

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ

Всемирному дню авиации и космонавтики
посвящается

СЕМЬДЕСЯТ ВОСЬМАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ
НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ГУАП
(14–18 апреля 2025 г.)

Часть 5

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Сборник докладов



Санкт-Петербург
2025

УДК 001
ББК 72
С30

С30 Семьдесят восьмая Международная студенческая научная конференция ГУАП (14–18 апреля 2025 г.): сб. докл.: в 5 ч. Ч. 5: Гуманитарные науки. – СПб.: ГУАП, 2025. – 191 с.
ISBN 978-5-8088-2060-9 (Ч. 5)
ISBN 978-5-8088-2055-5

Представлены доклады Семьдесят восьмой Международной студенческой научной конференции ГУАП, прошедшей в апреле 2025 г.

Научные работы студентов ГУАП посвящены актуальным проблемам авиационного и аэрокосмического приборостроения, киберфизических систем, систем управления, робототехники, электроэнергетики, проблемам развития новых информационных технологий, радиотехники, электроники и связи, а также современным проблемам экономики, философии и права.

Под общей редакцией
доктора технических наук,
доцента *Н. Н. Майорова*

Редакционная коллегия конференции

Председатель редакционной коллегии
Н. Н. Майоров, доктор технических наук, доцент

Члены редакционной коллегии:

А. Р. Бестугин, доктор технических наук, профессор
В. Ф. Шишлаков, доктор технических наук, профессор
Т. М. Татарникова, доктор технических наук, профессор
Е. А. Фролова, доктор технических наук, доцент
К. В. Лосев, доктор экономических наук, профессор
А. С. Будагов, доктор экономических наук, доцент
В. М. Чибинёв, доктор юридических наук, кандидат экономических наук, профессор
В. В. Скуратов, начальник Военного учебного центра при ГУАП
С. Л. Поляков, кандидат технических наук, доцент
А. В. Бобович, заместитель председателя совета УНИДС
М. О. Самоловов, директор РИЦ

Ответственный секретарь редакционной коллегии *О. Ю. Багиева*

ISBN 978-5-8088-2060-9 (Ч. 5)
ISBN 978-5-8088-2055-5

© Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического
приборостроения, 2025

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Экономика высокотехнологичных производств

УДК 330

М. Н. Григорьева

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

В. А. Варфоломеева – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМАНДНО-АДМИНИСТРАТИВНОГО И РЫНОЧНОГО ТИПОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Начнем с того, что экономическая сфера жизни общества занимает весомое место в становлении государства и его положении на международной арене. Как известно любому обществоведы, в пределах экономической теории действуют две противоположные по сути системы: плановая и рыночная [1].

Командная экономика базируется на жестком координировании всеми существующими инструментами экономики со стороны государства, а вторая – на коммерческом предпринимательстве и «невидимой руке рынка».

К фундаментальным задачам представленной работы можно причислить анализ этих систем, в ходе которого необходимо выявить сильные и слабые стороны для каждой из рассматриваемых в статье категорий, а также определить оптимальные условия их применения. Актуальность рассматриваемой темы подтверждается обилием споров ученых-экономистов о том, какая система наиболее эффективна при непрерывно меняющейся конъюнктуре рынка.

Командно-административная экономика

Суть плановой экономической системы заключается в тоталитарном контроле всей обозначенной области со стороны государственного аппарата. Основное отличие от других типов экономик состоит в четком и жестком проектировании всех хозяйственных операций относительно административных субъектов [2].

Базовые особенности такой системы:

- отсутствие стимулирования предпринимателей к новаторской деятельности;
- наличие неизменных стоимостных оценок на основные категории товаров и услуг, устанавливаемых со стороны правительства;
- принадлежность всех производственных фондов государству;
- заблаговременное определение перечня и количества производимых экономических благ.

Следует подчеркнуть, что такая конфигурация позволяет достичь приличного уровня надзора, однако неизбежно ведет к серьезной необеспеченности населения даже основными продуктами потребительской корзины, к старому укладу производственного процесса с полной невозможностью его совершенствования [2]. Ярким примером применения этого типа экономики в разрезе всей исторической эпохи является СССР. Если же сейчас применять нормативную экономику, как в Северной Корее, то ее организация и оптимизация всегда будут сопряжены с применением искусственного интеллекта, поскольку он позволяет предугадать все назревающие проблемы.

Рыночная экономика

Коммерческий тип экономики состоит в неограниченном использовании свободного предпринимательского таланта и механизма «руки» рынка. Этот вид экономической системы базируется на коммерческих средствах производства и монополистической конкуренции [3].

Отметим некоторые из основных черт, присущих обозначенной экономической системе:

- самостоятельное определение ответов на три основных вопроса экономики: что, для кого и как производить;
- плюрализм видов принадлежности средств производства с упором на коммерческий сегмент;
- действие «естественного отбора» среди всех юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- определение стоимости благ соотношением спроса и предложения;
- ориентирование курса деятельности производителями на насущные потребности покупателей.

Для этой модели присущи подлинная гибкость и высокая эффективность производственного процесса, но в тоже время она подвержена действию циклов различных видов и длительности, что вполне успешно регулируется с помощью государственного аппарата [3]. Яркими примерами применения этого типа экономики в разрезе совокупной истории человечества являются США и страны ЕС. Что касается искусственного интеллекта, то рыночная экономика, которая по своей сути поддерживает инновационные подходы к производственной деятельности и нововведения, всецело положительно относится к передовым технологиям. Он активно используется всеми предпринимателями, поскольку позволяет найти новые идеи, рассчитать риски и оптимизировать производственный процесс.

Сравнительный анализ экономических систем

Проведем сравнение экономических систем, описанных выше типов, и выявим их достоинства и недостатки.

Существует множество критериев, по которым можно было бы сопоставить обозначенные категории. Однако мы перечислим только самые основные из них, то есть те, что максимально точно покажут различия между командной и рыночной экономическими системами.

Во-первых, ключевым критерием сравнения однозначно выступает уровень гибкости, приспособляемости системы к действующей рыночной среде. Административная экономика характеризуется низкой, практически нулевой, адаптивностью в отличие от рыночной, которая, напротив, моментально реагирует на спрос потребителя [1].

Во-вторых, нельзя не упомянуть такой параметр, как отношение к новаторству. В этом вопросе преимущество по праву принадлежит коммерческой экономике, ведь командная модель совершенно не ориентирована на оптимизацию процесса производства.

Кроме того, стоит рассмотреть эти экономические системы относительно рентабельности использования активов. Данный критерий полноправно отдает свое предпочтение рыночному сектору, ведь только частники подлинно заинтересованы в снижении затрат, чтобы увеличить продажи и, как итог, совокупную прибыль [3].

Нельзя также забывать о таком критерии, как ожидаемость. Она, конечно же, присуща командной экономике. Ведь заблаговременно прописанный проект обеспечивает прозрачность грядущих лет.

И последний параметр, о котором стоит поговорить, – это использование искусственного интеллекта. Этот параметр нельзя конкретно отнести к какой-либо системе, ведь он применяется как рыночной, так и плановой экономиками.

На первый взгляд кажется, что рыночная экономика существенно лучше, чем командная, однако это не совсем так. Она не отличается стабильностью, что делает возможным возникновение всеобщих кризисов [2]. Поэтому ученые-экономисты стараются применять смежные подходы, что безусловно помогает сгладить недостатки коммерческой модели и сохранить положительные стороны командной одновременно. Таким решением выступает смешанная экономика и внедрение ИИ.

