛИЦИСТИКА**Яковлев С. А.**

О Комитете по культуре Санкт-Петербурга 132

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Использование солнечной энергии для опреснения коллекторно-дренажных вод

Маммедалыев Векилмырат Гелдимаммедович, студент;

Курбанова Джемал Мыратгелдиевна, студент

Туркменский государственный архитектурно-строительный институт (г. Ашхабад, Туркменистан)

В условиях глобального изменения климата и нарастающего дефицита воды в мировом масштабе чрезвычайно актуальной становится задача эффективного управления водными ресурсами, как на уровне стран, так и на уровне целых регионов. Устойчивое развитие государства невозможно без создания необходимых условий — продовольственной, энергетической и ресурсной базы, социального обеспечения, благоприятной экологической обстановки. Это особенно важно для Туркменистана, около 90% используемых водных ресурсов которого формируются за пределами страны. В таких условиях, когда запасы пресных водных ресурсов имеют тенденцию к постепенному уменьшению, сегодня в Туркменистане на государственном уровне уделяется огромное внимание вопросам охраны и рационального использования водных ресурсов страны.

Ключевые слова: коллекторно-дренажные воды, Туркменское озеро Алтын асыр, фотоэлектрическая станция.

Одним из важных резервов источников воды для водоснабжения населенных пунктов и экономики в Туркменистане являются коллекторно-дренажные воды, отводимые с орошаемых площадей, которые составляют примерно 20–30% используемого в стране объема воды. С целью объединения всех магистральных и межхозяйственных коллекторов страны в единую сеть, позволяющую обеспечить своевременный отвод дренажных вод в экологически безопасное место, в Туркменистане ведется реализация проекта Туркменского озера Золотого века. Проведение этих мероприятий позволит улучшить мелиоративное состояние всех земель в зоне орошения, предотвратит сброс коллекторно-дренажных вод в реку Амударья и затопление пустынных пастбищ в Центральных Каракумах [1].

В зоне прохождения трасс магистральных и крупных межхозяйственных коллекторов появляется возможность повторного использования коллекторных вод для развития животноводства и создания рыбноводческих хозяйств, а также создание промышленной инфраструктуры ориентированной на переработку сельскохозяйственной и рыбноводческой продукции. Однако в этой зоне практически отсутствуют запасы пресных вод и системное энергоснабжение, поэтому разработка современных высокотехнологичных способов опреснения коллекторно-дренажных вод, является одной из важной научно-технической задачей. В этом отношении разработка, создание и внедрение автономной электродиализной установки малой

и средней мощности для опреснения коллекторно-дренажных вод является несомненно актуальной [2], [3].

Для решения множества локальных проблем в зоне влияния Туркменского озера «Алтын асыр» использование электрической энергии, полученной солнечными фотоэлектрическими станциями, позволит быстро и эффективно использовать в производстве электродиализные опреснительные установки. Поэтому создание и внедрение опреснительных установок, питающихся от солнечных фотоэлектрических станций для вододобывания пустынных потребителей в зоне Туркменского озера, является весьма перспективным. Предпосылками этого являются: большое число солнечных дней на территории Каракумов (до 240–260 дней в году), дневная продолжительность 10–12 часов и высокая интенсивность солнечного излучения (до 1000 Вт/м²). Кроме того использование возобновляемые источники энергии обладает ряд преимуществ по сравнению с другими источниками энергии.

Во-первых, возобновляемые источники энергии являются исключительно экологически чистыми видами энергии, использование которых не загрязняют окружающую среду. Во-вторых, возможное использование их в будущем в больших масштабах, при этом они не нарушит естественного энергетического баланса нашей планеты. В-третьих, созданные автономные источники энергии могут работать в автономном режиме в местах отсутствия централизованных поставках электроэнергии [4].

Применение солнечных энергоустановок с ограниченным уровнем мощности для энергоснабжения мелких автономных потребителей может сыграть большую роль там, где отсутствует централизованное обеспечение энергией на обширных и еще малоосвоенных территориях. При отсутствии централизованного энергоснабжения солнечные установки экономически эффективнее по сравнению традиционными методами. Высокая эффективность солнечной энергии в зоне влияния Туркменского озера «Алтын асыр» позволяет широко использовать солнечные батареи для энергоснабжения опреснительных установок малой и средней мощности.

Используемый метод электродиализа, работающий на солнечной энергии, при сравнении с другими методами опреснения воды является одним из самых выгодных. Для этих целей совместно с учеными института «Туркменсувылымтаслама» нами создана установка, которая будет работать на солнечных батареях.

Созданные автономные электродиализные опреснительные установки малой мощности предусматривают в составе солнечной фотоэлектрической станции, фильтра предварительной и окончательной очистки, электродиализа, то есть одновременно проводить очистку, обеззараживание, умягчение и опреснение воды. Разработаны технологические схемы функционирования от солнечных батарей (СБ) электродиализной опреснительной установки, опресняющей дренажной воды Туркменского озера «Алтын асыр». Определены основные составные части технологической цепей электродиализной

опреснительной установки, работающей от солнечных батарей, а также созданы усовершенствованные опытно-экспериментальные образцы электродиализной установки малой мощности, а также принята подходящая схема работы при использовании СБ в качестве источника энергии для установки.

Научные исследования проводились совместно с учеными института «Туркменсувылымтаслама» на созданном ими опытном участке.

Проведенные исследования и опыты показали возможность работы подобных малых производительных сооружений. Солнечные батареи используемые при этом методе, способны опреснять дренажные воды с уровнем солености 5 г/л и получать с его помощью питьевую воду [3].

Результаты созданного автономного электродиализного опреснительного аппарата малой мощности при опреснении коллекторно-дренажных вод приведены в (Табл. 1). Исследования проводились в дневное время при минерализация исходной дренажной воды $4,5 \div 8,14$ г/л; количестве солнечных батарей 4 шт.; количестве ячеек аппарата 50 штук. Производительность аппарата была постоянной и составляла 10 л/ч. Максимальный вырабатываемый ток солнечных батарей был равен $0,95 \div 1,06$ А, а вырабатываемое напряжение составляло $48,8 \div 50,25$ Вольт, вырабатываемый мощность $47,63 \div 51,73$ Вт.

В процессе исследований были определены средние значения рабочих параметров электродиализного аппарата при работе от 4-х солнечных батарей при различных концентрациях солей в коллекторно-дренажных водах.

Таблица 1. Средние энергетические показатели автономного электродиализного аппарата малой мощности при опреснении различных соленостями коллекторно-дренажных водах

| Соленость исходной воды $C_{исх}$ (г/л) | Соленость опресненной воды $C_{кон}$ (г/л) | Количество солнечных батарей N шт | Средние значения потребляемого тока аппарата $I_{ср-эда}$ раб (А) | Средние значения потребляемого напряжения аппарата $U_{ср-эда}$ раб (В) | Средние значения потребляемой мощности аппарата $N_{ср-эда}$ (Вт) | Максимальный вырабатываемый ток солнечной батареи $I^{сб}$ м. (А) | Максимальное вырабатываемое напряжение солнечных батарей $U^{сб}$ м. (В) | Максимальная вырабатываемая мощность солнечных батарей $N^{сб}$ м. (Вт) |
|---|--|-----------------------------------|---|---|---|---|--|---|
| 8,14 | 3,37 | 4СБ | 0,48 | 68,28 | 32,77 | 1,06 | 48,8 | 51,73 |
| 6,65 | 1,06 | 4СБ | 0,36 | 65,57 | 23,61 | 0,95 | 50,14 | 47,63 |
| 4,5 | 0,48 | 4СБ | 0,28 | 64,72 | 18,12 | 1,01 | 50,25 | 50,75 |

В результате проведенной работы были установлены приемлемые энергопоказатели электродиализа малой мощности опреснителя дренажных вод — производительность установки составляет 10 литров в час, а при работе по схеме прямого течения опресняются дренажные воды с соленостью до 5 г/л и понижается уровень солености до 0,48 г/л. Были продемонстрированы возможности опреснения коллекторно-дренажных вод

Туркменского озера «Алтын асыр» при помощи электродиализа опреснения вод.

Созданная установка представляет, возможность обеспечения питьевой водой водопользователей, проживающих и работающих в зоне действия Главного коллектора Туркменского озера «Алтын асыр» (животноводческие фермы, экспедиции, временные трудовые коллективы и т.д.).

Литература:

1. Бертокс П., Радц Д. Стратегия защиты окружающей среды от загрязнения. Пер. с англ./Под ред. Я. Б. Черткова — М.: Мир, 1980.
2. Павлов Ю. В. Опреснение воды «Просвещение», М. 1972.
3. G.Havens, Pasific Factoru, 106 № 5, 1964.
4. Смагин. В. И. Обработка воды методом электродиализа. Москва, 1986 г.

Способы альтернативного ведения сельского хозяйства

Михайлова Ольга Петровна, студент магистратуры;
Сулейменова Сауле Балтаевна, студент магистратуры;
Ефименко Данил Вячеславович, студент магистратуры
Омский государственный аграрный университет имени П. А. Столыпина

В статье авторы приводят примеры альтернативных способов ведения устойчивого земледелия, с использованием экологических принципов. Возвращение к истокам и разумное сотрудничество человека и агросистемы помогут улучшить экологическую ситуацию в мировом сельском хозяйстве.

Ключевые слова: органическое земледелие, экология, плодородие почвы, симбиоз человека и природы, биодинамика, натуральное земледелие.

Рыночная модель современного сельскохозяйственного производства, основанная на вводимых ресурсах, включая синтетические удобрения и пестициды, возможно, изначально способствовала увеличению урожайности культур, но все чаще ставится под сомнение целесообразность их использования в связи с постепенной утратой биоразнообразия и деградации экосистем. Решение проблемы обеспечения экологической устойчивости сельского хозяйства требует кардинального изменения существующих производственных стратегий. Все чаще мы слышим о том, что аграрии отдают предпочтение альтернативным способам ведения устойчивого земледелия, использующих экологические принципы. Разумное сотрудничество человека и агросистемы способствует сохранению природного равновесия, выращиванию экологически чистых продуктов и минимизации трудозатрат.

Какие же способы альтернативного ведения сельского хозяйства существуют в современном земледелии? Всего известно 9 направлений — технология No-till, перманентное сельское хозяйство (пермакультура), Родовое поселение, ландшафтно-адаптивное, экологическое, биодинамическое, органо-биологическое, органическое и натуральное земледелия.

«No-till» (англ.) дословно означает «не пахать», что является основной сутью данной технологии, в которой «для выращивания культур обработка почвы не обязательна. Поживные остатки культур являются ценным продуктом и оставляются на поверхности почвы в виде мульчи. Почва должна иметь постоянное покрытие. Основной акцент делается на биологических процессах в почве. В качестве основного возможного варианта борьбы с вредителями используются биологические методы» [4].

Помимо технологии No-till, приобретающей в настоящее время популярность в нашей стране, не менее популярно и органическое земледелие. При ведении органического земледелия

для получения органической (экологически чистой) продукции не применимы промышленные удобрения, синтетические пестициды, кормовые добавки, генетически модифицированные культуры, механическая борьба с сорняками. Данные требования приводят к созданию живой почвенной экосистемы с высоким плодородием почвы, хорошим качеством воды, высоким биоразнообразием и гармоничным ландшафтом.

Органическое земледелие зародилось в 30-х годах прошлого столетия. Основателями данной концепции можно считать разработчика методов компостирования Альберта Ховарда (Великобритания), основателя биодинамического земледелия Рудольфа Штайнера (Швейцария) и издателя Джерома И. Родейла (США). Цель органического земледелия — увеличение биологического разнообразия во всей системе; повышение биологической активности почвы; поддержание долгосрочного плодородия почвы; переработка отходов растительного и животного происхождения для возвращения питательных веществ в почву.

Перманентное сельское хозяйство (пермакультура) — это целостная развивающаяся система, состоящая из многолетних и самоподдерживающихся растительных и животных видов, полезных человеку [3]. Более современное определение пермакультуры звучит как «осознано спроектированные ландшафты, копирующие естественные образцы (паттерны) и взаимосвязи, существующие в живой природе и обеспечивающие изобилие еды, материалов и энергии для удовлетворения местных нужд».

Основа концепции — наблюдение за природой и следование ее законам, рациональное использование энергии и природных ресурсов. Принцип — только взаимосвязь единство с природой, ненасилие над ней, а наблюдение, чувствование и понимание окружающего мира являются залогом успеха, достойной, радостной и счастливой жизни.

Еще один способ альтернативного земледелия — биодинамический — основывается на влиянии природных и космических

ритмов на развитие сельскохозяйственных культур. Все сельскохозяйственные работы ведутся в точном соответствии с фазами луны, и со стихиями, по которым луна проходит. В биодинамике знаки земли отвечают за корневую систему, водные — за листовую поверхность, воздушные — за цветоносы, огненные знаки — за плоды. Эти же дни используют для обработки почвы и внесения биопрепаратов [2].

В данной концепции «вмешательство человека сводится к минимуму — земля обрабатывается «активирующими» препаратами, произведенными в том же хозяйстве с использованием элементов минерального, растительного и животного происхождения. Все органические отходы превращаются в насыщенный полезными веществами биодинамический компост. Активно используются и известные лекарственные растения — ромашка, крапива, кора дуба, валериана, одуванчик, хвощ и тысячелистник, которые благодаря особым свойствам воздействуют на органику во время ее ферментации. При внесении же в почву такого компоста доступными для растений становятся такие питательные вещества, как сера, калий, азот, кальций, кремнезем и фосфор» [2].

В экологическом земледелии за основу взяты «биологические методы ведения сельского хозяйства, основанные на сокращении или полном отказе от синтетических минеральных удобрений и химических средств защиты растений при максимальном использовании биологических факторов повышения плодородия почв, подавления болезней, вредителей и сорняков» [4].

Основная концепция органо-биологического земледелия заключается в «создании «живой и здоровой» почвы путем активизации жизнедеятельности микрофлоры. Хозяйство рассматривается как единый организм, в котором в совершенстве отлажены кругооборот и цикличность» [1].

В органо-биологическом земледелии «применяются только органические удобрения, допускается использование эфирных масел растений, порошков из водорослей и скальных пород, биодинамических препаратов (настой из крапивы, отвар из хвоща или полыни горькой). Все мероприятия по регулированию плодородия почв и защите растений осуществляются в системе севооборотов, обработка почвы — поверхностная, инсектициды — растительные (пиретрум, ротенон и никотин)» [1,4].

Принцип адаптивно-ландшафтного земледелия — в не нарушении природных ландшафтов и сохранении природного равновесия при помощи природных биоклиматических факторов (восстановления лесных массивов на склонах гор, вдоль

рек и вокруг озер, а также создания лесозащитных полос на пашнях). В адаптивно-ландшафтном земледелии, наряду с органическими, предусматривается внесение минеральных удобрений (стремясь к постепенному снижению их доз) в «соответствии с условиями ландшафта (форм рельефа, экспозиции и крутизны склонов, микроклимата, геохимических потоков и барьеров, свойств почв), севооборотов, обработки почвы и другими элементами агротехнологий. Защита растений осуществляется регулированием численности вредных организмов и сорняков с учетом биоценологических взаимодействий и ландшафтных связей» [1]. Малопродуктивные пахотные земли выводятся из севооборотов и засеваются многолетними травами, широко применяются посевы однолетних трав и сидератов, тем самым обеспечивая защиту почвы от эрозионных процессов.

В натуральном земледелии выращивание растений происходит в полном согласии с природой, по принципу «не переделывать и улучшать природу, а помогать ей». При ведении натурального земледелия происходит полный отказ от обработки почвы, «почва рыхлит сама себя, делая это естественным путем, благодаря проникновению корней растений и активности микроорганизмов, мелких животных и земляных червей» [5]. Учитывается воспроизводство плодородия почвы естественным путем, сорные растения подавляются мульчой, подсевом почвопокровных культур под культурные растения. Полное отсутствие внесения минеральных и приготовленного компоста, запрет на использование пестицидов. Все это способствует сохранению сбалансированного биологического сообщества.

Идея Родового поселения (Родового поместья) в настоящее время в России очень популярна благодаря книгам В. Мегре. Родовое поместье — находящийся в собственности участок земли (1 га), предназначенный для постоянного проживания одной семьи. В Родовом поместье жители сами формируют экологически сбалансированный симбиоз с растениями, животными, создают благоприятный психологический микроклимат. Родовые поместья объединяются в родовые поселения.

Все описанные способы альтернативного ведения сельского хозяйства, несомненно, являются ступеньками в будущее развитие созидательного общества. Возвращение к истокам и разумное сотрудничество человека и агросистемы помогут улучшить экологическую ситуацию в мировом сельском хозяйстве. Только человеку подвластно жить без уничтожения природы, с постоянным преобразованием в цветущие сады безжизненных и истощенных прежде территорий.

Литература:

1. Александров Ю. А. Основы производства безопасной и экологически чистой животноводческой продукции Учебное пособие / Ю. А. Александров // Мар. гос. ун-т; — Йошкар-Ола, 2008. — 277 с.
2. Биодинамика — одно из направлений органического сельского хозяйства // Беларусь сегодня. — 2020. URL: <https://www.sb.by/articles/klyuchi-k-zhivoy-zemle.html>
3. Пермакультура в России и за рубежом: практические решения для самодостаточной жизни. URL: <http://russianpermaculture.ru/design/sushchnost-permakultury/#more-4836>
4. Семеренко С. А. Экология и защита растений // Масличные культуры. 2015. № 4 (164). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-i-zaschita-rasteniy> (дата обращения: 30.03.2023).
5. Четыре основных принципа натурального земледелия. URL: <https://www.agroxxi.ru/arhiv-novostei/chetyre-osnovnyh-principa-naturalnogo-zemledelija.html>

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Проблема безработицы в Республике Тыва и пути ее решения

Дамба Амелия Владимировна, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Актуальной проблемой для всей страны является безработица, а в Республике Тыва она стоит очень остро. От уровня безработицы зависит качество жизни населения, ведь наличие работы и материальное благополучие — это основа человеческого развития, которая обеспечивает чувство стабильности и защищенности, возможность планировать и инвестировать. Занятость и доходы являются первыми из 11 ключевых измерений человеческого благополучия, применяемых в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

Под безработицей понимается наличие людей в стране, составляющих часть экономически активного населения, которые способны и желают трудиться, но не могут найти работу. Безработица считается важнейшим стимулятором активности работающего населения, но в реальной жизни, это огромное экономическое бедствие, которое приводит к тяжелым последствиям. Самым главным и страшным последствием безработицы для страны является обеднение населения, которое основано на потере заработной платы и ее замораживании для работников, которые остаются на производстве, что влечет за собой снижение покупательской способности населения.

Согласно Концепции человеческого развития, впервые опубликованной в глобальном Докладе о развитии человека Программы развития ООН в 1990 году, такие макроэкономические показатели, как внутренний валовой продукт (ВВП), среднедушевые доходы населения не всегда отражают реальные уровень и качество жизни населения. Важным являются то, как эти доходы распределяются и инвестируются в социальное развитие, расширяют возможности каждого (независимо от пола, национальности, места проживания и т.д.) человека жить долгой, здоровой и творческой жизнью [1].

Согласно исследованиям данных ученых О.Д. Натсак, Ш.Ч. Соян, А.В. Чолдаголовой [4] Республика Тыва испытывает трудности в развитии человеческого потенциала. По индексу человеческого развития Республика Тыва традиционно (с 1998 по 2020 гг.) занимает последнее место в рейтинге субъектов РФ (79-е, 80-е или 85-е место в зависимости от числа субъектов в рейтинге).

По данным выборочного обследования рабочей силы уровень занятости населения в 2018 г. в возрасте 15 лет и старше (доля занятого населения в общей численности населения со-

ответствующего возраста) составил 51,3%, в том числе среди мужчин — 47,7%, женщин — 54,3%, городского населения — 51,3%, сельского — 42,3%. Удельный вес женщин в численности занятого населения старше 15 лет 57,0%. В начале 2018 г. среди населения в возрасте 15 лет и старше — 15,3%, или 12,2% численности рабочей силы, классифицировались как безработные. В том числе уровень безработицы среди мужчин в данном возрасте составил 15,7%, женщин — 9,4%, городского населения — 8,0%, сельского 19,0%. Доля молодежи до 25 лет среди безработных составляла 19,7%, лиц в возрасте 50 лет и старше — 8,5%. Средний возраст безработных составляет 34 года.

Стоит отметить, что гендерные характеристики рынка труда Республики Тыва, по данным официальной статистики, имеют ряд особенностей: среди безработных лиц по итогам 2019 года женщин значительно меньше, чем мужчин 38,5% и 61,5% соответственно. Уровень занятости населения по полу показывает, что занятость женщин (48,8%) выше чем, у мужчин (46,0%). Такое положение, как утверждают ученые Горина Т.И., О.Д. Натсак, возможно, связано с большей мобильностью и экономической активностью женщин. Согласно исследованиям проведенным вышеуказанными учеными, активность населения Республики Тыва на рынке вакансий и резюме в гендерном измерении показывает большую активность женщин в отдельных возрастных группах на онлайн-платформах, большую готовность к удаленной работе через Интернет [3].

Уровень безработицы в сельских поселениях республики намного выше, чем в городе. Это объясняется тем, что в селах республики слабо развито производство, слишком много заброшенных зданий, отсутствуют фабрики, заводы, которые позволили бы трудоустроить безработных граждан. Несмотря на это, как мы видим из показателей, уровень безработицы поквартально снижается как в городе, так и селах республики.

Анализируя статистические данные, можно сделать вывод, что в Республике Тыва уровень безработицы постепенно, хотя и медленными темпами, снижается. Снижение показателей относительно 2017 года вызвано строительством военных объектов на территории Республики Тыва, открытием несколько горнодобывающих и дорожно-строительных предприятий, однако насыщение данных объектов рабочей силой не может обеспечить высокие показатели трудоустройства населения.

Для развития социально-трудовой сферы, обеспечения государственных гарантий в области охраны труда, снижения напряженности на рынке труда, оказания мер социальной поддержки граждан постановлением Правительства Республики Тыва от 22 ноября 2019 года № 561 утверждена государственная программа Республики Тыва «Содействие занятости населения на 2020–2024 годы» [2], а также реализуются различные программы и проекты. В их числе и губернаторские проекты «Одно село — один продукт», «Кыштаг для молодой семьи», «Корова-кормилица», «Дук (Шерсть)», «Таежное село», «Мы на связи», «Село в котором я живу», «Картофель в каждый дом», «Служебное жилье», «Сорунза», «Эзирлернин уязы — Гнездо орлят», «Социальный уголь», «Кеш — Выделка шкур», «Чаа Сорук — Новая жизнь».

Согласно вышеупомянутой государственной программе для преодоления макроэкономических рисков возможно путем выделения дополнительных бюджетных средств на реализацию мероприятий по стимулированию роста заработной платы

и проведения активной политики в сфере занятости, в том числе на основании социального контракта.

Так, в 2022 году более 4 тыс. граждан обратились в центры занятости населения Тувы с заявлениями на заключение социальных контрактов. По последним данным, заключено уже свыше 3 тыс. социальных контрактов, или порядка 75,5% от годового плана. Глава Республики Тыва Владислав Ховалыг потребовал от Министерства труда и социальной политики Республики Тыва максимально ускорить процесс рассмотрения заявлений, чтобы все потенциальные получатели смогли в кратчайшие сроки реализовать свое право.

Таким образом, подводя итог необходимо отметить, что в Республике Тыва, характеризующейся высоким уровнем безработицы, есть внутренние резервы, которые могут быть задействованы в целях стабилизации ситуации на рынке труда за счет профориентации, обучения и переобучения с учетом спроса, межрегиональной трудовой миграции и удаленной работы.

Литература:

1. Доклад о развитии человека. 2006. Что кроется за нехваткой воды: власть, бедность и глобальный кризис водных ресурсов / Пер. с англ. М., 2006. С. 284.
2. Постановление Правительства Республики Тыва от 22.11.2019 № 561 (ред. от 27.09.2022) «Об утверждении государственной программы Республики Тыва «Содействие занятости населения на 2020–2024 годы».
3. Горина Т.И., Натсак О.Д. Анализ спроса и предложения на современном рынке труда Республики Тыва: профессиональный и гендерный аспекты // Бюллетень Калмыцкого научного центра РАН. 2022. № 1. С. 204–235.
4. Ондар С.Б., Ш. Ч. Соян. Проблема безработицы и пути ее решения (на примере Республики Тыва // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 58. С. 76–78.

Анализ состояния рынка труда и занятости населения в Республике Тыва

Дамба Амелия Владимировна, студент магистратуры
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

В соответствии со статьей 7 Конституции нашей страны Российская Федерация — социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека.

В своем Послании Президент России В.В. Путин обозначил, что «Решение демографических проблем, рост продолжительности жизни, снижение смертности прямо связаны с преодолением бедности... В России в 2000 году за ее чертой находилось более 40 миллионов человек. Сейчас — около 19 миллионов, но и это слишком много»... [1]

Согласно Указу Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» одной из национальных целей и стратегических задач развития Российской Федерации является снижение уровня бедности в два раза.

В соответствии с данными Федеральной службы государственной статистики (Росстат) уровень занятости населения Республики Тыва один из самых низких в стране и составляет

около 49,2%, что означает, что каждый второй житель Республики Тыва трудоспособного возраста не имеет оплачиваемую работу, как по письменному, так и по устному договору.

По оценке исследователей Баймурзиной Г.Р., Кабашиной Е.В. ядром среднего класса Республики Тыва являются работники государственного сектора (государственное управление, здравоохранение, образование, обороны), в котором занято от 42% до 48% работающего населения. За 2020 году численность работников государственных органов и органов местного самоуправления в расчете на 1000 человек в Республике Тыва составляла максимальное значение среди всех регионов России — 88,6 человек (в целом по стране — 33,5 человек, в Башкортостане — 30,4 человек) [2].

Распределение занятых по видам экономической деятельности в Республике Тыва показывает, что более 30% рабочих мест приходится на менее производительные, но трудоемкие отрасли сельского (лесного) хозяйства, обрабатывающих производств, торговли и ремонта автотранспортных средств, транс-

портировки и хранения, гостиничного бизнеса и общепита, водоснабжения и водоотведения. Наиболее производительные отрасли, на долю которых приходится 36,4% ВРП, обеспечивают всего 10,3% рабочих мест. К этим видам относятся добыча полезных ископаемых (3,8% рабочих мест), строительство (4,1%), деятельность по операциям с недвижимым имуществом (1,2%), деятельность в области информации и связи (1,2%).

Согласно исследованиям Баймурзиной Г.Р., Кабашовой Е.В. в труде «Занятость и доходы населения Республика Тыва и Башкортостан (2010–2020 гг.)» около 31% трудоспособных, но неработающих респондентов в Тыве указали, что не могут найти работу по одной из причин: нет работы по специальности (7%), с хорошей заработной платой (13,3%) или с удобным графиком (10,3%). В Республике Тыва по причине обеспеченности не работает только 5,7% этой группы населения.

Особенностью Республики Тыва являются заметно более высокие показатели мужской безработицы, уровни которой вдвое выше женской. В 2021 году по данным Обследования рабочей силы Федеральной службы государственной статистики (Росстат) в структуре безработных Республики Тыва высшее образование имели всего 16,6%, среднее профессиональное — 41,9%, 41,5% — не имеющие профессионального образования.

Такое положение, как утверждают ученые Горина Т.И., Натсак О.Д., возможно, связано с большей мобильностью и экономической активностью женщин. Согласно исследованиям проведенным вышеуказанными учеными, активность населения Республики Тыва на рынке вакансий и резюме в гендерном измерении показывает большую активность женщин в отдельных возрастных группах на онлайн-платформах, большую готовность к удаленной работе через Интернет [3].

Уровень общей безработицы до пандемии имел благоприятную сокращающуюся тенденцию как в целом по стране, так и в Республике Тыва. Вместе с тем, несмотря на преобладающий бюджетный сектор, рынок труда Республики Тыва отреагировал значительным ростом безработицы в период пандемии.

Таким образом, анализ статистических свидетельствуют о том, что наибольшее число рабочих мест создается и поддерживается в Республике Тыва бюджетным сектором, который в целом создает спрос на рабочую силу с высшим уровнем образования.

Стоит отметить, что согласно государственной программе Республики Тыва «Содействие занятости населения на 2020–

2024 годы» для преодоления макроэкономических рисков необходимо выделение дополнительных бюджетных средств на реализацию мероприятий по стимулированию роста заработной платы и проведения активной политики в сфере занятости, в том числе на основании социального контракта.

Так, в 2022 году более 4 тыс. граждан обратились в центры занятости населения Республики Тыва с заявлениями на заключение социальных контрактов. По последним данным, заключено уже свыше 3 тыс. социальных контрактов, или порядка 75,5% от годового плана. Глава Республики Тыва Владислав Товарищайтович Ховалыг потребовал от Министерства труда и социальной политики Республики Тыва максимально ускорить процесс рассмотрения заявлений, чтобы все потенциальные получатели смогли в кратчайшие сроки реализовать свое право.

По состоянию на 1 ноября 2020 года одобрение на открытие своего дела получили 880 граждан. По сведениям Министерства труда и социальной политики Республики Тыва 86 человек в 2022 году открыли по социальному контракту в своих населенных пунктах парикмахерские и салоны красоты, 52 начинающих предпринимателя предоставляют услуги по общественному питанию, 51 занялся развитием шиномонтажного дела, открыл СТО, 48 выпекают хлеб и мучные кондитерские изделия, 36 производят полуфабрикаты и т.д. Стоит отметить, что социальный контракт как мера государственной поддержки, адресована малоимущим семьям, а также малоимущим одиноким гражданам, у которых среднедушевой доход за последние 3 месяца не превышает размер прожиточного минимума (в Республике Тыва — 14059 руб.).

Таким образом, на рынке труда Республики Тыва недостаточно возможностей для занятости населения. Слаборазвитая структура экономики, предпринимательства и сферы услуг, обуславливают гипертрофированный госсектор, в котором занята почти половина работающего населения. В то же время высока доля неработающего населения, не только по причине дефицита рабочих мест, но и в связи с их несоответствием полученному образованию, невысокой заработной плате.

Для обеспечения позитивных сдвигов, необходимы действенные меры по развитию самостоятельности региона, повышению числа высокопроизводительных рабочих мест и экономической активности населения.

Литература:

1. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 20.02.2019 г. «Послание Президента Федеральному Собранию».
2. Баймурзина Г.Р., Кабашова Е.В. Занятость и доходы населения республики Тыва и Башкортостан (2010–2020 гг.) // Новые исследования Тувы. 2022, № 3. С. 186–207.
3. Горина Т.И., Натсак О.Д. Анализ спроса и предложения на современном рынке труда Республики Тыва: профессиональный и гендерный аспекты // Бюллетень Калмыцкого научного центра РАН. 2022. № 1. С. 204–235.

Экология как объект государственного регулирования

Домасёв Павел Евгеньевич, студент

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского (г. Симферополь)

В данной статье рассматривается экология как объект государственного регулирования. Подчеркивается значимость экологической проблематики в современном мире и необходимость принятия мер по ее решению. В статье описываются некоторые инициативы и мероприятия, которые становятся более значимыми в условиях растущей экологической проблемы. Отмечается важность сотрудничества государственных органов с научными и академическими сообществами, бизнесом и населением, а также необходимость учитывать экономические аспекты.

Ключевые слова: экологическое регулирование, государственное управление, развитие, охрана окружающей среды.

В настоящее время экология является одним из наиболее актуальных вопросов, требующих внимания и регулирования со стороны государства. Международные соглашения и национальное законодательство в области экологии определяют требования к охране природных ресурсов, предотвращению загрязнения окружающей среды и устойчивому использованию природных ресурсов.

Государственное регулирование в экологической сфере направлено на создание системы мер, гарантирующих сохранение экосистем и биоразнообразия, обеспечение экологической безопасности населения, предотвращение ущерба природным ресурсам и сокращение производственных отходов.

Основой государственного регулирования в экологической сфере является комплексный подход, включающий в себя создание нормативных документов, контрольное и надзорное воздействие со стороны государства, стимулирование экологически ответственного поведения населения и бизнеса, а также развитие научной базы и образования в области экологии.

Для решения проблем охраны экологии разработаны административные, экономические и рыночные методы управления. Сформировавшись под влиянием экономических, политических, исторических, социальных и этнокультурных факторов разных стран, они включают в себя различные инструменты управления. Отмеченные проблемы осложняются тем, что они связаны с необходимостью комплексного управления безопасностью социально-экономических систем [1].

Деятельность органов исполнительной власти в исследуемой сфере в соответствии с законодательством, прежде всего, заключается в выполнении возложенных на них задач и функций государственного и отраслевого управления природопользованием и охраной экологии.

Экологическая функция государства заключается в деятельности по распоряжению природными ресурсами, обеспечению реализации прав граждан и юридических лиц.

Основными целями государственной политики в области экологии является сохранение природных систем, поддержание их целостности и жизнеобеспечивающих функций для устойчивого развития общества, повышения качества жизни, улучшения здоровья населения и демографической ситуации, обеспечения экологической безопасности страны [2].

Признание деятельности по распоряжению в общественных интересах находящимися в государственной собственности природными ресурсами и охраны экологии от различных вредных

воздействий, по обеспечению соблюдения, охраны и защиты экологических прав и законных интересов физических и юридических лиц в качестве одной из основных функций государства является важнейшей предпосылкой и фактором формирования отрасли экологического права в системе Российской Федерации.

Современный механизм регулирования в области охраны экологии и природопользования функционирует на рыночной основе с элементами мер принуждения как экономического, так и неэкономического характера.

Основная задача государства в области регулирования предпринимательской деятельности, осуществляемой в целях охраны экологии, должна состоять из двух компонентов:

- 1) оптимизация государственного регулирования, включая нормативно-правовое обеспечение;
- 2) предоставление государственной поддержки и стимулирования.

Государственное управление в анализируемой сфере непосредственно в регионах должно осуществляться посредством законотворческой деятельности. Запланированные природоохранные мероприятия должны быть реализованы в полном объеме, как и государственный экологический контроль.

Основными проблемами и путями решения регулирования государства в области экологии является:

Суть экологических налогов и платежей должна сводиться к рационализации процесса природопользования, повышению эффективности использования природных ресурсов и стимулированию бережного отношения к экологии. Однако эти платежи слабо выполняют свои функции. Для решения проблемы нужно развивать институт экологического налогообложения. Также следует совершенствовать законодательную базу, повысить уровень контроля за сборы

Также проблема обеспечения устойчивого развития, которая изначально возникла из потребностей общества и была функцией государства, сегодня стала неотъемлемой частью экономики и бизнеса. Общей характеристикой государственного регулирования в этой сфере является не только отсутствие государственной поддержки, но и возведение барьеров для развития определенных направлений экологического бизнеса. Для решения этой проблемы нужно предоставление государственной поддержки и стимулирования [3].

В заключение можно отметить, что в условиях растущей экологической проблематики, ряд инициатив и мероприятий в этой сфере становятся более значимыми. Важным звеном

здесь является сотрудничество государственных органов и экспертов с научными и академическими сообществами, бизнесом и населением. Однако необходимо учитывать и экономические аспекты, чтобы урегулировать взаимодействие между эко-

номическими интересами и экологическими задачами. Только так можно достичь устойчивого и долгосрочного развития, которое учитывает потребности сегодняшнего поколения и потенциальные возможности будущих поколений.

Литература:

1. Андреева, Н. Д. Теория и методика обучения экологии: учебник для СПО / Н. Д. Андреева, В. П. Соломин, Т. В. Васильева; под ред. Н. Д. Андреевой. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 190 с. С. 15–90 (Дата обращения: 18.02.2023)
2. Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ». Аналитическое исследование. Глобальная экологическая ответственность, 2021. 17 с. С. 1–6 (Дата обращения: 18.02.2023)
3. Игнатъева И. А. Актуальные проблемы возмещения вреда окружающей среде (аспекты правового регулирования, судебной практики и реализации государственной политики в области экологического развития) // Экологическое право. 2017. № 4. С. 10–17. (Дата обращения: 18.02.2023)

Применение проектного подхода в управлении организацией

Ебата Вэлком Шанел, аспирант

Научный руководитель: Марченко Александр Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых

Статья посвящена теме применения проектного подхода в управлении организацией. Рассмотрены цели и задачи проектного подхода, его преимущества и недостатки. Применение проектного подхода позволяет оптимизировать управление ресурсами организации.

Ключевые слова: проектный подход, проектный менеджмент, управление проектами, цифровизация.

В настоящее время управление проектами в Российской Федерации начинает активно использоваться предприятиями и организациями, в связи с тем, что данная методика является инновационной для большинства российских руководителей и менеджеров, и позволяет более эффективно осуществлять прибыльную и конкурентную хозяйственную деятельность.

Без сомнения, управление проектами — это новое направление для современного российского менеджмента отечественных компаний.

Преимущества проектного управления заключаются в использовании новых методик и подходов при организации бизнес-процессов и направлений деятельности компаний, при этом, предусматривается активное внедрение современных автоматизированных систем управления проектами. Также, возникает необходимость в использовании новых возможностей для повышения качества работ и услуг, снижении затрат при выполнении работ.

В целом, как показывает практика, современные предприятия и организации, внедряя элементы проектного менеджмента, способствуют повышению эффективности функционирования своих компаний в долгосрочной перспективе. При этом, активно внедряются специальные решения программно-целевых методов управления [2].

Задачи управления проектами стали активно использоваться в бизнес-процессах коммерческих фирм, их организационных структурах и стратегиях развития. В настоящее время

в культуре управления происходит серьезная трансформация принципов организации управленческих отношений. При этом, система классического менеджмента, по мере своего развития расширяет область своих интересов.