Заключение

Подводя итоги проведенной сравнительной характеристики следует отметить, что представленные системы выступают полными противоположностями друг друга [1]. Рыночная система объединяет в себе инновационность, соперничество, но поддерживает социальную стратификацию и подвержена экономическим волнам. А вот плановая, наоборот, прогнозирует сбалансированность и спокойствие, линейное течение экономической жизни государства, однако, приводит к дефицитам и низкой рентабельности.

Современная экономическая практика свидетельствует, что ни одна из «чистых» моделей не является идеальной. Наиболее жизнеспособной оказывается смешанная экономика, сочетающая рыночные механизмы с разумным государственным регулированием [3]. Внедрение искусственного интеллекта существенно облегчит недостатки рыночной экономики посредством прогнозов кризисов, оптимизации налогов и субсидирования, балансировки спроса и предложения на глобальном уровне.

Библиографический список

1. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика. М.: Вильямс, 2020. 256 с.
2. Фридман М. Капитализм и свобода. М.: Новое издательство, 2023. 291 с.
3. Коуз Р. Природа фирмы. М.: Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, 2022. 396 с.

УДК 33

Д. В. Калитова

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

А. В. Игишев – ассистент – научный руководитель

ПРЕОДОЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В МОНОГОРОДАХ

В современном мире остается множество сложностей, связанных с социальной нестабильностью, однако ключевой проблемой является безработица в небольших городах. Вопрос о том, как финансово обеспечить семью и получать хотя бы средний заработок, волнует практически всех, кто проживает в малых и средних городах различных регионов России. От уровня средней заработной платы зависит текущее и долгосрочное развитие как самого региона, так и всей территории Российской Федерации.

Сегодня не во всех моногородах имеются возможности для качественного проживания среднестатистической семьи, а следовательно – будущее малых территорий вызывает сомнения, так как их жители начинают переезжать в места с более удобными и комфортными условиями для существования, в том числе та активная и амбициозная часть населения – молодежь, которая способна вносить вклад в развитие своего региона. Целью данной работы является выяснение причин, последствий и методов борьбы с социальной нестабильностью в малых регионах.

Понятия «социальная нестабильность» и «моногород»

Каждый год перед страной встает вопрос об уровне социальной нестабильности в моногородах. У разных социологов своя точка зрения по данному поводу. Кто-то говорит, что причины нестабильности общества заключаются в зависимости малых субъектов от одной отрасли, а кто-то связывает эту проблему с безработицей населения. Чтобы правильно ответить на данный вопрос, рассмотрим такие понятия, как «социальная нестабильность» и «моногород».

Социальная нестабильность – это нарушение благополучия общества, возникающее из-за неспособности людей отрегулировать последствия социальных изменений в различных регионах страны, и грозящее появлением на территориях дисбаланса в порядке, который способен их постепенно уничтожить.

В России в каждом городе имеются домохозяйства, но благоприятные условия для осуществления их деятельности и полноценной жизни есть не везде. Причинами могут быть разные обстоятельства, но в большинстве случаев развитие тех или иных событий зависит во многом от государства.

Каждая страна представляет собой механизм, состоящий из малых взаимодействующих между собой территорий – субъектов, поломка которых, может разрушить всю систему. Поэтому развитие социальной нестабильности зависит во многом от положения общества в малых регионах, так как оно неразрывно связано с уровнем преобразования того или иного субъекта страны. Если население «страдает», значит и уровень развития территории находится под угрозой спада. Так что же такое моногород? Моногород (монопрофильный город) – это маленький субъект страны, возможность получения работы для населения которого сосредоточена на отдельном предприятии, отрасли, сельском хозяйстве. В России достаточно много таких городов, и каждый из них вносит свой вклад в развитие страны, специализируясь в отдельной отрасли. Однако в каждом случае есть не только плюсы, но и минусы.

Причины и последствия общественного дисбаланса в малых городах

Существуют различные причины дисбаланса социума в моногородах. К самым известным относятся:

- демографические колебания;
- нехватка рабочих мест;
- господство монополии;
- стихийные бедствия.

Одним из главных видов нестабильности все же остается безработица. Очень много безработных проживают в малых городах.

Анализ данных, представленных на рис. 1, позволяет сделать вывод: в Москве и Санкт-Петербурге низкий уровень безработицы, так как они не являются моногородами, а в Самарской, Ульяновской, Иркутской, Курганской и Томской областях, в состав которых входит достаточно много моногородов, высокий.

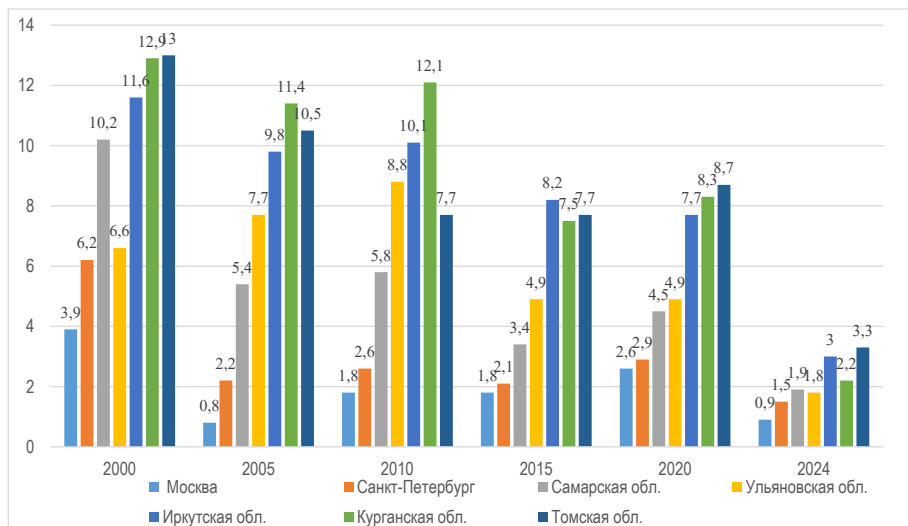


Рис. 1. Уровень безработицы в России, %. Составлено автором по [1, 2]

Сложность трудоустройства в моногородах обусловлена рядом причин:

- малое количество предприятий (монополия) из-за больших кредитов, отсутствие спонсирования и инвестиций;
 - низкий уровень оплаты труда, но тяжелая работа;
 - износ технологических ресурсов;
 - практически полное отсутствие выбора профессий.
- Перечисленные причины приводят к следующим последствиям:
- нехватка денежных средств для содержания семьи и снижение уровня жизни;
 - отток молодежи, которая уезжает в более перспективные города с нормальным заработком и возможностью выбора желаемой профессии;
 - рост количества скандалов в семьях;
 - обострение криминальной обстановки;
 - деградация населения и, как следствие, в целом остановка развития того или иного моногорода;
 - повышение налогов, взыскиваемых с трудящихся.

Методы борьбы с социальной нестабильностью

На основе анализа причин и последствий нестабильности общества можно сформировать следующие способы устранения этого социального дисбаланса:

- снижение бюрократических барьеров и стимулирование развития малого и среднего предпринимательства, особенно в регионах;

- создание новых увлекательных площадок для молодежи и семей в малых городах, а также улучшение в целом транспорта, магазинов;
- постройка новых школ, детских садов, оснащение их инновационно-технологическим оборудованием;
- усиление роли государства в проектах, реализуемых в формате государственно-частного партнерства;
- уменьшение налогов и оптимизация налога на добычу полезных ископаемых.