Объектом воздействия в проектном менеджменте могут быть проекты, программы, объединенные проекты. Предметом являются организационные структуры, команда проекта, возможные риски при реализации проекта, финансовое обеспечение проекта, стоимость и показатели качества проекта, элементы маркетинга проекта и другие составляющие.

В последние годы теория и практика менеджмента стала включать различные методы оценки влияния внешних и внутренних факторов на результаты деятельности участников проекта. Такая оценка позволяет принимать более эффективные, обдуманые решения.

Следует отметить, что применение проектного менеджмента помогает организации повысить свою конкурентоспособность и упрочить свое положение на рынке товаров и услуг, независимо от размера предприятия [4].

Используя элементы проектного менеджмента при реализации различных проектов и программ, достаточно важным является учитывать взаимодействие сотрудников по разным направлениям, в том числе, взаимодействие с органами власти разного уровня, поставщиками и потребителями продукции и услуг, что приводит к необходимости выстраивания новых коммуникативных схем, неформальных организационных

структур, а также распределение полномочий и ответственности.

Помимо непосредственно команды, организующей проектное управление, в нее входят различные субъекты из внешней среды, взаимодействующие друг с другом и с проектом на разных этапах его реализации. Поскольку все участники проекта, как факторы его внутренней и внешней среды, влияют на успех его реализации, при управлении проектом возникает необходимость согласования их интересов.

Все участники проекта заинтересованы в его успешном завершении, так в этом случае, цели и задачи участников также успешно реализуются: инвесторы получают доход от своих вложений; владелец проекта получает необходимый результат; команда и руководитель проекта получают вознаграждение по договору за проведенную работу и повышение своего профессионального уровня; потребители получают необходимые им товары и услуги; региональные власти — пополнение бюджета за счет сбора налогов с хозяйствующих субъектов и удовлетворяют социальные и другие потребности жителей определенной территории.

В процессе функционирования проекта, необходимо проводить оценку участников, особенно тех, кто оказывает наибольшее влияние. Такая оценка способствует наиболее эффективной расстановке приоритетов в отношении всех участников. При значительных масштабах проекта или интенсивном взаимодействии между его участниками, может быть приглашен специалист для осуществления внешних коммуникаций и связей с общественностью [1].

Следует отметить, что в России на основании полученных сертификатов PMI растет доля проектных менеджеров, что свидетельствует о потребности рынка в высококвалифицированных специалистах в данной области. Управление проектами — это особый вид управленческой деятельности, основанный на сложной системной модели коллективных действий участников, позволяющий получать практический результат в различных отраслях экономики.

Переход на новый формат взаимодействия с использованием цифровых технологий, цифровизация экономики, использование искусственного интеллекта, быстрая и повсеместная смена поколений в бизнесе, которые имеют свои особенности по отношению к формам работы, разные способности к осваивать и применять современные технологии и знания и другие факторы в настоящее время меняют характер взаимоотношений в системе «бизнес — руководство — персонал». Благодаря цифровизации экономики в управлении проектами одновременно появляются как новые возможности, так и новые проблемы [6].

В настоящее время, в Российской Федерации осуществляются следующие целевые государственные программы: «Доступное и комфортное жилье», «Здоровье», «Образование», «Развитие агропромышленного комплекса», которые называются «проекты», но фактически таковыми не являются, так как не используют в своей деятельности принципы проектного управления. На наш взгляд, необходимо пересмотреть существующие системы реализации государственных целевых программ, с целью оптимизации управления денежными потоками, развития и внедрения в бюджетную систему культуру управления проектами [3].

Модернизация стратегического планирования российской экономики обусловлена сложившейся ситуацией и проблемами государственного управления в контексте формирования и реализации инициированных властями проектов.

Уже сегодня становится понятным, что использование технологий управления проектами в России будет играть одну из наиболее важных ролей как в современном менеджменте государственного управления, так и в управлении коммерческими структурами.

Следует отметить, что при реализации различных проектов, как правило, используются как вертикальные, так и горизонтальные связи со множеством партнеров, которые выполняют различного рода услуги для реализации многочисленных задач проекта (дизайн, видеопродукция, услуги рекламы, транспорта, питания, проживания и т.д.).

Таким образом, можно сказать, что управление можно рассматривать как эффективный способ управления ресурсами организации, ориентированный на оптимизацию бизнес-процессов и повышение эффективности управленческих решений.

Можно отметить, что использование проектно-программного управления в отношении общественных систем, является целесообразным и определяется как взаимосвязь и взаимодействие элементов системы, обеспечивающих эффективное проектно-программное управление. При этом, элементами проектно-программного управления являются проекты и программы, инициированные как органами власти, так и гражданским обществом. Главной особенностью таких элементов является социальный характер полученного результата [5].

В настоящее время, в российской практике широко используются различные виды социальных проектов, классифицируемые разными авторами по степени финансового участия общества и государства:

- с общественным участием — в этом случае осуществляется привлечение граждан к участию в местном самоуправлении, при этом финансирование проектов происходит через систему грантов;
- с финансовыми источниками государственного финансирования — такие проекты, как правило, это программы по поддержке местных инициатив жителей в решении социально значимых вопросов территорий;
- с источников добровольных взносов — проекты — собственных инициатив по вопросам местного значения на основе территориального общественного самоуправления;
- государственно-частное партнерство — привлечение частных инвестиций в экономику и повышение качества товаров, работ, услуг, предоставляемых потребителям, в целях решения вопросов ведения органов государственной власти, органов местного самоуправления.

Таким образом, учитывая разнообразие реализуемых проектов, а также российскую специфику, система управления проектами должна основываться на взаимодействии сотрудников органов власти разного уровня, организаций-исполнителей, граждан, что приводит к необходимости построения новых коммуникационных схем, неформальных организационных структур, новому распределению полномочий и ответственности.

Литература:

1. Клязина Е. Г., Плешакова Е. Ю., Цветков А. Н. Проектный менеджмент: трактовки, особенности и векторы развития // Теория и практика общественного развития. — 2020. — № 8 (150). — С. 49–57.
2. Комов А. В. Проектный менеджмент в малых организациях // Наука и образование сегодня. — 2018. — № 2 (25). — С. 89–90.
3. Мезенцева О. А., Андреев С. Ю. Проектный менеджмент в России: состояние и перспективы развития // Вестник современных исследований. — 2018. — № 12.7 (27). — С. 332–334.
4. Паздникова Н. П., Паздников И. И. Проектно-программное управление в условиях модернизации стратегического планирования // Региональная экономика. Юг России. — 2020. — Т. 8. — № 2. — С. 56–63.
5. Соболева А. О. Применение проектного менеджмента в организациях транспортной отрасли // Научные труды Московского гуманитарного университета. — 2019. — № 2. — С. 8.
6. Филатова М. В., Стукало О. Г., Лебедева Л. В., Цуканова К. А., Дзахмишева И. Ш. Проектное управление в условиях цифровой экономики // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. — 2020. — Т. 82. — № 4 (86). — С. 335–339.

Риски страхования автогражданской ответственности в РФ

Ежов Кирилл Витальевич, студент магистратуры

Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Данная научная статья посвящена управлению рисками страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) в России. В статье рассмотрены основные риски, связанные со страхованием ОСАГО, такие как нарушение условий договора страхования, несоответствие размера убытков страховым выплатам и неблагоприятное изменение на рынке страхования. Кроме того, авторы предлагают практические рекомендации по управлению рисками, которые включают соблюдение условий договора, изучение рынка страхования, обращение к проверенным страховщикам и рассмотрение дополнительных условий страхования. Статья будет полезна всем, кто заинтересован в защите своих финансовых интересов при страховании ОСАГО.

Ключевые слова: ОСАГО, автомобиль, транспорт, страхование, государство, общество, экономика, количество, владелец, риски, гражданство, страховые взносы, выплаты.

В настоящее время автомобильный транспорт является важным элементом жизни в любой стране мира, включая Российскую Федерацию. С одной стороны, автомобили играют существенную роль в экономике, транспортировке товаров и услуг, а с другой — обеспечивают удобство и комфорт в повседневном общении и перемещении людей. Однако, вместе с ростом количества автомобилей на дорогах возникает риск дорожно-транспортных происшествий (ДТП), которые могут привести к материальным и физическим потерям для здоровья и жизни людей.

В России законодательно установлена обязательная страховка автогражданской ответственности (ОСАГО) для всех владельцев транспортных средств. Основной целью ОСАГО является защита прав потерпевших в ДТП и непосредственное возмещение ущерба в случае наступления страхового случая. Однако, существуют некоторые риски, связанные с ОСАГО для владельцев автомобилей в РФ.

Таким образом, страхование автогражданской ответственности (ОСАГО) становится необходимостью для водителей в Российской Федерации. Однако, необходимо учитывать существующие риски, связанные со стандартным ОСАГО для владельцев автомобилей в РФ. В данной работе рассмотрены основные риски ОСАГО в РФ и возможные способы их минимизации.

Один из главных рисков ОСАГО в РФ — это несоответствие размера страховой выплаты реальному ущербу, возникшему

в результате ДТП. Фактически, по законодательству РФ страховые выплаты ограничены максимальной суммой, которая на данный момент составляет 1,5 миллиона рублей. Данная максимальная сумма выплат может быть недостаточной в случае происшествий с дорогими автомобилями или если пострадало несколько человек. Также, сумма максимальной выплаты может не соответствовать стоимости ремонта автомобиля, которая в некоторых случаях может превышать лимит выплат.

Второе существенное препятствие для владельцев автомобилей — это высокая стоимость страховых взносов, особенно для групп риска. Высокие страховые взносы для молодых водителей объясняются недостаточным опытом вождения и повышенным риском ДТП. Некоторые страховые компании устанавливают по этому поводу дифференцированный тариф, который зависит от возраста и стажа водителя. Чем младше водитель, тем выше страховой взнос. Это связано с тем, что молодым водителям часто бывает сложно управлять автомобилем и принимать решения в экстренных ситуациях на дороге, что ведет к повышенному риску случайных повреждений автомобилей и других происшествий на дороге.

Еще одним риском ОСАГО является ущерб, нанесенный действиями мошенников. Данный риск связан с появлением подделок страховых полисов, которые могут быть использованы для получения неоправданных денежных выплат. Часто

терпят ущерб не только страховые компании, но и владельцы автомобилей, т.к. при выплатах по нереальным основаниям деньги теряются безвозвратно.

Для решения проблемы рисков ОСАГО в РФ страховые компании и государственные органы разработали несколько мер, направленных на снижение ущерба и повышение заботы о состоянии автопарка. Одной из таких мер является установление компенсации, вышедшей сверх максимальной суммы выплат. Данная мера уже была введена в 2014 году, и с тех пор она стала популярной в ряде страховых компаний. Кроме того, государственные органы активно проводят работу по повышению уровня безопасности и качества дорожного движения на территории РФ. Также, страховые компании постоянно совершенствуют свои условия и привязывают тарифы к конкретным рискам, что позволяет более точно учесть потенциальный ущерб при выплатах.

Страховая компания — это организация, которая предоставляет страховые услуги и компенсирует убытки, которые могут возникнуть у застрахованного лица. Работа страховых компаний основана на определенных принципах. Они собирают страховые взносы от клиентов, рассчитывают вероятность возникновения страховых случаев, выплачивают компенсации в случае страхового случая. Кроме того, страховые компании осуществляют различные виды страхования, разрабатывают страховые условия и условия выплат. В целом, работа страховой компании направлена на обеспечение страховой защиты клиентов и компенсацию убытков, возникающих в результате страховых рисков.

Для эффективного управления рисками страхования ОСАГО необходимо:

1. Соблюдать условия договора страхования.

Владельцы автотранспорта должны соблюдать условия договора страхования, включая оплату страховых премий вовремя и соблюдение правил и ограничений, установленных в договоре страхования.

2. Изучать рынок страхования.

Страхователи должны изучать рынок страхования ОСАГО, чтобы оценить предлагаемые на рынке условия страхования и выбрать наиболее подходящий вариант.

3. Обращаться к проверенным страховщикам.

Страхователь должен обратиться к проверенным страховщикам, таким как известные и надежные страховые компании, чтобы минимизировать риски, связанные с выплатой страховой компенсации.

4. Рассматривать дополнительные условия страхования.

Страхователь должен рассмотреть дополнительные условия страхования, такие как увеличение размера страховой выплаты или включение дополнительных рисков, чтобы обезопасить себя от финансовых потерь в случае страхового случая.

Суммируя все вышесказанное, можно заключить, что риски ОСАГО в РФ не могут быть полностью исключены, но их можно существенно снизить с помощью различных мероприятий, которые указаны выше. Одним из основных способов для решения данной проблемы является постоянное обновление и совершенствование законодательства, а также повышение уровня безопасности на дорогах. Такие меры помогут не только сократить риски, связанные со страхованием, но и улучшить общее качество жизни людей, использующих автомобили в своей повседневной жизни.

Литература:

1. Федеральный закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» от 25.04.2002 N40-ФЗ (ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.11.2018)
2. Правила обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) от 23.02.2015 N413-ПП (ред. от 12.06.2018)
3. Ефременко И. Ю., Ханюк Ю. А. Формирование премий и риски страхования ОСАГО // Кредит и капитал. — 2017. — № 19. — С. 51–56.
4. Котляревский А. С. По умолчанию: ошибки в страховании, которые приводят к потере денег // Финансовые сообщения. — 2018. — № 8. — С. 60–65.
5. Алейникова Я. С. Риски возмещения ущерба при ДТП и проблемы страхования ответственности // Сборник научных статей «Современные проблемы права и экономики». — 2017. — № 1. — С. 25–29.
6. Гришин А. А. Актуальные проблемы страхования ОСАГО в России // Вестник Санкт-Петербургского университета культуры и искусств. — 2016. — № 2. — С. 104–107.

Применение систем поддержки принятия решений в деятельности коммерческих предприятий г. Хабаровска

Зайко Евгений Александрович, студент магистратуры

Дальневосточный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Хабаровск)

В статье представлены результаты предварительного анализа существующей системы поддержки принятия решений одного из коммерческих предприятий г. Хабаровска, а также возможные пути ее актуализации с учетом современных инновационных технологий в области искусственного интеллекта.

Ключевые слова: процесс разработки управленческих решений, хозяйствующий субъект, математическая модель, индивидуальная модель, рыночные факторы, анализ показателей.

В соответствии с актуальными тенденциями развития управленческой науки и повсеместной цифровизации различных по уровню значимости бизнес-процессов коммерческих предприятий, одним из основных способов совершенствования процесса разработки и принятия управленческих решений сегодня стали системы поддержки принятия решений (далее — СППР). [2]

Как и следует из названия, данная система имеет своей целью упрощение процесса принятия решений на различных уровнях

управления предприятием. Принцип работы таких систем достаточно прост с точки зрения его описания — это автоматизированный сбор информации о деятельности предприятия, который осуществляется, чаще всего, по набору заданных параметров. В действительности число таких параметров и уровень проводимого анализа для различных СППР отличается и может представлять как элементарный статистический отчет по динамике отдельного показателя, так и полноценный анализ

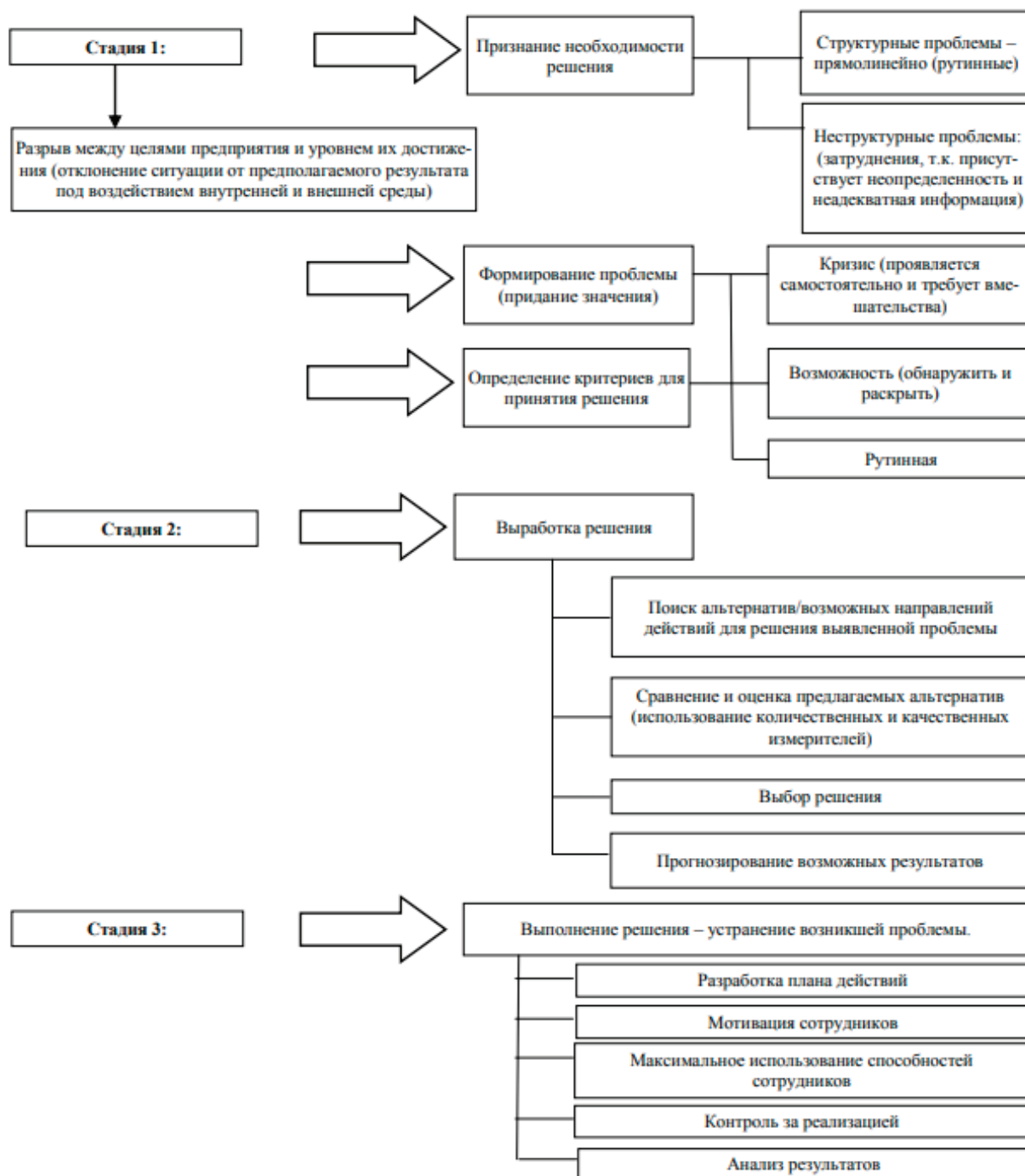


Рис. 1. Стадии процесса принятия управленческого решения

с построением взаимосвязей между показателями, корреляция которых изначально была не очевидна. [1]

Между тем, современный мир не прекращает наращивать темпы своего развития и решение проблемы, актуальной вчера, сегодня становится недостаточно эффективным. Высокий уровень динамики развития социально-экономических процессов предопределяет соответствующий отклик и от сферы научно-технического прогресса.

Современные системы поддержки принятия решений таким образом разрабатываются с учетом возможности интеграции в аналитическую часть системы нейросетей, т.е. технологии искусственного интеллекта, либо, как их называют чаще, искусственных нейронных сетей (далее — ИНС).

В действительности, конечный продукт (аналитическая система) получается уникальным для каждого отдельного случая, поскольку такая СППР является самообучаемой, что влечет за собой как положительные, так и отрицательные аспекты. К числу последних, чаще всего, относят высокую стоимость подобной разработки. [3]

Между тем, в настоящее время существует достаточно большое число ИНС, доступных для интеграции с уже существующими СППР, значительная часть из которых строится вокруг статистических показателей, получаемых на основе бухгалтерской отчетности.

Так, анализируя деятельность одного из коммерческих предприятий г. Хабаровска мы видим, что производительность труда увеличивается в 2021 году на 0,39%, актуальная на тот момент СППР определяет данную тенденцию как индикатор для увеличения числа сотрудников предприятия, сообщая об этом ЛПР. На основе исключительно статистических данных ЛПР принимает данный вывод за действительный и увеличивает число сотрудников предприятия, в результате чего за 2022 год показатель снижается на 0,92%.

При этом отметим, что результаты ведения хозяйственной деятельности анализируемого предприятия достаточно высоки. Так, на протяжении 2021–2022 гг. предприятием получен рост чистой прибыли в 10,2 раза за счет значительного увеличения товарооборота.

Возвращаясь к вопросу о возможности применения данных бухгалтерского учета для целей развития системы СППР и фор-

мирования модели обучения соответствующей ИНС отметим, что наиболее перспективным представляется включение в данную систему методов математического моделирования и прогнозирования результатов принятия того или иного решения в соответствующей хронологической перспективе относительно сложившейся динамики прочих рыночных факторов.

Здесь обратимся к модели процесса принятия управленческих решений анализируемого предприятия (рис. 1).

Так, предлагаемый подход позволит снизить временные затраты на этапе определения критериев для принятия решения, поскольку исчерпывающий список всех критериев с долей их влияния сможет представить соответствующая СППР.

Также сам этап выявления проблемы, на решение которой будет направлено то или иное управленческое решение будет иметь скорее превентивный характер, поскольку обоснование проблемы будет подкреплено не интуитивными показателями, полученными на основе личного опыта руководителя (вне зависимости от уровня управления), а статистически подтвержденными измеримыми данными по соответствующим индикаторам. Разумеется, в данном случае речь идет о прогнозировании проблемы, а не об управлении уже сложившейся кризисной ситуацией.

Между тем, представляется логичным, что наступление в моделируемых условиях кризисной ситуации будет сформировано под влиянием внешних факторов, что также возможно использовать при формулировке системы обучения ИНС в условиях использования статистических показателей существующей СППР. [4]

Аналогичным образом, на этапе поиска альтернатив будет сформирована проработанная система вариантов, имеющая четко сформулированные измеримые и статистические достоверные в актуальном периоде показатели. Отметим, что в рамках настоящей статьи разбирать положительные аспекты каждого из контролируемых этапов принятия управленческого решения представляется излишним.

Таким образом, определим, что рассматриваемая возможность использования СППР на основе искусственных нейронных сетей представляется в значительной степени положительной и требует своего дальнейшего развития в рамках исследовательской деятельности автора.

Литература:

1. Балашова, И. В. Системы поддержки принятия решений / И. В. Балашова, Т. А. Терещенко. — Текст: непосредственный // The Scientific Heritage. — 2021. — № 79–4. — С. 3–7.
2. Метод нейронных сетей в моделировании финансовых показателей компании / И. П. Курочкина, И. И. Калинин, Л. А. Маматова, Е. Б. Шувалова. — Текст: непосредственный // Статистика и экономика. — 2017. — № 5. — С. 33–41.
3. Тиханьчев, О. В. О некоторых проблемах предметной области поддержки принятия решений / О. В. Тиханьчев. — Текст: непосредственный // Программные продукты и системы. — 2016. — № 3 (115). — С. 24–28.
4. Чупакова, А. О. Разработка и обучение модели искусственной нейронной сети для создания систем поддержки принятия решений / А. О. Чупакова, С. В. Гудин, Р. Ш. Хабибулин. — Текст: непосредственный // Вестник АГТУ. Серия: Управление, вычислительная техника и информатика. — 2020. — № 3. — С. 61–73.

Управление финансовыми рисками на предприятии

Исхакова Дильфуза Абдурасуловна, студент

Научный руководитель: Байгузина Люза Закиевна, кандидат экономических наук, доцент

Уфимский университет науки и технологий

В данной статье рассмотрено понятие финансовых рисков, охарактеризованы причины возникновения финансовых рисков. Дано определение «управление риском». Охарактеризован алгоритм управления финансовыми рисками.

Ключевые слова: *финансовые риски, коммерческие риски, денежно-кредитные отношения, стратегия, финансовая политика.*

В современном мире деятельность любого предприятия сопровождается рядом рисков, которые могут быть вызваны как внутренней, так и внешней средой. Именно поэтому тема финансовых рисков является как никогда актуальной. Вероятность таких потерь выражается в коммерческих рисках. Любой риск показывает неуверенность в эффективной деятельности и результативности предприятия. Стоит отметить, что финансовые риски являются одним из составляющих коммерческих рисков предприятия. Они находятся в тесной взаимосвязи с риском потерь, что ведет за собой частичную потерю прибыли.

Как мы отмечали выше, финансовые риски оказывают огромное влияние на деятельность любого предприятия. Финансовые риски затрагивают все кредитно-денежные отношения предприятия, и могут зависеть как от деятельности руководителей, так и внешних факторов. Масштабы плохих последствий увеличиваются по мере увеличения масштабов мировой рыночной экономики. Неэффективное распоряжение имеющимися ресурсами ведет как к экономическому отставанию, так и к стремительному развитию предприятия.

Основными причинами возникновения финансовых рисков могут стать: неверная стратегия предприятия, агрессивная финансовая политика, неквалифицированные сотрудники, политические и экономические изменения в стране. Все эти факторы требуют от предприятия гибкости, готовности к быстрым переменам.

В качестве основных причин финансовых рисков выделяют следующие источники: политические, экономические, экологические, социальные, технические и др. Факторы риска представляют собой обстоятельства, при которых причины риска проявляются и приводят к рисковому ситуациям.

Рисковые ситуации — это события, возникшие в результате воздействия причин и факторов риска, которые в дальнейшем приводят к негативному или позитивному влиянию на деятельность организации.

Какими бы не были причины и факторы возникновения финансовых рисков, ими можно управлять. Управление рисками — это деятельность, которая направлена на изучение рисков, их определение, анализ и оценку, а также разработку мероприятий по защите от выявленных рисков.

Б. Г. Гасанов: «Объектом управления в риск-менеджменте является риск. Субъектом управления в риск-менеджменте — специальная группа людей (финансовый менеджер, специалист по страхованию, аквизитор, актуарий, андеррайтер и др.), которая посредством различных приемов и способов управленче-

ского воздействия осуществляет целенаправленное функционирование объекта управления» [3, с. 44].

При управлении рисками предприятия в основном применяются два вида воздействия: стратегия и тактика. Стратегия — это искусство планирования, руководства, который основан на качественных прогнозах. Стратегии управления рисками соответствует определенный набор правил и ограничений при принятии управленческих решений.

Тактика — это определенные методы и приемы, которые направлены на достижение поставленной цели. Задачей тактики управления является выбор наиболее оптимального решения и приемлемых в данной ситуации методов и приемов управления.

Высокий уровень расходов на контроль и управление рисками обусловил необходимость системного (комплексного) подхода к управлению рисками.

Процесс управления финансовым риском в виде алгоритма, представленного на рисунке 1.

Рассмотрим составляющие алгоритма управления финансовым риском более подробно:

Определение цели. Конечно же, основной целью управления рисками является ограждение деятельности предприятия от воздействия внешних факторов, внутренних факторов и обеспечения эффективной деятельности даже в условиях несовершенства рынка.

Выяснение риска. На данном этапе происходит идентификация риска, выяснение источника его возникновения, его факторов и этапа работы, на котором возник данный вид риска.

И. А. Бланк: «Комплексная оценка позволяет проводить интегральную оценку риска посредством качественного анализа. Этот вид анализа основывается на поэлементной оценке влияния внутренних и внешних факторов. Кроме того, качественный анализ имеет целью определить возможные виды риска (их состав) и факторы, влияющие на их уровень. Качественная оценка риска проводится преимущественно экспертными методами. Количественный анализ сводится к определению конкретного размера денежного ущерба по видам риска и в целом. Количественная оценка риска предполагает математическую оценку» [1, с. 220].

Для определения того, как сильно ожидаемая доходность будет отличаться от запланированной, предлагается использовать метод анализа чувствительности показателей, который включает следующие этапы:

Задается взаимосвязь между исходными и результирующими; показателями в виде математического уравнения.

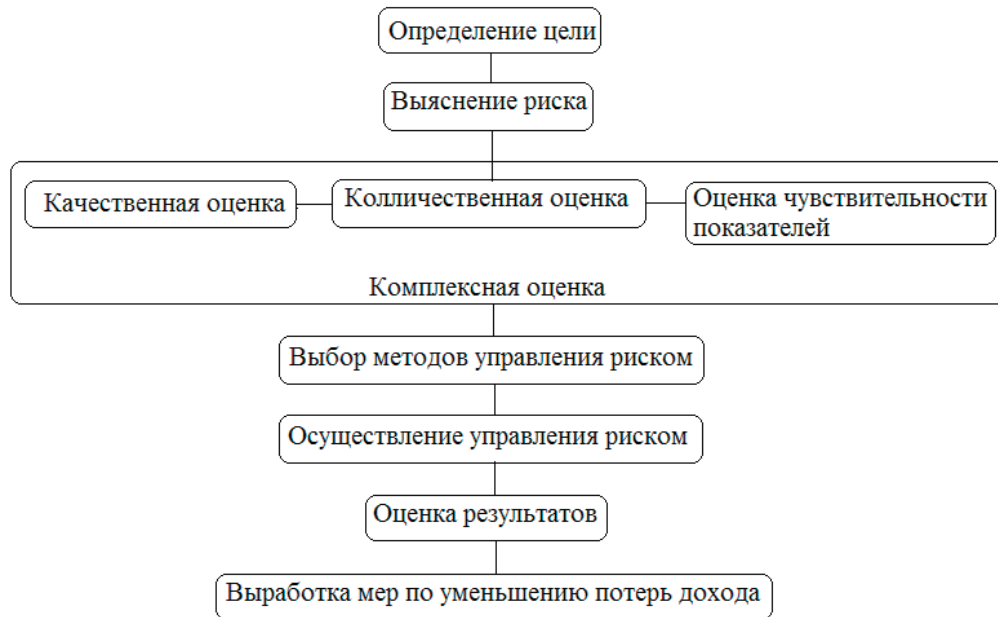


Рис. 1. Алгоритм управления финансовым риском

Определяются наиболее вероятные значения для исходных показателей и возможные диапазоны их изменений [2, с. 449].

Путем изменения значений исходных показателей исследуется их влияние на конечный результат.

Менее рискованным считается вариант с меньшей чувствительностью.

«Выбор методов управления риском — в соответствии с результатами предыдущего этапа осуществляется выбор того или иного метода управления риском, как правило, руководствуясь концепцией приемлемого риска (неприемлемый для фирмы риск, как правило, приемлемым стать не может) и если затраты по нему меньше, чем эффект от использования этого метода» [4, с. 55].

При управлении рисками методы можно использовать несколько методов, то есть комбинировать их.

Управление рисками предприятия предполагает непосредственное регулирование процесса управления рисками, осуществление планирования работ и контроль за организацией выполнения плана предполагаемых мероприятий.

Оценка результатов — оценка соответствия полученных результатов целям программы управления рисками и расчет эффективности каждого мероприятия по управлению риском.

Выработка мер по уменьшению потерь дохода — оценка и возможно изменение ранее разработанных риск-планов, с учетом тех этапов, которые были описаны выше. Построение функционально ориентированных схем управления финансовыми рисками предприятия, проведение мониторинга — непрерывное наблюдение за параметрами объекта с целью их контроля и своевременного воздействия на ситуацию, использование дополнительных методов воздействия на риски.

Таблица 1. Примерный проектируемый портфель финансовых рисков

| Виды идентифицированных финансовых рисков | Виды деятельности | | | |
|--|-----------------------------|------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| | Инвестиционная деятельность | Кредитная деятельность | Производственная деятельность | Торговая деятельность |
| 1. Внешние (систематические) финансовые риски | | | | |
| 1. Процентный риск | * | * | | * |
| 2. Депозитный риск | * | | | |
| 3. Инфляционный риск | * | * | * | * |
| 4. Налоговый риск | * | | * | * |
| 2. Внутренние (несистематические) финансовые риски | | | | |
| 1. Риск банкротства | | * | * | * |
| 2. Инвестиционный риск | * | | * | |
| 3. Кредитный риск | | * | * | * |

В работе К.В. Балдина предлагается примерная форма «портфеля идентифицированных проектируемых финансовых рисков для различных видов деятельности на примере инвестиционной, кредитной, производственной и торговой деятельности» [2, с. 103] (таблица 1).

Политика управления финансовыми рисками может быть оформлена в виде бизнес — плана риск менеджмента.

Разработанный документ позволяет в концентрированной форме изложить механизм и принципы политики управления

финансовыми рисками предприятия, а так же оценить ее эффективность.

Таким образом, управление рисками — это деятельность, направленная на классификацию рисков, идентификацию, их анализ и оценку, разработку путей защиты от риска. Риск-менеджмент представляет собой систему управления риском и экономическими, точнее, финансовыми отношениями, возникающими в процессе этого управления. Риск-менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления.

Литература:

1. Бланк, И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием / И. А. Бланк. — Киев: Ника-центр: Эльга, 2019. — 663 с.
2. Балдин, К. В. Управление рисками в предпринимательстве: учебник / Балдин К. В., Воробьев С. Н. — М.: Дашков и К, 2020. — 963 с.
3. Гасанов, Б. Г. Риск-менеджмент: учеб. пособие / Н. В. Напхоненко, М. Р. Караева; Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М. И. Платова. — Новочеркасск: ЮРГПУ (НПИ), 2020. — 110 с.
4. Гигеренцер, Г. Понимать риски: как выбирать правильный курс / Герд Гигеренцер; [пер. с англ. А. Кузина]. — Москва: Колибри, 2019. — 351 с.
5. Гончаренко, Л. П. Риск-менеджмент: учебное пособие / Л. П. Гончаренко, С. А. Филин. — Москва: КноРус, 2020. — 216 с.

Проблемы государственного управления в сфере здравоохранения

Кузнецова Марина Антоновна, студент

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского (г. Симферополь)

Данная статья рассматривает проблемы государственного управления в сфере здравоохранения. Рассматриваются вопросы, связанные с неэффективностью управления медицинскими учреждениями, качеством медицинских услуг, недостаточной доступностью медицинской помощи и неравномерным распределением медицинских ресурсов. В статье также обсуждаются проблемы финансирования и страхования в здравоохранении, а также необходимость разработки эффективных программ оздоровления и профилактики заболеваний.

Ключевые слова: здравоохранение, государственное регулирование, нормативно-правовые акты.

В современном мире проблемы государственного управления в сфере здравоохранения становятся все более актуальными. Большое внимание уделяется вопросам доступности и качества медицинской помощи, финансирования здравоохранения, оптимизации работы медицинских учреждений, а также регулированию цен на лекарственные препараты и медицинское оборудование.

Как считает Скодило В. К. государственное регулирование в сфере здравоохранения — это система ценностей и целей, комплекс управленческих мер, направленных на обеспечение государственных гарантий оказания гражданам бесплатной медицинской помощи в необходимом объеме и надлежащего качества в целях снижения смертности, повышения рождаемости, увеличения продолжительности жизни населения страны. [3]

На тактическом уровне должны быть четко определены государственные гарантии в сфере охраны здоровья граждан, которые будут обеспечены финансовыми (тарифы) и правовыми (нормативное регулирование) инструментами.

Иванов А. В. отмечает, что эффективное управление также возможно без современного информационного обеспечения, ис-

пользования инновационных информационных технологий, создания единой информационной системы. Информационное поле должно охватывать все аспекты системы здравоохранения: состояние здоровья населения, медицинские технологии, объем и качество медицинской помощи, наличие и использование ресурсов [2]

Законодательство Российской Федерации устанавливает страховой принцип финансирования медицинской помощи. В 1993 году в дополнение к бюджетной системе здравоохранения была создана система обязательного медицинского страхования (ОМС), в результате чего в России сложилась бюджетно-страховая модель финансирования государственной системы здравоохранения.

Система действующего в настоящее время российского законодательства о здравоохранении включает в себя нормативные правовые документы, различающиеся между собой по юридической силе в зависимости от органов, их принявших, и по сфере их применения. Возглавляет эту систему Конституция Российской Федерации, принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 г., с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года.

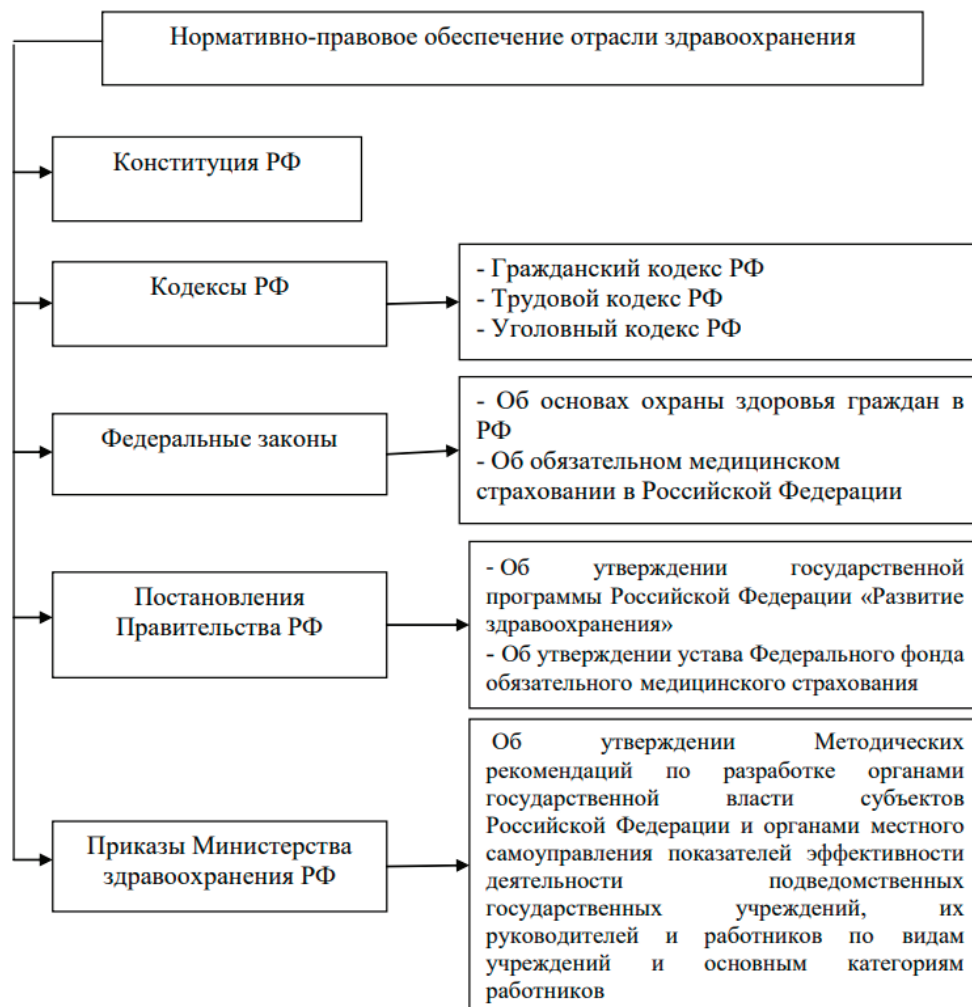


Рис. 1. Нормативно-правовое обеспечение здравоохранения

Нормативно-правовое обеспечение здравоохранения представлено на Рисунке 1.

Дьяченко В. Г. думает, хотя несмотря на то, что действующее законодательство Российской Федерации в сфере здравоохранения насчитывает несколько десятков законов и значительное количество подзаконных нормативных актов, его нельзя считать достаточным для решения современных проблем. Нормативные правовые акты в сфере здравоохранения фрагментарны, ряд норм дублируют друг друга, а некоторые отношения в области медицины, вообще, не урегулированы законом. Возникает необходимость в систематизации отрасли или подотрасли права в условиях активного развития законодательства в данной сфере, накопления нормативного материала, изданного в разное время и регулирующего различные субъекты отношений. Неотъемлемым элементом современной политики является разработка федеральных, региональных и муниципальных программ, в которых формулируются текущие и перспективные задачи в области здравоохранения и меры по их реализации. [1]

Вопрос государственного управления в сфере здравоохранения является комплексным и требует решения на многих уровнях. Однако, можно выделить несколько приоритетных направлений, которые помогут улучшить ситуацию в этой области:

1. Финансирование здравоохранения. Один из основных факторов, влияющих на качество медицинской помощи, это финансы. Государство должно выделять достаточное количество средств на медицинское обеспечение населения, увеличивать бюджет на здравоохранение.

2. Оптимизация системы организации здравоохранения. Важно создание единого реестра пациентов, упрощение процедур обращения к врачам и получения медицинской помощи, внедрение новых методов и средств диагностики и лечения.

3. Развитие медицинского образования. Врачи и медицинский персонал должны постоянно повышать свою квалификацию и следить за новыми тенденциями в мировой медицине. Кроме того, важна переориентация образования медицинских кадров на практический опыт и работу с пациентами

4. Укрепление системы контроля и надзора за работой медицинских учреждений. Государство должно разработать систему мониторинга и контроля за работой медицинских учреждений, в том числе оценивая качество и доступность медицинских услуг

5. Развитие международного сотрудничества. Важно установление связей с мировым сообществом и передача опыта, полученного в разных странах мира, с целью улучшения медицинского обеспечения в России.

Таким образом, государственное управление в сфере здравоохранения представляет собой сложную задачу, требующую эффективных и комплексных решений для обеспечения высококачественной медицинской помощи всем населению страны.

Литература:

1. Дьяченко, В. Г. Управление качеством медицинской помощи: учебник / В. Г. Дьяченко, Л. В. Солохина, С. В. Дьяченко. — Хабаровск: Изд-во ДВГМУ, 2017. — 229 с. (дата обращения: 20.03.2023)
2. Иванов, А. В. Обеспечение прав пациентов на качественную медицинскую помощь в системе ОМС / А. В. Иванов // Здравоохранение. — 2017. — № 2. — С. 72–79. (дата обращения: 20.03.2023)
3. Скодило В. К. Правовое регулирование государственного управления в области здравоохранения / В. К. Скодило. — 2021. — № 51 (393). — 268 с. (дата обращения: 20.03.2023)

Сущность ликвидности и платежеспособности в системе антикризисного управления предприятием

Лошкарева Виолетта Ильинична, студент

Научный руководитель: Биткина Ирина Константиновна, кандидат экономических наук, доцент

Волгоградский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

В статье определена сущность ликвидности и платежеспособности в системе антикризисного управления предприятием; раскрыта взаимосвязь понятий «ликвидность» и «платежеспособность».

Ключевые слова: антикризисное управление, ликвидность активов, ликвидность баланса, ликвидность предприятия, платежеспособность.

Достаточно часто кризис на предприятии вызван невозможностью своевременно оплатить имеющиеся обязательства, поэтому в системе антикризисного управления особое место занимают ликвидность и платежеспособность.

Антикризисное управление предприятием — это совокупность методов и способов управления предприятием, направленных на недопущение или преодоление кризисной ситуации. Цель данного управления состоит в том, чтобы обеспечить платежеспособность хозяйствующего субъекта.

Антикризисное управление предприятием является достаточно сложным в связи с тем, что предполагает принятие мгновенных решений в процессе деятельности организации. Такое управление может привести к двум вариантам развития событий: банкротство экономического субъекта или преодоление кризиса на предприятии.

Антикризисное управление является ключом к успешному функционированию организацией. Поэтому оно должно охватывать все направления: не только преодоление сложившегося кризиса на предприятии, но и составление прогноза различных вариантов развития кризиса, уменьшение негативных последствий кризиса, анализ финансового состояния экономического субъекта.

Антикризисное управление отличается по характеру в зависимости от стадии развития кризиса экономического субъекта, поэтому выделяют четыре вида антикризисного управления предприятием: антиципативное, превентивное, реактивное и реабилитационное. Каждый вид антикризисного управления предполагает применение определенных методов в зависи-

мости от стадии кризиса, которые необходимо внедрять, чтобы не привести организацию к банкротству.

Рассмотрим систему антикризисного управления предприятием. Она включает в себя следующие индикаторы:

- 1) показатели рентабельности (рентабельность продаж, рентабельность активов);
- 2) показатели деловой активности предприятия (коэффициент оборачиваемости активов, коэффициент оборачиваемости собственного капитала);
- 3) показатели финансовой устойчивости (коэффициент автономии, коэффициент обеспеченности запасов);
- 4) показатели ликвидности и платежеспособности.

Представленные индикаторы влияют на финансовое состояние экономического субъекта. Например, снижение показателей рентабельности и деловой активности отражает неэффективность деятельности предприятия, но вывод о возникновении кризисной ситуации сделать по этим показателям достаточно сложно. Поэтому в системе антикризисного управления предприятием особое место занимают и ликвидность, и платежеспособность, так как они позволяют проанализировать и наиболее точно оценить финансовое состояние экономического субъекта с точки зрения кризиса.

Перейдем к рассмотрению ликвидности и платежеспособности предприятия.

В настоящее время ликвидность и платежеспособность являются ключевыми характеристиками хозяйствующей деятельности предприятия.



Рис. 1 Виды ликвидности

Чтобы определить сущность ликвидности предприятия следует выявить, какие составляющие входят в данное понятие. Проиллюстрируем это на рис. 1.

Ликвидность предприятия складывается из ликвидности баланса и активов, следовательно, является более широким понятием по сравнению с другими.

К понятию «ликвидность предприятия» обращались многие экономисты.

Любушин Н. П. под ликвидностью предприятия понимает «способность организации быстро выполнять свои финансовые обязательства, а при необходимости и быстро реализовать свои средства» [4, с. 29].

Косолапова М. В. предлагает следующее определение ликвидности предприятия: «способность предприятия в четко установленные сроки погашать свои обязательства с помощью оборотных активов» [2, с. 138].

Следовательно, сущность ликвидности предприятия заключается в способности хозяйствующего субъекта быстро реагировать на неожиданные финансовые проблемы путем превращения активов в денежные средства.

Информация о ликвидности предприятия необходима собственнику, менеджерам, банкам, поставщикам и другим контрагентам, которые работают с данной организацией, чтобы была возможность объективно оценить сложившееся финансовое состояние.

Теперь рассмотрим трактовки понятия «платежеспособность предприятия» различных экономистов.

Шермет А. Д. под платежеспособностью понимает «способность организации вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, производить оплату труда персонала, вносить платежи в бюджеты и во внебюджетные фонды» [3, с. 401].

Лукаевич И. Я. утверждает, что платежеспособность — это «возможность своевременно и в полном объеме выполнить свои внешние обязательства любых видов по времени погашения из совокупных активов» [1, с. 4].

Таким образом, сущность платежеспособности заключается в способности экономического субъекта своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства.

Предприятие, которое является платежеспособным, имеет преимущества на рынке среди других организаций в получении кредитов, в привлечении инвестиций. Кроме того, такой экономический субъект может оплачивать своевременно дивиденды, заработную плату, страховые взносы, налоги, поставку материалов.

При проведении антикризисного управления следует учитывать, что на ликвидность и платежеспособность влияют не только внутренние факторы (масштаб деятельности организации, структура запасов, маркетинг), но и внешние факторы (природные условия, макроэкономические факторы, конкурентная среда).

Понятия «ликвидность» и «платежеспособность» имеют взаимосвязь, но не являются тождественными. Во-первых, данные понятие различаются по своему экономическому содержанию. Во-вторых, используются разные методики для анализа данных показателей. В-третьих, понятие «платежеспособность» является более широким, а также зависит от уровня ликвидности.

Таким образом, из ликвидности экономического субъекта складывается его платежеспособность. А сущность ликвидности и платежеспособности в системе антикризисного управления предприятием заключается в том, что благодаря этим индикаторам можно проанализировать и наиболее точно оценить его финансовое состояние.

Литература:

1. Буткова, О. В. Платежеспособность и ликвидность: теоретический аспект / О. В. Буткова, Н. В. Чумакова, Н. В. Яковлева. — Текст: непосредственный // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2018. — № 11. — С. 1–7.
2. Иголкина, Т. Н. Оценка ликвидности и платежеспособности в анализе финансового состояния хозяйствующего субъекта / Т. Н. Иголкина, Д. В. Марьина, О. В. Шварева. — Текст: непосредственный // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения, инновации. — 2019. — С. 137–140.

3. Коровушкина, Е. Е. Платежеспособность и ликвидность как элементы анализа финансового состояния предприятия / Е. Е. Коровушкина, З. Р. Ахмадиева, Е. А. Цыркаева. — Текст: непосредственный // Образование: профессиональный дебют. — 2019. — С. 400–408.
4. Хабарова, А. С. Ликвидность как ключевая характеристика финансового состояния организации / А. С. Хабарова, И. В. Баранова. — Текст: непосредственный // Сибирская финансовая школа. — 2020. — № 2. — С. 28–39.

Проблемы развития государственной службы в РФ

Миронова Ольга Викторовна, студент
Московская международная академия (г. Москва)

Ученые, занимающиеся вопросами изучения института государственной службы, дают различные определения. Однако все они едины в том, что определение, обозначенное в ФЗ от 27.07.2004 N79-ФЗ, является базовым и не отражает все особенности данного института.

Правое регулирование государственной службы осуществляется различными нормативно-правовыми актами на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации.

Ключевые слова: государственная служба, государственный служащий, правовое регулирование гражданской службы субъекта РФ.

В последнее десятилетие наблюдается непрерывный рост специального законодательства, регулирующего служебные отношения и государственную службу в целом, сопровождающийся консолидацией правовых положений деятельности государственной службы, что отражает сложное взаимодействие и взаимовлияние отдельных отраслей права при правовом регулировании государственной службы.

В условиях современного этапа реформирования государственной службы РФ также не утрачивает актуальности поиск возможностей по совершенствованию самого института государственной службы, работы органов управления, повышения мотивации труда с целью повышения результативности профессиональной деятельности государственных гражданских служащих и др.

В РФ практически отсутствуют государственные гарантии карьерного роста государственных служащих, защита прав и интересов государственных служащих осуществляется, в основном, самостоятельно, либо посредством обращения в государственные органы защиты прав.

Стоит отметить, что в стране слабо развито общественное направление защиты прав и интересов государственных служащих. Деятельность профсоюзов демонстрирует низкую эффективность в силу ограниченности их прав.

Как известно, в России денежное вознаграждение государственных служащих ограничено заработной платой. Кроме нее, государственные служащие не получают какого-либо весомого материального поощрения за надлежащее выполнение своей работы. Логика такого дисбаланса имеет свои исторические причины: служение обществу — есть особая деятельность с этической точки зрения, она выше частных интересов. К государственным служащим предъявляются высокие моральные требования. Как следствие, существуют нерешенные проблемы мотивации труда персонала в сфере государственной службы и как следствие низкий авторитет государственного служащего.

На мой взгляд, проблема, связанная с низкой мотивацией труда государственных служащих и как следствие снижение престижности государственной службы, является более весомой. Целесообразно выделить следующие нерешенные проблемы мотивации труда персонала в сфере государственной службы:

— имеет место игнорирование индивидуальности отдельного работника, в результате руководитель зачастую не в состоянии определить факторы, влияющие на улучшение качества труда государственного служащего;

— существует практика жесткой фиксации размеров заработной платы, снижающая стимулы к эффективному труду. Оплата труда государственных служащих производится за выполнение ими функциональных обязанностей и работ, предусмотренных должностными инструкциями. Государственные служащие обязаны отчитываться о своих доходах, не имеют права принимать подарки, а непосредственный размер оклада для вновь поступающих на работу оказывается недостаточно привлекательным;

— руководители не всегда обращают должное внимание на улучшение психологического климата в коллективе. Обилие запретов и ограничений, связанных с прохождением государственной службы, в совокупности с пристальным вниманием надзорных органов к осуществляемой государственными служащими деятельности создает неблагоприятный морально-психологический климат. Это напрямую влияет на степень удовлетворенности сотрудников осуществляемой деятельностью, привлекательность государственной службы в целом, в конечном счете — на эффективность работы сотрудников;

— отсутствие прямой зависимости размера премии от конкретных результатов работы государственных служащих: премия перестала выполнять свою главную — стимулирующую функцию и превратилась в простую надбавку к должностному окладу.

Поскольку возможности использования материальных мер стимулирования в органах государственной власти ограничены действующим законодательством, то руководству приходится применять методы стимулирования нематери-

ального характера. Оценка выбора мотивационного стимула для каждого работника индивидуальна, и часто носит субъективный характер.

Можно предложить следующие решения данных проблем по совершенствованию действующей системы стимулирования персонала:

- внедрить оптимальные мотивационные практики и системы материального стимулирования, что положительно скажется на общем психологическом климате;
- улучшить взаимоотношения между служащим и руководителем;
- снизить текучесть кадров;
- повысить чувство коллективизма, профессиональной гордости.

Следует учитывать, что значимым является тот факт, что государственная служба еще не завоевала большого доверия граждан нашей страны. Можно определить следующие факторы, которые будут способствовать повышению общественного доверия:

- большая направленность государства на противодействие коррупции в деятельности государственной службы, а также пресечении коррупционных проявлений;

— повышение профессионализма и компетентности государственных служащих, а также патриотическое и нравственное воспитание государственных служащих;

— уважительное общение кадрового состава государственной службы между собой и с гражданами.

Развитие государственной службы, достижение ею целей, стоящих перед обществом сегодня, создание перспективы и образа будущего требуют решения комплексных задач и релевантных подходов. Не меньшего внимания требуют потребность в выработке общих правил и принципов обработки данных, обеспечение доступа к госсервисам для всех категорий граждан. Задача формирования культуры чиновника будущего, обладающего определенными ценностями, — во многом определяющая для создания образа будущего государства и общества в целом.

Таким образом, можно отметить, что, несмотря на непрерывное реформирование института государственной службы, остается ряд нерешенных проблем. Результат во многом зависит от осознания проблем, имеющих место в сфере государственного управления и государственной службы, формулирования стратегических целей и тактических задач.

Литература:

1. Аипова Е. А. Институт государственной гражданской службы в России: современные проблемы // Контентус. 2019. № 11. С. 377–381
2. Актуальные вопросы теории и практики реализации публичной власти: сб. науч. тр. по материалам IV Ежегодных Саратовских административно-правовых чтений (Междунар. научно-практ. конф.) (Саратов, 11–12 октября 2018 г.) / под ред. А. Ю. Соколова; [редкол.: А. Ю. Соколов и др.]; ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия». — Саратов: «ИП Коваль Ю. В.», 2018. — 232 с
3. Зенков М. Ю. Конституционно-правовые основы системы государственной службы Российской Федерации // Развитие территорий. 2018. № 4. С. 6–9
4. Солдатов А. П., Братановский С. Н. Государственная служба: историко-правовое исследование // Труды Академии управления МВД России. 2020. № 3. С. 129–139
5. Топоркова М. К. Актуальные вопросы совершенствования института государственной службы в системе государственного управления в России // Образование и право. 2022. № 2. С. 122–125
6. Турчинов А. И. Целостность государственной службы в системе государственного управления России // Государственная служба в современной России. 2003. № 2003. С. 8–22
7. Шедий М. В. Направления антикоррупционной политики в системе государственной службы современной России // Вестник ПАГС. 2020. № 1. С. 4–10
8. Яковлева М. А. Государственная служба в системе социального управления в России // Теория и практика общественного развития. 2018. № 8. С. 22–25

Комплексный анализ и оценка существующих рисков предприятия в условиях изменения социально-экономической обстановки

Молчанов Сергей Викторович, генеральный директор
ООО «СК-СМ» (г. Хабаровск)

В статье представлен краткий анализ подхода к пониманию сущности риска ведения хозяйственной деятельности коммерческого предприятия. Представлен краткий анализ актуальной для конкретного предприятия рыночной ситуации и степень потенциального влияния тех или иных риск-факторов, определенная на основе метода экспертных оценок.

Ключевые слова: риск, предприятие, управление рисками, степень влияния, экспертная оценка.

Современная социально-экономическая обстановка в нашей стране характеризуется возникновением все новых и постоянно возрастающих «вызовов», являющихся, по своей сущности, уникальными кризисными явлениями, прогнозирование которых возможно лишь с учетом всестороннего анализа макро-, мезо- и микроуровня.

В действительности, диапазон кризисных явлений, затрагивающих экономику нашей страны, сводится к влиянию ограниченного числа рисков. Риск является постоянным спутником любого коммерческого предприятия в нашей стране, однако, при должном уровне изучения, риск перестает представлять опасность для самого факта существования предприятия и становится лишь одним из множества факторов его (предприятия) функционирования.

В многообразии теоретического понимания сущности и содержания понятия «риск» отмечено несколько важных для практической деятельности коммерческих предприятий тенденций: риск сопряжен с рискованной ситуацией и ситуацией неопределенности и предполагает неоднозначность исхода создавшейся ситуации; как экономическая категория «риск» воспринимается как ситуация неопределенности, рискованная ситуация с возможностью получения ущерба; риск как производимое субъектом действие обладает свойством альтернатив-

ности и возможностью выбора с целью избегания ущерба; риск как деятельность предполагает выявление возможностей избегания ущерба — возможность управления причинами и последствиями риска (устранение причин риска, минимизация последствий ситуации рисков и т.д.). [2]

Осознав риск как субъективно-объективную характеристику деятельности предприятия, возможно представить вариативность классификаций рисков, где в отдельную группу выделены экономические риски, имеющие многообразие форм, проявляющиеся на всех этапах жизненного цикла предприятия.

Минимизация экономических рисков — одна из форм профилактики экономических рисков, осуществляемой по тем их видам, которых нельзя избежать. [1]

Для того, чтобы снизить уровень влияния того или иного риска на деятельность предприятия требуется, в первую очередь, анализ специфики деятельности этого предприятия и свойственных конкретно ему рисков.

Во-вторых, необходимо провести оценку вероятности наступления рисков и, в-третьих, определить стратегию реагирования при наступлении риска.

Здесь необходимо также отметить, что часть рисков возможно нивелировать превентивными мерами. Другие же требуют формирования более устойчивой экономической и орга-

Таблица 1. Экспертная оценка конкурентоспособности ООО «Спецпромальянс»

| Факторы конкурентоспособности | Предприятие | | | |
|---|-----------------------|----------------------|------------------------|--------------------------|
| | ООО «Спецпром-альянс» | ООО «Тех Маш Деталь» | ООО «РусСнаб-Комплект» | Компания «Специмпорт ДВ» |
| Продукт | | | | |
| Надежность | 7,67 | 7,33 | 7,33 | 7,00 |
| Срок службы | 8,67 | 8,67 | 9,33 | 9,67 |
| Технический уровень | 6,67 | 7,00 | 7,00 | 6,67 |
| Бренд товара | 6,33 | 6,67 | 7,00 | 7,33 |
| Гарантийный сервис | 9,33 | 8,67 | 9,00 | 9,00 |
| Ценовая политика | | | | |
| Оптовая цена | 8,33 | 7,33 | 7,00 | 7,67 |
| Розничная цена | 7,67 | 8,33 | 8,67 | 8,67 |
| Программа лояльности | 7,00 | 7,67 | 7,67 | 7,33 |
| Условия и порядок расчета (вариативность) | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 6,67 |
| Сбыт | | | | |
| Стратегия сбыта | 7,67 | 8,33 | 8,67 | 8,67 |
| Число нижестоящих посредников | 7,00 | 7,67 | 7,67 | 7,33 |
| Степень охвата рынка | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 6,67 |
| Регион сбыта | 8,33 | 7,33 | 6,67 | 6,33 |
| Продвижение | | | | |
| Формы рекламы | 7,67 | 8,33 | 8,67 | 8,67 |
| Размещение | 7,00 | 7,67 | 7,67 | 7,33 |
| Рекламный бюджет | 7,00 | 7,00 | 7,00 | 6,67 |
| Участие в публичных мероприятиях | 8,33 | 7,33 | 6,67 | 6,33 |

Источник: составлено автором на основе проведенного анализа

низационно-функциональной структуры. Все это обосновывает необходимость проведения оценки рисков предприятия на всех этапах его существования.

С целью оценки конкурентных рисков проведем оценку конкурентоспособности выбранного предприятия при помощи метода экспертных оценок (таблица 1). В качестве экспертов были взяты руководитель и аналитик анализируемого предприятия, а также один из аналитиков маркетингового предприятия г. Хабаровска.

Оценка каждого показателя производилась на основе 10-ти-балльной шкалы. В таблице представлен средний балл.

Как видно из представленных в таблице 1 данных, существуют некоторые слабые места у реализуемых предприятием товаров. Между тем, поскольку предприятие в большей степени не в состоянии оказывать влияние на эту группу показателей, определим, что им выполняется «максимум из возможного», а именно — предоставление максимального по своей функциональности гарантийного сервиса на реализуемый продукт.

Отметим также, что предприятие несколько отстает от своих конкурентов в части программы лояльности и розничной цены продукта, однако в полной мере компенсирует это конкурентоспособностью цен на оптовые поставки. В данном случае речь идет именно о балансе цен, достигнутом руководством таким образом. [3]

Благодаря этому предприятие сформировало наибольший регион сбыта продукции среди конкурентов и способно удерживать его, как и объем своего присутствия на рынке, при значительно меньшем количестве нижестоящих посредников.

Отдельно следует отметить, что маркетинговая (рекламная) стратегия предприятия также сформирована с учетом первоочередности оптовых продаж, ввиду чего больше внимание уделяется участию в профильных ярмарках и выставках, а не в не-

оправданно дорогой рекламе в непрофильных периодических изданиях.

Между тем, указанные показатели конкурентоспособности относятся, в первую очередь, к маркетинговому анализу предприятия, что делает их скорее следствием (индикатором) фактически наличествующих экономических рисков (индикатум).

Далее рассмотрим влияние основных обих для всех предприятий рыночных факторов. Для этого выделим пять групп факторов, определяющих внешнюю среду предприятия, и проведем анализ уровня их влияния при помощи метода экспертных оценок:

- финансово-экономические;
- политические;
- рыночные;
- технологические;
- факторы социального поведения.

Проанализированные факторы находятся в равновесном состоянии, что также подтверждает ранее полученный вывод о необходимости развития конкурентоспособности предприятия и формировании более успешной, с точки зрения рынка, экономической модели.

Отдельно отметим, что влияние таких факторов, как изменение нормативно-правового поля следует отнести к числу факторов риска, изменение которых легко прогнозируемо по средствам анализа проектов нормативно-правовых актов, в то время как показатели финансово-экономического блока в условиях текущей экономической ситуации в нашей стране представляются наиболее неустойчивыми и практически не поддающимися достаточному уровню прогнозирования.

Таким образом, единственным вариантом избежать нестабильность данного блока факторов представляется именно формирование более устойчивой экономической модели предприятия.

Литература:

1. Барсукова, М. В. Методические аспекты управления экономическими рисками и экономической безопасностью в регионе / М. В. Барсукова. — Текст: непосредственный // Вестник РУК. — 2019. — № 2 (36). — С. 12–18.
2. Голубенко, О. А. Адаптация системы управления рисками к условиям работы торговых предприятий / О. А. Голубенко, Э. В. Финаенова, О. Ю. Свекольникова. — Текст: непосредственный // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2019. — № 2 (76). — С. 54–56.
3. Лабутина, Н. Н. Формирование управленческих механизмов через риск-ориентированные подходы в управлении государственными закупками. Цифровая экономика / Н. Н. Лабутина. — Текст: непосредственный // Инновации и инвестиции. — 2019. — № 2. — С. 69–72.

Digital transformation, Absorptive Capacity and Productivity: Evidence from Vietnamese Manufacturing Firms

Nguyen Thuy Trang, master, teacher
Thuyloi University (Hanoi, Vietnam)

Nguyen Khac Minh, doctor of economic sciences, professor
Thang Long University (Hanoi, Vietnam)

This paper analyses whether digital transformation improves productivity using firm-level data of manufacturing in Vietnam in 2020. This includes examining the importance of absorptive capacity in enhancing productivity gains from digital transformation. Overall, we highlight the

strong direct contribution of digital transformation to firm's productivity. Specifically, it is shown that a firm that uses Internet for e-commerce and/or transactions with other institutes, has its own website, uses operations management software, spends on software, and has an automatic mechanism for operating will boost the performance of firms. Our results also support the mediating role of absorptive capacity in enhancing the positive effects of digitalization on productivity.

Keywords: digital transformation, absorptive capacity, productivity.

Industry 4.0's rapid technological advancements have urged businesses and organizations to adopt new digital-based systems and incorporate knowledge-intensive components to achieve their desired innovation performance in the changing environment of the new digital world (Mubarak & Petraite, 2020; Muller et al., 2018). Because these new digital technologies offer a critical set of instruments that improve firms' agility as a reaction mechanism of adaptation to unexpected market difficulties, their adoption was significantly accelerated by the pressures brought on by the COVID-19 pandemic (Wei et al., 2017).

Digital transformation refers to the adoption of new technologies, changing organizational structures, using social media and e-platforms to interact with users, opening new channels of sales, and/or establishing new ways of doing business to create «entirely new business models that undermine existing ways of delivering services» (Mergel & Haug, 2019; Scuotto et al., 2022; Tekic & Koroteeve, 2019).

Extant research has focuses on a variety of aspects related to digital transformation, but mostly on its impacts on innovation (Muller et al., 2018), direct and indirect gains in terms of production efficiency, overall performance (e.g., return on sales), and product quality (Blichfeldt & Faullant, 2021; Daleogare et al., 2018; Porter & Heppelmann, 2014;). However, a few papers investigate impact of digital transformation on productivity and the role of absorptive capacity within this relationship. This paper focuses on effect of digital transformation in Vietnam as the country is pushing for digital transformation at a national scale. According to the World Bank, the use of digital platforms, e-commerce sites, social networks and specialized applications in Vietnam has increased sharply in response to the COVID-19 epidemic, from 48% businesses in June 2020 to 73% in January 2021. During the same period, the rate of enterprises investing in digital solutions — such as installing equipment and software for business operations — quadrupled from 5% to 21%. In addition, the Vietnamese Government has stepped up efforts to streamline procedures and provide public services to the people through digital tools. The number of online public services increased from 169 in March 2020 to over 1,900 services in October 2020.

In the light of the above, the aim of this paper is to study the impact of digital transformation on productivity, using evidence from the Vietnam manufacturing sector. Furthermore, the paper explores the role of absorptive capacity as a mediating factor in the creation of productivity. Building on this main research question, the contribution of this paper is two-fold. First, to investigate the impact of digital transformation on productivity of firms, and second, to evaluate the role of absorptive capacity as an antecedent of the digital transformation.

The empirical research is based on a Vietnamese Economic Census to firms and investigates the contribution of digital transformation and absorptive capacity to productivity of a diverse sample of

83,681 Vietnamese manufacturing firm. Overall, our findings support to some extent that the emerging digital technologies contribute to productivity. However, our analysis goes deeper into the mechanism through which digitalization can play a positive role for supporting and enhancing productivity. Specifically, it is shown that a firm that uses Internet for e-commerce and/or transactions with other institutes, has its own website, uses operations management software, spends on software, and has an automatic mechanism for operating will boost the productivity of firms. Our results also support the important mediating role of absorptive capacity in enhancing the positive effects of digitalization as the integration of new digital business functions, accessing to next generation network technologies, and transaction with other institutions can enhance and support learning process and build the absorptive capacity of domestic firms, which in turn increase firm's productivity.

The remainder of this paper is structured as follows. In the second section, we discuss the theoretical implications that provide the background for the formulation of our research hypotheses. In the third section, we present the empirical research, including the methodology, the formulation of the variables, and the estimation technique. In the fourth section, we present the empirical results and discussion. A final section provides some limitations of the research and future research steps.

Theory development

Digital transformation

There are different perspectives in the literature when studying the digital transformation at the firm level but to some extent, there is a consensus that digital transformation is about adopting new technologies, changing organizational structures, using social media and e-platforms to interact with users, opening new channels of sales, and/or establishing new ways of doing business (Scuotto et al., 2022; Tekic & Koroteeve, 2019). It is widely acknowledged that emerging digital technologies accelerate innovation through organizational transformation (Boeker et al., 2021; Vertegen et al., 2019). Internet expansion, e-commerce development, and use of emerging technologies such as IoT, artificial intelligences, and blockchain increase opportunities for firms to enter global markets and reach customers all over the world.

Extant research has focuses on a variety of aspects related to digital transformation, but mostly on its impacts on innovation (Muller et al., 2018), direct and indirect gains in terms of production efficiency, overall performance (e.g., return on sales), and product quality (Blichfeldt and Faullant, 2021; Daleogare et al., 2018; Porter and Heppelmann, 2014).

Theoretically, digital transformation can be a good source for the development of firm's performance. Digital technologies' adoption

can rapidly change the knowledge generation process of firms as it relates to the successful integration and exploitation of advanced ICTs in the firm's functions (Brynjoffson & McAfee, 2014). It is possible to find empirical evidence for this argument from existing studies. More specifically, Kastelli et al. (2022) finds a positive direct contribution of digital capacity to innovation performance on Greek firms. In the case of Vietnam, the positive relationships between digital transformation, human capital and firm performance are explored (Ghi et al., 2022). Therefore, we formulate our first research hypothesis:

Hypothesis 1: Digital transformation has positive impact on the productivity of firms.

However, digital transformation is not only about adopting digital technologies, as the effective use of technologies is a crucial factor in the digitalization process (Zammuto et al., 2007). These technologies have strong complementarities because their adoption requires the incorporation of complex systems with interconnected tangible and intangible parts, as well as technical and managerial skills, organizational capital, innovation, and financing capacity. (OECD, 2019). Employees must develop a set of metaskills to adapt and/or expand their existing skill set in response to the evolution and ever-expanding introduction of new digital technologies during this digitalization process. (Ciarlic et al., 2021). Building on this implication, this study puts forward the argument that firm's performance depends not only on digital capability directly, but also on the firm's existing knowledge base and its own capabilities to acquire, assimilate and effectively use digital technologies for the creation of new value. In this line, we suggest that digital transformation also occurs in the presence of absorptive capacity.

The meditating role of absorptive capacity

The term «absorptive capacity» has been initially defined as «to identify value of external knowledge before assimilating and applying them into commercial ends» (Cohen & Levinthal, 1989, 1990). Then, the authors supplement that absorptive capacity is not only about external knowledge recognition and exploitation but also the ability to predict future knowledge (Cohen & Levinthal, 1994). After Cohen and Levinthal, many authors expand or reify the firm's absorptive capacity (Zahra and George, 2002; Lane et al., 2006) but to some extent, there is a consensus that absorptive capacity is firm's competitive advantage. Zahra and George (2002) state that absorptive capacity is a dynamic capability that directly affects the competitiveness of a firm. Tu et al. (2006) supports the perspective and suggest a broader definition, stating that absorptive capacity should be an organizational mechanism that helps to identify and assimilate both internal and external knowledge and apply it to improve the productivity of a firm. Martinkenaite and Breunig (2015) argue that individual and organizational absorptive capacity are different; therefore, a firm's absorptive capacity requires the interaction between micro level (individual) and macro level (firm). From another perspective, some papers value the importance of inter-firm factors when studying the absorptive capacity of firms. Lane et al. (2006) concludes that there are 07 themes of absorptive capacity: external knowledge, organizational structure, organizational scope, organizational learning, and innovation. Therefore, firm's absorptive capacity could depend on external factors such as type of external knowledge but majorly depend on firm specific factors.

From a knowledge-based view, absorptive capacity is crucial for developing and increasing a firm's learning capacity (Volberda et al., 2010). Some scholars have confirmed that absorptive capacity enhances manufacturing abilities, and thus, firm performance (Tu et al., 2006; Patel Terijesen & Li 2012; Zhang et al., 2015). The use of artificial intelligence and the ability to make decisions based on big data analysis and exploitation strengthen the interconnection of organizations and their ability to seize and exploit opportunities through the innovation process. Meanwhile, social interactions, as well as the way information and knowledge management, integration, and exploitation are carried out, can significantly contribute to the development of organizational absorptive capacity (Tu et al., 2006; Patel Terijesen & Li 2012; Zhang et al., 2015).

From a technology-based view, absorptive capacity contributes to technological effort and capability (Srivastava et al., 2015) and technological change increases labour productivity (Samuelson & Nordhaus 2009). Sanchez-Sellero et al. (2015) find that innovation activities in firms (both relating to product and process innovations) help to improve employee's knowledge absorption and productivity which, in turn, have a positive impact on firm performance. As emerging digital technologies rapidly transform into competitive assets in the innovation activity, and the rate of technological advancement accelerates, firms must develop their capacity to recognize opportunities derived from the exploitation of these technologies, assimilate, and incorporate them into their strategic management, and create new propositions that build new competitive advantages (Mubarak & Petraite, 2020; Rego et al., 2021; Scuotto et al., 2017; Siachou et al., 2021). Because of the exponential change in digital technologies, firms must have a knowledge base to either follow advances and integrate them into their production and management practices, or to leapfrog towards new ways of delivering value, bridging the gap between what is known and what had to be established. Learning and assimilation of external knowledge become critical in the process of digital transformation and its successful application in all aspects of the firm in this context (Mubarak and Petraite, 2020; Rego et al., 2021; Scuotto et al., 2017; Siachou et al., 2021). Although scholars have indicated that the mediating role of absorptive capacity between digital transformation and firm productivity, empirical research on this is rare. Accordingly, we propose:

Hypothesis 2: Absorptive capacity mediates the relationship between digital transformation and firm productivity.

Method and data

Estimation model

For estimating purpose, the log-linear production function (Aitken & Harrison, 1999; Konings, 2001) of the firms is applied (Equation (1)). The main purpose of the regression is to estimate the effect of digital transformation on the performance of firms.

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 AC_{i-1} + \beta_2 DIG_i + \beta_3 X_{ij} + \epsilon_{ij} \quad (1)$$

where i is firm i ; Y is productivity of firm and in logarithm transformation; DIG is digital transformation; ABC is absorptive capacity of firm. X is the set of other control variables including capital intensity, human capital, firm size, capital share, concentration index and institution.

Then, the interaction terms are created to examine the mediating role of absorptive capacity (AC) in the link from digital transformation to firm performance.

$$y_i = + {}_1AC_{i-1} + {}_2DIG_i + {}_3DIG_i * AC_i + {}_4X_{ij} + \epsilon_{ij} \quad (2)$$

Construction of productivity and absorptive capacity and description of control variables are specified below.

Productivity — Dependent variable:

As a residual of a production function (also known as Solow’s residual), total factor productivity (TFP) includes everything that is not measured by physical factors. Its difference over time will measure changes in non-technical efficiency, such as creativity, managerial aptitude, and all the knowledge that comes from global improvements and regional knowledge. As a result of the variation in technological efficiency with which these factors are employed, this residual can be interpreted as the rate of product growth that exceeds the rate of capital growth or as growth that is not explained by production factors. (Lesage & Rober, 2009).

To perform the calculation of TFP, the value of which is the result of the estimate of Cobb-Douglas production function, we used the following proxies: gross sales revenue is used as a proxy for product; total fixed assets is used as a proxy for capital; and as a proxy for labour, legal labour obligation is used since this variable represents a fixed percentage of paid wages.