Таким образом, на основе проведенного анализа были сформулированы подходы к преодолению социальной нестабильности общества, которые зависят в наибольшей степени от функционирования рыночной экономики. Данные предложения могут быть использованы для борьбы с проблемами общества.

Можно сделать вывод: для того, чтобы преодолеть общественную нестабильность, необходим комплексный подход как со стороны органов федеральной, так и региональной власти. Сегодня необходимо задумываться не только о ключевых городах страны, но и о малых, так как именно с малого начинает образовываться большое. В условиях трансформации экономики необходимо делать многое для моногородов, а именно: инвестировать в них, создавать возможности для молодежи, улучшать инфраструктуру. Такой многофакторный подход способствует развитию моногородов, преодолению социальной нестабильности и повышению экономической безопасности домохозяйств.

Библиографический список

1. Уровень безработицы в России по годам статистика // Справочные таблицы. URL: <https://infotables.ru/statistika/79-ekonomicheskaya-statistika-rossii/1021-uroven-bezrobotitsy-v-rossii> (дата обращения: 09.04.2025).
2. Рейтинг регионов по уровню безработицы – 2024 // РИА РЕЙТИНГ. URL: <https://riarating.ru/infografika/20250310/630277708.html> (дата обращения: 09.04.2025).

УДК 338.1

О. В. Матвеева

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

Н. А. Бердникова – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современном динамичном и конкурентном бизнесе сохранение финансовой безопасности выступает ключевым фактором для устойчивого развития и выживания компании. Финансовая безопасность (ФБ) организации подразумевает ее способность эффективно управлять своими финансовыми ресурсами, адаптироваться к изменениям во внешней среде и противостоять финансовым угрозам, обеспечивая при этом платежеспособность, ликвидность и рентабельность. В этом контексте финансовый анализ выступает важнейшим инструментом, позволяющим выявлять потенциальные риски и возможности, принимать обоснованные решения и, в конечном итоге, укреплять ФБ предприятия.

Актуальность рассматриваемого вида анализа для обеспечения ФБ предприятия обусловлена следующими факторами:

- нестабильность экономической среды: современный бизнес сталкивается с высокой волатильностью рынков, изменениями в законодательстве, усилением конкуренции и другими факторами, которые могут негативно повлиять на финансовое состояние предприятия;
- повышение требований к прозрачности и отчетности: инвесторы, кредиторы и другие заинтересованные стороны требуют от предприятий большей прозрачности и отчетности в отношении их финансовой деятельности;
- рост сложности финансовых операций: современные финансовые инструменты и стратегии становятся все более сложными, что требует от финансовых аналитиков глубоких знаний и опыта для их эффективного использования;
- увеличение рисков мошенничества и финансовых злоупотреблений: предприятия все чаще становятся жертвами мошеннических схем и финансовых злоупотреблений, что может привести к серьезным финансовым потерям.

Основной целью финансового анализа является поддержание финансовой устойчивости, платежеспособности и прибыльности предприятия в долгосрочной перспективе путем своевременного выявления и нейтрализации финансовых рисков и использования возможностей для эффективного развития компании. В его задачи для обеспечения ФБ предприятия входят:

- анализ финансовой отчетности – с целью диагностики финансового положения организации;
- расчет и анализ финансовых показателей (коэффициенты ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости, прибыльности и оборачиваемости);
- анализ денежных потоков предприятия – для оценки его способности генерировать денежные средства и финансировать свою деятельность;
- анализ инновационно-инвестиционных проектов – для определения их эффективности и влияния на финансовое состояние;
- выявление, оценка и анализ финансовых рисков (кредитный, рыночный и операционный риски и риск ликвидности);
- разработка рекомендаций по улучшению финансового положения, снижению финансовых рисков и повышению ФБ организации;
- мониторинг финансовой деятельности – для своевременного выявления и реагирования на возникающие проблемы.

В научно-экономической литературе существует множество определений финансового анализа (ФА). К примеру, И. Ю. Евстафьева раскрывает ФА как комплекс аналитических процедур, включающих идентификацию, систематизацию и обработку доступных финансовых данных. Результатом данного процесса является предоставление пользователю информации, которая может стать основой для принятия управленческих решений в отношении объекта анализа [1].

По мнению Т. И. Григорьевой, ФА представляет собой область исследований, направленных на оценку как текущего, так и прогнозируемого финансового положения предприятия. В его основу входят такие фундаментальные области, как анализ финансовой отчетности, финансовая математика, а также обоснование инвестиционных решений [2].

Г. В. Шадрина трактует ФА как методологический подход к оценке и прогнозированию финансового положения организации, основанный на данных ее отчетности. Он также выступает в качестве инструмента сбора, обработки и применения финансовой информации [3].

Н. С. Пионткевич говорит о том, что ФА представляет собой составление на основе бухгалтерской, финансовой, статистической и другой отчетности аналитического обоснования управленческих решений, направленных на достижение поставленных целей [4].

Т. Ю. Кудрявцева рассматривает данное определение как выявление взаимосвязей и взаимозависимостей между различными аспектами и показателями финансово-хозяйственной деятельности компании, отраженными в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Анализ позволяет пользователям понять тенденции финансового положения и результатов деятельности организации за прошедшие периоды и спрогнозировать (скорректировать) дальнейшее развитие в будущем [5].

Финансовый анализ в более широком понимании Е. В. Негашева представляет собой теоретическую и практическую область научных знаний, то есть инструмент для исследования (систему методов и процедур обработки и интерпретации специализированной информации) деятельности экономических субъектов с использованием финансовых показателей, в основном выраженных в денежной форме. Кроме того, он служит инструментом для обоснования управленческих решений, базирующихся на этих финансовых показателях [6].

ФА выступает инструментом, предоставляющим возможность мониторить, оценивать и управлять финансовыми ресурсами организации. Его основная задача – выявление слабых мест в финансовом состоянии, что позволяет предприятию оперативно реагировать на изменения внутренней и внешней среды. ФА включает в себя диагностику финансового состояния, динамики и структуры капитала, а также выявление рисков и угроз, способных отрицательно повлиять на деятельность компании.

К основным аспектам такого анализа, способствующим повышению ФБ предприятия, относят:

- оценку финансового состояния;
- выявление рисков;
- оценку эффективности использования ресурсов;
- контроль за выполнением бюджетов;
- инвестиционные решения;
- анализ конкурентоспособности;
- планирование и прогнозирование [2].

Оценка финансового состояния – интерпретация финансовой информации компании, которая позволяет определить ее платежеспособность, финансовую устойчивость и эффективность использования ресурсов. Платежеспособность – это возможность компании исполнять свои финансовые обязательства, возникающие из коммерческих, кредитных и других платежных операций. Финансовая устойчивость – состояние денежных ресурсов компании, которое позволяет развиваться в основном за счет собственных средств, сохраняя при этом платежеспособность и кредитоспособность при минимальном уровне предпринимательского риска. Анализ показателей платежеспособности и ликвидности дает возможность оценить финансовую устойчивость компании и ее способность соблюсти договоренности перед кредиторами и поставщиками. Показатели ликвидности раскрывают, насколько быстро и без потерь активы могут быть превращены в деньги. Анализ этих показателей в совокупности помогает руководству компании, инвесторам и кредиторам определить финансовое состояние организации, ее риски и перспективы для дальнейшего развития. Высокие значения платежеспособности и ликвидности обычно воспринимаются как положительные, указывая на финансовую устойчивость и надежность компании [7].