Usually, starting from a Cobb-Douglas framework (Behera, 2017) the TFP estimation is performed by using the semiparametric procedure of Levinsohn and Petrin (2003) (LP), since the problem of simultaneity associated with the choice of inputs makes parameters estimation by ordinary least squares (OLS) inconsistent. By using an intermediate input demand function, this procedure solves the problem of endogeneity. Nevertheless, recent literature shows that while addressing the correlation between input levels and productivity shocks for the TFP computation, the consolidated methods of Olley and Pakes (1996), Levinsohn and Petrin (2003) may yields estimates that suffer from functional dependence problems. Accordingly, using a technique more general than that proposed by Wooldridge (2009), Ackerber (ACF) propose an estimator that invest input demand functions that are conditional on the choice of the labour input. Given data availability, we followed Morales and Moreno (2020) to choose the ACF correction in the OP method to calculate the TFP.

Absorptive capacity

To measure the firm’s level of absorptive capacity (AC) we follow the widely employed used by studies, such as Girma (2005) and Morales and Moreno (2020), which use the technological frontier distance (technology gap) as a proxy, as shown as follows in equation (3).

$$AC_{it} = \frac{TFP_{it}}{\max(TFP_{it})} \quad (3)$$

where TFP is total factor productivity of firm i and max (TFP) is maximum value of total factor productivity of firm in the same industry.

Digital transformation

DIG_i is firm’s digital transformation, and is obtained from the responses to the Economic Census questionnaire as follows.

– *E-Commerce* = Does enterprise use Internet for E-commerce? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise)

– *Transaction* = Does enterprise use Internet for transaction with other institutes, organizations such as bank, stock market? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise)

– *Website* = Does enterprise have its own website? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise)

– *Introduction* (Product introduction and/or market research) = Does enterprise use Internet for product introduction and/or market research? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise)

– *Software* = Does enterprise use operations management software? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise)

– *Spending* = Does enterprise spend on software? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise)

– *Automatic* = Does this establishment have an automatic mechanism for operating? (a binary variable that takes unity if the answer is «Yes», zero otherwise).

We capture the effect of digital transformation through the adoption of two different technologies, namely: management based I4.0 technology and product based I4.0 technology.

It is expected that the adoption and use of management-based technologies including the use of big data analytics (proxied by *introduction*), access to next generation network technologies (proxied by *software* and *spending*), integration of new digital business functions (proxied by *ecommerce*), and use of website (proxied by *website*) will contribute to firms’ productivity. It is also expected that the adoption and use of product-based technologies will contribute to firm’s productivity. These technologies are tangible and directly relate to the production process per se, including new production planning systems, advanced solutions for product quality control, supply chain technologies that relate to advanced systems for communication with partners/suppliers/customers, and predictive maintenance and workspace safety systems. In this research, the adoption and use of product-based technologies is proxied by *automatic*.

Control variables. We also consider a set of controls since firm characteristics may affect firm performance. First, capital intensity, human capital, firm size, and financial leverage were applied as firm-level controls. Human capital is proxied by wage level assuming that higher skilled labour can receive higher wage, therefore, if a firm pays higher wage per cap, it can have better human capital. It is constructed by the ratio between wage level of individual and the highest wage level in the same industry.

It is also interesting to establish control regarding the market concentration environment to which a particular firm is exposed. As such information is not accounted for by the public Vietnamese statistic agencies or trade associations, a proxy was applied to construct a modified version of the Herfindahl Hirschman index (Herf) presented in (4) and where Si is the market share and N is the number of firms operating in a specific sector.

$$Herf = \sum_{i=1}^N (S_i)^2 \quad (4)$$

Finally, *institution* is a provincial variable which is collected from PCI index in Vietnam. This index allows us to compare the institutions environment among provinces in Vietnam.

Data

To test the proposed hypotheses, we utilised data from Vietnam Economic Census. The database includes basic information of firms including operating industries, output, total labour, fixed capital, and wage of workers. The Vietnam Economic Census in 2020 also includes information about use of compute and Internet. After excluding missing values, our sample includes 83,681 observations for the analysis.

The sample used in the present study allowed us to evaluate their business practices and the mediating model linking absorptive capacity to firm performance via digital transformation within a national context. Specifically, Panel A of Table 1 shows the distribution of the sample across 24 manufacturing sectors. The top three sectors are (1) Fabricated Metal, (2) Food, and (3) Apparel representing 35.6% of the sample. Panel B of Table 1 displays the research & development and the use of Internet taken by the sample firms. Panel C of Table 1 presents the characteristics of our sample including productivity, capital intensity,

human capital, firm size, financial leverage, absorptive capacity and the two control variables namely: industry concentration and institution.

According to General Statistics Office of Vietnam, the manufacturing sectors have the largest GDP proportion in Vietnam in 2021 which comprises 25.2% of total GDP share. This industry also accounted for 95.1 per cent of total exports in the same period, with two key sectors being electronics and textiles. Hence, these authors have selected the manufacturing sector in Vietnam to test the above-mentioned hypotheses. Many large enterprises have boldly invested in building smart factories with a production control system, automatic line connection and seamless data transmission, such as Thaco Mazda, VinFast complexes in Dinh Vu-Cat Hai Economic Zone (Haiphong), Vinamilk dairy factory (Binh Duong), and Rang Dong plastic factory (Long An) among others.

Empirical Findings

Effects of digital transformation on productivity

The hypothesis 1 and hypothesis 2 are examined by exploring the regression results of the models in Equation (1) and (2) respectively.

Table 1. Descriptive statistics of the sample firms

| Panel A: Distribution of the sample firms across industries | | | | | |
|---|----------------|-----------------|--|----------------|-----------------|
| Industry | Firm frequency | Firm percentage | Industry | Firm frequency | Firm percentage |
| Food | 7,069 | 8.45% | Rubber & Plastic | 5,470 | 6.54% |
| Beverages | 1,627 | 1.94% | Other non-metallic minerals | 5,017 | 6.00% |
| Tobacco | 23 | 0.03% | Basic Metals | 1,404 | 1.68% |
| Textile | 3,633 | 4.34% | Fabricated Metal | 16,380 | 19.57% |
| Apparel | 6,311 | 7.54% | 26 Computers | 1,922 | 2.30% |
| Leather & Footwear | 2,104 | 2.51% | Electrical Equipment | 1,529 | 1.83% |
| Wood | 5,431 | 6.49% | Machinery | 1,929 | 2.31% |
| Paper & Printing | 2,740 | 3.27% | Motor and Trailers | 513 | 0.61% |
| Printing & Media | 5,613 | 6.71% | Other Transport Equipment | 610 | 0.73% |
| Coke & refined petroleum | 104 | 0.12% | Furniture | 4,341 | 5.19% |
| Chemicals | 3,809 | 4.55% | Other Manufacturing | 2,178 | 2.60% |
| Pharmaceutical | 433 | 0.52% | Repair & Installation of Machinery and Equipment | 3,495 | 4.18% |
| Panel B: Research & Development and Use of Internet | | | | | |
| R&D and use of Internet | Number | Total share | R&D and use of Internet | Number | Total share |
| R&D | 3,764 | 4.50% | Ecommerce | 44,479 | 53.15% |
| Introduction | 19,888 | 23.77% | Software | 23,018 | 27.51% |
| Transaction | 44,138 | 52.74% | Automatic | 7,989 | 9.55% |
| Website | 7,387 | 8.83% | Spending | 14,935 | 17.85% |
| Panel C: Characteristics of the sample firms | | | | | |
| Variable | Obs | Mean | Std. Dev. | Min | Max |
| Productivity | 83,685 | 3.332 | 1.521 | -7.915 | 19.118 |
| Capital intensity | 83,685 | 1575.542 | 32200.491 | .001 | 8805031 |
| Human capital | 83,685 | 5551.245 | 1589367.5 | .016 | 4.598e+08 |
| Firm size | 83,685 | 2.4 | 1.569 | .693 | 10.96 |
| Financial leverage | 83,685 | .445 | .323 | 0 | 1 |
| Industry concentration | 83,685 | .019 | .032 | .002 | .348 |
| Institution | 83,685 | 65.208 | 3.04 | 59.61 | 75.09 |
| Absorptive Capacity | 83,685 | 44.958 | 33.156 | 0 | 100 |

Firstly, the model is run without interaction terms between digital transformation and absorptive capacity to examine the main effect of digital transformation on the firms’ performance (the Model 1). Then, the mediating role of absorptive capacity is tested by adding the interaction terms (the Model 2).

The regression results from the first column of Table 2 shows that apart from capital intensity and human capital, firm size, research and development, financial leverage have positive effects on the performance of firms. More specifically, 1% increase in *financial leverage* may lead to 0.851% increase in the added value created by the firms. Not surprisingly, the implement of research and development (*R&D*) is an important factor when having R&D activities will boost 0.064% of the performance of firms. Meanwhile, the negative impact of *industry concentration* is approved when 1% rise in industry concentration causes 0.266% reduction from firms. Similarly, the coefficient of absorptive capacity (*AC*) is negative and statistically significant, and it implies that absorptive capacity negatively affects the performance of firms.

Essentially, the Model 1 detects the positive influences of digital transformation on firm’s performance except *introduction*. The positive and significant of *transaction*, *website*, *ecommerce*, *software*, *automatic*, and *spending* indicate that a firm that uses Internet for E-commerce and/or transactions with other institutes, has its own website, uses operations management software, spends on software, and has an automatic mechanism for operating will boost the performance of firms.

The second column of Table 2 displays the regression results after adding the interaction terms between digital transformation and absorptive capacity (*AC*). The mediating role of absorptive capacity in the effect of digital transformation on firm’s performance can observed in some aspects of digital transformation when the coefficients of *website*AC*, *ecommerce*AC*, *software*AC* are all positive and statistically significant. Apparently, the integration of new digital business functions, accessing to next generation network technologies, and transaction with other institutions can enhance and support learning process and build the absorptive capacity of domestic firms.

Table 2. Digital transformation, absorptive capacity, and productivity

| Dependent variable: lnTFPt | Direct effect (1) | Indirect effect (2) | Domestic firm (3) | Foreign firm (4) |
|------------------------------|--------------------|-----------------------|-------------------|--------------------|
| Capital intensity | -0.000 (0.000) | -0.000 (0.000) | -0.000 (0.000) | 0.000 (0.000) |
| Human capital | 0.000(0.000) | 0.000(0.000) | 0.000(0.000) | 0.000(0.000) |
| Firm size | 0.237(0.003) | 0.277(0.003) | 0.277(0.004) | -0.003 (0.007) |
| Financial leverage | 0.851(0.015) | 0.856(0.015) | 0.968(0.016) | -0.332(0.04) |
| R&D | 0.064(0.019) | 0.265(0.019) | 0.230(0.022) | 0.315(0.028) |
| Industry Concentration | -0.266* (0.146) | -0.320** (0.148) | -0.480(0.166) | 0.809(0.25) |
| Institution | 0.017(0.001) | 0.017(0.001) | 0.0130(0.002) | 0.004 (0.003) |
| Absorptive Capacity | -0.010(0.000) | -0.012(0.000) | -0.010(0.000) | -0.022(0.001) |
| Introduction/Introduction*AC | -0.009 (0.011) | 0.000* (0.000) | 0.000 (0.000) | -0.001 (0.001) |
| Transaction/Transaction*AC | 0.080(0.001) | 0.000** (0.000135) | 0.000(0.000) | 0.001 (0.001) |
| Website/Website*AC | 0.288(0.014) | 0.002(0.000240) | 0.002(0.000) | 0.002** (0.001) |
| Ecommerce/ Ecommerce *AC | 0.079(0.010) | 0.001(0.000132) | 0.001(0.000) | 0.001 (0.001) |
| Software/Software*AC | 0.163(0.012) | 0.001(0.000) | 0.001(0.000) | 0.001 (0.001) |
| Automatic/Automatic*AC | 0.237(0.014) | -0.000 (0.000) | 0.000 (0.000) | 0.001** (0.001) |
| Spending/Spending*AC | 0.037(0.012) | -0.000(0.000188) | -0.001(0.0002) | 0.001 (0.000) |
| Constant | 1.639(0.096) | 1.649(0.097) | 1.738(0.103) | 4.912(0.229) |
| Observations | 83,681 | 83,681 | 75,059 | 8,622 |

Note: The numbers in parentheses in columns are robust standard errors. Significance at the 1 percent, 5 percent and 10 percent level is indicated by ***, ** and *.

Unfortunately, it seems that absorptive capacity cannot boost the influence of automatic mechanism for operating when the coefficient of *automatic*AC* is not statistically significant. The estimation results are explainable because only 6% of businesses in Vietnam used cloud computing for business tasks and under 2% of businesses used big data or artificial intelligence for marketing (World Bank, 2021). At the same time, only about 6% of manufacturing enterprises used additive manufacturing (AM) or other advanced techniques, and less than 2% used robots. The low level of digital innovation in the private sector is explained by limited business needs, inadequate government support and underdeveloped «digital» businesses.

Effects of digital transformation on productivity by firms

Up to now, the hypothesis 1 and hypothesis 2 are tested, and it is possible to argue that digital transformation has positive effects on the productivity of firms and absorptive capacity plays a mediating role in this relationship. As the impact of digital transformation depends on absorptive capacity, we will capture the effect of digital transformation for domestic and foreign firms separately from all firms.

The regression results from the third column of Table 2 shows that only domestic firms report the mediating effect of absorptive capacity in the link between the use of Internet for e-commerce and productivity when *transaction*AC* is positive and statistically significant. At the same time, significance of *software*AC* shows that absorptive capacity can be a catalyst to improve the effect of using operations management software on the performance of domestic firms. Apparently, the integration of new digital business functions, accessing to next generation network technologies, and transaction with other institutions can enhance and support learning process and build the absorptive capacity of domestic firms.

Regarding foreign firms, no evidence of mediating role of absorptive capacity in the link between digital transformation and productivity can be found in foreign firms based on the regression results shown in the fourth column of Table 2. However, the use of automatic mechanism for operating affects positively for foreign firms' productivity, subject to absorptive capacity.

Effects of digital transformation on productivity by technology intensity

To further evaluate the mediating effect of absorptive capacity in the relationship between digital transformation and productivity by technology intensity, the results are organized into groups based on technological intensity: (1) high technology (HT), (2) medium high technology (MHT), (3) medium low technology (MLT), and (4) low technology (LT) (see Table A1 in Appendix).

Regarding the management-based technology adoption, the empirical findings show that almost all groups (except LT sectors) improve productivity through owning website. Apparently, the operation of website helps firm to enhance social interactions with their suppliers, customers, and other shareholders, which in turns increasing ability to absorb external knowledge and technology. Meanwhile, only HT firms report significant and positive effects on productivity from the use of Internet for product introduction purpose.

This indicates that firms with the requisite levels of absorptive capacity tend to benefit from the use of Internet for production introduction and market search.

We also found that the integration of new digital business functions (for example, e-commerce) plays a positive role in the productivity of HT, MLT and LT firms. Similarly, accessing to next generation network technologies (e.g, software) fosters productivity of MLT and LT firms. However, spending on software hampers the productivity of MHT and LT firms. It is frequently stated that LT firms have low absorptive capacity due to low skills among workers and less sophisticated managerial practices when compared to MNCs or large firms. A low skilled workers and less sophisticated managerial practices may explain why firms in LT are unable to adopt technology and increase productivity.

Regarding the product based technology adoption, the empirical findings show that the use of automatic mechanism has a dampening effect on productivity of firms within HT and LT sectors. As noted in the literature, workforce skills, capabilities, and competencies are diverse, complex, and dynamic, suggesting that the HT and LT sectors may lack complementary skills among workers to tackle the productivity challenges that their sector demand. According to the digital maturity survey conducted by ABeam Consulting in five Southeast Asian countries, the digital transformation vision and strategy are currently at an ideal level, but the lack of clear direction and practical experience can lead to unsuccessful conversions.

Conclusion

This study builds on previous literature (Blichfeldt and Faullant, 2021; Daleogare et al., 2018; Kagermann, 2015; Porter and Heppelmann, 2014; Yunis et al., 2018) that puts emphasis on the role of digital transformation in accelerating firm's productivity they generate new value through digitally driven business models, radically new products, transformation of the firm's knowledge base, creation of new solutions to existing needs, and restructuring of business functions. Productivity is a complex process relying among other things on prior knowledge and intensity of efforts or commitment in problem solving and on interaction with external sources of knowledge. As presented in our theoretical discussion, variety of aspects related to digital transformation are studied, but mostly on its impacts on innovation (Muller et al., 2018), direct and indirect gains in terms of production efficiency, overall performance (e.g., return on sales), and product quality (Blichfeldt and Faullant, 2021; Daleogare et al., 2018; Kagermann, 2015; Porter and Heppelmann, 2014; Yunis et al., 2018). However, a few papers investigate impact of digital transformation on productivity and the role of absorptive capacity within this relationship. We expand this discussion and study the contribution of digital transformation on firm performance, proposing the mediating role of absorptive capacity in the context of digital transformation.

The empirical analysis concerns the specific case of the Vietnam manufacturing industry. Our results highlight the strong direct contribution of digital transformation to firm performance. Specifically, it is shown that a firm that uses Internet for e-commerce and/or transactions with other institutes, has its own website, uses operations management software, spends on software, and has an auto-

matic mechanism for operating will boost the performance of firms. Our findings also support the critical role of absorptive capacity in enhancing the positive effects of digitalization, as the integration of new digital business functions, access to next generation network technologies, and transactions with other institutions can enhance and support the learning process and build the absorptive capacity of domestic firms, increasing firm productivity.

When capturing the effect of digital transformation for domestic and foreign firms separately from all firms, our findings show that only domestic firms report the mediating effect of absorptive capacity in the link between the use of Internet for e-commerce and operations management software and productivity. Meanwhile, the use of automatic mechanism for operating affects positively for foreign firm’s productivity, subject to absorptive capacity.

Regarding technology intensity, the empirical findings show that almost all groups (except LT sectors) improve productivity through

owning website and the integration of new digital business functions (for example, e-commerce) plays a positive role in the productivity of HT, MLT and LT firms. Meanwhile, only HT firms report significant and positive effects on productivity from the use of Internet for product introduction purpose and only MLT and LT firms benefits from accessing to next generation network technologies (e.g, software).

Our findings have significant implications for business managers and policy makers. When accelerating digital transformation, Vietnamese businesses should think about the need for improvement in other aspects of their business ecosystems that are related to productivity. Simultaneously, policy design and implementation should consider the diversity of firms’ capabilities and foster the upgrading process not only in terms of digital transformation adoption, but also in terms of their ability to integrate and assimilate new knowledge and transform it into firm performance.

Appendix

Table A1. Classification of high technology and low technology

| High Technology | Medium-High Technology | Medium-Low Technology | Low-Technology |
|-------------------------------------|-------------------------------|--|------------------------|
| Code/Subsector | Code/Subsector | Code/Subsector | Code/Subsector |
| 21. Pharmaceutical | 27. Electrical Equipment | 19. Coke & refined petroleum | 10. Food |
| 6. Computers & Peripheral Equipment | 28. Machinery | 20. Chemicals | 11. Beverages |
| | 29. Motor and Trailers | 22. Rubber & Plastic | 12. Tobacco |
| | 30. Other Transport Equipment | 23. Other non-metallic minerals | 13. Textile |
| | | 24. Basic Metals | 14. Apparel |
| | | 25. Fabricated Metal | 15. Leather & Footwear |
| | | 33. Repair & Installation of Machinery and Equipment | 16. Wood |
| | | | 17. Paper & Printing |
| | | | 18. Printing & Media |
| | 31. Furniture | | |
| | | 32. Other Manufacturing | |

[Source: OECD, 2011, ISIC REV.3 Technology Intensity Definition]

Table A2. Reports the estimated coefficients of digital transformation

| Dependent variable: lnTFP | HT (1) | MHT (2) | MLT (3) | LT (4) |
|---------------------------|------------------|----------------|----------------|-----------------|
| Capital Intensity | 0.000(0.000) | -0.000 (0.000) | -0.000(0.000) | 0.000** (0.000) |
| Human Capital | 0.000(0.000) | 0.000(0.000) | 0.001(0.000) | 0.000(0.000) |
| Firm Size | 0.287(0.016) | 0.354(0.011) | 0.343(0.006) | 0.239(0.004) |
| Financial Leverage | 0.397(0.095) | 0.713(0.049) | 0.837(0.024) | 0.887(0.021) |
| R&D | 0.238(0.059) | 0.240(0.042) | 0.143(0.033) | 0.223(0.030) |
| Industry Concentration | -2.391** (1.062) | -0.266 (0.284) | 0.294 (0.404) | -1.139(0.206) |
| Institution | 0.044(0.010) | 0.021(0.005) | 0.010(0.002) | 0.015(0.002) |
| AC | -0.012(0.001) | -0.012(0.001) | -0.012(0.000) | -0.010(0.000) |
| Introduction*AC | 0.002** (0.001) | 0.000 (0.001) | -0.000 (0.000) | 0.000 (0.000) |

Table A2 (Continue)

| Dependent variable: lnTFP | HT (1) | MHT (2) | MLT (3) | LT (4) |
|---------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Transaction*AC | 0.000 (0.001) | 0.000 (0.000) | 0.000** (0.000) | 0.000 (0.000) |
| Website*AC | 0.002* (0.001) | 0.002(0.001) | 0.001(0.000) | 0.000 (0.000) |
| Ecommerce*AC | 0.002(0.001) | 0.001 (0.000) | 0.000(0.000) | 0.005** (0.000) |
| Software*AC | -0.000 (0.001) | 0.001 (0.001) | 0.001(0.000) | 0.001(0.000) |
| Automatic*AC | -0.002** (0.001) | -0.001 (0.001) | 0.000 (0.000) | -0.001** (0.000) |
| Spending*AC | -0.000 (0.001) | -0.001* (0.001) | -0.000 (0.000) | -0.001(0.000) |
| Constant | 0.383 (0.678) | 1.545(0.311) | 2.079(0.15) | 1.686(0.137) |
| Observations | 2,354 | 8,389 | 31,870 | 41,068 |

[Note: The numbers in parentheses in columns are robust standard errors.
Significance at the 1 percent, 5 percent and 10 percent level is indicated by ***, ** and *]

References:

- Akerberg, D., Benkard, C. L., Berry, S., & Pakes, A.. (2006). Econometric tools for analyzing market outcomes. *Handbook of econometrics*, 6, 4171–4276.
- Aitken, B. J., & Harrison, A. E. (1999). Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela. *American economic review*, 89(3), 605–618.
- Behera, S. R. (2017). Regional foreign direct investment and technology spillover: evidence across different clusters in India. *Economics of innovation and new technology*, 26(7), 596–620.
- Blichfeldt, H., & Faullant, R. (2021). Performance effects of digital technology adoption and product & service innovation—A process-industry perspective. *Technovation*, 102.
- Boeker, W., Howard, M. D., Basu, S., & Sahaym, A. (2021). Interpersonal relationships, digital technologies, and innovation in entrepreneurial ventures. *Journal of Business Research*, 125, 495–507.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. WW Norton & Company.
- Ciarli, T., Kenney, M., Massini, S., & Piscitello, L.. (n.d.). Digital technologies, innovation, and skills: Emerging trajectories and challenges. *Research Policy*, 50(7).
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1989). Innovation and learning: the two faces of R & D. *The economic journal*, 99(397), 569–596.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A.. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative science quarterly*, 128–152.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A.. (1994). Fortune favors the prepared firm. *Management science*, 40(2), 227–251.
- Dalenogare, L. S., Benitez, G. B., Ayala, N. F., & Frank, A. G. (2018). The expected contribution of Industry 4.0 technologies for industrial performance. *International Journal of production economics*, 204, 383–394.
- Ghi, T. N., Thu, N. Q., Huan, N. Q., & Trung, N. T. (2022). Human capital, digital transformation, and firm performance of startups in Vietnam. *Management*, 26(1), 26(1), 1–18.
- Girma, S. (2005). Absorptive capacity and productivity spillovers from FDI: a threshold regression analysis. *Oxford bulletin of Economics and Statistics*, 67(3), 281–306.
- Kastelli, I., Dimas, P., Stamopoulos, D., & Tsakanikas, A. (2022). Kastelli, I., Dimas, P., Stamopoulos, D., & Tsakanikas, A. (2022). Linking Digital Capacity to Innovation Performance: the Mediating Role of Absorptive Capacity. *Journal of the Knowledge Economy*,— 35.
- Keller, W. & Yeaple, S. R. (2009). Multinational enterprises, international trade, and productivity growth: firm-level evidence from the United States. *The review of economics and statistics*, 91(4), 821–831.

16. Konings, J. (2001). The effects of foreign direct investment on domestic firms: Evidence from firm-level panel data in emerging economies. *Economics of transition*, 9(3), 619–633.
17. Lane, P. J., Koka, B. R., & Pathak, S. (2006). The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of management review*, 31(4), 833–863.
18. LeSage, J., & Pace, R. K.. (2009). *Introduction to spatial econometrics*. Chapman and Hall/CRC.
19. Levinsohn, J. & Petrin, A. (2003). Estimating production functions using inputs to control for unobservables. *The review of economic studies*, 70(2), 317–341.
20. Martinkenaite-Pujanauskienė, I., & Breunig, K. J. (2015). The emergence of absorptive capacity through micro-macro level interactions. *Journal of Business Research*, 69(2), 700–708.
21. Mergel, I., Edelman, N., & Haug, N.. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government information quarterly*, 36(4).
22. Moralles, H. & Rosina Moreno, R. (2020). FDI productivity spillovers and absorptive capacity in Brazilian firms: A threshold regression analysis. *International Review of Economics & Finance*, 70, 257–272.
23. Mubarak, M. F., & Petraite, M.. (2020). Industry 4.0 technologies, digital trust and technological orientation: What matters in open innovation? *Technological Forecasting and Social Change*, 161.
24. Müller, J. M., Buliga, O., & Voigt, K. I. (2018). Fortune favors the prepared: How SMEs approach business model innovations in Industry 4.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 132, 2–17.
25. OECD. (2019). *Digitalization and productivity: A story of complementarities*.
26. Olley, S. & Pakes, A.. (1996). The dynamics of productivity in the telecommunications equipment industry. *Econometrica*, 64(6), 1263–1294.
27. Patel, P. C., Terjesen, S., & Li, D. (2012). Enhancing effects of manufacturing flexibility through operational absorptive capacity and operational ambidexterity. *Journal of Operations Management*, 30(3), 201–220.
28. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard business review*, 92(11), 64–88.
29. Rêgo, B. S., Jayantilal, S., Ferreira, J. J., & Carayannis, E. G. (2021). Rêgo, B. S., Jayantilal, S., Ferreira, J. J., & Carayannis, E. G. (2021). Digital transformation and strategic management: A systematic review of the literature. *Journal of the Knowledge Economy*, 1–28.
30. Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2009). *Economics* (19th ed.). McGraw Hill.
31. Sánchez-Sellero, P., Sánchez-Sellero, M. C., Sánchez-Sellero, F. J., & Cruz-González, M. M. (2015). Effects of innovation on technical progress in Spanish manufacturing firms. *Science, Technology and Society*, 20(1), 44–5.
32. Scuotto, V., Del Giudice, M., & Carayannis, E. G. (2017). The effect of social networking sites and absorptive capacity on SMES' innovation performance. *The Journal of Technology Transfer*, 42(2), 409–424.
33. Scuotto, V., Magni, D., Palladino, R., & Nicotra, M. (2022). Triggering disruptive technology absorptive capacity by CIOs. Explorative research on a micro-foundation lens. *Technological Forecasting and Social Change*, 174.
34. Siachou, E., Vrontis, D., & Trichina, E. (2021). Can traditional organizations be digitally transformed by themselves? The moderating role of absorptive capacity and strategic interdependence. *Journal of Business Research*, 124, 408–421.
35. Srivastava, M. K., Gnyawali, D. R., & Hatfield, D. E. (2015). Behavioral implications of absorptive capacity: The role of technological effort and technological capability in leveraging alliance network technological resources. *Technological Forecasting and Social Change*, 92, 346–358.
36. Tekic, Z., & Koroteev, D. (2019). From disruptively digital to proudly analog: A holistic typology of digital transformation strategies. *Business Horizons*, 62(6), 683–693.
37. Tu, Q., Vonderembse, M. A., Ragu-Nathan, T. S., & Sharkey, T. W. (2006). Absorptive capacity: Enhancing the assimilation of time-based manufacturing practices. *Journal of operations management*, 24(5), 692–710.
38. Verstegen, L., Houkes, W., & Reymen, I.. (2019). Configuring collective digital-technology usage in dynamic and complex design practices. *Research Policy*, 48(8).
39. Volberda, H. W., Foss, N. J., & Lyles, M. A. (2010). Perspective — Absorbing the concept of absorptive capacity: How to realize its potential in the organization field. *Organization science*, 21(4), 931–951.
40. Wei, Z., Song, X., & Wang, D.. (2017). Manufacturing flexibility, business model design, and firm performance. *International Journal of Production Economics*, 193, 87–97.
41. Wooldridge, J. M. (2009). On estimating firm-level production functions using proxy variables to control for unobservables. *Economics letters*, 104(3), 112–114.
42. Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of management review*, 27(2), 185–203.
43. Zammuto, R. F., Griffith, T. L., Majchrzak, A., Dougherty, D. J., & Faraj, S.. (2007). Information technology and the changing fabric of organization. *Organization science*, 18(5), 749–762.
44. Zhang, M., Zhao, X., Lyles, M. A., & Guo, H.. (2015). Absorptive capacity and mass customization capability. *International Journal of Operations & Production Management*, 35(9), 1275–1294.

Кредитование физических лиц в период пандемии

Несмиянова Анна Евгеньевна, студент магистратуры
Оренбургский государственный университет

В статье рассмотрен и проанализирован рынок кредитования физических лиц в Российской Федерации, прослежена динамика изменения показателей ипотечного и потребительского кредитования в период пандемии, на основании проведенного анализа сделаны выводы по развитию сегмента финансового рынка.

Ключевые слова: задолженность, ипотечный кредит, пандемия, потребительский кредит.

Lending to individuals during a pandemic

Розничный сегмент банковского кредитования претерпевает серьезные трансформации ввиду общесистемных изменений экономического пространства, вызванных пандемией. В период самоизоляции поведение потребителей заметно изменилось — преобладающее значение стали занимать онлайн-каналы предоставления кредитных услуг. В этой связи пандемия коронавируса стала ускорителем цифровой трансформации банковских продуктов и клиентского сервиса.

Кредитование населения оказывает влияние на экономический рост и потребительский спрос. Стимулирование потребительского кредитования увеличивает покупательскую способность населения и, как следствие, оказывает положительное влияние на экономику страны в целом. В этой связи следует рассмотреть кредитование физических лиц с двух сторон, различающихся главным образом своими целями, а именно ипотечного и потребительского кредитования [3].

Несмотря на наступление пандемии COVID-19, рынок ипотечного кредитования стал одним из немногих рынков, вы-

росших на фоне остальных отраслей национальной экономики. Главным фактором, ответственным за рост показателей в первом полугодии 2020 г., стало введение новой программы государственной поддержки, регламентирующей создание льготной ставки на ипотечное кредитование при покупке недвижимости в новостройках под 6,5% годовых. Наблюдалось и общее снижение ставок вследствие перехода ЦБ РФ к мягкой денежно-кредитной политике. В итоге количество выданных кредитов достигло своего исторического максимума, в то время как процентные ставки по ипотечным кредитам пробили рекордный минимум [3]. Эффект государственных стимулирующих программ на рост ипотечного рынка можно увидеть на рисунке 1.

В апреле 2020 года наблюдался небольшой спад объемов выдаваемых ипотечных ссуд, что было связано с принятыми мерами борьбы с пандемией: самоизоляцией, закрытием МФЦ и отделений банков. Однако ситуация начала быстро меняться в противоположную сторону уже в мае, благодаря реали-

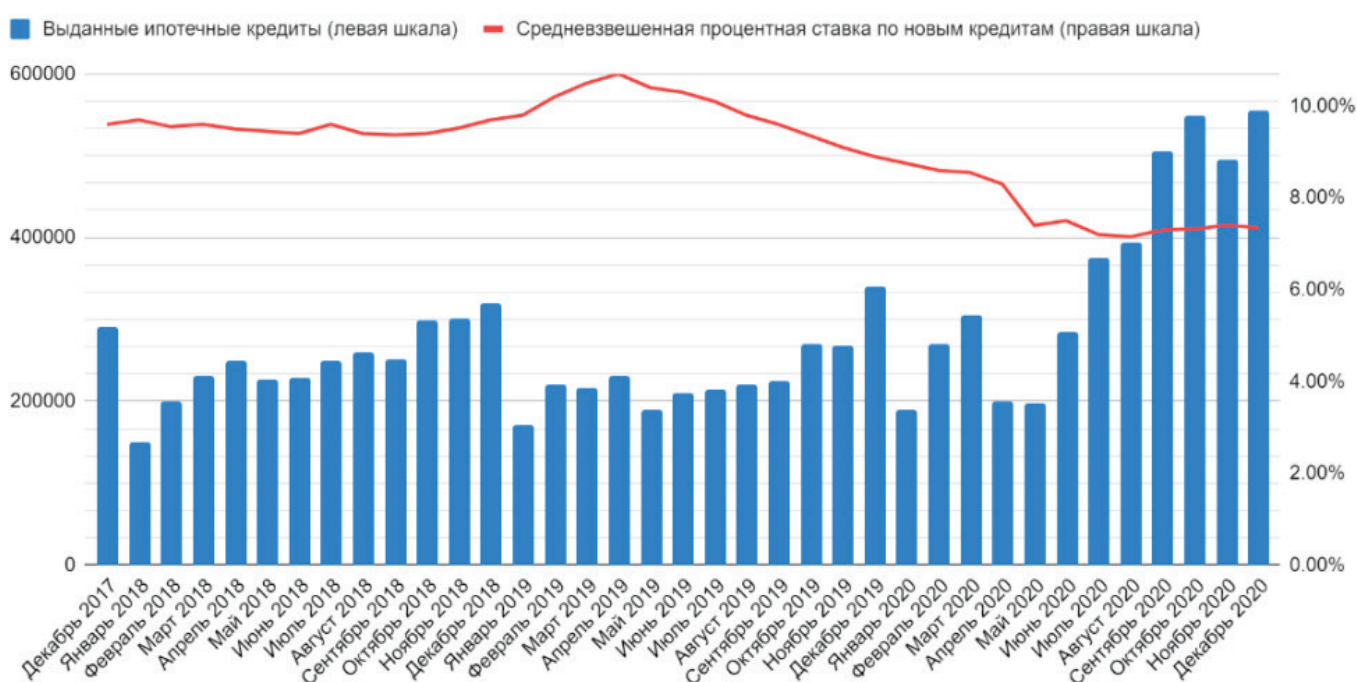


Рис. 1. Влияние государственных программ поддержки на рост ипотечного рынка

зации новой программы государственной поддержки. В целом в первом полугодии 2020 г. было выдано более 600 тыс. кредитов на сумму свыше 1,44 трлн рублей. Относительно предыдущего 2019 г. прирост составил 4,4% в количественном и 13,9% в денежном эквиваленте. Так рынок ипотечного кредитования оказал огромное влияние на состояние банковского сектора и всей национальной экономики в целом, значительно увеличив объем располагаемых свободных средств у населения и доказав, что ипотечное кредитование сегодня является ключевой группой банковских продуктов [1].

Анализируя влияние пандемии Covid-19 на сферу кредитования физических лиц в разрезе сопоставления тенденций в потребительском и ипотечном секторах, задолженность физических лиц имеет устойчивую тенденцию к повышению (таблица 1). Однако темпы прироста задолженности (рисунок 1) проявляются по-разному. Различия особенно видны во втором

квартале в период действия основных карантинных ограничений. Темпы прироста ипотеки относительно стабильны и находятся в пределах 0,5–2% до осени 2020 г., далее наблюдается существенное увеличение активности заемщиков. В отличие от ипотеки, темпы прироста по прочим кредитам имеют понижающую тенденцию с мая 2019 г. По итогам апреля задолженность по потребительским кредитам сократилась (отрицательные темпы прироста), задолженность вернулась к росту только по итогам июня, темпы прироста вышли на уровень первого квартала 2020 г, однако в дальнейшем наблюдается продолжение курса на снижение темпов прироста задолженности.

Анализируя объем просроченной задолженности в процентах от общей суммы, можно отметить, что данный показатель коррелирует с динамикой уровня доходов населения. Рост доли просроченной задолженности демонстрирует увеличение рисков для банковской системы в целом.