Анализ деловой активности организации способствует принятию своевременных решений руководителями организаций. Основные задачи данного анализа – изучить условия финансового равновесия компании, оценить доходность вложенных средств и исследовать прошлое, чтобы определить текущее состояние и предсказать будущее. Анализ финансовых результатов и рентабельности предприятия –

это оценка и прогноз финансового положения компании, основанный на данных бухгалтерской (финансовой) отчетности. В систему финансовых показателей включаются как абсолютные показатели (прибыль), так и относительные (рентабельность), которые отражают результативности компании.

Анализ конкурентоспособности – инструмент, который помогает оценить позицию компании на рынке. Методы анализа конкурентоспособности можно разделить на три основные категории: сопоставительный, сравнительный и коэффициентный. Первый метод основывается на сравнении результатов работы различных компаний, что позволяет получить качественную характеристику предприятий и оценить, насколько сопоставимы их достижения. Сравнительный метод фокусируется на анализе сильных и слабых сторон исследуемого предприятия по сравнению с компанией-лидером. Коэффициентный подход предоставляет количественную оценку конкурентоспособности и позволяет определить долю рынка, занимаемую анализируемой организацией. Конкурентоспособность не является врожденным свойством объекта, а проявляется только в условиях конкуренции и в сравнении с другими участниками рынка. Таким образом, значение показателя конкурентоспособности, рассчитанного относительно одних конкурентов, может сильно отличаться от значения того же показателя, полученного в сравнении с другими конкурентами [8].

Функции ФА в контексте обеспечения финансовой безопасности позволяют организациям и предпринимателям оценивать, контролировать и прогнозировать свое финансовое состояние, а также выявлять и минимизировать риски. Приведем основные из них [9]:

- диагностическая – выявление проблем и слабых мест в финансовой деятельности;
- прогностическая – прогнозирование будущих финансовых результатов и оценка рисков;
- контрольная – оценка эффективности управления финансовыми ресурсами и контроль за исполнением планов;
- информационная – предоставление сведений для принятия обоснованных управленческих решений;
- стратегическая – разработка стратегий и тактик для укрепления ФБ.

ФА играет ключевую роль в сохранении финансовой безопасности предприятия. Это многофункциональный инструмент, который позволяет:

- находить уязвимые места в финансовой структуре, в неэффективных бизнес-процессах и других факторов, способных привести к финансовым проблемам;
- осуществлять контроль ключевых финансовых показателей, который представляет собой возможность компании выполнить свои обязательства и оставаться на плаву в сложных экономических условиях;
- предоставлять информацию, которая необходима для разработки эффективных стратегий управления, минимизации издержек, улучшения инвестиционных решений и увеличение рентабельности;
- оперативно выявить проблемы и принять соответствующие корректирующие мер для предотвращения финансовых кризисов;
- привлекать инвестиции и поддерживать доверие кредиторов.

Таким образом, ФА – это не просто инструмент для оценки текущего состояния, а ядро для стратегического планирования и управления рисками. Максимально эффективное применение ФА способствует не только выживанию предприятия в условиях конкуренции, но и успешному развитию, обеспечивая долгосрочную финансовую защиту. При этом пренебрежение ФА способствует к принятию ошибочных решений и, как следствие, к финансовым проблемам и даже банкротству.

Библиографический список

1. Евстафьева И. Ю. Финансовый анализ. М.: Юрайт, 2024. 360 с.
2. Григорьева Т. И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз. М: Юрайт, 2024. 486 с.
3. Шадрин Г. В., Голубничий К. В. Управленческий и финансовый анализ. М.: Юрайт, 2024. 288 с.
4. Пионткевич Н. С., Шатковская Е. Г., Долгих Ю. А. Финансовый анализ: Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2022. 190 с.

5. Кудрявцева Т. Ю., Дуболазова Ю. А. Финансовый анализ: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2024. 167 с.
6. Негашев Е. В. Финансовый анализ. М: КНОРУС, 2024. 320 с.
7. Давлетшина С. М., Мендель О. П. Оценка финансового состояния организации (предприятия). Уфа: УГАТУ, 2021. 110 с.
8. Ежова В. А. Конкурентоспособность организации. СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД, 2022. 38 с.
9. Жилкина А. Н. Финансовый анализ. М.: Юрайт, 2024. 285 с.

УДК 658.7

А. Е. Рухмалёва

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

С. М. Молчанова – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ

Венчурное финансирование представляет собой ключевой механизм поддержки инновационных проектов и стартапов, способствующий переходу к экономике знаний. В условиях трансформации глобального инвестиционного ландшафта и усиливающейся международной конкуренции анализ барьеров, ограничивающих развитие венчурного капитала в Российской Федерации, приобретает особую актуальность [1].

Инновационное развитие является стратегическим ориентиром для повышения конкурентоспособности национальной экономики [2]. В современных условиях венчурное финансирование выполняет функцию катализатора технологического прогресса, обеспечивая приток капитала к высокорисковым, но потенциально высокодоходным проектам. Для России, обладающей значительным научно-техническим потенциалом, развитие эффективной венчурной инфраструктуры имеет принципиальное значение [1]. Однако, несмотря на наличие предпосылок, в РФ сохраняется ряд существенных ограничений, препятствующих полноценному функционированию венчурного рынка.

1. Асимметрия венчурного рынка

Одной из ключевых структурных проблем является неравномерность распределения венчурного капитала [3]. Преобладание инвестиций в проекты поздних стадий и ориентация на потребительский сектор приводит к дефициту финансирования на ранних этапах развития стартапов. В результате молодые технологические компании сталкиваются с высокой барьерностью входа на рынок, что снижает инновационную активность и тормозит формирование новых секторов экономики.

Для преодоления данной проблемы предлагается совершенствование механизмов государственных гарантий, ориентированных на малые инновационные фирмы, а также развитие форм государственно-частного партнерства, в рамках которых государство берет на себя часть рисков инвестирования.

2. Проблемы организационно-правовой природы

Организационно-правовая структура венчурных фондов в России характеризуется высокой степенью зависимости от иностранного капитала и значительным количеством фондов, зарегистрированных за рубежом [4]. Кроме того, нормативные ограничения препятствуют вовлечению долгосрочных институциональных инвесторов, таких как пенсионные и страховые фонды, в венчурное финансирование.

В качестве возможного решения рассматривается формирование отечественных юридических конструкций, аналогичных зарубежным формам Limited Liability Partnership (LLP) и Limited Liability Company (LLC), обеспечивающих гибкость и оперативность принятия решений. Также необходимо нормативное закрепление правовых основ участия институциональных инвесторов в высокорисковых проектах через механизмы инвестиционного товарищества и хозяйственного партнерства.

3. Недостатки нормативно-правового регулирования

Законодательная база РФ в области венчурного инвестирования остается фрагментарной и несогласованной [5]. Отсутствие специализированного закона о венчурном финансировании, а также несовершенство существующих организационно-правовых форм ограничивают развитие рыночной среды. Наличие угрозы двойного налогообложения делает венчурные инвестиции менее привлекательными для потенциальных участников.

Актуальной задачей является законодательное закрепление понятия венчурного финансирования, унификация форм участия в венчурных фондах, а также внедрение системы налоговых стимулов, включая отсрочки и льготы в зависимости от направлений инвестирования.

4. Инфраструктурные ограничения

Финансовая инфраструктура венчурного рынка в РФ недостаточно развита [6]. Низкая прозрачность фондовых рынков, слабая информационная поддержка стартапов и ограниченность инструментов выхода из инвестиций создают значительные риски для инвесторов. Отсутствие стабильной системы оценки стартапов, а также дефицит квалифицированных экспертов ограничивают возможности для эффективной экспертизы проектов.

Развитие инфраструктуры возможно за счет ужесточения требований к раскрытию информации, активизации деятельности венчурных ярмарок, расширения возможностей IPOboard [7] и иных платформ, упрощающих доступ стартапов к финансированию.

5. Современные тренды и последствия кризисных явлений

С начала 2022 г. венчурный рынок РФ переживает трансформационный кризис: наблюдается резкое сокращение количества сделок, отток иностранных инвесторов и снижение объемов вложений (рис. 1).

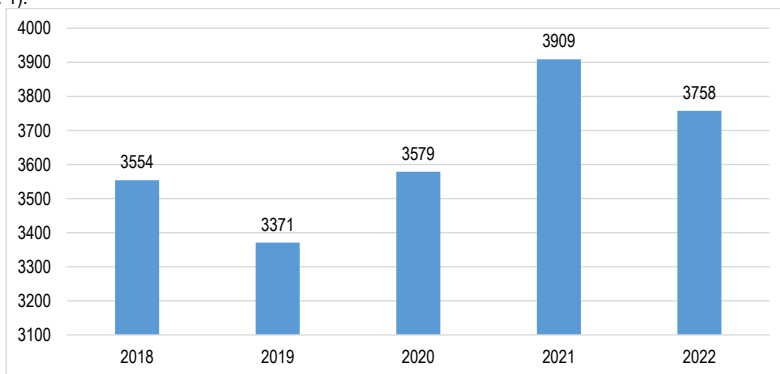


Рис. 1. Объем венчурного финансирования в России, млн долл. [8]

Изучение колебаний в объеме инвестиций, направляемых в венчурные проекты, показывает переменчивость данного показателя в период с 2018 по 2022 гг. Однако, несмотря на внешние и внутренние вызовы, в 2023 г. [8] наблюдалось оживление на ранних стадиях (pre-seed и seed), при этом значительную роль начали играть частные инвесторы и бизнес-ангелы, доля которых в структуре сделок выросла до 80% [9]. Данный сдвиг свидетельствует о перераспределении рисков на индивидуальный сектор, а также о частичной адаптации венчурной экосистемы к новой инвестиционной среде.

Совокупность выявленных проблем указывает на необходимость системного реформирования институциональных основ венчурного финансирования в Российской Федерации. Без формирования прозрачной, предсказуемой и инвестиционно-привлекательной среды невозможно достичь устойчивого роста технологического сектора. Государство должно выступать не только в роли регулятора, но и как активный участник и инициатор инвестиционной активности, создавая условия для мобилизации частных и институциональных ресурсов.

В перспективе приоритетными направлениями становятся: разработка специализированного законодательства, стимулирование отечественных фондов, внедрение новых организационно-правовых форм, развитие фондовой инфраструктуры и информационной поддержки, а также интеграция механизмов международного опыта в российские реалии.

Библиографический список

1. Сафронова Е. Д. Особенности и перспективы развития венчурного финансирования в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Т. 14. № 1-1. С. 334–340.

2. Смирнова А. А. Экономика знаний и ее влияние на конкурентоспособность национальных экономик: теоретический аспект // Экономика и предпринимательство. 2024. № 12 (173). С. 304–309.
3. Минникова Д. А. Особенности кругооборота венчурного капитала: теоретический аспект // Балтийский экономический журнал. 2019. № 2 (26). С. 4–14.
4. Янковский Р. М. Организационно-правовые формы венчурного инвестирования (часть 1): структуры венчурных фондов // Право и экономика. 2017. № 6 (352). С. 52–59.
5. Цибенко А. Ю. Правовое регулирование деятельности хозяйственного партнерства в Российской Федерации и за рубежом: сравнительно-правовой анализ // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Серия 5: Юриспруденция. 2014. № 4 (25). С. 150–154.
6. Елисеев В. А. Научно-технологические детерминанты стратегии инновационного развития // Интерактивная наука. 2019. № 10 (44). С. 8–23.
7. Самохина Е. С. Iroboard как институт развития в составе инновационного лифта РФ // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 10-1. С. 184–186.
8. Аналитический отчет Dsight «Венчурная Евразия 2023». URL: <https://dsight.ru/reports> (дата обращения: 01.02.2025).
9. Официальный сайт ООО «БИЗНЕСПРЕСС». URL: <https://quote.ru/news/article/638ef70a9a79472f3117fb9b> (дата обращения: 05.03.2025).

УДК 336.711.2

С. В. Сальков

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

А. В. Самойлов – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ЦИФРОВЫХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ВАЛЮТ****Влияние цифрового рубля на финансовую систему страны**

Цифровая национальная валюта (ЦНВ) представляет собой цифровую версию официальной национальной валюты страны, которая функционирует на основе технологии блокчейн. Эти валюты выпускаются и регулируются центральными банками или другими финансовыми институтами от имени государства. Данный финансовый инструмент разрабатывается для создания более эффективных платежных систем, за счет чего возможно снижение влияния неконтролируемых криптовалют на экономику страны. Эти инициативы становятся все более популярными в условиях глобальной цифровизации финансовых услуг. Совершая транзакции через такие платформы, пользователи могут быть уверены в стабильности и безопасности их средств, что, безусловно, способствует большей включенности населения в финансовую систему.

В дальнейшем анализ концепции и запуска цифровой национальной валюты в России невозможно рассматривать без общего взгляда на международные аналоги. Рассмотрим некоторые примеры внедрения цифровой валюты центральными банками различных стран.

Китай ведет эксперименты с ЦНВ с 2014 г., когда был разработан электронный юань, официальная цифровая версия китайской валюты. Этот проект проходит испытания в различных городах, где люди используют электронные кошельки для проведения транзакций. На данный момент Китай готовит платформу, для которой потенциально будет подготовлена модель масштабирования для всей страны за счет банковских организаций и сервисов наподобие WeChat Pay.

Островное государство Багамы тоже не осталось в стороне от внедрения цифровой национальной валюты. В 2020 г. была выпущена ЦНВ под названием «Сандоллар» (SAND). Она доступна для всех резидентов и постоянных жителей Багамских островов.

В Швеции так же исследуют возможность выпуска цифровой кроны (э-крона) для снижения использования наличных денег в экономике. Это исследование проводится в ответ на уменьшение популярности наличных средств.

В Европейском союзе исследуют возможность создания цифрового евро. Европейский центральный банк проводит исследования и консультации с заинтересованными сторонами относительно перспектив и возможных рисков ЦНВ. В июле 2021г. Европейский ЦБ дал разрешение начать долгосрочный проект по разработке цифрового варианта евро, но для официального запуска валюты специалисты ориентировочно определяют срок периодом в пять лет –два года на изучение и два-три года на реализацию при затрате значительных логистических и технических усилий.