Таблица 1. Задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам, млн руб.

| | 01.04.19 | 01.07.19 | 01.10.19 | 01.01.20 | 01.04.20 | 01.07.20 | 01.10.20 | 01.01.21 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам | 15449317 | 16242106 | 17016514 | 17564174 | 18217280 | 18281562 | 19282390 | 19923051 |
| Ипотека | 6733459 | 7003879 | 7238068 | 7491513 | 7761626 | 7966082 | 8587251 | 9086290 |
| Потребительское кредитование | 8715858 | 9238227 | 9778446 | 10072661 | 10455654 | 10315480 | 10695139 | 10836761 |

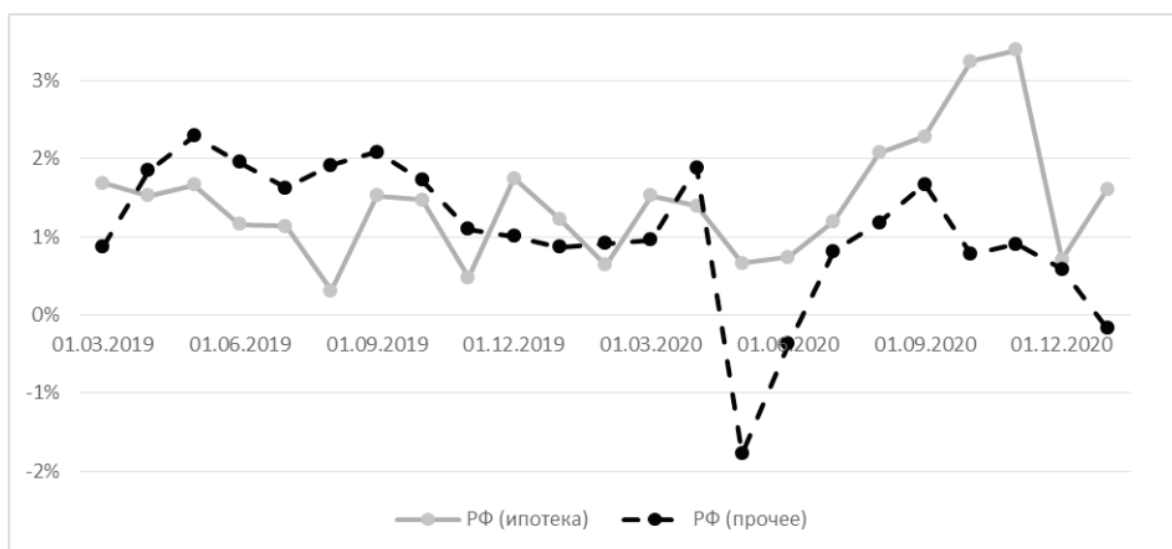


Рис. 2. Изменение величины задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам, % (по отношению к предыдущему месяцу)

В течение 2019 г. данный показатель имел устойчивую тенденцию к снижению, что особенно видно в сфере потребительского кредитования, поскольку процент просроченных ипотечных кредитов достаточно мал и стабилен в силу причин, озвученных выше. Однако в 2020 г. наблюдается различная динамика в сферах ипотечного и потребительского

кредитования. Процент просроченной задолженности по ипотеке сохраняет стабильно невысокую величину, тогда как в потребительском кредитовании явно намечен разворот тенденции в сторону увеличения данного показателя [1]. Данный факт является свидетельством снижения благосостояния населения.

Таблица 2. Просроченная задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам, % от общей задолженности

| | 01.04.19 | 01.07.19 | 01.10.19 | 01.01.20 | 01.04.20 | 01.07.20 | 01.10.20 | 01.01.21 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Просроченная задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам | 4,89 | 4,68 | 4,45 | 4,16 | 4,33 | 4,43 | 4,41 | 4,46 |
| Ипотека | 1,08 | 1,04 | 1,01 | 0,97 | 0,97 | 0,94 | 0,91 | 0,85 |
| Потребительское кредитование | 7,83 | 7,44 | 6,99 | 6,53 | 6,83 | 7,12 | 7,21 | 7,48 |

В апреле 2020 г. количество клиентов, задержавших хотя бы одну выплату по ипотечному кредиту, выросло. На рисунке 3 отображены показатели вплоть до января 2018 года, когда показатель был на уровне 2%. Это демонстрирует скорее высокий уровень адаптивности банков к изменениям общей экономи-

ческой ситуации в стране, включая условия выдачи ипотечных кредитов.

Изучая динамику потребительского кредитования за 2020–2021 гг., можно наблюдать спад в период начала локдауна (апрель–май), затем постепенный рост (рисунок 4).



Рис. 3. Доля просроченной задолженности по розничным кредитам, % от общей задолженности

На начало текущего года потребительские кредиты также росли более активно по сравнению с январем (+1,1% с корректировкой на продажи и списания, в январе +0,7%), что, скорее всего, обусловлено возросшим потребительским спросом на импортные товары (в том числе на бытовую технику, автомобили) на фоне ожиданий снижения доступности этих товаров из-за введенных санкций, ухода некоторых иностранных компаний с рынка и ослабления рубля [4]. Рост кредитования в феврале и начале марта продолжился, но это, вероятно, связано с использованием ранее одобренных кредитных лимитов.

Таким образом, все сегменты кредитования стали показывать высокие темпы роста в 2021 году, когда население адаптировалось к новой ситуации в стране. Основными факторами роста при этом оказались низкие процентные ставки, увеличение среднего чека кредита в связи с повышением цен

и смягчение требований к заемщикам. Во всех сегментах розничных кредитов выросла доля выдач заемщикам с высокой долговой нагрузкой. Помимо этого, в связи с высокой инфляцией и низким темпом роста доходов населения наблюдалось существенное увеличение среднего срока кредитов физических лиц.

Важно отметить, что существуют некоторые различия во влиянии пандемии на ипотечное и потребительское кредитование: в первом последствии не столь ощутимы, как во втором, поскольку темпы роста задолженности замедлились в меньшей степени. Смягчения эффекта пандемии Covid-19 удалось достичь во многом благодаря мерам поддержки ипотечного кредитования со стороны государства, а также ввиду меньших рисков этого вида кредитования. Обобщающий вывод данных тенденций в сфере кредитования физических лиц состоит в не-

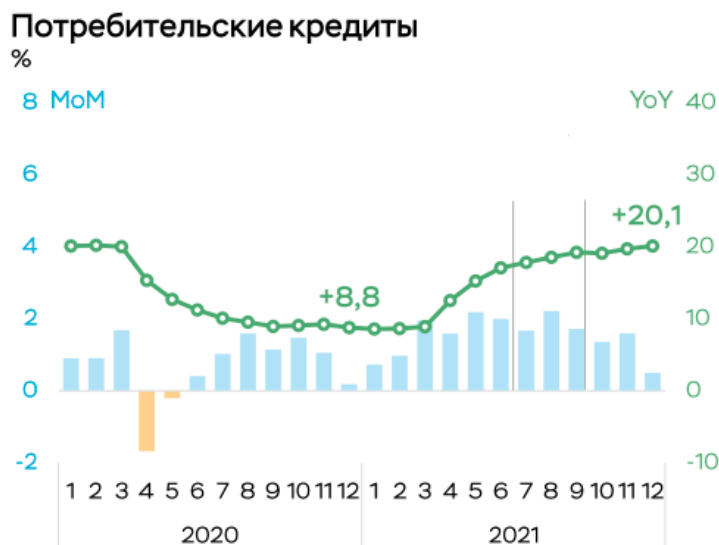


Рис. 4. Динамика объемов потребительского кредитования за 2020–2021 гг.

гативных ожиданиях людей относительно перспектив восстановления финансовой стабильности, фактическом снижении

доходов населения [2] и возросших рисках в банковской системе.

Литература:

1. Конягина М. Н. Рынок ипотечного кредитования России в период пандемии COVID-19 // Вестник Академии знаний. 2021. № 4 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-ipotechnogo-kreditovaniya-rossii-v-period-pandemii-covid-19>.
2. Разумовская Е. А. Влияние новой коронавирусной инфекции COVID-19 на финансовое и потребительское поведение населения РФ / Е. А. Разумовская, Д. Ю. Разумовский // Финансы и кредит. — 2020. — Т. 26, вып. 10 (октябрь). — С. 2252–2267.
3. Разумовская Е. А., Трофименко Л. А., Соколов А. П. Влияние пандемии COVID-19 на сферу кредитования физических лиц в Российской Федерации // Журнал прикладных исследований. 2021. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pandemii-covid-19-na-sferu-kreditovaniya-fizicheskikh-lits-v-rossiyskoy-federatsii>.
4. Официальный сайт Центрального банка РФ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=sors>

Strategic planning of Turkmenistan’s priorities

Orazmammedov Dovran Ashirgeldyevich, teacher;
 Rejhepov Ymamguly Gulovich, teacher
 Turkmen State Institute of Finance (Ashgabat)

Keywords: socio-economic development, long-term goals, sustainable development.

The effectiveness of integrated socio-economic development of modern Turkmenistan is achieved by taking into account strategic planning. Doing so contributes to the effectiveness of the implementation of the priority directions of the national economy by conducting a macroeconomic policy that is compatible with the country. Strategic planning serves as a quality indicator of government regulation, and means choosing long-term priorities and integrated management of resources to achieve set goals.

Strategic planning is a particularly important area for Turkmenistan. Because if you have multifaceted resources, you need to set specific long-term goals and then develop the necessary measures to

achieve them in reality. Establishing and evaluating competitive directions for the development of any object is an independent value for regulation and is carried out during strategic planning.

Establishing and developing the ways and means of regulatory influence of the state on the development of the national economy can serve as the main tasks of the macroeconomic strategic plan. The main task of the state at the macro-economic level is to identify the areas that should be prioritized in the current situation of the world consciousness of the Turkmen people and the ways of their development, as well as to create favorable conditions for their implementation.

At present, powerful foundations for stable and long-term development of Turkmenistan are being created. State regulation of the main socio-economic phenomena is the basis for carrying out large-scale reforms in the country, the prosperity of the economy and bringing the standard of living of the population to the leading world standards. When these activities are implemented, the main tasks of regulation in the future should be determined on the basis of the objectives of the state policy on strategic planning of the development of Turkmenistan.

Today, the Ministry of Finance and Economy of Turkmenistan, the Department of Strategic and Sustainable Development, which is part of it, is the main state economic institution that develops proposals for normative legal acts on economic, policy and strategic planning and implements the decisions of the Government of Turkmenistan. The ministry is subordinate to the President of Turkmenistan.

The expenses of the central office of the Ministry of Finance and Economy of Turkmenistan and its local offices are financed from the funds provided for in the State Budget of Turkmenistan.

The Ministry of Finance and Economy of Turkmenistan supports the Constitution of Turkmenistan, the laws of Turkmenistan, the speeches of the People's Maslahat of Turkmenistan, the speeches of the President of Turkmenistan, the decisions of the Mejlis of Turkmenistan and the decisions of the Cabinet of Ministers of Turkmenistan in its work and carries out its work in cooperation with other ministries, departments and authorities of the country, cooperation and leadership in the development of strategies for socio-economic development of sectors and regions, ensuring their effective implementation.

- The National Program of the President of Turkmenistan for the period up to 2020 on reforming the living conditions of the population of villages, towns, cities in etraps and etrap centers;

- National program of social and economic development of Turkmenistan for 2011–2030

- The country of the President of Turkmenistan Program for socio-economic development in 2019–2025;
- Concept of development of digital economy in Turkmenistan in 2019–2025.

Programs related to social and economic sector of Turkmenistan:

- State program of industrial-innovation development in Turkmenistan;

- State program for development of the fuel and energy sector of Turkmenistan;

- State Program of Development of Chemical and Petrochemical Industry of Turkmenistan;

- State Program for the Development of Light Industry of Turkmenistan;

- State program of development of agro-industrial complex and water industry of Turkmenistan;

- Transport and communication sector of Turkmenistan

- The State Program for the Development of the Financial Sector of Turkmenistan;

- State program of education and scientific development of Turkmenistan;

- The State Program for the Development of Tourism and Sports in Turkmenistan;

- State program on increasing the volume of exports of products produced in Turkmenistan;

- State program for production of products that substitute goods imported from abroad in Turkmenistan.

The program of socio-economic development of the country of the President of Turkmenistan in 2019–2025 was prepared and adopted in 2019 according to the instructions of the President of Turkmenistan at the meeting of July 5, 2018. This program is another stage of the «National Program of Social and Economic Development of Turkmenistan for 2011–2030».

In the period between 2019–2025, the main goal of socio-economic development of the country is to bring economic development to a qualitatively new level, to ensure the competitiveness and efficiency of all sectors of the economy, to create the digital economy of the future, to reach the level of the developed countries of the world in terms of the quality of life of citizens, to further improve the living conditions of the population, to increase the level of human capital development.

In the program of the President of Turkmenistan for the socio-economic development of the country in 2019–2025, the commentary on the implementation of the Sustainable Development Goals adopted by the United Nations General Assembly in 2015 at the 70th session of the United Nations General Assembly was reflected, and in the long-term future, the important direction of the country's market economy was reflected. was accepted as

In this program, the President of Turkmenistan plans to use the natural resources of the country, in particular, through the efficient use of water and energy resources, to ensure sustainable development that meets national and international interests, as well as to quickly build the most modern transport and logistics infrastructure, as well as the communication and telecommunications system. Water, energy and transport diplomacy, successfully implemented at the national and international level, was given a worthy place based on the initiatives.

References:

1. «Program of President of Turkmenistan for Socioeconomic Development of the Country in 2019–2025». Ashgabat, Turkmen State Publishing Service, 2019
2. <http://www.turkmenistan.gov.tm>.
3. <http://www.tfep.gov.tm>

Влияние социально-психологического климата в организации на процесс формирования карьерного роста молодых специалистов

Румянцева Алёна Андреевна, студент магистратуры;
Емельянова Виктория Максимовна, студент магистратуры
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Социально-психологический климат — это один из важнейших компонентов в процессе профессионального роста молодых специалистов. Благодаря комфортному социально-психологическому климату внутри коллектива молодой специалист не только может реализовать себя и получить знания, которые помогут его карьерному росту, но и сформировать приверженность к компании и её ценностям. Поэтому в современных реалиях бизнеса компаниям важно и необходимо создавать, а главное поддерживать комфортный социально-психологический климат для всех категорий персонала.

Ключевые слова: социально-психологический климат, коллектив, удержание кадров, кадровый потенциал, система мотивации персонала, корпоративная культура, карьерный рост, молодые специалисты.

Социально-психологический климат оказывает большое влияние на работу не только отдельного коллектива, но и всей компании.

Социально-психологический климат в организации — это состояние какой-либо общности, которая отражает ее комплексную способность достигать поставленные цели [1, с. 311].

Отношения и взаимодействия между персоналом организации являются одной из важнейших частей трудового взаимодействия. Социально-психологический климат в коллективе отражает сложившиеся взаимоотношения внутри коллектива.

Благоприятный климат внутри коллектива мотивирует сотрудников работать на высоком уровне и показывать отличные производственные показатели. В неблагоприятном климате из-за некомфортной атмосферы снижаются результаты, а также появляется риск конфликтных ситуаций, которые способны дестабилизировать работу всего коллектива и даже компании.

Главными составляющими социально-психологического климата являются: установки, ценности и нормы, принятые в компании.

Особенно большое влияние благоприятный социально-психологический климат внутри коллектива оказывает на процесс профессионального роста молодых специалистов. Молодой сотрудник, который приходит в компанию, всегда хочет добиваться максимальных результатов и трудовых показателей.

Благоприятный социально-психологический климат помогает молодым специалистам проще адаптироваться в коллективе, легче освоить правила внутреннего распорядка и понять нормы и ценности компании.

Когда молодой специалист чувствует себя комфортно внутри коллектива, он начинает быстрее и легче осваивать технологию работы, а следовательно и приносить необходимый результат для организации.

Именно на начальном этапе работы молодой сотрудник уже определяет, насколько ему комфортно работать в данной компании и коллективе.

Специфика современных молодых специалистов заключается в том, что они не боятся изменений, перемен в своей карьере и жизни. Они не боятся переходить на новое место работы, если условия труда и атмосфера на предыдущем месте работы для них некомфортна. Молодые специалисты хотят бы-

строго повышения по карьерной лестнице в компании, если они понимают, что результаты их деятельности доказывают, что они достойны продвижения по карьерной лестнице.

Из исследования «Что предлагает рынок труда молодым специалистам», которое провёл НН.ru в 2021 году [2], можно заметить, что запрос компаний на молодых специалистов вырос на 127%, однако в тот же момент на потенциальный и совокупный рынок труда вырос лишь только на 60%. Самым высоким по спросу на молодых сотрудников регионов стал Северо-Кавказский федеральный округ. Именно в данном округе общее количество начальных вакансий выросло на 165%, при этом уровень заработной платы для молодых сотрудников является также одним из самых высоких в России.

Благоприятный социально-психологический климат показывает уровень заинтересованности работодателя не только сначала в получение квалифицированных кадров и в дальнейшем их удержании, но в профессиональном росте сотрудников.

Поэтому на начальном этапе формирования социально-психологического климата в организации работодатель должен определить и разработать меры, которые будут способствовать развитию, а в дальнейшем и продвижению молодых специалистов по карьерной лестнице внутри организации.

Какие мероприятия, которые оказывают влияние на социально-психологический климат в организации, помогут в профессиональном росте сотрудников?

1. Создание грамотной системы наставничества для молодых специалистов. Наставник должен не только ввести в должность сотрудника и познакомить специалиста с технологиями работы, но и стать другом, а также познакомить с членами коллектива.

2. Проведение обучающих мероприятий, которые способны сформировать новые знания и навыки у специалиста. Например, тренинги по тайм-менеджменту или улучшению деловой коммуникации.

3. Мероприятия, которые помогут сплотить коллектив. Например, походы сотрудников в театр или проведение командных игр (подобие «ЧТО? ГДЕ? КОГДА?»). Данные мероприятия помогут сплотить коллектив.

4. Проведение различных конкурсов среди новичков. Проведение карьерных конкурсов поможет не только выделиться мо-

лодому специалисту, проявить свои знания и умения, но и поможет работодателю заметить именно того новичка, который нацелен на развитие и хочет реально добиться повышения за счёт своих знаний и умений.

5. Полугодовой анализ и оценка новичков. Данный анализ — это оценка роста показателей и настроения молодого специалиста. При этом данный анализ должен включать в себя не только оценку профессиональных знаний, но и анализ того, насколько хорошо и комфортно молодой сотрудник ощущает себя в коллективе. Очень важно при данной оценке учитывать мнение непосредственного руководителя и более старших коллег, о работе и о процессе взаимодействия молодого сотрудника с другим специалистами отдела.

Благоприятный социально-психологический климат во многом определяет карьерный рост молодого сотрудника, однако многое зависит не только от настроения в коллективе и желания работодателя в помощи и развитии сотрудника, но и от желания улучшать свои показатели и получать новые знания самим сотрудником. Приходя на работу, молодой специалист

должен не только что-то ожидать от работодателя, но и доказать своей работой и знаниями, что именно он достоин повышения. Молодому специалисту важно быть гибким и адаптивным под условия коллектива, который работает уже давно в организации. Важно постараться найти контакт со всеми членами коллектива, определить их манеры, их предпочтения и потом в нужной ситуации воспользоваться информацией в свою пользу. Молодому специалисту важно найти контакты с сотрудниками смежных подразделений компании. Хорошие связи — это залог более быстрого продвижения по карьерной лестнице.

Именно в современных условиях рынка труда активная позиция по улучшению социально-психологического климата и развитию сотрудников должна сочетать коллективное взаимодействие как со стороны руководящего звена организации, так и со стороны персонала. Именно грамотное взаимодействие всех участников процесса и создает благоприятные условия для комфортного климата внутри коллектива, а следовательно и способствует карьерному и профессиональному росту молодых специалистов.

Литература:

1. Барсукова А. В., Задворная В. В. Сущность социально — психологического климата в организации и основы его формирования // Скиф. 2019. № 10 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-sotsialno-psihologicheskogo-klimata-v-organizatsii-i-osnovy-ego-formirovaniya> (дата обращения: 12.03.2023).
2. Статья «Рынок труда молодых специалистов: итоги 2021 года» URL: <https://hh.ru/article/29867> (дата обращения: 12.03.2023).
3. Кабанова Татьяна Николаевна, Шпорт Светлана Вячеславовна, Макурина Анна Павловна Современные зарубежные исследования факторов риска психологического стресса и психосоциального климата на рабочем месте // Социальная и клиническая психиатрия. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-zarubezhnye-issledovaniya-faktorov-riska-psihologicheskogo-stressa-i-psihosotsialnogo-klimata-na-rabochem-meste> (дата обращения: 12.03.2023).
4. Статья «Что предлагает рынок труда молодым специалистам» URL: https://hh.ru/article/29871?hhtmFrom=article&hhtmFromLabel=article_29867 (дата обращения: 12.03.2023).

Модели цифровой трансформации муниципальных образований

Сафиуллин Рамиль Шамилович, студент магистратуры
Казанский государственный энергетический университет

Сафиуллина Ирина Сергеевна, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

В статье рассматриваются возможные сценарии цифровой трансформации в муниципальных образованиях. В зависимости от основного вопроса для реализации интеллектуализации и цифровой трансформации для муниципальных образований разделяют следующие модели перехода: централизованные, децентрализованные, локальные. Выбор модели цифровой трансформации в основном зависит от того, какие цели ставит перед собой орган местного самоуправления и жители.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровые процессы, децентрализованная модель, централизованная модель, локальная модель.

В современных условиях неизбежной перспективой для управления российскими муниципальными образованиями является цифровая трансформация процессов муни-

ципального развития. Цифровой переход и реализация проектов интеллектуального управления в муниципальных образованиях могут быть организованы в соответствии с раз-

ными определенными стратегиями. Их различие обуславливается разными основными интересами, темами, задачами и инвесторами процессов интеллектуального перехода и цифровой трансформации муниципального управления. Подобными участниками являются бизнес-структуры, местная власть, ассоциации стейкхолдеров (консорциумы, граждане и ассоциации и др.). Концепции изучаемых проектов и внедрение технологий отличаются тем, что у них имеется различная основная причина. Таковым может являться определенная цель, необходимая для снижения затрат (если основным активом является администрация) или для получения дополнительной прибыли и расширения рынка реализации продуктов (если основным активом является бизнес). В итоге эти характеристики сильно повлияют на роль государства в процессе интеллектуализации и цифровой трансформации муниципального управления, характер проводимой государственной политики, систем приоритета и программ действий. В зависимости от основного вопроса для реализации интеллектуализации и цифрового перехода для муниципалитетов разделяются следующие варианты (модели): централизованные, децентрализованные, локальные.

Для начала рассмотрим децентрализованную стратегию цифрового перехода, основным участником которого являются крупные бизнес-структуры.

Различные частные компании и государственные организации в рамках этой стратегии децентрализованно реализуют основные процессы разных по масштабам проектов цифровизации в сфере своей деятельности (Например, узконаправленные отрасли — энергетические, строительные, добывающие и т.д., компании из области современных информационных технологий и связи).

Централизованная модель цифрового перехода. Основной участник цифрового перехода: органы местного самоуправления. При децентрализованной стратегии цифрового перехода все процессы происходят через отдельные проекты по внедрению передовых технологий различного масштаба. Главным примером может служить разработка таких проектов, как «умный» дом, квартал, офис (предложение ПАО «Сбербанк»), представляющих собой программно-аппаратный комплекс, осуществляющий мониторинг и управление сети оборудования внутреннего структурного подразделения, с помощью которого возможно выполнять некоторые функции.

Централизованная стратегия подразумевает, что все процессы цифрового преобразования будут происходить централизованно, а выступать центром всех этих процессов будет орган местного самоуправления. Он берет на себя все управление по реализации цифровой трансформации муниципального образования, внедрению информационных технологий во все отрасли поселения, а также выполняет задачи по дальнейшему развитию и образованию полноценной структуриро-

ванной цифровой экосистемы. Именно орган местного самоуправления является инициатором проекта по цифровизации и масштабному созданию новой современной информационной инфраструктуры. Внедрение единых оперативных систем для управления и контроля текущей обстановки в городе с помощью использования данных реального времени является главной характерной особенностью. Одной из основных задач считается предоставление максимального количества муниципальных услуг всем категориям жителей, организаций. Для реализации этого создаются специальные платформы муниципальных образований, цифровые модели города.

Локальная модель цифрового перехода. Основными участниками цифровой трансформации являются местные муниципальные власти в тесном сотрудничестве с заинтересованными сторонами.

Стратегия основана на желании максимизировать эффективность с помощью интеллектуальных и цифровых технологий и реализовать весь потенциал муниципального образования (отдельных районов) в случае нехватки ресурсов. В связи с этим основные проекты цифровой трансформации в рамках данной стратегии выполняются с непосредственным участием остальных пользователей, в том числе с жителями поселения. Управление, контроль по вопросам интеллектуализации муниципального образования, внедрению различных информационных технологий, созданию учреждений осуществляется не только органами местной власти, но и с существенной ролью заинтересованных лиц и различных организаций путем проведения переговоров. В реализации данной стратегии цифрового преобразования государство, в лице местных органов власти, берет роль своего рода организатора всех процессов, которые будут вести все партнерские отношения и главного «переговорщика» с региональными и федеральными властями, а также обеспечить совместную координацию всех игроков в создании условий и каналов масштабирования интеллектуальных городских технологий по всей стране.

Каждая из представленных моделей тесно коррелирует с выделяемыми поколениями цифровой трансформации муниципальных образований. Если для первой фазы (поколения) характерно, что основными заинтересованными субъектами являются представители бизнеса, для второй — что основная роль отводится городским властям, то для третьей принципиально появление различного рода партнерств и переход граждан в активную позицию, их самостоятельное подключение к процессам управления и интеллектуализации города. Альтернативным выбором оптимизированного для российских муниципальных образований варианта стратегии цифровой трансформации, интеллектуализации в основном зависит от того, какие цели ставит перед собой местная городская власть и жители.

Литература:

1. Цифровая трансформация экономики: государство, бизнес, общество: Монография / колл. авторов: под науч. ред. Н. П. Кононковой.
2. Стратегия цифровой трансформации: написать, чтобы выполнить / под ред. Е. Г. Потаповой, П. М. Потева, М. С. Шкляр. — М.: РАНХиГС, 2021

Инновационные маркетинговые методики: интернет-маркетинг

Семёнов Даниил Витальевич, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

ХXI век — время цифровизации и совершенно иного уровня функционирования всего мирового сообщества. Интернет является одним из главных достижений человечества за последние 50 лет. На нем завязаны почти все сферы нашей жизни, начиная от бытовых вопросов и заканчивая крупными финансовыми сделками. В том же направлении движется и бизнес-сфера: сейчас достаточно трудно встретить компанию, которая не имеет личного представительства в цифровом формате и не функционирует благодаря интернет-ресурсам.

Все онлайн-процессы обусловлены процессом глобализации. Благодаря этому феномену и инновационным технологиям вся экономическая система с легкостью преодолевает время и расстояния, открывая новые горизонты для предпринимателей и работников со всего мира.

Конечно, одним из решающих факторов, последовавшим за глобализацией, стало ужесточение конкуренции на рынке и затрудненный проход через установленные рыночные барьеры. Компании ищут способы, благодаря которым становится возможным не только увеличение продаж, но и совершенствование имиджа бренда в новых цифровых реалиях.

В ногу со временем идет и маркетинг, продвинувшись на совершенно иной уровень развития, предлагая компаниям новейшие способы более легкого входа и эффективного функционирования на рынке. Новый формат маркетинга подвергает трансформации не только все внутренние и внешние процессы деятельности бренда, но и ключевой фактор, определяющий жизненный цикл любого бренда — сознание потребителя. Информация воспринимается через иные каналы коммуникации, меняется и способ ее принятия — главным становится визуальное восприятие товаров и продавца.

Важнейшую роль в маркетинговой стратегии любого бренда играет интернет-развитие. Этот инструмент выполняет следующие задачи:

- коммуникация с клиентами;
- рекламный носитель;
- исследования, включающие анализ рынка и целевой аудитории;
- совершение сделок и последующих платежей.

Одним из ключевых преимуществ интернет-маркетинга перед традиционным является экономия: речь идет не только о существенном снижении издержек на оформление помещения, физические рекламные инструменты, но и об эффективности маркетинговых исследований и более легкой и налаженной коммуникации с клиентами. Интернет предлагает множество совершенно бесплатных возможностей для анализа конкурентной среды, тенденций отрасли. Также сильно снижаются временные и экономические ресурсы на построение правильной и эффективной коммуникации не только с лояльными, но и потенциальными потребителями.

Помимо капитальной экономии издержек, интернет-маркетинг имеет следующие преимущества:

- интерактивность: активное взаимодействие с аудиторией, возможности для свободного расположения рекламы;
- веб-аналитика: свободный доступ к метрике, материалы о конкурентах;
- таргетирование: захват большей потенциальной целевой аудитории.

Еще одним достоинством интернет-маркетинга служит возможность работы в круглосуточном режиме. Высокая гибкость системы позволяет постоянно вносить коррективы в проект интернет-маркетинга без высоких затрат, временных и финансовых. При этом стоимость проекта интернет-маркетинга будет значительно ниже всех альтернативных инструментов.

По сути главной целью интернет-маркетинга является привлечение и удержание потенциальной аудитории пользователей интернета. Он также использует основные элементы традиционного маркетинга по методике 4P:

- продукт. Любой товар или услуга, которые могут быть проданы через сеть, представлены в цифровом формате;
- цена. Как правило, цены в Интернете намного ниже, чем на физических площадках, вследствие экономии издержек;
- место. Рекламный баннер, лендинг, аккаунты в социальных сетях, сайт, объявление на маркетплейсе;
- продвижение. Комплекс мер, включающий онлайн-сотрудничество, таргетированную рекламу и так далее.

Стратегия интернет-маркетинга состоит из трех основных шагов. Первоначально необходимо корректно определить целевую аудиторию, которая стала бы потенциальным потребителем предлагаемого продукта. Для точности выделения сегмента необходимо составить портрет потребителя.

Далее необходимо внимательно изучить рынок, актуальные на данный момент тенденции для отрасли компании, а также потенциальных конкурентов. В интернет-маркетинге конкурентный анализ может быть более точным и детализированным вплоть до фирменных цветов брендов и использованного шрифтового начертания, представленных в айдентике.

После аналитики бренду уже можно выстраивать конкретные цели, начиная с определения бюджета на маркетинговые мероприятия и заканчивая оформлением основных каналов коммуникации.

Благодаря такому плану вероятность выстроить действующую и эффективную маркетинговую стратегию повышается, так как уже складывается представление о рынке, примерный бюджет, который необходимо затратить.

Таким образом, Интернет является важным инструментом в корректном и эффективном построении маркетинговой стратегии. Интернет-маркетинг строится не только на привлечении новых клиентов или партнеров, но и на их удержании и вовлечение их в лояльную аудиторию. Важно не только рассмотреть

условия рынка, на который выходит компания, но и определить потенциальных конкурентов, выбрать верную рекламную

кампанию, создать органичную айдентику и, безусловно, нацелиться на конкретный сегмент.

Литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 352 с.
2. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. — 2019. — № 42. — С. 67–72.
3. https://spravochnick.ru/marketing/internet_kak_instrument_marketinga/?ysclid=lf70wnr2uv929029259
4. <https://vc.ru/u/1135732-aleksandr-safonov/427143-internet-marketing-ego-tendencii-i-trendy>

Стресс-тестирование для определения достаточности капитала по международному стандарту Solvency II в Казахстане

Тайжан Гулбану Сейтжанкызы, студент магистратуры
 Университет Нархоз (г. Алматы, Казахстан)

Регулирование в страховой отрасли становится все более и более необходимым, особенно в последние годы, в связи с глобализацией и с возрастающим значением международной торговли, выросло и количество соответствующих рисков. Все эти факторы повысили актуальность нормативных актов, направленных на улучшение управления рисками компаний, улучшение платежеспособности компаний, таким образом, сохранение стабильности всей экономики.

В связи с этим, основы стресс-тестирования претерпели значительные изменения за последние несколько лет и становятся все более важным инструментом управления рисками для финансового сектора. Стресс-тесты могут предоставить дополнительную информацию и прогнозную перспективу в отношении рисков и уязвимостей страховой компании, которые не могут быть получены из регулярной надзорной отчетности.

Solvency II — это нормативная база, действующая с 2016 года для европейской страховой отрасли и предъявляющая требования к необходимому экономическому капиталу, управлению рисками и стандартам отчетности страховых компаний. основополагающий механизм количественного регулирования заключается в том, что страховщики должны иметь капитал, который позволяет им покрывать непредвиденные убытки и выполнять обязательства перед страхователями на высоком уровне справедливости. И этот статья из трех столпов посвящена первому столпу концепции Solvency II.

Первый столп устанавливает количественные требования, которым должен соответствовать страховщик. Из них SCR — Solvency Capital Requirement (Требуемый уровень капитала), который должен быть рассчитан с использованием стандартной формулы, внутренней модели или их комбинации. Требование к капиталу платежеспособности (SCR) — это сумма денег в капитале, который обеспечит платежеспособность, вероятностью не менее 99,5%, чтобы покрыть любые непредвиденные убытки. Например, вспышка следующей волны COVID-19 или же повтор кризиса 2008 года и т.д.

Интуитивно, страховая компания считается платежеспособной в соответствии с Solvency II, если ее экономический капитал (разница чистых активов в нормальных и стрессовых условиях) в момент $t = 1$, как видно из $t = 0$, положителен с вероятностью не менее 99,5%, т.е.

$$P(\text{ЭК}_1 \geq 0 | \text{ЭК}_0 = x) \geq 99,5 \%$$

Тогда SCR будет определяться как наименьшая величина x , удовлетворяющая этому условию.

Вероятность того, что убыток за один год превысит SCR, меньше или равна $1 - \alpha$, т.е. нам необходимо рассчитать годовую стоимость под риском (VaR). Избыточный капитал при $t = 0$, с другой стороны, определяется как ЭК0 — SCR и удовлетворяет следующему требованию:

$$P\left(\frac{\text{ЭК}_1}{1+i} \geq \text{ЭК}_0 - \text{SCR}\right) \geq \alpha$$

Принцип стандартной формулы заключается в применении набора шоков к определенным факторам риска и расчете влияния на базовые собственные средства для различных рисков. Стандартная формула SCR разделена на модули риска. Предварительно определенные корреляционные матрицы используются для агрегирования SCR для всех рисков по отношению к общему SCR.

Как стресс, например, для риска страхования жизни применяются:

Риск смертности — это потеря собственных средств, как и для всех категорий, в результате постоянного увеличения на 15% показателей смертности, используемых для расчетов наилучшей оценки обязательств. В ответах QIS4 (Количественные исследования 4), полученных от нескольких государств-членов, было указано, что постепенное изменение начальных показателей и тенденций было бы более целесообразным, чем однократное воздействие биометрических рисков.

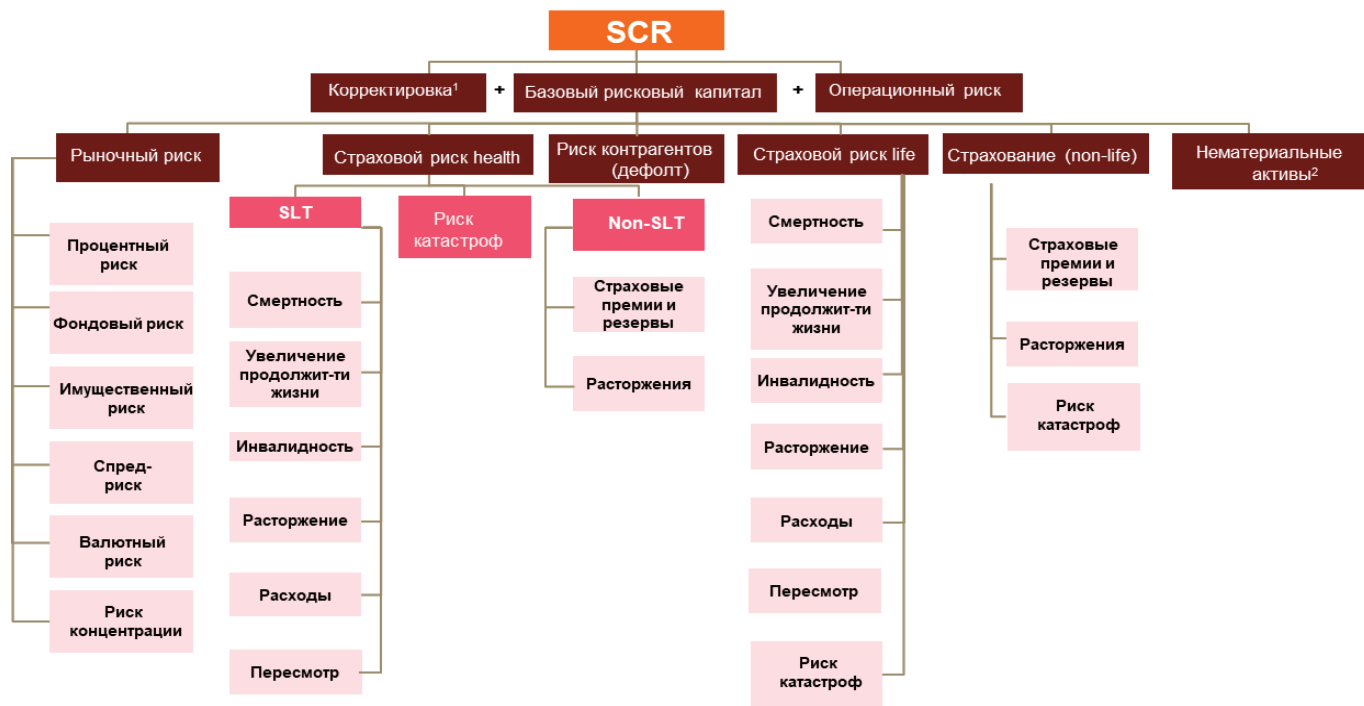


Рис. 1

– Риск пережития — рассчитывается как перманентное снижение уровня смертности на 20%.

– Риск инвалидности/заболеваемости — рассчитывается на основе комбинации событий, как увеличение показателей инвалидности/заболеваемости на 35% в течение следующих 12 месяцев, с 25% увеличением этих показателей на следующие 12 месяцев, дополнительно к этому постоянное 20% снижение показателей выхода из состояния инвалидности/заболеваемости (выздоровление).