В США цифровизация национальной валюты активно разрабатывается с августа 2020 г.

Несмотря на поднятую вокруг валюты огласку, по мнению аналитиков, главные американские финансовые институты не заинтересованы в цифровом долларе, т.к. это может повлиять на привычные механизмы использования денег, что, в свою очередь, негативно скажется на устоявшемся положении финансовых организаций [1].

На рис. 1 можно увидеть полную картину внедрения ЦНВ в мире [2].

В целом, опираясь на имеющийся опыт, можно сказать, что цифровые валюты центральных банков (ЦВЦБ) призваны изменить взаимодействие между финансовыми институтами, пользователями и государственными структурами. Их внедрение обозначает новый этап в развитии финансовой системы, при котором усиливается интеграция технологий и традиционных финансовых процессов. Процесс цифровизации касается не только удобства платежей, но и создания новой инфраструктуры, способной поддерживать высокие объемы транзакций при минимальных временных затратах. Одной из ключевых задач является повышение эффективности трансграничных платежей, что также связано со снижением затрат на переводы и временных задержек.

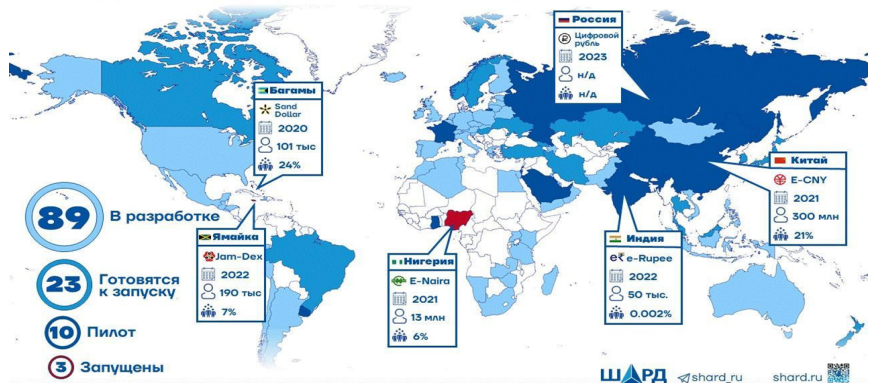


Рис. 1. Внедрение цифровых национальных валют

Исследования показывают, что цифровые валюты способны расширить финансовую инклюзию, обеспечивая доступ к финансовым инструментам тем слоям населения, которые ранее не имели возможности воспользоваться традиционными банковскими услугами. В этом контексте особенно важным является использование ЦВЦБ в развивающихся странах, где доступ к банковской инфраструктуре часто ограничен.

К числу рисков внедрение ЦВЦБ относятся угрозы финансовой стабильности и изменение в механизмах проведения монетарной политики. Это может произойти из-за того, что ведущие банки, вероятно, потеряют часть своих клиентов в связи с переходом на использование цифровых валют. Следует также рассмотреть возможные последствия для конкурентоспособности банковского сектора, поскольку ЦВЦБ могут предоставить определенные преимущества перед частными финансовыми институтами.

Правовые и регуляторные аспекты цифровизации так же являются важным направлением для дальнейших исследований, поскольку на сегодняшний день рамки регулирования в отношении ЦВЦБ остаются во многом неопределенными. Необходимо учитывать, что интеграция ЦВЦБ в существующую законодательную систему может занять продолжительное время и потребовать значительных усилий как со стороны государственных органов, так и со стороны самих банков.

На практике, запуск ЦВЦБ может привести к увеличению скорости и упрощению процессов, связанных с денежными переводами и расчетами. Тем не менее важно проанализировать, как эти изменения повлияют на психологию пользователей, их доверие к финансовым институтам и готовность адаптироваться к новым условиям. Возможно, потребуются создание образовательно-информационных программ для повышения уровня осведомленности населения о преимуществах цифровой валюты.

Важно отметить, что подходы к ЦНВ у каждой страны различаются, и многие из этих инициатив все еще находятся на стадии исследований или пилотных проектов, поэтому потребуется собрать еще много данных для определения положительных или отрицательных последствий решения по внедрению ЦВЦБ. Тем не менее, вовлеченность большинства стран мира в этот процесс демонстрирует растущий интерес к идеям ЦНВ.

Развитие цифровой национальной валюты происходит и в Российской Федерации. Цифровой рубль – это электронная форма национальной валюты России. Проект разрабатывается Центральным банком (ЦБ) России и призван обеспечить более эффективные и безопасные финансовые транзакции.

Цифровой рубль представляют собой важный шаг в развитии финансовой системы, и внедрение его иллюстрирует многочисленные преимущества ЦНВ. Главным аспектом, заслуживающим внимания, является возможность использования цифрового рубля в межгосударственных расчетах. Это может превратить его в резервную валюту для других стран, что, в свою очередь, повысит финансовую устойчивость России в условиях внешнего давления и экономических санкций.

Цифровой рубль способен не только ускорить международные финансовые операции, но и сделать их менее затратными. Изменения в рамках таких транзакций могут привести к улучшению условий для бизнеса, особенно для малых и средних предприятий, которые испытывают затруднения из-за высокой стоимости перевода средств.

Переход к цифровой валюте также способствует сокращению доли теневой экономики. Более прозрачные и отслеживаемые операции позволяют уменьшить масштабы скрытых транзакций, обеспечивая большую честность на финансовом рынке. Это не только улучшает положение законопослушных участников рынка, но и позволяет государству более эффективно контролировать экономическую деятельность.

Кроме того, цифровой рубль делает возможным снижение издержек при осуществлении расчетных операций. Внедрение смарт-контрактов улучшает процесс выполнения крупных сделок, так как они автоматически реализуются при выполнении заранее заданных условий. Это приводит к уменьшению времени и затрат на осуществление финансовых операций.

Поддержка и регулирование будет полностью лежать «на плечах» ЦБ РФ, это гарантирует его стабильность и доверие пользователей. При разработке уделяется внимание вопросам безопасности данных и конфиденциальности пользователей, чтобы предотвратить кибератаки и утечки личной информации граждан РФ [3, 4].

Цифровой рубль планируется как дополнительный способ оплаты и перевода денег с целью совершенствования финансовой инфраструктуры и содействия экономическому развитию. Это представляет собой попытку использования новейших технологий для усовершенствования денежной системы и удовлетворения современных экономических потребностей.

Поддержка монетарной политики также является весомым аргументом в пользу цифровой валюты. Регуляция цифровой валюты со стороны центрального банка позволит более эффективно контролировать денежное предложение и сосредоточить усилия на поддержании ценовой стабильности и предотвращении инфляции. Это привносит новый уровень в управление экономикой, который сложно достичь с помощью традиционных методов [5].

Полноценное внедрение цифрового рубля может повлечь за собой и ряд рисков, специфичных для экономики страны. Внедрение цифрового рубля потенциально может изменить динамику денежного обращения, что повлечет за собой нестабильность на рынке и волатильность в курсах валют, особенно в условиях экономических потрясений.

Кроме того, проблемы с безопасностью транзакций представляют серьезный риск. Цифровые валюты, в отличие от традиционных, более уязвимы к кибератакам и мошенничеству, что может привести к утечкам средств и последующей утрате доверия со стороны пользователей. Неправильная организация информационной безопасности и системы обработки данных может стать катастрофической для финансовой стабильности государства. К примеру, в процессе внедрения аналогичных инициатив в других странах, таких как Китай и Нигерия, уже наблюдались случаи целенаправленных атак на финансовую инфраструктуру, что создало дополнительные сложности для развития цифровых валют.

Правовая база и регулирование цифровых валют также остаются важнейшими аспектами, на которые стоит обратить внимание. Недостаточно проработанные законы могут привести к правовым пробелам, что делает участников рынка более уязвимыми к правовым последствиям. Непонимание со стороны законодательства может отразиться на долгосрочных стратегиях банков. Особое внимание должно быть уделено внутреннему контролю с тем, чтобы минимизировать возможности злоупотреблений и повысить уровень доверия со стороны населения к новым формам денег.

Не менее важным является социальный аспект внедрения цифровой валюты. Широкое использование таких валют неизбежно приведет к изменениям в поведении потребителей. Некоторые исследователи указывают на риски, связанные с анонимностью транзакций, которые могут быть использованы для ухода от налогов или финансирования незаконной деятельности. Существует вероятность, что с часто используемыми цифровыми деньгами люди начнут менее осознанно расходовать свои средства, что может повлиять на общее состояние экономики [6].

Только комплексный анализ всех перечисленных рисков, а также хорошее понимание того, как они могут взаимодействовать друг с другом, позволит выработать эффективные решения. Для успешной интеграции цифрового рубля необходимо обеспечить высокую степень защиты и доверия, а также

продумать механизмы регулирования и контроля, чтобы минимизировать негативные последствия и «испарить» опасения потребителей. Важно, чтобы все стороны, включая банки, регуляторы и конечные потребители, работали вместе над созданием безопасной и стабильной экосистемы [7].

Таким образом, можно сделать вывод, что работа с цифровой валютой имеет значительный потенциал для изменения финансового ландшафта. Ее влияние на экономику и финансовую стабильность будет зависеть от того, как быстро и эффективно государства и финансовые институты смогут адаптироваться к этим изменениям. Важно, чтобы все участники финансового рынка, включая инвесторов, предпринимателей и регуляторов, были готовы к новым вызовам и возможностям, которые представляет цифровая валюта. В конечном итоге, успешное внедрение технологий цифровых валют может привести к созданию более эффективной, прозрачной и доступной финансовой системы, что будет способствовать устойчивому экономическому развитию в глобальном масштабе

Развитие цифровых национальных валют является одним из основных трендов рынка финансовых услуг в будущем. На данный момент эта технология находится на этапе развития и требует доработки, но заинтересованность многих стран, в том числе Российской Федерации, показывает перспективность такого направления эволюции платежной системы государства.

Библиографический список

- 1 Кораблёва Н. А, Краснов Б. В. Цифровые валюты. Мировой опыт // Финансовые рынки и банки. 2023. № 1. URL: <https://elibrary.ru/lfybnq> (дата обращения: 15.03.2025).
- 2 Платформа по безопасности цифровых активов. URL: <https://shard.ru/> (дата обращения: 20.03.2025).
- 3 Цифровой рубль // Банк России. URL: <https://www.cbr.ru/fintech/dr/> (дата обращения: 21.03.2025).
- 4 Цифровой рубль: зачем он запускается и как будет работать. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/> (дата обращения: 24.03.2025).
- 5 Гарипов Р. И. Максимова Н. Н. Значение цифрового рубля для экономики страны // Управление в современных системах. 2021. № 1. URL: <https://elibrary.ru/rftfct?ysclid=lv9xhmcyjmb542947430> (дата обращения 23.03.2025).
- 6 Черенкова С. А. Достоинства и потенциальные риски введения цифрового рубля в современной России // Национальная безопасность. 2023. № 1. С. 10–13.
- 7 Марин И. Г. Влияние внедрения цифровых валют ЦБ на глобальные финансы // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. № 4. С. 139–148.

УДК 338.1

В. О. Степанова

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

Н. А. Бердникова – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель

КЛАССИФИКАЦИЯ УГРОЗ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовую безопасность (ФБ) организации можно охарактеризовать как «состояние защищенности ее финансовой деятельности от внутренних и внешних угроз, при котором обеспечивается финансовая устойчивость, ликвидность и платежеспособность предприятия, достигается целевой уровень рентабельности его деятельности, повышается финансовый потенциал и возрастает стоимость предприятия» [1, с. 10]. В условиях рыночной экономики страны компании сталкиваются с финансовыми рисками, нехваткой финансовых ресурсов, высокой конкуренцией и другими внутренними и внешними угрозами. Для успешного функционирования и процветания бизнеса необходимо уметь противостоять возникающим угрозам и рискам. Риск можно определить как вероятность утраты доходов от деятельности организации. Угрозы – это совокупность условий и факторов, образующих прямую или косвенную вероятность причинения ущерба; это предпосылки, которые могут привести к финансовым потерям и нанести ущерб интересам компании.

В настоящее время авторы выделяют множество различных угроз, относящихся к разным классификациям. Факторы, которые воздействуют на ФБ хозяйствующего субъекта, подразделяются на эндогенные и экзогенные. Каждый из них играет роль в обеспечении ФБ предприятия и одновременно может стать источником потенциальных угроз [2, с. 15–16].

К эндогенным факторам относятся:

- уровень защиты информации (определяется используемыми методами и способами);
- управление качеством продукции (способствует улучшению финансового состояния компании, поддерживает конкурентные преимущества на рынке, повышает ключевые показатели качества продукции и обеспечивает стабильный уровень продаж);
- уровень применяемой технологии производства (обеспечивает конкурентоспособность продукции);
- уровень квалификации кадров (зависит от подготовленности к профессиональной деятельности персонала, их добросовестности, качества подбора сотрудников предприятия и их стимулирования);
- маркетинг (дает возможность прогрессивного развития компании);
- инновационная деятельность (позволяет повысить конкурентоспособность продукции за счет внедрения новейших технологий в производство);
- форс-мажорные обстоятельства (например, пожары, аварии).

К экзогенным факторам относят:

- уровень инфляции (приводит к колебаниям цен на производимую продукцию, заработной платы, рентабельность производства и т. д.);
- конкуренцию в отрасли и регионе (влияет на прибыльность предприятия);
- экономическую политику государства (влияет на экспорт и импорт продукции, конкурентоспособность предприятия на внешних рынках);
- экологию в регионе (формирует возможности производства в конкретном регионе).

В публикации Л. В. Агарковой, Б. А. Доронина и И. И. Гловой указывается, что все факторы ФБ предприятия делятся на субъективные и объективные [3, с. 13]. Субъективные факторы вызваны умышленными или неумышленными действиями людей или предприятий, а объективные возникают без их участия, например, состояние финансовой конъюнктуры.