Риск расходов — расчеты основаны на сценарии увеличения суммы учитываемых расходов на 10% в сочетании с увеличением учитываемых темпов инфляции на 1%.

– Риск пересмотра — применяется только к аннуитетам, когда выплаты могут увеличиться в результате изменения правовой среды или состояния здоровья застрахованного лица, этот SCR рассчитывается с учетом постоянного увеличения этих выплат на 3%.

– Риск прекращения — риск прекращения делится на три сценария, SCR lapse — самый крупный из трех. Первый и второй — противоположные сценарии, постоянное увеличение или уменьшение на 50% ставок исполнения опционов для соответствующих опционов. Третий сценарий — риск массового прекращения, рассчитывается как 40% прекращение договоров страхования жизни.

– Риск катастрофы — для этого заключительного компонента SCR достигается посредством сценария, при котором происходит увеличение рассматриваемых коэффициентов смертности на 0,15 промилей в течение следующих 12 месяцев.

На стресс-тестировании PRA Insurance Stress Test 2022 (IST 2022), запущенного в мае 2022 года приняли участие 54 страховщика (16 страховщиков жизни, 17 общих страховщиков и 21 синдикат Lloyd). Результаты, о которых сообщают участники,

показывают, что платежеспособность крупных страховых компаний устойчива к потрясениям финансового рынка, установленным PRA. Для указанного стрессового сценария наибольшая уязвимость была связана с понижением кредитного рейтинга, потрясениями в сфере недвижимости и повышением продолжительности жизни (хотя перестрахование компенсирует значительную часть риска долголетия). Совокупный охват SCR по всему сектору оставался выше 100%, и ни одна из организаций не нарушила свой MCR. В совокупности для участников IST 2022 покрытие требования к капиталу платежеспособности (SCR) сектора страхования жизни снижается со 162% до 123%, а покрытие SCR сектора общего страхования остается выше 120% во всех сценариях.

Говоря о COVID-19 целом на финансовое положение страховщиков кризис COVID-19 существенно не повлиял, несмотря на операционные проблемы, серьезных сбоев в секторе не наблюдалось. Примечательно, что европейский сектор страхования оставался хорошо капитализированным со средним коэффициентом платежеспособности 235% на конец 2020 года, согласно данным Европейского управления по страхованию и профессиональным пенсиям.

На данное время Solvency II в Казахстане на стадии исследования и согласно Концепции развития финансового сектора до 2030 года внедрение элементов европейского стандарта Solvency II в Казахстане запланировано до конца 2030 года. Внедрение элементов Solvency II будет осуществляться с учетом ведущего международного опыта посредством разработки руководства, проведения количественных исследований, стресс-тестирований с непосредственным участием страхового рынка. По согласованию с рынком будет разработана дорожная карта на среднесрочную перспективу по поэтапному внедрению элементов Solvency II. Поскольку переход к новым стандартам тре-

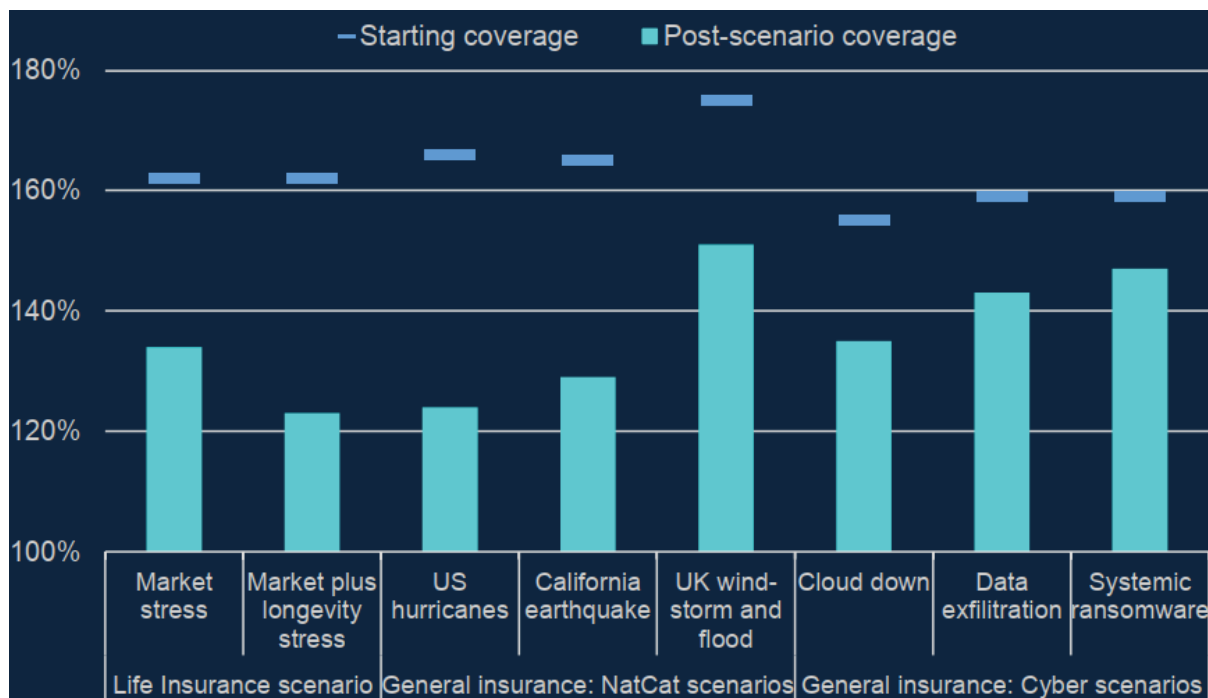


Рис. 2. Изменения совокупного коэффициента покрытия SCR по каждому сценарию. Источники: отчеты фирм и расчеты PRA

будет разработки и тестирования моделей и новых информационных систем, повышения квалификации специалистов, в том числе финансового блока, риск-менеджмента, будет проведена оценка состояния технической готовности страхового рынка к переходу на принципы Solvency II и определена этапность их внедрения. На данное время Департаментом страхового рынка и актуарных расчетов проводится тестовые промежуточные расчеты Solvency capital requirements (SCR) по стандартной формуле.

Для страховых компаний РК отрасли страхование жизни самую весомую часть портфелей занимают договоры пенсионного аннуитета. В рамках оценки риска страхования жизни наибольшую нагрузку на капитал КСЖ может составить риск прекращения договоров страхования. Таким образом, предла-

гается смягчение оценки риска прекращения по договорам пенсионного аннуитета. А также стоит пересмотреть коэффициенты стресса для рисков пережития, так как по собственному исследованию сценарий предусматривал снижение уровня смертности на 15% за весь период с 2009 по 2022г для Казахстана. По прогнозу социально-экономического развития РК на 2016–2020, 2020–2024 и 2022–2026 годы прогноз ставки инфляции всегда отличался от реальных показателей инфляции как минимум на 5%. Учитывая особенности отечественного рынка, уменьшая и увеличивая оценки, установленные Директивом мы используем концептуально новый подход к оценке платежеспособности с учетом индивидуальных рисков, присущих страхового сектора Казахстана.

Литература:

1. European Commission, «QIS5 Technical Specifications», 2010
2. European Commission, «Technical Specifications», 2009
3. European Commission, «Quantitative Impact Study (QIS5) Calibration Paper», 15 April 2010
4. Charlotte Gerken, PRA, Insurance Stress Test 2022 Feedback, 23 January 2023
5. EIOPA, Insurance Stress Test Report 2021, 16 December 2021
6. Daniel Bauer, Solvency II and Nested Simulations — a Least-Squares Monte Carlo Approach, January 2010
7. Концепция развития финансового сектора Республики Казахстан до 2030 года, Июль 2021 года

A market economy which focused on strategic planning for improving living conditions

Shukurov Myrat Gurbangulyyevich, senior teacher
Turkmen State Institute of Finance (Ashgabat, Turkmenistan)

Keywords: *economy, strategic, society, development, budget, tax, national economy, market.*

Strategic planning is one of government regulation it is widely used in the developed countries of the world. The world is economic in the context of the overall globalization high level used strategic planning that why national markets are having little convergence with other countries. Its essence is the development of the national economy it consists of choosing the main areas of priority. State these directions takes the lead role in implementation. Strategic priorities are identified through planning; the development paths of society are determined, in which markets and under which conditions work which technology is the best to carry out in the first place what sectors and industries they need to master, to have growth what to encourage, how to ensure life equality and for that the question of which social institutions to rely on is resolved. By moving forward in this direction, it is the future of developing the state the main areas of concern, for example, the appreciation of the national currency, employment of the population provision, rational use of natural resources, economy accelerated development of any part of the education improving, conducting scientific research, and supplying the life of the population to provide to improve the fields, to change the state services priority such as construction, concern for the environment and the like key areas are identified. Each of the selected areas is unique that it has the status of a targeted state program should be noted. In the subsequent stage of social and economic development programs — a set of numbers showing the directions of development and that effective government planning of reaching the big numbers ways and means programs are being developed. Strategic planning is particularly important for Turkmenistan direction. Because having versatile resources, the long-term is clear to set targets and then achieve them in reality necessary measures should be

developed. Strategic planning is government regulation which conforms to the modern conditions and principles of economic development is the leading type. Among these conditions and principles is the economy diversity, scientific and technical progress, international integration strengthening, internationalization and globalization of the economy, transnational an increase in the big number of corporations, new industries and professions it is possible to distinguish the principles that are the conditions for having development. This is it the complexity of the economy at any level of factor management and leads to an increase in efficiency and, in turn, forms the basis for strategic planning. Strategic planning has several characteristics (fig. 1):

These areas are then detailed in tactical and operational planning. Strategic planning community development priorities aimed at accelerated delivery. This is a common state strategy regions and sectors, individual market segments it allows to ensure coordination with the development strategy. Accordingly, strategic planning is by the state as the leading way of regulating the national economy is known based on the analysis of the development of the part and the environment, any of it to develop the objectives of the development of the part, to the set goals establish the main routes of access and their funding means to bring strategic planning for the development of any socio-economic system key areas which include (fig. 2):

Strategy development results, actions and deliverables it consists of three phases that are considered systemic:

1. System of strategic analysis, relations with the environment and it includes areas such as analyzing the resource capabilities of an object. He is the initial stage of strategic planning; clearly at what stage of development is the object of planning needed to determine.



Fig. 1. Several characteristics of strategic planning

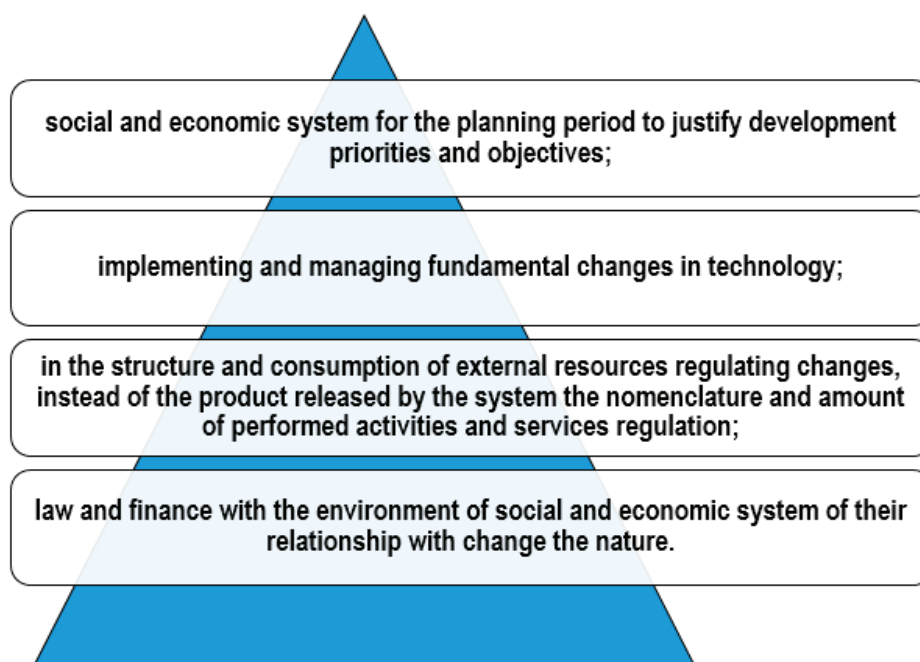


Fig. 2. Directions, which socio-economic system key areas include

To do this, examine the past and the present must provide data for, as well as have a basis for assumptions should build an efficient database.

2. Establishing the main directions is the object of planning is to define the mission, goals and objectives of the development. Develop a framework of strategy objectives key principles are reachability, measurability, is flexibility, is to encourage the achievement of desired outcomes; it is multiplicity, clarity of expression.

3. Strategic selection is the process of developing the main criteria of the strategy includes this is the development strategy of the strategic planning object directly related to the development and development of any object formulating and evaluating competitive trends, as well as which envisages choosing the most advantageous direction of its development is the finishing stage.

Establishing competing trends in the development of any object and to them valuation is an independent value for regulation and is carried out during strategic planning. At the same time also including time frames, activities, resources, funding levels and resources as well as responsibility for carrying out the prescribed activities is determined. Ways of regulatory influence of the state on the development of the national economy and macroeconomics to base and develop methods can serve as key objectives of a strategic plan. Strategic planning of modern development of Turkmenistan accounting for the macroeconomic system of regulation, leading introduction of market mechanisms, both of the state sector of the economy, it is done by seeking the interests of the non-state sector as well done. The main task of the state at the macroeconomic level is Turkmen to prioritize the current state of the world consciousness of its people it consists

in revealing the necessary directions and ways of their development and creating favorable conditions for their implementation. Forward the rapid development of the relevant industries makes the market mechanisms efficient should focus on diversification and improvement. The same financial-credit, tax-budget, foreign economic, investment, state policy in the spheres of continuous production and life will have a coordinated and increasingly powerful character. Today, Turkmenistan is stable and long-term powerful foundations for its development are created. Major socio-economic events state regulation is a major reform in this country implementation, economic prosperity and the standard of living of the population it is essential to meet the leading global standards. These things are real the main functions of the regulation in Turkmenistan state policy on strategic planning of development should be determined based on objectives.

Conclusions

On this article has discussed the modern methods used in the economy of the institute system of learning and assessment process. Thus, firstly we presented the utility, the characteristics and the tendencies of current educational systems. Then we restricted the field to the educational software whose purpose is to create specific competences within a specified learning domain.

We referred particularly to the process of learning, namely at the formative evaluation stage in our country economy, and reiterate that assessments a factor which triggers transformation within the pedagogical practice.

References:

1. Gurbanguly Berdimuhamedov. «State regulation of social and economic development of Turkmenistan». I, II volume.— Ashgabat: Turkmen state publishing house, 2010 y;

2. Gurbanguly Berdimuhamedov. «Turkmenistan is on way to achieve the goal of sustainable development». Ashgabat: Turkmen state publishing house, 2018;
3. «Concept for the development of the digital economy in Turkmenistan for 2022–2052» — Ashgabat, 2022;
4. Digital resources of library Turkmen state institute of finance;
5. John Maynard Keynes. «The means to prosperity» London, 1933;
6. John Maynard Keynes. «The general theory of employment, interest and money» London, 1936.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Роль медиакоммуникаций в международных отношениях

Артыкгельдыева Огулхаджат Артыкгельди гызы, магистрант
Институт международных отношений Министерства иностранных дел Туркменистана (г. Ашхабад)

Современное общество быстро развивается и это способствует изменению мировой культуры, для которой характерна глобализация. Медиакоммуникации играют одну из ключевых ролей в данном процессе. Они используются для передачи информации, формирования мнений и создания общественного мнения. В международных отношениях медиакоммуникации исполняют функции моста между регионами и нациями, активно влияют на процесс формирования и обмена информацией между государствами и народами.

Л. Манович, который является экспертом в принципах современных медиа, провел анализ действия новейших технологий на развитие мировой культуры. Согласно его исследованиям, медиаобщество сегодня требует нового подхода в визуальности, не подходящего под стандарты классической эстетической концепции или теории искусства. Это обусловлено тем, что их способы исследования визуального не являются областью социальных практик. Следовательно, важную роль в создании ежедневных практик визуала в целом нужно подтверждать методологией визуальных исследований [1, с. 26–56].

Исторически СМИ отдают свое предпочтение одному средству коммуникации. Например, письменной коммуникацией выступала газета, радио служило для восприятия устной речи, изображение транслировало телевидение. Благодаря этому подходу предыдущее средство массовой информации сохраняло свои позиции с появлением новых. Из-за глобальной компьютеризации мультимедиа стали изучать более пристально. Так появились возможности объединения разных способов трансляции информации на одном носителе (жестком диске и т.п.). Это позволило получить доступ к разным видам визуальных или звуковых файлов практически мгновенно. Интернет объединил различные коммуникации и теперь текст является продолжением видео, а картинки сопровождают звук [2, с. 76–83].

Всевозможные социальные медиа (форумы, вики, блоги, видеохостинги, виртуальные игры, социальные сети и т.п.) относятся к основным видам интернет-коммуникаций. Интернет позволяет пользователям самим загружать новости, комментировать события. Мультимедийность как совокупная конвер-

гентная передача информации в любом цифровом формате, дает возможность создавать исключительный тип контента, применимый на любом канале медиакоммуникации [3]. Особенностью веб-коммуникации стало доступность информации, уменьшение до минимума личного пространства и оперативность. Веб-коммуникации являются сосредоточением знаний людей, возможность их взаимодействия друг с другом. Как отмечает практик-теоретик в сфере интернет-коммуникаций М.Г. Шилина, «Интернет — не только канал, средство, но и среда коммуникации, что принципиально отличает его от существующих каналов медиа. И главное: среда впервые в истории медиа становится равноправным субъектом коммуникации. Компьютерный сетевой гипертекст, как авторский, так и пользовательский является особым типом текста, максимально удобным для взаимодействия адресата и адресанта, коллегиального творческого использования всей информации Сети» [4].

Сегодня в медиакоммуникациях актуально увеличение фотографий и мультимедиа. Чаще всего пользователи интернета не читают текст, а смотрят фотографии и картинки. Это привело к увеличению фотографий в интернет СМИ. Теперь характерно построение статей по новой схеме: иллюстрация, не большой текст и вновь иллюстрация (фотография). Это является не только попыткой завладеть вниманием читателя, но и снизить нагрузку на зрение, переключая фокус с текста на фотографию [5, с. 344]

Итальянский ученый Дж. Ваттимо приверженец концепции того, что развитие СМИ в мировом масштабе делает невозможной теорию однозначного понимания социального устройства. В глобальном мире идет рост специфических субкультур, который обусловлен действиями масс-медиа. Действительность, создаваемая СМИ, становится продуктом синтеза различных образов, мнений, интерпретаций, не имеющих под собой центральную ось [6, с. 14].

Средства массовой информации формируются как на уровне распространителя информации, так и на ступенях, использующих разные каналы передачи данных. В мире существует множество примеров, когда средства массовой информации играли ключевую роль в международных отношениях.

Один из ярких примеров — это Радио Свобода и Радио Свобода Евразия, когда эти радиостанции влияли на дискурс между США и СССР в период Холодной войны. Другой пример — это экономическая война между США и Китаем. В этом случае, международными СМИ были созданы медиа кампании, которые влияли на общественное мнение и усиливали негативное отношение к Китаю.

Кризис на Ближнем Востоке стал распространяться также через сообщения в социальных медиа, что еще больше усугубляет его перспективы и заставляет участников конфликта действовать на ощупь. Он является одним из наиболее сложных и долгих в мировой истории и возник в результате множества причин: конфликтов между различными религиозными и этническими группами, борьбы за власть, стремления к геополитическому доминированию и контролю над ресурсами. Кризис захватывает много стран на Ближнем Востоке, таких как Сирия, Ирак, Йемен, Ливия, Ливан, Израиль и Палестина. Он вызывает серьезные гуманитарные последствия, такие как беженство, голод, нищета и насилие. Кризис на Ближнем Востоке продолжается, и его решение требует многолетних и сложных усилий. Несомненно, его освещение требует от СМИ максимальной правдивости, так как именно это влияет на формирование общественного мнения.

Иными словами, роль медиакоммуникаций в международных отношениях имеет большое значение. Средства массовой информации могут служить не только источником информации, но и инструментом для построения мнений и настроений. Однако, важно, чтобы информация, передаваемая медиа, была точной и объективной. Кроме того, использования медиакоммуникаций в международных отношениях могут быть дипломатические переговоры, кампании по пропаганде своей политики, используя социальные сети, телевизионные программы и другие медиа.

На сегодняшний день, медиакоммуникации могут играть роль в распространении информации об интернациональных преступлениях, таких как нарушения прав человека. Публикация изображений, связанных с убийствами и жестокостью в конфликтах, привлекает внимание мировой общественности и может даже помочь привлечь ответственных к суду.

Мультимедийные технологии способствуют решению таких международных проблем, как терроризм, глобальное потепление, бедность и другие глобальные угрозы. С помощью массовых коммуникаций правительства могут скоординировать свои действия и принять совместные шаги для решения глобальных проблем. Медиакоммуникации являются важным инструментом для формирования общественного мнения и восприятия различных стран. Хорошо организованные коммуникационные стратегии могут помочь правительствам преобразовывать имидж своих стран и управлять восприятием мирового сообщества.

Еще раз необходимо подчеркнуть важность правдивой и объективной информации, которую транслируют СМИ. Как отмечено во Всеобщей декларации прав человека исполнение прав людей, в том числе и на информацию, является основой свободы, справедливости и всеобщего мира. Туркменские СМИ характеризуются высоким уровнем профессионализма, объективности и независимости. СМИ в Туркменистане практикуют тщательное соблюдение законодательства в области свободы слова и осуществления прав журналистов. Они также демонстрируют значительное разнообразие, отражая множество тем и уровней политической терминологии. Туркменские СМИ также активно используют новейшие технологии, в том числе социальные сети и мессенджеры, чтобы оставаться на связи с широкой аудиторией. Благодаря этому туркменские СМИ остаются надежным источником информации для жителей страны и за ее пределами.

Литература:

1. Элкинс, Дж. Шесть способов сделать визуальные исследования серьезной научной дисциплиной / Дж. Элкинс // Топос.— М., 2007.— № 1(15).
2. Тулупов В. В. Выпуск современных СМИ в условиях конвергентности. Материалы IV Международной научно-практической конференции. Москва. 26–27.09.2014.
3. Шилина М. Г. Дата-журналистика, журналистика метаданных — в структуре медиакоммуникации: к вопросу формирования теоретических исследовательских подходов // Медиаскоп. 2013. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1263>
4. Шилина М. Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2009. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/40427>
5. Zassoursky, Y. N. (2016) *Kachestvennaya pressa v mediynykh strukturakh*, Ikar, Moscow
6. Ваттимо Дж. Прозрачное общество. М.: Логос, 2002. с. 14.

Особенности продвижения медицинского портала через контент-маркетинг

Егорова Александра Николаевна, студент магистратуры;
Лактионова Ксения Витальевна, студент магистратуры
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В статье рассматриваются особенности контент-маркетинга в медицинских организациях и важности его ведения при продвижении медицинских учреждений или отдельных услуг.

Ключевые слова: медицина, контент-маркетинг, медицинский портал, здоровье.

Здоровье — неотъемлемая часть жизни современного человека, от которого зависит благополучие страны. На здоровье оказывает влияние не только образ жизни, питание и экология, но и социально-экономическая ситуация. По статистике, запрос «здоровье» является одним из самых популярных тем поиска в Яндексе. [7]

Усиление использования информационных технологий — важнейшая задача, которая стоит перед департаментом здравоохранения, так как это позволит облегчить использование услуг для пациентов и ускорить работу медицины персонала. Например, внедрить автоматизированные базы информации и документации, создать электронные издания медицинской научной и учебной литературы и пр.

Особое внимание стоит уделить базам данных населения соответствующих территорий, среди которых:

- базы данных застрахованного населения;
- базы медицинских данных о больных;
- медико-статистические базы медицинских услуг;
- базы финансово-экономической информации;
- базы данных по кадровому составу и материально-техническому оснащению ЛПУ;
- базы фармако-экономических данных, регистры лекарственных средств;
- базы нормативно-справочной информации и др. [3]

Необходимо также расширение доступа медицинских организаций к сети Интернет. По статистике, в России к ресурсам сети Интернет обращается около 1% медицинских работников, по другим данным, 5–8%. С помощью интернета можно гораздо быстрее и эффективнее оказывать целый ряд услуг:

1. Медицинские консультации.
2. Электронные магазины.
3. Вызов врача на дом.
4. справочные ресурсы.
5. Профессиональные ресурсы.
6. Научно-популярные онлайн-медицинские журналы.
7. Социально ориентированные ресурсы.

Так, в 2018 году Департамент здравоохранения города Москвы принял решение о создании медицинского информационного портала «Навигатор московского здравоохранения» с целью упростить работу медицинских организаций и повысить лояльность пациентов. [6]

«Навигатор московского здравоохранения» представляет собой сервис, обладающий информацией о возможностях московского здравоохранения, применяемых методах диагно-

стики, а также лечениях различного вида заболеваний. Информация на портале еженедельно обновляется, благодаря чему пользователи всегда могут найти актуальный материал.

Цель информационного портала — раскрыть конкретную тематику, проблематику или вопрос, донести информацию до аудитории, держать читателя в курсе новостей. Его функционирование невозможно без контент-маркетинга, который представляет собой сочетание различных маркетинговых методик, направленных на распространение и популяризацию информации среди потребителей, с целью завоевания их доверия, и привлечения к вниманию медицинской тематике.

Полезная, качественная информация в группах, пабликах и на сайтах помогает увеличивать доверия и создавать интерес у потенциального потребителя.

Грамотный контент-маркетинг повышает лояльность клиентов и позволяет завоевать их доверие.

На первом этапе необходимо определиться с конечной целью использования контента. Это может быть увеличение количества подписчиков, улучшение репутации учреждения или отдельного врача, повышение продаж. Затем, нужно определить целевую аудиторию, тип размещенного контента и ресурс, на котором он будет размещен. [2]

В первую очередь стоит учитывать интересы читательской аудитории в области здравоохранения. Кто эти люди?

Скорее всего, такая аудитория ожидает авторитетных подробностей о предмете или теме, связанной со здоровьем или интересующей их услугой/процедурой. Целевая аудитория — это потенциальные пациенты или, возможно, их друзьями или члены семьи.

Преимуществом является, когда контент способствует видимости и ранжированию в Google и Яндекс. Для этого необходимы регулярные публикации с ключевыми словами.

Убедительный и хорошо написанный контент позволяет информационному пространству быть замеченным и востребованным, обеспечивает рост числа подписчиков в социальных сетях, а вместе с этим рост входящих лидов и потенциальных клиентов, не прибегая к методу «жестких продаж».

К тому же, согласно оценкам, создание контента обходится примерно на 60% дешевле, чем традиционная реклама.

Контент может быть развлекательным, образовательным, продающим, новостным. Но не стоит забывать, что в основе любого контент-плана лежит глобальная маркетинговая стратегия. [5]

Контент-план — это план публикаций или постов, составленный на определенный период времени. Как правило,

он содержит описание темы, приблизительное содержание и формат публикации, дату и исполнителя. Грамотный контент-план крайне необходим для любых площадок будь то информационный портал или социальные сети медицинского учреждения.

Для медицинских сообществ важно концентрироваться на нескольких услугах, деликатно публиковать экспертные материалы, добавлять живые фотографии, писать о врачах или даже вести блог отдельного врача. Все это для того, чтобы сформировать надежную репутацию медицинского учреждения и заслужить доверительное отношение пользователя.

Литература:

1. Дмитриева Н. В., Габинская О. С. Актуальные вопросы онлайн-продвижения медицинских услуг // ЭПП. 2020. № 3. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-onlayn-prodvizheniya-meditsinskih-uslug>
2. Карасев, В. А. Роль интернет-маркетинга в деятельности современных компаний / В. А. Карасев // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. — 2019. — № 21. — С. 24–27.
3. Кучеренко В. З. Маркетинг здравоохранения — система регулирования рынка медицинских услуг, — М., 2010.
4. Никулина Ю. Н., Дмитриева А. О. Инновационные инструменты продвижения услуг медицинской организации // Инновационные аспекты развития науки и техники. 2021. № 7. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-instrumenty-prodvizheniya-uslug-meditsinskoy-organizatsii>
5. 5. Как разработать стратегию медицинского контент-маркетинга [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://marketing.medsteg.ru/medical-marketing/medical-content-marketing-strategy>
6. Навигатор московского здравоохранения посетили более 500 тысяч человек [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://mosgorzdrav.ru/ru-RU/news/default/card-print/1816.html>
7. SMM в медицине — как продвигать, каких ошибок не совершать, о чем писать [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://smmplanner.com/blog/smm-v-medicine-kak-prodvigat-kakih-oshibok-ne-sovershat-o-chem-pisat/>

Таким образом, можно сделать вывод, что контент-маркетинг является неотъемлемой частью продвижения медицинского учреждения. По сравнению с другими элементами маркетинга он не требует особых вложений, а информационные статьи и материалы можно размещать на сайте/портале медицинского учреждения.

Потенциальные потребители медицинских услуг склонны доверять информации, предоставляемой теми медицинскими организациями, в чьей экспертности они будут уверены, а это значит, что качественный и постоянно обновляющийся контент поможет клиентам найти ответы на их вопросы.

Исследование интернет-каналов продвижения и распространения детских изданий на российском рынке (на примере издательских домов «Самокат» и «Поляндрия»)

Пондякова Ирина Родионовна, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В статье представлена специфика продвижения и распространения детских изданий с помощью интернет-каналов на примере издательских домов «Самокат» и «Поляндрия». На основе проведенного анализа автором были определены тенденции в книгораспространении и продвижении детских изданий в России. Уделено внимание анализу контента, публикующемуся детскими издательствами на таких интернет-площадках как ВКонтакте, Telegram, YouTube.

Ключевые слова: книгораспространение, продвижение, контент, детские издания, детские издательства, целевая аудитория.

Детские издания — это важный и необходимый инструмент, который помогает развиваться маленькому человеку. С помощью книг ребенок совершенствует мыслительные способности, тренирует воображение, расширяет словарный запас, улучшает память, формирует личностные качества, а также знакомится с окружающим миром и составляет представления о нем. Более того, по словам О. А. Альшевской, чтение «является необходимым условием формирования нового поколения российских граждан» [1, с. 63], поэтому важно, чтобы книги для детей были качественными, понятными и доступными, а для этого необходимо всесторонне ис-

следовать рынок детских изданий, следить за тенденциями его развития.

Данная работа посвящена изучению и анализу интернет-каналов, которые используются российскими детскими издательствами для продвижения и распространения книг, что помогает выявить степень доступности детских изданий. Актуальность исследования обусловлена изменениями, в результате которых существенная часть мероприятий по продвижению и распространению изданий перешла в онлайн-формат, а также произошли ключевые изменения в выборе ресурсов и платформ в сети Интернет. В работе исследуется влияние этих тен-

денций на книгораспространение детских изданий на примере издательств «Самокат» и «Поляндрия».

В России издательский бизнес представлен широко: по заявлению Российского книжного союза насчитывается около 5000 издательств [6], часть из которых — это издательства, специализирующиеся только на детской книге, как например, издательство «Самокат», либо издательства, которые помимо прочего издают детскую литературу, как «АСТ».

Судя по данным Российской книжной палаты, объём книг для детей возрос. За период с 2020 г. по 2022 г. число литературно-художественных изданий для детей и юношества увеличилось с 7317 тыс. изданий до 8855 тыс. изданий [5]. Более того, показатели за 2022 г. (8855 тыс. изданий) [5] стали выше показателей за 2019 г. (8101 тыс. изданий) [5]. Это свидетельствует о том, что детское книгоиздание смогло за 3 года преодолеть кризис, вызванный пандемией и резким переходом в онлайн. Исходя из этого, можно судить о том, что издательствами были найдены пути решения проблем, связанных с печатью, а также с продвижением и распространением книг.

Говоря о заключительном этапе издательского процесса книгораспространения, стоит отметить, что для каждого вида изданий характерны свои особенности и стратегии продвижения, которые зависят от читательского адреса и целевой аудитории.

Уникальность детских изданий для детей заключается в том, что их читательская аудитория — это дети, а целевая аудитория — родители. Поэтому, когда издательство создает детскую книгу, художественно-техническое оформление осуществляется с учетом детских потребностей: текст, который может воспринять ребенок; иллюстрации, которые привлекут его внимание; конструкция, которая будет удобной и безопасной [7]. А когда издательство переходит к этапу продвижения книги, то учитываются возможности целевой аудитории, поэтому для рекламы издания будут выбраны те каналы распространения и те способы рекламы, которые понятны и удобны современным родителям.

Сегодня главный инструмент продвижения изданий — это Интернет и его ресурсы: сайты, социальные сети, мессенджеры, маркетплейсы. И это не только следствие цифровизации, но и результат пандемии и карантинных мер, которые способствовали вытеснению офлайн мероприятий и заменой их на онлайн, о чем говорят многие издатели, как например Виталий Зюсько, главный редактор издательства «КомпасГид», («Задача сегодняшнего дня — это работа с аудиторией в социальных сетях и повышение узнаваемости бренда...» [2]) и Ирина Балахонова, главный редактор и основатель издательства «Самокат» («Мы их (книги) показываем читателям: в соцсетях, на вебинарах, в прямых эфирах». [2]).

Для практической части исследования был проведен сравнительный анализ интернет-каналов, используемых для продвижения и книгораспространения, двух детских издательств: московского «Самоката» и Санкт-Петербургской «Поляндрии», а также анализ контента, опубликованного издательскими домами. Сравнительный анализ мы нами использован для выявления определенных характеристик в стратегиях продвижения обоих издательств, обозначения общего и частного, а также для фиксации изменений в определенный период времени. Задачей

анализа контента являлось определение вида контента и его содержательных параметров.

Стоит отметить, что оба издательских дома занимаются производством и распространением книг для детей от 0 и старше, оба сотрудничают с российскими и зарубежными писателями. Однако издательство «Самокат» (2003 г.) старше «Поляндрии» (2009 г.) и занимает место выше в рейтинге «13 издательств, которые выпускают лучшие детские книги», составленного журналистом и литературным критиком Лизой Биргер («Самокат» находится на первом месте, «Поляндрия» — на шестом) [3].

Для анализа были выбраны наиболее часто используемые для продвижения и распространения интернет-каналы: сайты издательств, социальные сети ВКонтакте и Instagram*, мессенджер Telegram, видеохостинг YouTube, маркетплейсы Ozon и Wildberries. Изначально был проведен количественный анализ: выявлялось наличие издательства на той или иной площадке, количество подписчиков в социальных сетях и количество размещенных товаров на маркетплейсах, а также количество контента, размещенного на площадках. Он проводился в два этапа (первый — 05.06.22, второй — 15.03.23), что помогло проследить динамику развития издательств в социальных сетях и на маркетплейсах. Полученные результаты нашли отображение в таблице 1.

В результате этого исследования было выявлено, что оба издательства имеют сайты, страницы в социальных сетях ВКонтакте и Instagram*, каналы в Telegram и на YouTube, размещают свои товары на Ozon и Wildberries. При сравнении показателей было замечено, что издательство «Самокат» активнее занимается продвижением в социальных сетях — количество их подписчиков, а также публикуемого контента больше, чем у «Поляндрии». Более того, суммарно количество товаров представленных на маркетплейсах у московского издательства выше, чем у его петербургского конкурента. Исходя из этих данных, можно судить о том, что первенство «Самоката» в рейтинге лучших издательств обусловлено не только хорошими книгами, но их динамичным продвижением через доступные в России интернет-каналы.

Говоря о доступности интернет-каналов, стоит заметить, что запрещенный в РФ Instagram*, который ранее был главной площадкой для продвижения, сегодня пользуется все меньшим спросом. Об это свидетельствует уменьшение подписчиков на страницах обоих издательств и снижение частоты публикуемого контента. Основными каналами для продвижения становятся ВКонтакте, Telegram, а также многие компании стремятся достичь узнаваемости бренда с помощью YouTube (даже несмотря на то, что видео сейчас нельзя монетизировать).

Для того чтобы определить, как с помощью данных социальных сетей продвигают и продают товары издательства, был проведен анализ контента, публикуемого «Самокатом» и «Поляндрией». Результаты исследования YouTube-каналов издательств отображены в таблице 2.

Анализ YouTube-каналов издательств показал, что «Самокат» активнее проявляет себя в вопросах продвижения, чем «Поляндрия», которая в 2022 г. оставила идею привлечения целевой и читательской аудитории по средствам видеохостинга YouTube.

Таблица 1. Сравнительная таблица интернет-каналов, использующихся для продвижения и распространения книг издательств «Самокат» и «Поляндрия»

| | Издательский дом «Самокат» | | Издательский дом «Поляндрия» | |
|--|-------------------------------|----------|---------------------------------|----------|
| | 05.06.22 | 15.03.23 | 05.06.22 | 15.03.23 |
| Сайт | | | | |
| Наличие сайта | есть | есть | есть | есть |
| ВКонтакте | | | | |
| Наличие сообщества в социальной сети ВКонтакте | есть | есть | есть | есть |
| Кол-во подписчиков | 22433 | 24400 | 9674 | 10200 |
| Кол-во записей | 11243 | 11 654 | 8145 | 8273 |
| Telegram | | | | |
| Наличие канала в Telegram | есть | есть | есть | есть |
| Кол-во подписчиков | 4752 | 5695 | 2531 | 4006 |
| YouTube | | | | |
| Наличие канала на YouTube | есть | есть | есть | есть |
| Кол-во подписчиков | 978 | 1320 | 51 | 79 |
| Кол-во видео | 176 | 221 | 26 | 26 |
| Общее кол-во просмотров | 67680 | 71468 | 1742 | 2532 |
| Instagram* | | | | |
| Наличие страницы в социальной сети Instagram* | есть | есть | есть | есть |
| Кол-во подписчиков | 93800 | 93100 | 64400 | 63500 |
| Кол-во публикаций | 6305 | 6747 | 2227 | 2431 |
| Ozon | | | | |
| Наличие товаров издательства на Ozon | есть | есть | есть | есть |
| Кол-во товаров | 748 | 2518 | 903 | 1482 |
| Wildberries | | | | |
| Наличие товаров издательства на Wildberries | есть | есть | есть | есть |
| Кол-во товаров | 2392 | 2335 | 1429 | 2171 |

Таблица 2. Контент опубликованный издательствами «Самокат» и «Поляндрия» на YouTube-каналах (с 01.09.22 по 15.03.23)

| Издательский дом «Самокат» | | Издательский дом «Поляндрия» | |
|--|--------------|--|--------------|
| Виды опубликованных видео по содержанию | Кол-во видео | Виды опубликованных видео по содержанию | Кол-во видео |
| Буктрейлеры | 25 видео | Последнее видео на канале было опубликовано 11 месяцев назад | |
| Записи прямых эфиров | 4 видео | | |
| Видео с театрализованной читкой повести Александры Зайцевой «Соль» | 2 видео | | |

Однако, выиграв у петербургских конкурентов в этом вопросе, канал издательства «Самокат» не выглядит успешным. Об этом свидетельствует количество просмотров на видео. Так, например, 24 буктрейлера, опубликованные 3 недели назад, в среднем набрали по 20 просмотров, при условии, что на канале 1320 подписчиков. Самым популярным видео на канале за последнее время является буктрейлер с писателем Алексеем Олейниковым, набравший за 5 месяцев 932 просмотра. Такие показатели говорят о слабой заинтересованности подписчиков

контентом. Более того, о несвоевременном подходе к продвижению книг говорит в своем видео Алексей Олейников: «Кто в 22 году записывает буктрейлеры?» [4]. Также технически видео сделаны плохо: звук, записанный с шумами, картинка невысокого качества, любительская съемка интервью, мероприятий. Сегодня такой контент воспринимается как некачественный и не вызывает интерес, даже несмотря на то, что содержание роликов познавательно: в них знакомят с писателями и художниками, сотрудничающими с «Самокатом», рассказывают об истории

создания той или иной книги, отвечают на фундаментальные вопросы, связанные с книгой и издательским процессом.

Исходя из результатов, полученных в ходе анализа YouTube-каналов «Самокат» и «Поляндрия», можно сделать вывод о том, что продвигаться через видеоконтент у детских издательств получается с трудом. Возможными причинами этого могут быть: недостаточное финансирование PR-отделов; отсутствие современного технического оборудования для съемки роликов; недостаточное владение программами для монтажа; нехватка сотрудников, разбирающихся в алгоритмах и трендах YouTube, а также в вопросах создания видеоконтента; незаин-

тересованность в продвижении через платформу YouTube. Все это является ограничивающими факторами роста конкурентоспособности издательств в сети Интернет.

Однако оба издательских дома имеют сообщества в социальной сети ВКонтакте, и по проведенному ранее количественному анализу видно, что данная платформа больше всего (за исключением Instagram*, который запрещен на территории РФ) пользуется спросом среди целевых аудиторий «Самоката» и «Поляндрии», поэтому контент опубликованный в сообществах не следует оставлять без внимания. Результаты анализа находятся в таблице 3.

Таблица 3. Контент опубликованный в сообществах издательств «Самокат» и «Поляндрия» во ВКонтакте (с 15.02.23 по 15.03.23)

| Издательский дом «Самокат» | | Издательский дом «Поляндрия» | |
|---|---------------------------|---|---------------------------|
| Темы упоминающиеся в записях сообщества | Кол-во публикаций по теме | Темы упоминающиеся в записях сообщества | Кол-во публикаций по теме |
| Рассказ о книге | 6 | Рассказ о книге | 9 |
| Анонсы офлайн мероприятий | 15 | Акции | 3 |
| Подборки книг | 5 | Реклама онлайн продуктов | 1 |
| Поздравления с праздниками | 2 | Рассказ о сотрудниках | 1 |
| Комментарии психологов и авторов к книгам | 4 | Рассказ о лавке «Поляндрия» | 1 |
| Реклама новых онлайн продуктов | 4 | Напоминание о рассылке | 1 |
| Розыгрыши | 2 | | |
| Акции | 5 | | |
| Рассказы о книжных выставках | 1 | | |
| Поздравления победителей книжных выставок | 2 | | |

В результате исследования сообществ «Самоката» и «Поляндрии» была вновь выявлена большая активность московского детского издательства. Об этом свидетельствует общее количество публикаций за месяц: у «Самоката» 41 публикация, у «Поляндрии» — 16. Более того, спектр тем, упомянутых московским издательством в своих записях шире, чем у петербургского конкурента, что позволяет им коммуницировать с аудиторией комплексно, охватывая многие интересующие подписчиков вопросы, что, безусловно, помогает выстраивать с потенциальными покупателями доверительные отношения онлайн. К тому же, за месяц «Самокат» опубликовал 15 анонсов офлайн мероприятий, что говорит о заинтересованности издательства в знакомстве со своими читателями и их родителями и показывает, что издательский дом активно занимается продвижением не только через интернет-каналы, но и офлайн. У издательства «Поляндрия» такого не было выявлено. Но стоит отметить, что оба издательских дома всегда оставляют ссылки на рекламируемые издания, которые в результате приводят на сайт издательств, где возможна покупка товара, что должно позитивно влиять на продажи книг.

Также нельзя оставить без внимания, тот факт, что у «Поляндрии» на сегодняшний день 10 тыс. подписчиков, а у «Самоката» — 24 тыс., но в среднем одна запись у обоих издательских домов набирает по 2 тыс. просмотров, что говорит о большем

интересе к контенту петербургской «Поляндрии». Таким образом получается, что не всегда активность, разнообразие тем и большое количество мероприятий привлекает аудиторию. Вполне возможно, что именно продукт и его качество или репутация компании приводят подписчиков, а небольшое количество конкретной информации о продуктах удерживает их внимание и способствует продажам.

Результаты проведенного исследования показывают, что для привлечения аудитории, разные компании используют разные стратегии, исходя из корпоративных традиций. Некоторые, как издательство «Самокат», продвигаются за счет активности, а другие, как «Поляндрия», в своей пиар-деятельности полагаются на качество и конкретику.

Кроме социальной сети ВКонтакте издательства сегодня используют для общения со своими потенциальными покупателями Telegram-каналы, которые так же, как и социальные сети наполняются информацией о деятельности компаний и о товарах. И если «Самокат» дублирует записи из ВКонтакте в Telegram, тем самым создавая два одинаковых канала связи и позволяя покупателям выбирать более удобную для получения информации платформу, то «Поляндрия» расширяет информационный поток на своем канале, а также увеличивает охваты, добавляя записи с партнерских Telegram-каналов, рекламные записи, а также анонсы, опросы и ту информацию, которая есть

во ВКонтакте, что дает существенные различия между каналом и сообществом.

Такой подход свидетельствует о том, что у «Поляндрии» во ВКонтакте и в Telegram разные целевые аудитории, издательство понимает потребности каждой и предлагает им разный контент: лаконичный, публикующийся периодически, — для подписчиков сообщества, разнообразный, продающий, выходящий в свет каждый день — для поклонников канала в Telegram.

Более того, очевидным преимуществом Telegram-канала «Поляндрии» является то, что с большим количеством рекламы издательство само может получать прибыль, а также оно способно продвигаться за счет обмена записями с партнерским Telegram-каналами.

После всего вышеизложенного, следует конкретизировать материал и сделать ряд выводов о продвижении и книгораспространении в издательском детском бизнесе в целом, на примере «Самоката» и «Поляндрии».

Во-первых, необходимо упомянуть о том, что детские издания сегодня находятся в широком доступе: их можно приобрести и в обычных магазинах, и, как показало исследование, через большое количество интернет-каналов, среди которых: сайты издательств, которые являются основными площадками интернет-продаж, так как именно ссылками на них завершаются посты в социальных сетях издательств; маркетплейсы Ozon и Wildberries, которые знакомы многим интернет-пользователям, вызывают доверие у потребителя и позволяют быстро и беспрепятственно совершить покупку [8, с. 356]; социальная сеть

ВКонтакте, а также мессенджер Telegram, которые выступают посредниками между покупателями и сайтами издательств, где продаются издания.

Во-вторых, за период с 2020 по 2023 гг. в книгоиздательском деле, как и во всем мире, произошли существенные перемены. Если говорить о продвижении книг, то здесь издательства последовали заданным тенденциям и прибегли к следующим преобразованиям: увеличили количество онлайн-проектов и контента, что позволило стать доступными и заметными для большего числа потенциальных клиентов, расширили спектр каналов продвижения, что в итоге привело вновь к востребованности ВКонтакте, к активному развитию Telegram-каналов, к уменьшению спроса на контент в Instagram*, а также к попыткам повышения узнаваемости через YouTube.

Исходя из этого, можно сказать о том, что детские книжные издательства, как например «Самокат» и «Поляндрия», в своем промо стремятся достичь нескольких целей: суметь заинтересовать большее число покупателей детских книг через интернет-каналы, используя разные контент-стратегии в зависимости от предпочтений целевой аудитории той или иной площадки, а также исходя из своих возможностей (показателен пример с видеохостингом); распространить больше изданий и заставить покупателей вновь приобретать товар компании посредством представления книг на удобных для сделки онлайн-платформах.

**Meta и входящие в нее Facebook и Instagram признаны экстремистскими организациями, деятельность которых запрещена в РФ.*

Литература:

1. Альшевская Основные каналы реализации детской книги в Сибири и на Дальнем Востоке / Альшевская, А. О. — Текст: непосредственный // Гуманитарные науки в Сибири. — 2018. — № 4. — С. 62–66.
2. Издатели на карантине: как живут детские издательства. — Текст: электронный // Афиша Daily: [сайт]. — URL: <https://daily.afisha.ru/brain/15754-izdateli-na-karantine-kak-zhivut-detskie-izdatelstva/> (дата обращения: 20.05.2022).
3. 13 издательств, которые выпускают лучшие детские книги. — Текст: электронный // мел: [сайт]. — URL: https://mel.fm/zhizn/knigi/3295407-publishing_house (дата обращения: 07.06.2022).
4. Очаровательный Алексей Олейников рассказывает о серии графических путеводителей по русской классике. — Видеозапись // YouTube: [сайт]. — URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BPW3kcFqbwM&t=93s> (дата обращения: 17.03.2023).
5. Российская книжная палата: [сайт]. — Текст: электронный. — URL: <http://www.bookchamber.ru> (дата обращения: 19.05.2022).
6. Российский книжный союз: [сайт]. — Текст: электронный. — URL: <https://bookunion.ru> (дата обращения: 18.05.2022).
7. СанПиН 2.4.7.960–00 Гигиена детей и подростков. Гигиенические требования к изданиям книжным и журнальным для детей и подростков: утв. 04.10.2000: введ. в д. 02.02.2001. — Москва: Федеральный центр госсанэпиднадзора Минздрава России, 2001. — 14 с.
8. Сафин Маркетплейсы: преимущества, риски и перспективы / Сафин, Ф. Я. — Текст: непосредственный // Актуальные проблемы международных отношений в условиях формирования мультиполярного мира. Сборник научных статей 10-й Международной научно-практической конференции. — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. — С. 354–357.

Креативные методы продвижения на современном этапе развития рекламы

Хоанг Мань Хунг, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье автор пытается определить креативные методы продвижения на современном этапе развития рекламы.

Ключевые слова: реклама, креативность, бренд.

I. Что такое креативная реклама?

При разработке параметров для измерения креативности мы опирались на литературу по социальной и образовательной психологии, в которой креативность определяется как дивергентное мышление, то есть способность находить необычные и неочевидные решения проблемы. Одним из пионеров в этой области был Эллис Пол Торренс, американский психолог, который разработал Тесты креативного мышления Торренса (ТТСТ) — комплекс мер, используемых для оценки способности людей к дивергентному мышлению в деловом мире и в образовании. Торренс оценивал ответы на вопросы теста по пяти параметрам: беглость, оригинальность и детализация (заимствованные из работы Джой Пола Гилфорда, другого американского психолога), а также абстрактность и то, что он называл сопротивлением преждевременному закрытию.

Беглость относится к количеству релевантных идей, предложенных в ответ на заданный вопрос (например, «перечислите как можно больше вариантов использования скрепки»), а оригинальность измеряет, насколько необычными или уникальными являются ответы. Развернутость относится к количеству деталей, приведенных в ответе, а абстрактность измеряет степень, в которой лозунг или слово выходит за рамки обозначения чего-то конкретного. Устойчивость к преждевременному закрытию измеряет способность учитывать множество факторов при обработке информации.

В начале 2000-х Торренса адаптировали для рекламы исследователь коммуникаций из Университета Индианы Роберт Смит и его коллеги. Они скорректировали определение креативности, включив в него «степень, в которой реклама содержит элементы бренда или исполнения, которые отличаются, являются новыми, необычными, оригинальными, уникальными и т. д.». Их целью было измерить креативность, используя только те факторы, которые наиболее уместны в рекламном контексте. Они пришли к пяти измерениям рекламной креативности, которые легли в основу нашего исследования.

1. Оригинальность

Оригинальное объявление содержит элементы, которые являются редкими или удивительными, либо которые отходят от очевидного и банального. Основное внимание уделяется уникальности идей, содержащихся в объявлении. Реклама может отличаться от норм или опыта, например, путем применения уникальных визуальных или вербальных решений. Многие рекламные кампании совсем не оригинальны. Типичная реклама моющего средства показывает, что домохозяйка довольна еще

более белым бельем; в парфюмерии представлены идеальные модели; и автомобили путешествуют по красивым пейзажам без пробок.

2. Гибкость

Объявление с высокой степенью гибкости плавно связывает продукт с целым рядом различных применений или идей

3. Разработка

Многие объявления содержат неожиданные детали или расширяют простые идеи, делая их более запутанными и сложными.

4. Синтез (Комбинация)

Этот аспект творчества заключается в смешивании или соединении не связанных между собой объектов или идей.

5. Художественная ценность

Реклама с высоким уровнем художественной ценности содержит эстетически привлекательные вербальные, визуальные или звуковые элементы. У них высокое качество производства, оригинальная цветовая палитра, запоминающаяся музыка. В результате потребители часто рассматривают рекламу почти как произведение искусства, а не откровенную рекламу.

II. Почему креативная реклама важна?

Не существует рецепта креативности. Нет начала, середины или конца. Нет грамматики, нет языка. Тем не менее, ее эффекты — нечто среднее между пылью и магией. Креативность создает различие между двумя продуктами одной и той же категории. Стойкие приверженцы рекламы всегда говорят, что никто не считает, сколько рекламы вы показываете; они запоминают впечатление, которое вы производите. На самом деле впечатление является дифференцирующим фактором в рекламном бизнесе. Только креативность может создать и впечатление, и различие.

Почему нам так нужен креатив в рекламе? Когда многие продавцы продвигают аналогичные продукты и используют один и тот же метод продвижения, как покупатели узнают про наши продукты? Для этого нам нужно применять творческий подход к созданию рекламы, искать новые пути в том, как объединить продукт с тем вдохновением, которое у нас есть, чтобы оно

стало рекламой, которая доставляет динамичное и образное сообщение, которое может привлечь внимание и покорять сердца зрителей до тех пор, пока они, наконец, не выберут нашу продукцию.

Предоставление ценности вашим клиентам путем создания значимых связей с помощью креатива в рекламе — это один из способов добиться узнаваемости бренда. Потребители с большей вероятностью найдут отклик в рекламе, если это что-то, к чему они могут относиться, или если оно соответствует их интересам. Таким образом компании могут создать устоявшийся бренд, предоставляя содержательный, актуальный и последовательный рекламный креатив своей целевой аудитории.

В наш цифровой век люди проводят много времени в Интернете в поисках информации, просматривая свои социальные сети или просто просматривая веб-страницы. Потребители становятся более сообразительными в отношении того, как они просматривают и потребляют информацию, которая им нравится. Именно здесь эффективна креативная реклама, поскольку она привлекает внимание аудитории. Будь то яркие визуальные эффекты, актуальная тема, контент, предложение или комбинация всего, это обязательно произведет большое впечатление на их умы.

III. Когда это работает, а когда нет?

У компаний есть много возможностей для улучшения креативности рекламных кампаний. Например, те типы креативности, на которые в настоящее время обращают внимание агентства, часто не являются самыми эффективными в стимулировании продаж. В нашем исследовании мы количественно оценили влияние каждого параметра на продажи. Хотя все они оказали положительное влияние, разработка имела, безусловно, самое сильное значение (1,32 при индексации по отношению к общему среднему творческому потенциалу 1,0), за которым следовала художественная ценность (1,19). За ним следуют оригинальность (1,06) и гибкость (1,03), а синтез занимает пятое место (0,45). Тем не менее исследование показывает, что рекламные агентства используют оригинальность и художественную ценность больше, чем проработку. Возможно, компании в первую очередь думают об оригинальности, пытаясь быть креативными.

Интересно, что оригинальность часто является частью наиболее эффективных комбинаций, это говорит о том, что этот тип творчества играет важную стимулирующую роль. По сути, быть оригинальным недостаточно — оригинальность увеличивает продажи только при наличии дополнительных творческих

аспектов. В самом деле, сила оригинальности может быть еще одной причиной того, что так много компаний используют ее в рекламных кампаниях, несмотря на ее посредственную индивидуальную эффективность.

Использование творчества в зависимости от категории

Уровни креативности значительно различаются в зависимости от категории продуктов: общий балл варьируется от 2,62 для шампуня до 3,60 для колы. В таких категориях, как кола и кофе, рекламодатели и покупатели, как правило, отдают предпочтение более высокому уровню творчества, тогда как в таких категориях, как шампунь, уход за телом и уход за лицом, компании сосредоточены на демонстрации фактического использования продукта, хотя и в идеализированной среде. Одной из причин может быть то, что в некоторых категориях по-прежнему важно предоставлять фактические доказательства характеристик производительности. Когда продукты функциональны и ориентированы на четкие потребительские цели (очистка одежды с помощью моющих средств, защита кожи с помощью лосьона для тела), неортодоксальные подходы менее предпочтительны. Напротив, когда продукты понятны, похожи и связаны с личными предпочтениями (например, утоление жажды газировкой или чашкой кофе), нестандартный подход может быть более эффективным для стимулирования продаж.

IV. Примеры креативных реклам

Умная реклама «семенной бомбы» McDonald's

Эта реклама семенной бомбы McDonald's была разработана Шоном Клик (Sean Click). Это, безусловно, уникальная идея — украсить грязные обочины автострад несколькими красочными логотипами. Но то, что делает рекламу превосходно инновационной и креативной, — это предусмотрительность Click в отношении географии рекламы; это калифорнийские маки, официальный цветок штата, выкапывать которые запрещено. Так что на самом деле незаконно уничтожать рекламу McDonald's — невероятно.

Реклама AXE на зеленом знаке запасного выхода

AXE предполагает, что белый бегущий человек, которого мы часто видим, ведя нас к аварийным выходам, бежит не из горящего здания, а на самом деле стая дам, движимых похотью, обезумевших от запаха беглеца, который использовал продукцию компании.

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Миграция как глобальная проблема. Case-studies: Германия

Гауэр Софья Владимировна, студент
Национальный исследовательский Томский государственный университет

И для кого ни секрет, что каждому человеку свойственно естественное желание жить лучше. Именно поэтому поиск наиболее благоприятных условий труда, социального обеспечения, а в некоторых случаях элементарное желание сохранить себе жизнь: всё это толкает человека менять местожительство и искать более благоприятные условия для жизни, работы, развития и самореализации. Так, согласно Всеобщей Декларации прав человека, принятой резолюцией Генеральной Ассамблеей ООН 10 декабря 1948 г., каждый человек имеет право свободно передвигаться и выбирать себе местожительство в пределах каждого государства (п. 1, ст. 13) [1]. Помимо этого, каждый имеет право на труд, свободный выбор работы, справедливые и благоприятные условия труда и защиту от безработицы [1].

Сегодня глобализационные и интеграционные процессы получают всё более стремительное развитие в современных международных отношениях. Глобализация — это процесс усиления взаимосвязи и взаимозависимости различных стран, народов и культур. Особую роль в глобализационных процессах играет миграция. Международная миграция является глобальным явлением, которое растёт по своим масштабам. Активизация миграционного движения является ярким выражением процесса глобализации. В силу того, что в основе миграционных процессов лежат глобальная взаимозависимость экономик разных стран, всеохватывающие развитие коммуникационных связей, транспорта и торговли, то становится понятно, что данный процесс непреодолим. Кроме того, данный процесс является очень сложным и многогранным, и, именно поэтому, влечёт за собой как положительные, так и отрицательные последствия как для стран эмиграции, так и для стран иммиграции, а также, непосредственно, для самих мигрантов, которые не всегда могут спокойно и легко интегрироваться в новое общество. На сегодняшний день межгосударственные границы постепенно утрачивают своё значение, и поэтому вопрос, касающийся международной миграции, становится очень остро, и требует к себе серьёзного и комплексного подхода.

В научной литературе наиболее часто используют следующее определение: миграция — это процесс перемещения людей через границы тех или иных территорий со сменой навсегда или на более или менее длительное время постоянного места жительства, либо с регулярным возвращением к нему [15, с.22].

Международная миграция принимает различные формы. Она включает в себя, так называемых, экономических мигрантов, которые на добровольной основе в поисках новых возможностей, так и беженцев и вынужденных мигрантов, которые вынуждены покинуть свою страну под давлением различных факторов, не зависящих от них. Положение и количество именно второй категории мигрантов угрожает благополучию многих стран, именно поэтому для контроля и управления над этими процессами необходимо его всесторонне изучение и всеобщее международное сотрудничество. Сегодня весь современный мир пришёл в движение, развитие миграции приняло взрывообразный характер, именно поэтому вопросам, касающимся насущной глобальной проблеме миграции и миграционной политики, задаётся почти каждое государство.

Почему миграция — это глобальная проблема? Если отталкиваться от самого термина «глобальный», то нужно чётко понимать, что данная проблема проявляется минимум на трёх континентах, создаёт определённые трудности, негативные последствия, с которыми люди вынуждены бороться. По последним данным портала миграционных данных, общее число международных мигрантов в середине 2020 г. составляло 280,6 миллионов, что составляет 3,6% населения всего земного шара (рис. 1). Самый большой приток мигрантов наблюдается в европейских странах — 86,7 миллионов. Затем идёт страны Азии, в которых общее число мигрантов составляет 85,6 миллионов. Далее идёт Америка — 73,5 миллионов мигрантов, Африка — 25,5 миллиона, и замыкает круг Австралия — 9,4 миллиона (рис. 2). В то время, как подавляющее большинство людей в мире продолжают жить в стране, в которой они родились, все больше людей мигрируют в другие страны, особенно в пределах своего региона. Многие другие мигрируют в страны с высоким уровнем дохода, которые находятся дальше. Работа является основной причиной международной миграции людей, а трудящиеся-мигранты составляют подавляющее большинство международных мигрантов в мире, причем большинство из них проживает в странах с высоким уровнем дохода, именно поэтому потоки мигрантов направляются в основном в индустриально-развитые страны Европы, Азии и Америки. Глобальное перемещение населения находится на рекордно высоком уровне. Конкретные примеры проявления проблемы миграции будут рассмотрены в следу-

ющем разделе, а пока ещё стоит упомянуть про некоторые прогнозы, касающиеся развития миграции, а также про некоторые шаги, предпринятые мировым сообществом в рамках попыток регулирования миграционной политики.

Общепризнанно, что масштабы и темпы международной миграции особенно трудно предсказать с точностью, поскольку она тесно связана как с событиями, обостряющими обстановку (в частности, крайней нестабильностью, экономическим кризисом или конфликтом), так и с долгосрочными тенденциями (в частности, демографическими изменениями, экономическим развитием, достижениями в области коммуникационных технологий и доступом к средствам передвижения). По прогнозам Международной организации по миграции количество мигрантов к 2050 г. составит 450 млн человек [3, с. 23]. Также согласно данным этой организации, иностранные работники составляют около 15% всех занятых в экономике.

Особое место в системе регуляции трудовых отношений и международной трудовой миграции играет Международная организация труда (МОТ). МОТ — специализированное агентство системы ООН. Основные цели и задачи данной организации в сфере трудовой миграции сосредоточены на защите прав и интересов трудящихся, которые осуществляют свою трудовую деятельность в чужой стране. Всемирная комиссия Международной организации труда, рассматривая социальные аспекты глобализации, опередила ряд проблем, с которыми сталкиваются трудовые мигранты: эксплуатация трудящихся мигрантов недобросовестными работодателями, в части, например, отсутствия должного медицинского и социального обеспечения, отсутствия достойной оплаты труда, средств индивидуальной защиты, достойных условий труда и даже в криминальных случаях — наличие незаконной торговли людьми за рубежом. На 92-й сессии Международной конференции труда в 2004 г. была принята резолюция о справедливом подходе к трудящимся мигрантам на глобальном рынке. В марте 2006 г. руководящими органами МОТ было принято решение публикации и распространении многосторонних основ, которые представляют собой необязательные в правовом отношении нормы, включающие в себя рассмотрение основных проблем, которые возникли в процессе разработки миграционной политики и формирование комплекса основополагающих принципов прав и труда, регулирующих основные положения в области миграции рабочей силы. Положения направлены на обеспечение достойного труда и зарплаты в странах происхождения мигрантов, содействие двухсторонних соглашений между государствами-членами в целях упорядоченной и справедливой миграции, гарантированное равенство в обращении и целях наделения равными правами мигрантов и граждан принимающей стороны.

Посмотрим и оценим деятельность ООН в сфере миграционной политики. Ещё в 1990 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла Международную конвенцию о защите прав всех трудящихся-мигрантов и членов их семей. С того момента 18 декабря во всём мире отмечается Международный день мигранта. В целях координации международных усилий, направленных на регулирование миграции, в декабре 2003 г. была создана Глобальная комиссия по международной миграции ООН. Четыре года назад ГА ООН предприняла попытку в комплексе ре-

шить все проблемы, связанные с миграционными потоками. 10 декабря 2018 г. Межправительственная конференция ООН утвердила глобальный пакт (или, глобальный договор) о безопасной, упорядоченной и легальной миграции. Пакт был подготовлен с пониманием того, что ни одно государство не может самостоятельно решать вопросы миграции. Пакт был одобрен в июле 193 странами. Тем не менее ряд государств не поддержали документ. Соединенные Штаты вышли из обсуждения пакта еще в конце 2017 г. Кроме того, Австралия, Нидерланды, Австрия, Болгария, Венгрия, Чехия, Польша, Доминиканская Республика, Чили, Латвия, Словакия, Эстония и Италия либо отказались принимать участие в конференции, либо исключили возможность подписания соглашения. Юридически обязывающим документ не является, а лишь открывает возможность к глобальному сотрудничеству в этой сфере.

Сегодня миграция стала глобальным явлением растущего масштаба и сложности. Ранее уже упоминалось о том, что главная причина миграции, из которой, так или иначе, вытекают другие — это естественное желание человека жить лучше, психологическое стремление человека к самореализации. Отсюда вытекает тот факт, что причин для миграции существует много. Люди пересекают национальные границы по экономическим причинам (безработица, высокие налоги, низкий уровень дохода, бедность, желание продвинуться по карьерной лестнице), социальным (дискриминация, желание присоединиться к семье или друзьям за рубежом), экологическим (природные катастрофы), политическим (недовольство установленными в стране режимами, войны). То есть причины могут быть экономическими: различия в уровнях жизни, размерах заработной платы. Могут быть неэкономическими: различия в сфере безопасности и прав человека. Помимо этого, причины могут быть вынужденными, когда значительная часть мигрантов вынуждена покинуть свои дома против их воли: беженцы, спасаясь от преследований, люди, пострадавшие в результате конфликта или стихийного бедствия, или жертвы торговли людьми. В условиях все более интегрированного мира люди, имея серьезные ограничения, передвигаются через национальные границы в поисках лучших возможностей, которые отсутствуют для них в их собственных странах. Также особенно остро на повестке дня стоит вопрос о нелегальной миграции, которая связана с нарушением миграционного законодательства страны. Данный тип миграции сегодня рассматривают как с отрицательных, так и с положительных сторон (которые подробно будут рассмотрены в четвёртом разделе данной главы).

Рассмотрим проявление проблемы миграции в глобальном масштабе на конкретных примерах из разных регионов мира в разное время. Согласно данным международной организации по миграции в 2004 г. примерно 300 тыс. африканских специалистов работают в странах Европы и Северной Америки. Также по оценкам данной организации около одной трети всех учёных, получивших образование в «бедных» странах, затем перебираются работать и жить в «богатые» страны. В том же 2004 г. группа демографов и географов (Линдзи Лоувелл, Аллан финдли, Эмма Стюарт) опубликовала результаты масштабного исследования «Утечка мозгов» (Brain Strain: Optimising Highly Skilled Migration From Developing Countries). Вывод, к которому

пришла группа учёных был следующим: почти каждый десятый обладатель диплома о высшем образовании рождён в развивающихся странах — при этом 30–50% родившихся там учёных и инженеров ныне живут и работают в развитых государствах мира. Исследование Национального бюро экономических исследований США (National Bureau of Economic Research) наглядно продемонстрировало тот факт, что утечка мозгов ныне происходит не только потому, что в «бедных» странах низок уровень жизни, но и потому, что у специалистов появилось достаточно средств для того, чтобы финансировать свой переезд в «богатые» страны. Согласно данным Фонда African Capacity Building Foundation, каждый год примерно 20 тыс. высококвалифицированных жителей африканского континента отправляются искать счастья в индустриально развитые страны [6]. Одним из результатов этого является хронический дефицит квалифицированных кадров в африканских государствах, что приводит к замедлению процесса их развития и усугублению ситуации в сферах науки, экономики, медицины и так далее. По оценкам Фонда, отъезд специалистов приводит к бюджетным потерям (уехавшие не платят налоги на родине), снижению темпов создания новых рабочих мест, уменьшению конкурентоспособности местной экономики (вплоть до того, что иностранных специалистов приходится импортировать из-за рубежа и платить им намного больше, чем получали бы их местные коллеги).

Далее рассмотрим проявление проблемы миграции на примере США. США привлекают наибольшее количество иммигрантов в мире, которые составляют здесь около 17,6% рабочей силы, являются одним из важнейших источников его пополнения. Направления миграционных потоков очень асимметричны. За последние 30–40 лет существенно изменился состав стран происхождения. В настоящее время главными странами происхождения американских иммигрантов являются страны Латинской Америки. Иммигранты из Латинской Америки, как правило, менее образованы, чем ранние иммигранты из Европы. По словам Джеймса Смита, старшего экономиста корпорации RAND в Санта-Монике и ведущего автора Национального исследовательского совета Соединенных Штатов мигранты (особенно из Латинской Америки) являются скорее убытком в части уплачиваемых налогов, относительно затрат на социальные услуги. Также среди негативных последствий иммиграции в США стоит отметить возрастающую нагрузку на инфраструктуру, систему здравоохранения и социального обеспечения, а также проблема нелегальной миграции, которая остро стоит для США — за 2017 г. было произведено более 140 тыс. административных арестов, более 225 тыс. нелегальных мигрантов было депортировано (большинство из которых относятся к мигрантам из стран Латинской Америки).

И последний пример для рассмотрения — проявление проблемы миграции на примере Германии в 1980–1990-е г. Несмотря на то, что пример является весьма отдалённым по времени, тем не менее, он является очень показательным. Наверное, уже стало весьма очевидно и понятно, что, как правило, положительные последствия от миграции носят более долгосрочный характер, в то время как отрицательные последствия — вытеснение работников, сокращение зарплаты, потеря работы — возникают в ближайшей перспективе и скон-

центрированы на определенных группах работников. Этот факт служит источником политического сопротивления и враждебного отношения к мигрантам, часто наблюдаемых в принимающих странах. Наглядным примером воздействия на уровень зарплат и вытеснение работников служит введенная после 1989 г. политика, разрешившая работникам из Чехии искать работу (но без получения права на постоянное проживание) в приграничных муниципалитетах Германии, отвечающих установленным требованиям. К 1993 г. приток чешских работников в размере, эквивалентном 1 проценту от общей численности занятых местных жителей, привел к сокращению заработной платы коренных немцев на 0,15 процента. Данное событие способствовало формированию враждебного отношения к чешским мигрантам, и в целом к миграционной политике, проводимой Гельмутом Коелем (шестым канцлером Германии).

Начало 2022 г. ознаменовалось очередным обострением международных отношений. Начало военной операции России на Украине 24 февраля 2022 г. породило массовую миграцию украинцев и вызвало кризис украинских беженцев. По данным ООН от 9 апреля 2022 г. более 4,6 млн беженцев были вынуждены бежать из Украины. Всего за 5 недель с начала вторжения более 10 млн человек (четверть населения Украины) вынужденно покинули свои дома. Из-за военных ограничений на выезд мужчин в возрасте от 18 до 60 лет подавляющую часть мигрантов составляют женщины и дети. Таким образом, вторжение России вызвало крупнейший миграционный кризис в Европе со времён Второй мировой войны и её последствий. Основными направлениями миграции являются соседние страны к западу от Украины: Польша, Румыния, Венгрия, Молдова, Словакия, Германия, а также совсем небольшая часть — Россия и Беларусь. На данный момент военные действия всё ещё продолжаются, поэтому очень сложно говорить о том, чем это в конечном итоге обернётся для всего мирового сообщества. Очевидно, что Европейский Союз несёт наиболее серьёзные потери и издержки. Помимо разрыва многочисленных торгово-экономических отношений с Россией, именно на плечи стран ЕС наиболее тяжёлое бремя работы с украинскими беженцами. Их корректный подсчет пока затруднен с учетом быстро меняющейся обстановки, но уже сейчас понятно, что счет идет на миллионы. Перед странами ЕС встает задача приема, обеспечения, адаптации, а возможно, и интеграции мигрантов. Социальные расходы многих стран ЕС вырастут. Однако и здесь Европейский союз в среднесрочной перспективе оказывается бенефициаром. У стран ЕС, особенно у Германии, накоплен колоссальный опыт работы с мигрантами. Украинские мигранты культурно близки большинству, если не всем странам ЕС, в отличие от предыдущих волн миграции из исламских стран. Они более образованны. Они в меньшей степени склонны формировать замкнутые диаспоры, быстрее адаптируются и интегрируются. Экономика ЕС получает богатую демографическую инъекцию. В данном случае на конкретном примере в рамках современной ситуации, которая разворачивается и развивается прямо у нас на глазах, мы видим, что проблема миграции, вызванная кризисом в отношениях между Россией и Украиной, породила ряд проблем, в первую очередь, экономических, для всех сторон, которые имеют к данному случаю какое-либо отношение.

Исходя из фактов и анализа данных, приведённых ранее, вероятно, стало понятно то, что миграция — очень сложный и многогранный процесс, и оценивать его влияние на страны эмиграции и страны иммиграции однозначно очень сложно. Рассмотрим положительные и отрицательные последствия данного процесса.

Миграция выполняет ряд важных функций, первая из которых — перераспределение трудовых ресурсов, тем самым способствует выравниванию уровня экономического развития и помогает преодолеть различия в уровне жизни населения разных стран, обеспечивает сближение, взаимопроникновения и взаимообогащение культур. Мигранты могут усилить трудовые ресурсы страны, стимулировать инвестиции и повысить темпы экономического роста. Так, иммигранты в странах с развитой экономикой увеличивают объём производства и производительность как в краткосрочной, так и в среднесрочной перспективе. Увеличение притока иммигрантов повышают общую занятость населения и увеличивает суммарный объём производства. Это связано с тем, что местные работники и иммигранты привносят на рынок труда разнообразные навыки, которые дополняют друг друга и повышают производительность. Вторая важная функция миграции — решение демографической проблемы. Очень часто людские потоки перекачиваются из густонаселённых или перенаселённых районов в страны, которые страдают проблемой нехватки трудовых ресурсов. Более того, приток молодых мигрантов способствует омоложению населения, так как для развитых стран особо остро стоит проблема старения населения. И, таким образом, молодые мигранты, находясь в активном репродуктивном возрасте увеличивают количество заключаемых браков и рождаемость.

Говоря про отрицательные последствия, в первую очередь следует упомянуть о том, что миграция вызывает большую напряжённость на рынках труда в странах эмиграции. Это связано с тем, что приток новой рабочей силы ухудшает положение работающего коренного населения, что приводит к росту конкуренции в борьбе за свободные рабочие места, и, как следствие, к безработице. Во-вторых, следует упомянуть о том, что интеграции мигрантов в новое общество и адаптация к новым условиям в новой стране далеко не всегда проходит гладко, это может сопровождаться формированием очагов социальной напряжённости, межнациональных, религиозных конфликтов, в каких-то случаях создаётся среда для ухудшения криминальной обстановки.

Отдельное внимание я хотела бы акцентировать на одном последствии, которое имеет две стороны медали. Страны эмиграции, несомненно, во многих случаях теряют самых молодых и одаренных, что существенно сказывается на экономическом росте, происходит, так называемая, «утечка мозгов». Некоторые из подобных последствий. Помогают нейтрализовать денежные переводы иммигрантов своим родным и близким на Родину. Они могут быть очень значительным источником дохода, который, как было доказано, приводит к увеличению расходов на образование и здравоохранение. В 2014 г. приток денежных переводов в развивающиеся страны составил 436 млрд долларов США, больше половины от суммы совокупных чистых прямых иностранных инвестиций и существенно больше трехкратной суммы официальной помощи на цели развития.

Таким образом, мигранты помогают своим соотечественникам выжить, как бы смягчая разницу между уровнем жизни развивающихся и индустриально развитых стран.

Особого внимания заслуживает нелегальная миграция. При обсуждении вопросов, связанных с нелегальными мигрантами, в их оценке относительно с недавних пор прослеживаются новые моменты. Если раньше (ещё в конце XX в.) нелегальная миграция рассматривалась исключительно как отрицательное явление, с которым велась жёсткая борьба, то в современных условиях как страны эмигрантов, так и страны иммигрантов стали находить в ней некоторые положительные черты. Во-первых, это экономия на дешёвой рабочей силе, так как нелегальные мигранты, в большинстве своём, являются неприспособленными к условиям труда, поэтому нелегальные мигранты помогают выжить представителем мелкого и среднего бизнеса, производящих дешёвые товары и предоставляющих услуги для массового потребления. Во-вторых, на рынке труда в развитых странах есть определённые ниши, которые представители местного коренного населения не имеют желания работать (например, из-за низкой заработной платы или из-за условий труда), и такие ниши занимают нелегальные мигранты. Наглядный пример тому, как нелегальные мигранты занимают заметное место в строительных и ремонтных работах, соглашаясь, практически, на любые условия. В-третьих, у нелегальных мигрантов нет, как таковых, выходных, отпусков, их рабочий день является безразмерным, что также приносит прибыль работодателю. Но нелегальная миграция тоже имеет и обратную сторону медали. Во-первых, нелегальная деятельность мигрантов часто связана с теневой экономикой, это особенно опасно при производстве лекарств, детских товаров, пищевых продуктов. Теневая экономика наносит существенный ущерб государственному бюджету, поскольку прибыль не облагается никаким налогом и полностью остаётся в её распоряжении. Во-вторых, очень часто нелегальные мигранты образуют нелегальные организации, которые занимаются торговлей оружием, ввозом и продажей наркотиков, взрывчатых веществ и так далее. Помимо этого, нелегалы создают «сетевые организации», через которые получают всю информацию. Подобные «сетевые организации» часто связаны с сектами религиозного характера, они очень ловко умеют обрабатывать сознание молодых людей, воспитывая в них религиозный фанатизм, затем используя это в террористических целях. Таким образом, очень часто нелегальные мигранты связаны с террористическими организациями и организацией самих терактов. Всё перечисленное происходит «подпольно», бесконтрольно и очень часто ведёт к возникновению очагов международной напряжённости. В-третьих, из-за отсутствия прописки, постоянного места жительства, медицинских услуг и медицинского контроля за состоянием их здоровья, очень часто нелегальные мигранты являются импортёрами остроинфекционных и паразитарных заболеваний таких, как венерические заболевания, туберкулёз, чесотка, педикулёз и другие.

Таким образом, мы видим, что миграция — сложное, многогранное и неоднозначное явление, которое имеет как ряд положительных, так и ряд отрицательных последствий. В основном, эти последствия зависят от конкретной ситуации в странах эмиграции и иммиграции.

Прежде чем рассмотреть, как проблема миграции отражается на конкретном регионе Германии, следует сказать несколько общих моментов, касающихся миграционной политики данной страны. До 2004 г. отсутствовали какие бы то ни были полноценные систематизированные законодательные акты, касающихся въезда в страну высококвалифицированных специалистов и интеграции уже проживающих в ней иммигрантов. Ситуация в стране менялась с принятием в 2005 г. закона о миграции. Закон предполагал урегулирование миграционных процессов на рынке труда, интеграцию иностранцев и предоставление права на убежище. С введением нового закона в Германии изменилась система предоставления вида на жительство: до этого времени на территории Германии было установлено пять форм видов на жительство, но теперь их количество сократилось до двух: разрешение на временное пребывание и разрешение на постоянное поселение. Контроль за предоставлением вида на жительство осуществляет Федеральное ведомство по делам миграции. Новый закон обязывает всех иммигрантов, имеющих право на постоянное проживание, проходить обязательные интеграционные курсы. Миграционная политика Германии характеризуется делегированием общественной ответственности за социальное обеспечение иммигрантов негосударственным социальным агентствам.

В 2015 г. в Западной Европе миграционный кризис. В связи с неспокойной ситуацией на территории Ближнего Востока в 2015 г. поток мигрантов в Европу увеличился во много раз. Так в Германии на тот момент зарегистрировано около 1,1 млн беженцев. Если рассматривать конкретный регион — город Берлин, то, согласно статистике, доля мигрантов в общей численности населения Берлина выросло с 2014 г. по 2016 г. на 2,4% [12] (рис. 3). По-настоящему важным и переломным моментом в миграционной политике Берлина стало событие от 19 декабря 2016 г., когда на площади Брайтшайдплац в берлинском районе Шарлоттенбург в преддверии рождества произошёл теракт: грузовик-фура с полуприцепом въехал на заполненный людьми рождественский базар, проехал между торговыми лавками, пробил торговый ряд, после чего водитель обратился в бегство. Погибло 11 человек, 50 человек получили ранения разной степени тяжести. Виновником оказался Анис Амри, зарегистрированный в лагере для беженцев под именем Алмасри. Позже выяснилось, что Алмасри — это вымышленное имя (вернее, одно из вымышленных имён) Аниса Амри, который, используя фальсифицированные данные пытался обмануть миграционную службу Германии. Амри был зарегистрированный беженец, и, согласно, немецкому законодательству имел право на прибывание в Германии и на получение социального пособия. Спустя какое-то время также выяснились следующие факты: Амри был связан с исламистами (такими как проповедник «Исламского государства» Абу Валаа; торговал наркотиками и сам их регулярно употреблял; на момент 19 декабря 2019 г. личность Амри фигурировала в 60 протоколах, зафиксированных полицией Северного Рейна-Вестфалии, Берлина и федеральной уголовной службы.

Пример с терактом в Берлине 19 декабря 2016 г. является одним из явных подтверждений того, какими могут быть по-

следствия в результате миграционной политики Ангелы Меркель (политика открытых дверей). На данном примере выяснилось, что в массе беженцев легко затерялись террористы и обычные уголовные преступники, а германские спецслужбы и криминальная полиция просто не имеют потенциала для парирования враждебной преступной деятельности против государства при подобном наплыве.

Очень трудно оценивать возникающие выгоды и трудности в рамках только одного конкретного города страны. Среди явных выгод следует отметить то, что несмотря на традиционный высокий уровень безработицы в Берлине после притока мигрантов в 2015–2016 гг. этот уровень пусть не кардинально, но всё же снизился. Трудности, с которыми сталкивались местные власти и население — это отсутствие грамотной систематизированной миграционной политики в стране и большое количество нелегальных мигрантов, деятельность которых представляла большую угрозу всей общественности города (подтверждение тому — рассмотренный выше пример про теракт в Берлине).

Потоки беженцев 2015–2016 гг. и, в частности, теракт в Берлине, вынудили правительство Германии принимать более решительные меры по регулированию миграции. Так, например, именно в Берлине в 2016 г. был открыт Берлинский центр помощи мигрантам. Данный центр подразумевает под собой консультативный и координационный центр по вопросам интеграции, трудоустройства и социального обеспечения для иммигрантов. По обращении в данный центр мигранты получают экспертную консультацию по всем необходимым вопросам: получение жилья, оформление документов, получение образования и прочие вопросы. Центр постоянно с определённой периодичностью проводит самые разные мероприятия. Так, например, в 2019 г. центр организовал «Клуб рассказов» на тему «Работа в Берлине». Женщины-мигранты, мигрировавшие в Берлин в последние 10 лет, рассказывают другим женщинам, как, несмотря на все трудности, им удалось найти работу или учёбу, соответствующее их квалификации и желаниям.

На основании изученного материала и проделанной работы можно сделать следующие выводы. Активизация миграционного движения с конца XX в. является ярким выражением процесса глобализации. Утрачивание межгосударственными границами своего значения, идеология свободной торговли, свободного обмена информацией: всё это приводит к активизации миграционных процессов.

Миграция — это глобальное явление, которое сегодня представлено на всех континентах. В разных регионах мира миграция принимает разные формы, происходит по разным причинам, для разных стран имеет как положительные, так и отрицательные последствия.

Миграция — это глобальная проблема, которая не может быть решена в одиночку одним государством, и, именно поэтому в решении вопросов, связанных с формированием и развитием миграционной политики, задействованы не только государства, но также и международные правительственные и международные неправительственные организации.

Миграция — глобальная проблема, требующая глобального сотрудничества.

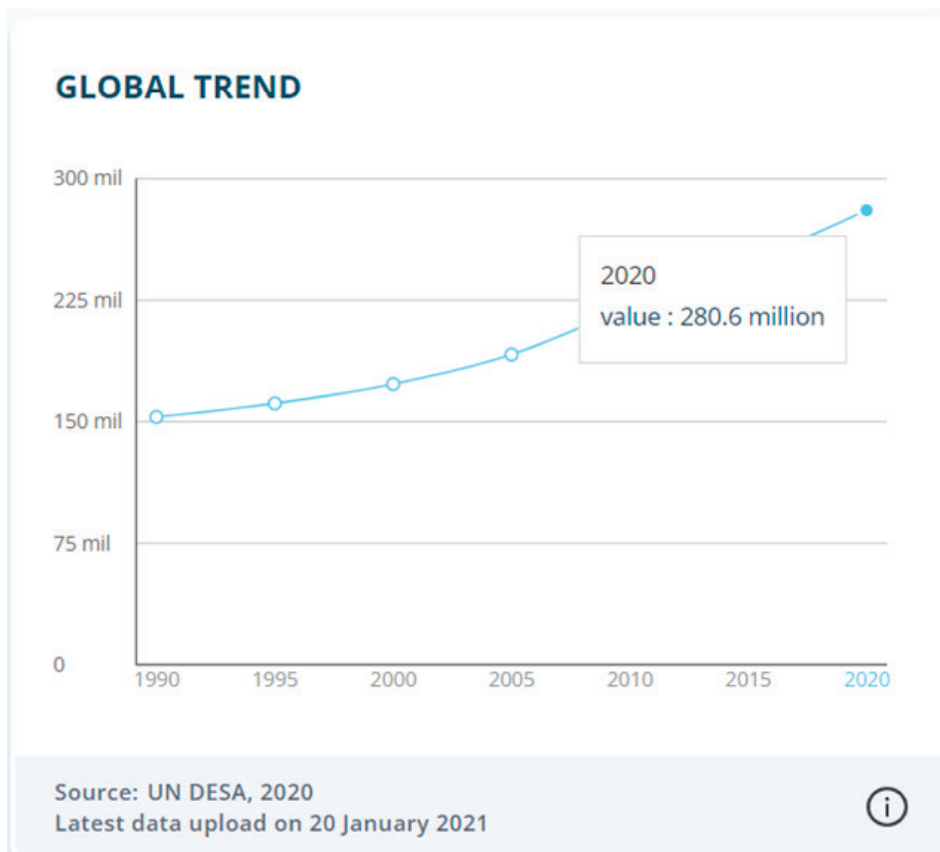


Рис. 1. Графическое изображение растущей тенденции миграции с 1990–2020г г. (данные взяты с сайта Migration Data Portal URL: https://www.migrationdataportal.org/international-data?i=stock_abs_&t=2020&m=1)



Рис. 2. Графическое изображение общего числа международных мигрантов на середину 2020 г. (данные взяты с сайта Migration Data Portal URL: https://www.migrationdataportal.org/international-data?i=stock_abs_&t=2020&m=1)

Gesellschaft • Demographie

PREMIUM +

Anteil der ausländischen Bevölkerung an der Gesamtbevölkerung in Berlin von 2009 bis 2021¹

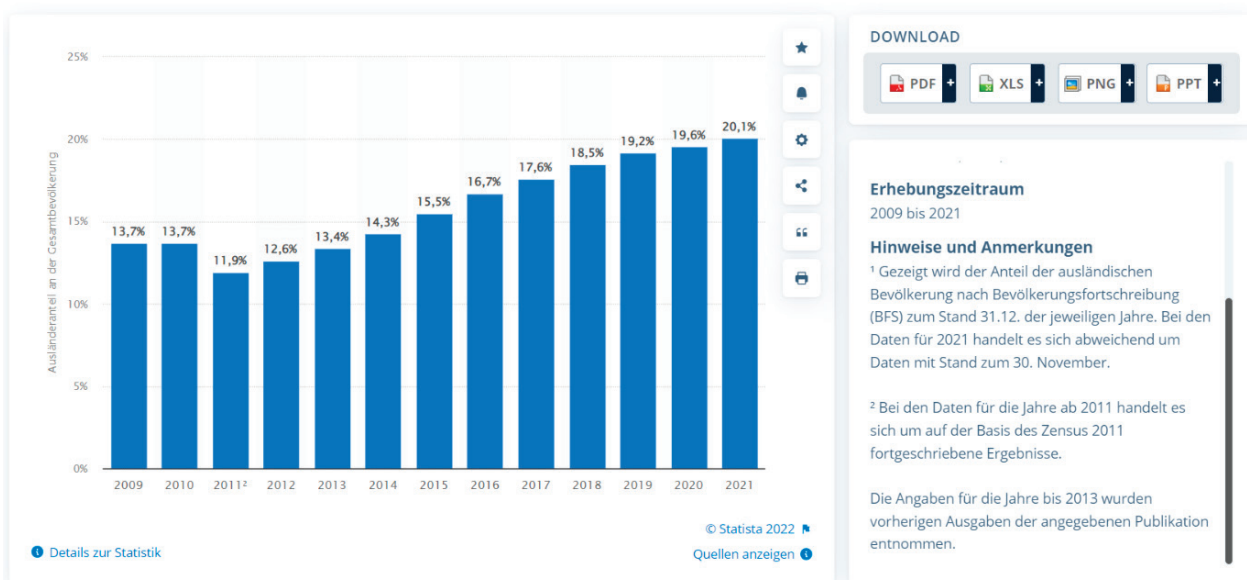


Рис. 3. Графическое изображение изменения доли мигрантов в общей численности населения Берлина в 2009–2021 г. (данные взяты с сайта Statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/255796/umfrage/auslaenderanteil-in-berlin/>)

Литература:

1. Всеобщая декларация по правам человека от 10 декабря 1948 г. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml
2. Migration Data Portal. URL: https://www.migrationdataportal.org/international-data?i=stock_abs_&t=2020&m=1
3. Доклад о миграции в мире 2020. Международная организация по миграции. С. 550. URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/final-wmr_2020-ru.pdf
4. Многосторонние основы МОТ по вопросам миграции рабочей силы. Необязательные в правовом отношении нормы и руководящие принципы подхода к миграции рабочей силы, основанного на соблюдении прав человека, Международное бюро труда, 2008. С.95. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/publication/wcms_309210.pdf
5. Международная конвенция о защите прав всех трудящихся-мигрантов и членов их семей от 18 декабря 1990 г. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/migrant.shtml
6. Official Website of African Capacity Building Foundation. URL: <https://www.acbf-pact.org/what-we-do/how-we-do-it/knowledge-learning/africa-capacity-report>
7. Official Website of National Bureau of Economic Research. URL: <https://www.nber.org/>
8. Доклад об экономике региона Европы и Центральной Азии. Группа Всемирного банка. Осень 2019 г. С. 74. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32481/211506RU.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
9. Статистика международной миграции Практическое руководство для стран Восточной Европы и Центральной Азии // Европейская Экономическая Комиссия ООН Фонд ООН в области народонаселения. 2011. С. 104. URL: https://unece.org/fileadmin/DAM/stats/publications/RUS_International_Migration_Statistics_Practical_Guide.pdf
10. Официальный сайт Международной организации труда. URL: <https://www.ilo.org/moscow/lang---ru/index.htm>
11. Официальный сайт Международной организации по миграции. URL: <https://www.iom.int/>
12. Offizielle Website Statista. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/255796/umfrage/auslaenderanteil-in-berlin/>
13. Offizielle Website Berliner Willkommenszentrum. URL: <https://www.berlin.de/willkommenszentrum/ueber-uns/>
14. Brain Strain: Optimising Highly Skilled Migration From Developing Countries. Working paper 3 of the ‘asylum and migration’ series. Institute for Public Policy Research. August 2004. p.43. URL: https://www.ippr.org/files/images/media/files/publication/2011/05/brainstrain_1365.pdf
15. Рыбаковский Л. Л. Миграция населения // Приложение к журналу «Миграция в России». Вып. 5. Стадии миграционного процесса. М., — 2001. С. 480.

16. Проблема миграции сегодня является одной из самых острых в мировой практике. Медиапортал КФУ. URL: <https://media.kpfu.ru/news/problema-migracii-segodnya-yavlyaetsya-odnoy-iz-samykh-ostrykh-v-mirovoy-praktike-ekspert-kfu>
17. Петровская Н. Е. Экономические проблемы иммиграции в США // Азимут научных исследований: экономика и управления. 2020. Т. 9. — № 4(33). — С. 277–280.
18. Апрыщенко В. Ю. Современные миграционные процессы и «модель конвергенции» // Вестник Южного Федерального университета. Ростов на Дону. 2018. — № 3. — С. 1–5.
19. Киселкина О. В. Влияние миграционных процессов на формирование трудового потенциала региона // Материалы международной научно-практической конференции. март, 2014. — С. 152–157. URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F89432694/Sbornik_posled.pdf
20. Минаев В. М., Жиромская В. Б. Миграция — глобальная проблема современности. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/migratsii-globalnaya-problema-sovremennosti-1/viewer>
21. Блохин В. Н. Глобальная проблема миграции контексте задач устойчивого развития. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_29735645_92145821.pdf
22. Голубева Н. В. Проблемы трудовой миграции на глобальном рынке. Роль МОТ. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47455984_31590554.pdf
23. Мелконян В. А. Международная миграция рабочей силы как глобальная проблема XXI в. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_25065192_49801766.pdf
24. Муйдинов Д. Международная миграция — глобальная проблема современности. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36714079_53086678.pdf
25. Хазимуллин А. Д. Проблемы современной миграции (в рамках глобальных проблем). URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_30646661_32718026.pdf
26. Лашкевич Ю. Б. Глобальные проблемы международной трудовой миграции. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_19140989_39666879.pdf
27. Алешковский И. А., Ионцев В. А. Тенденции международной миграции в глобализирующемся мире. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-mezhdunarodnoy-migratsii-v-globaliziruyuschemsya-mire/viewer>
28. Черняк А. В., Огнева В. В. Современные тенденции международных миграций. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-mezhdunarodnyh-migratsiy/viewer>
29. Украинский кризис. Кто выигрывает? // Российская ежедневная общественно-политическая газета. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5259004>
30. Кризис украинских беженцев в Европе: что мы уже знаем? // Пражский процесс. URL: <https://www.pragueprocess.eu/ru/news-events/news/600-krizis-ukrainskikh-bezhentsev-v-evrope-cto-my-uzhe-znaem>
31. Таран П. Миграция — мировая проблема или локомотив развития экономик, народов и обществ? // Международный дискуссионный клуб Валдай. 2016. URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/migratsiya-mirovaya-problema-ili-lokomotiv/>
32. Кучеров М. Ю. Миграционный кризис в Германии: нагрузка или инвестиции в будущее? URL: <file:///C:/Users/%D0%A1%D0%BE%D0%BD%D1%8F/Desktop/3%20%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%206%20%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80/%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/7429-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8-13496-1-10-20200907.pdf>
33. Петелин Б. В., Кожевников В. В. Особенности миграционной политики ФРГ. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-migratsionnoy-politiki-frg/viewer>

ПРОЧЕЕ

Фотография как средство визуализации новостных материалов о чрезвычайной ситуации природного характера в российских интернет-СМИ

Хлебников Никита Сергеевич, студент
Санкт-Петербургский государственный университет

В статье представлены результаты исследования особенностей визуализации новостного контента о тайфуне «Хинамор» как о чрезвычайной ситуации природного характера. Внимание уделено разнице в визуализации новостей федеральных и региональных СМИ.

Ключевые слова: фотография, интернет-СМИ, новостной контент, средство визуализации.

Широкое распространение Интернет-коммуникаций и многократное увеличение информационного потока повлекло за собой изменение специфики потребления и производства медиаконтента. Потребители информации «пытаются оценить происходящее без углубленного чтения текстов» [3]. СМИ увеличивают роль визуальных элементов и количество визуальных сообщений, дополняют, а также трансформируют вербальный контент [2, с. 163]. В рамках исследования в качестве рабочего определения «визуализации» понимается «способ графического представления смысла, изложение события невербальным способом» [3].

Чрезвычайные ситуации как информационные поводы освещаются СМИ и формируют информационную повестку дня [1, с. 98]. Для новостных публикаций о ЧС редакции чаще используют фотографии, чем другие средства визуализации. Постоянное развитие фототехники, а также включение пользователей и очевидцев в медиапроизводство, позволяют получать фотоматериалы с мест ЧС и в кратчайшие сроки отправлять их в редакцию. Этим обуславливается актуальность исследования. Объектом исследования являются фотопубликации в российских интернет-СМИ, освещающие ЧС, произошедшие на территории Российской Федерации в 2022 году. Предмет исследования — содержательные особенности фотопубликаций, освещающих ЧС природного характера. Цель исследования — выявить особенности подбора фотографий как средства визуализации новостных материалов о ЧС природного характера в российских интернет-СМИ.

Характеристика эмпирического материала

Особенности визуализации были проанализированы на материалах о тайфуне «Хинамор» в Приморском крае в сентябре 2022 года. Выбор изданий производился на основе рейтингов «Медиалогии» за октябрь 2022 года. Главным критерием отбора изданий стала цитируемость. Мы основывались на предполо-

жении, что наиболее цитируемые Интернет-ресурсы обладают эксклюзивными материалами. В базу исследования были включены: федеральные информационные агентства (ИА «ТАСС», РИА «Новости», «Интерфакс»), интернет-СМИ («Rbk.ru», «Russian.rt.com», «Gazeta.ru», «Lenta.ru», «360.ru»), а также ИА и интернет-СМИ Приморского края («PrimaMedia.ru», «VI.ru»).

Методы исследования

В исследовании были использованы метод сплошной выборки и контент-анализ. Методом сплошной выборки из новостного потока материалов были отобраны публикации об анализируемом ЧС по ключевым словам и словосочетаниям: «тайфун», «Приморский край», «Хинамор». Были отобраны материалы, к которым был повторно применен метод сплошной выборки, чтобы выявить материалы, содержащие фотографии. Это позволило выявить процент визуализации новостных материалов. Уровень визуализации исчислялся в процентном соотношении материалов, содержащих фотоматериалы, к их общему количеству и присваивался по шкале: низкий уровень (0%–39,9%), средний уровень (40%–59,9%), высокий уровень (60%–100%).

Для контент-анализа были определены единицы анализа — название СМИ, тип СМИ, этап ЧС, тип фото, основной объект освещения. Единица счета — фотоснимок, опубликованный в новостном материале о ЧС. Были определены приоритеты федеральных и региональных новостных редакций в подборе фотографий для материалов о ЧС, а также в выборе основного объекта освещения. В работе мы также основываемся на предположении, что подбор фотоматериалов в СМИ влияет на создание визуального образа ЧС, который складывается из совокупности визуальной репрезентации последствий, пространства, участников и процесса ликвидации. Компоненты создаются за счет выбора приоритетного для каждого из них объекта освещения. При анализе визуального образа не учитываем

пресс-фото, поскольку они не несут информационного сообщения, касающегося конкретной ЧС.

Результаты исследования

Новостная повестка о тайфуне «Хинамор» на Дальнем Востоке была слабо представлена в федеральных медиа (кроме ИА «ТАСС»). Это мы связываем с тематическими предпочтениями новостей некоторых интернет-СМИ, с локальными приоритетами освещения происшествий федеральных медиа, с некоторой типичностью тайфунов в Приморском крае. В материалах федеральных СМИ были освещены наиболее важные детали произошедшей ЧС. Новостные публикации о тайфуне «Хинамор» федеральных ИА и интернет-СМИ визуализировались неоднородно.

Высокий уровень визуализации был выявлен у «РИА Новости» (100%, при общем количестве материалов 18), «Lenta.ru» (77,8%, при общем количестве материалов 9), «Gazeta.ru» (69,2%, при общем количестве материалов 13). Для визуализации новостного контента в этих медиа использовались (в шт.): архивные агентские фотографии (14), скриншоты пользовательских видео (11), фото пресс-служб ведомств, организаций (2), скриншот видео пресс-службы (1), агентская фотография (1), сделана не в России.

Низкий и средний уровень визуализации новостных материалов выявлен у ИА «Интерфакс» (0% из 5), ИА «ТАСС» (3,3% из 60), «РТ» (27,3% из 11), «RBK.Ru» (33,3% из 3), «360tv.ru» (45,5% из 11). Для визуализации новостного контента использовались: архивные агентские фотографии (7), фото пресс-службы (1), скриншот пользовательского видео (1). По сравнению с группой медиа с высоким уровнем визуализации в этой группе не использовались скриншоты пользовательских видео, что мы связываем с тем, что фотоматериалы от аудитории эти СМИ и ИА используют только в исключительных обстоятельствах, когда невозможно получить профессиональные снимки.

Для освещения текущей ЧС архивные фотоматериалы были подобраны по принципу подобия локализации ЧС и ее характера. И использованные пейзажные фотографии позволили иллюстрировать новостные материалы, поскольку объект освещения соотносится с тематикой и ассоциативным рядом: «вода», «затопление», «Приморский край», «тайфун». Новых профессиональных фотографий в материалах федеральных ИА и интернет-СМИ опубликовано не было.

Скриншоты были сделаны редакциями из видеороликов, опубликованных в официальном Телеграм-канале Губернатора Приморского края Олега Кожемяко, в которых были сняты последствия ЧС. Авторы материалов прибегают к такому способу визуализации в угоду оперативности, свойственной интернет-СМИ и ИА, и из-за отсутствия других фотоматериалов.

В анализируемых федеральных СМИ тайфун «Хинамор» и его последствия визуализировались в основном архивными агентскими фотографиями и скриншотами пользовательских видео, из-за чего выполняли иллюстративную функцию, поскольку не могли передать деталей актуальной новостной повестки.

Визуализация новостного контента анализируемых региональных интернет-СМИ и ИА находится на высоком уровне —

все публикации сопровождаются одиночной фотографией или серией фотографий. Региональные СМИ при информировании о ЧС обладали рядом преимуществ в области способов визуализации новостного контента: более тесная связь редакции издания с пресс-службами и аудиторией, возможность публикации снимков очевидцев, направлять собственных фотожурналистов на съемки. Это сделало новостные публикации региональных изданий более насыщенными фотоматериалами.

В публикациях регионального ИА «PrimaMedia» для визуализации использовались: фотографии пресс-служб (22), архивные агентские фотографии (7), скриншоты видео (2), фотографии очевидцев (2), агентская фотография и фотография фотокорреспондента (по 1). Преобладание фотографий пресс-служб объясняется тем, что пресс-службы в большинстве случаев становятся источником информации для ИА и публикуют свои фотографии в открытом доступе на сайтах учреждений и ведомств. Преобладание фотографий пресс-служб влияет на формирование визуального образа ЧС. Они стремятся формировать в СМИ положительный образ деятельности ведомств, учреждений, организаций, поэтому появляются фотографии не с ЧС, а с сотрудником, выполняющим какое-либо профессиональное действие на фоне ЧС.

Для визуализации новостного контента в региональном интернет-СМИ «Vl.ru» авторы материалов преимущественно использовали фотографии собственных фотожурналистов (212 шт.), фото пресс-служб МЧС, АО «Примавтодор», ГОЧС Приморья (17), пользовательские снимки (14), скриншоты видео (2), архивные агентские фотографии (1). Среди анализируемых медиа региональное интернет-СМИ «Vl.ru» лидирует в визуализации своего контента, поскольку оно использовало ресурсы штатных фотожурналистов.

Визуализация пространства ЧС природного характера сопрягается с визуализацией последствий ЧС. Но из-за масштабы воздействия негативных факторов ЧС фотографии последствий тайфуна «Хинамор» не имеют конкретно очерченной локализации и выглядят как разрозненные снимки, освещающие конкретные разрушения и затопления на территории Приморского края.

Изображения последствий тайфуна наиболее часто использовались как в федеральных (16 штук, 36,7% от общего числа фотопубликаций в федеральных ИА и интернет-СМИ), так и региональных изданиях (211 штук, 71%).

В федеральных ИА и интернет-СМИ наиболее часто новостные материалы сопровождали фотографии, на которых изображены разливы рек и затопления ближайшего пространства. Для этого использовались архивные агентские фотографии и скриншоты видео. Следующим приоритетом были изображения затопления домов и улиц. Содержательно фотографии близки с предыдущими. Эти снимки дают аудитории примерные представления о масштабности ЧС и ее характере.

В анализируемых медиа Приморского края последствия ЧС визуализировались с помощью фотографий разрушений (87 шт.) и затоплений (124 шт.). Последствия тайфуна «Хинамор» предстают не как абстрактные и обезличенные, а как реальные проблемы, затронувшие жизни людей Приморского края. Мас-

штабность последствий ЧС придают фотографии общего плана, на которых сняты разливы рек и населенные пункты.

На 53 фотографиях с последствиями ЧС предстают предметы быта и затронутые стихией садовые участки и дома. За счет персонификации изображаемых объектов снимки имеют большую смысловую нагрузку и привязанность к происходящему.

В региональной новостной повестке активнее используются фотографии разрушенных мостов в результате воздействия стихии (33 шт.). Снимки сопровождаются названием населенного пункта.

Фотографии участников ЧС являются второй по использованию категорией материалов (11 штук в федеральной прессе (25%), 41 в региональной (13,8%). Федеральные ИА и интернет-СМИ при освещении участников ЧС отдали приоритет снимкам с сотрудниками МЧС, которые ликвидируют последствия или эвакуируют пострадавших. Одновременно происходит и визуализация процесса ликвидации последствий. Но из-за использования архивных фотографий и крайне низкого количества и качества новых, эта ЧС в федеральной повестке представлена обезличенной.

В региональных медиа чаще других участников ЧС визуализировались пострадавшие от воздействия тайфуна «Хинамор». Редакции ставят в приоритет изображение жителя региона, столкнувшегося с проблемой. Мы предполагаем, что использование понятных образов повышает эмоциональную вовлеченность региональной аудитории к публикациям.

В региональной повестке помимо сотрудников МЧС изображаются и другие специалисты (9). Материалы для публикаций были предоставлены редакциям пресс-службами учреждений или взяты с их официальных сайтов.

Визуальная репрезентация последствий ЧС в региональных медиа более разнообразна. В первую очередь за счет использования снимков фотожурналистов интернет-СМИ «VL.ru». ИА «PrimaMedia» для визуализации новостного контента использует архивные агентские фотографии, фото пресс-служб региона и пресс-фотографии, что, по нашему мнению, понижает возможность активного участия в формировании визуального образа ЧС.

Федеральным медиа в своих публикациях не удалось сформировать полноценный визуальный образ тайфуна «Хинамор» и его последствий. Причинами этого послужили территориальная удаленность региона от федерального центра, большая площадь воздействия негативных факторов и определенная типичность и повторяемость воздействия стихии, что определенно снизило значимость информационного повода для общероссийской новостной повестки. Эта ЧС в федеральных медиа оказалась обезличена, поскольку освещались только сотрудники МЧС.

Региональным медиа удалось создать визуальный образ ЧС благодаря единству визуализации локации пространства, последствий, участников, а также действий по ликвидации последствий.

Литература:

1. Куксин И. А. Коммуникативные приоритеты СМИ при освещении чрезвычайных ситуаций // Век информации. 2016. № 2. С. 98–101.
2. Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). С. 163–169.
3. Шевченко В. Э. Визуальный контент как тенденция современной журналистики // Медиаскоп: электрон. журн. 2014. Вып. 4. 02.12.2014. URL: <http://www.mediascope.ru/1654> (дата обращения: 01.11.2022).

НАУЧНАЯ ПУБЛИЦИСТИКА

О Комитете по культуре Санкт-Петербурга

Яковлев Сергей Александрович, студент

Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова (г. Санкт-Петербург)

В статье рассматриваются вопросы деятельности Комитета по культуре Санкт-Петербурга.

Актуальность статьи обусловлена необходимостью изменения ресурса влияния Комитета по культуре Санкт-Петербурга на сохранение и развитие культурно-исторического наследия.

В соответствии с Положением о Комитете по культуре Санкт-Петербурга, утвержденном постановлением правительства Санкт-Петербурга от 25.05.2004 № 806 «О Комитете по культуре Санкт-Петербурга», Комитет по культуре Санкт-Петербурга (далее — Комитет) проводит государственную политику в сфере культуры, искусства, художественного и музыкального образования, а также координирует деятельность исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга в сфере культуры. Комитет осуществляет реализацию городской культурной политики посредством бюджетного финансирования. Кроме того, Комитет ежегодно проводит грантовые конкурсы для государственных и общественных организаций культуры в рамках программы поддержки культуры и искусства. Программа призвана содействовать созданию условий для стратегического развития деятельности организаций культуры, привлечения в культуру внебюджетных средств, появления инновационных методов работы и усиления социальной роли сферы культуры и искусства.

Комитет решает следующие задачи:

1. Разработка и проведение государственной политики в сфере культуры, осуществление государственного управления и регулирования в сфере культуры, а также координация деятельности в этой сфере иных исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга.

2. Подготовка и проведение праздников и дней памяти в соответствии с действующим законодательством.

3. Содействие развитию системы музыкального и художественного образования Санкт-Петербурга, а также обеспечение содержания и развития театральных и концертно-филармонических учреждений, музеев, библиотек и кинотеатров.

4. Сохранение объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, обеспечение сохранности фондов библиотек и архивов.

5. Содействие деятельности организаций творческих работников в Санкт-Петербурге и других организаций, объединяющих юридических и физических лиц, занятых в сфере культуры [1].

Комитет наделен 62 полномочиями, в том числе:

— создавать условия для организации досуга жителей Санкт-Петербурга и обеспечения их услугами организаций культуры в соответствии с действующим законодательством и правовыми актами правительства Санкт-Петербурга;

— организовывать в пределах своей компетенции библиотечное обслуживание населения;

— принимать решения об управлении музейными предметами и музейными коллекциями, находящимися в государственной собственности Санкт-Петербурга;

Таким образом, изучив Положение о Комитете, мы делаем вывод, что Комитет наделен определенным ресурсом влияния (цель создания, задачи, полномочия) на сохранение и развитие культурно-исторического наследия.

Однако возникает вопрос, насколько Комитет действительно реализует свой ресурс влияния на культурное развитие жителей Санкт-Петербурга. Для ответа на этот вопрос рассмотрим статистику.

Статистика посещений музеев, подведомственных Комитету по культуре Санкт-Петербурга:

2010 г. — 6 384 400,

2012 г. — 7 186 100,

2015 г. — 8 005 400,

2019 г. — 8 290 700 [2].

Статистика посещений театров, подведомственных Комитету по культуре Санкт-Петербурга:

2010 г. — 1 492 600,

2012 г. — 1 823 220,

2015 г. — 2 310 680,

2019 г. — 2 537 300 [2].

Статистика посещений концертных организаций, подведомственных Комитету по культуре Санкт-Петербурга:

2010 г. — 220 100,

2012 г. — 342 950,

2015 г. — 389 900,

2019 г.— 373 700 [2].

Статистика посещений киноорганизаций, подведомственных Комитету по культуре Санкт-Петербурга:

2010 г.— 210 200,

2012 г.— 369 300,

2016 г.— 422 472,

2019 г.— 461 925 [2].

Статистика обращений в библиотеки, подведомственные Комитету по культуре Санкт-Петербурга:

2017 г.— 12 545 300,

2018 г.— 13 022 400,

2019 г.— 14 746 800,

2020 г.— 12 848 700 [2].

Таким образом, анализируя статистические данные посещаемости музеев, театров, концертных организаций, киноорганизаций, библиотек, подведомственных Комитету, мы находим, что численность посещений с каждым годом растет, что свидетельствует о развитии жителей Санкт-Петербурга.

Учитывая вышеизложенное, автор приходит к выводу об увеличении ресурса влияния Комитета по культуре Санкт-Петербурга на сохранение и развитие культурно-исторического наследия.

Информация, изученная в статье, не является исчерпывающей.

Литература:

1. Положение о Комитете по культуре Санкт-Петербурга, утвержденное постановлением правительства Санкт-Петербурга от 25.05.2004 № 806 «О Комитете по культуре Санкт-Петербурга».
2. Администрация Санкт-Петербурга. Официальный сайт. Электронный ресурс [<https://www.gov.spb.ru/>]
3. Горный М. Б. Муниципальная политика и местное самоуправление в России: учебное пособие / М. Б. Горный.— СПб.: ЮТАС, 2010.
4. Паршин В. Н. О кадровой работе в исполнительном органе государственной власти Санкт-Петербурга / Паршин В. Н.— Казань: Бук, 2019.
5. Паршин, В. Н. О некоторых вопросах государственного управления и кадровой работы / В. Н. Паршин, Н. А. Смирнова, Д. В. Чернов.— Текст: непосредственный // Молодой ученый.— 2020.— № 21 (311).— С. 344–355.— URL: <https://moluch.ru/archive/311/70189/> (дата обращения: 31.03.2023).

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 13 (460) / 2023

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 12.04.2023. Дата выхода в свет: 19.04.2023.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.