И. А. Бланк привел подробную классификацию видов финансовых угроз по [4, с. 34]:

- уровню финансовой деятельности: в целом для предприятия, для отдельных его подразделений или в интересах выполнения конкретных финансовых операций;
- объектной направленности: угрозы финансовым операциям предприятия, его активам, финансовой информации, финансовым технологиям, финансовым менеджерам;

- характеру проявления: реальные и потенциальные угрозы;
- источникам возникновения: внешние и внутренние угрозы;
- характеру происхождения: угрозы, генерируемые действием объективных факторов и условий, и угрозы, генерируемые действием субъектов финансовых отношений;
- временному периоду: текущие и долговременные угрозы;
- уровню вероятности реализации: угрозы с низким, средним, высоким и неопределенным уровнем ФБ;
- размеру возможного ущерба: угрозы с допустимым, критическим и катастрофическим уровнем ущерба;
- возможности предвиденья: прогнозируемые и непрогнозируемые.

Как уже было отмечено ранее, все угрозы, которые влияют на ФБ предприятия можно разделить на внешние и внутренние. К внешним факторам можно отнести: волнения на международном уровне, кризис или нестабильное состояние национальной экономики, развитие информационных технологий. К внутренним факторам относят неправильно выбранную стратегию развития предприятия, низкую рентабельность, кредиторскую задолженность, увеличение запасов и малый процент реализации, отсутствие конкурентных качеств у производимой продукции и т. п.

В статье А. А. Арбатова выделены внешние и внутренние источники угроз ФБ предприятия [5, с. 22]. Внешние источники угроз включают в себя рыночные, экономические и иные факторы. К рыночным факторам относятся изменение спроса, предложения, цены на материалы, а также финансовое состояние контрагентов. Данная угроза может появиться вследствие изменения уровня доходов потребителей, их предпочтений на товары или услуги. Экономические факторы на макроуровне включают изменение законодательства, денежно-кредитной политики и внешнеэкономических отношений. Они несут угрозу ФБ хозяйствующего субъекта, поскольку снижается жизненный уровень населения, наступает массовая безработица. К иным факторам можно отнести природные явления и демографическую ситуацию в стране. Они также способствуют возникновению угроз, так как снижение численности населения приводит к сокращению рабочей силы, а природные катаклизмы могут привести к необходимости замены поврежденного оборудования, травмам, следствием которых станет нетрудоспособность квалифицированных работников.

Внутренние источники угроз связаны с персоналом (уровень оплаты труда, мотивация и стимулирование работников), производством (ошибки стратегического планирования, неграмотная ценовая политика), и финансами (ликвидность активов, рентабельность и платежеспособность, доходность инвестиций). От работы сотрудников зависит деятельность компании. Отсутствие мотивации у персонала и низкая заработная плата приводит к массовому увольнению специалистов. Ошибки стратегического планирования заключаются в недостаточной подготовленности предприятия к кризисам. Неграмотная ценовая политика также может угрожать ФБ предприятия, поскольку она определяет конкурентоспособность продукции или услуги. Способность предоставить выгодное соотношение цены и качества позволяет привлечь как можно больше клиентов и занять устойчивую позицию на рынке. Ликвидность, рентабельность и платежеспособность – одни из главных показателей эффективности деятельности предприятия. Если их значения будут сильно отклоняться от норматива и значительно снижаться, то это может угрожать ФБ предприятия.

Финансовая деятельность предприятия сопряжена с многочисленными рисками. Существование рисков предполагает необходимость проведения анализа всех возможных альтернатив развития. Оценка рисков и управление ими являются необходимыми инструментами в финансовой сфере, ведь не просчитанный риск может привести к снижению доходов предприятия. Риски – это неотъемлемая часть безопасности предприятия, поскольку их возникновение мотивирует предприятие стать лучше и успешнее. Для этой цели принимаются важные стратегические решения в отношении дальнейшего существования и функционирования предприятия, которые помогают снизить уровень возможных потерь и, как следствие, повысить доход компании.

Риск – вероятность возникновения опасности, которая угрожает успешной деятельности предприятия. Причинами неизвестности и неопределенности риска можно назвать [6, с. 57]:

- неквалифицированный персонал – люди, которые имеют низкую квалификацию могут существенно навредить компании путем неправильного управления финансами и их распределением;

- появление новых конкурентов – из-за постоянно появляющихся конкурентов приходится снижать цены на товары или услуги, т. к. существенно падает спрос;
- события, не зависящие от людей – к такому роду рисков можно отнести землетрясения, наводнения, техногенные аварии, пожары;
- изменения законодательства и нестабильное положение страны в мире характеризуются как политический риск;
- изменения в экономической среде, например, рост инфляции, падение цены валюты или изменение процентной ставки.

Согласно Т. А. Кусковой, риски ФБ хозяйствующего субъекта можно разделить на четыре группы:

- операционные – связанные с неэффективным использованием активов или малопродуктивной работой персонала;
- стратегические – возникающие из-за отсутствия четко сформулированной стратегии в случае глобальных изменений на рынке внедрения новых услуг, появления новых конкурентов;
- риски отчетности – приводящие к искажениям в финансовой отчетности;
- риски несоответствия – не отвечающие требованиям законодательства, а также инвесторов и акционеров, регулирующих органов и применяемым в организации стандартам и правилам [7, с. 47–48].

Для предотвращения угроз и рисков предприятию необходимо уметь анализировать, фиксировать и оценивать факторы внешней и внутренней среды. Выявление угроз и оценка уровня их проявления и потенциального ущерба является ключевым аспектом, поскольку это определяет эффективность формирования всей системы финансовой безопасности компании.

Для успешного функционирования компании следует проводить:

- отслеживание и оценку сведений о попытках шантажа, провокаций и других действий в отношении персонала, целью которых является получение конфиденциальной финансовой информации организации;
- тщательный анализ информации о контрагентах с целью исключения сделок с недобросовестными конкурентами;
- разработку и внедрение положения о коммерческой тайне;
- проверку соблюдения сотрудниками правил обеспечения экономической, финансовой, информационной и физической безопасности;
- мероприятия по выявлению и предупреждению финансово-хозяйственных правонарушений.

Для того чтобы минимизировать появления угроз ФБ предприятия необходимо: поддерживать финансовую стабильность и независимость; высокую ликвидность активов, желаемый уровень деловой активности, репутацию компании; повышать конкурентоспособность на рынке товаров, услуг и работ; обеспечивать коммерческую тайну, защиту собственного капитала и активов компании.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что важнейшим критерием в обеспечении финансовой безопасности предприятия является умение своевременно выявлять и немедленно предотвращать угрозы и риски, которые могут нанести серьезные убытки предприятию. Абсолютно все угрозы требуют непрерывного мониторинга и принятия соответствующих мер для снижения финансовых потерь предприятия. Каждой компании очень важно иметь четко сформулированную финансовую стратегию, отработанную систему контроля и защиты информации и быть готовой к принятию мер в случае возникновения угроз.

Библиографический список

1. Бондарева С. А. Диагностика финансовой безопасности экономического субъекта: учебное пособие. Волгоград: Изд-во Волгоградского института управления – филиала РАНХиГС, 2021. 102 с.
2. Левкина Е. В., Сахарова Л. А., Курасова Е. А. Экономическая безопасность предприятия: учеб. пособие. Владивосток: Изд-во Дальневосточ. федерал. ун-та, 2022. 160 с.
3. Агаркова Л. В. и др. Финансовая безопасность экономических субъектов: учеб. пособие (часть вторая). Ставрополь: Ставропольский гос. аграрный ун-т., 2022. 60 с.
4. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев: Ника-Центр Эльга, 2013. 776 с.

5. Горьковенко Н. А. Угрозы экономической безопасности предприятия: риски, источники и факторы // Право, экономика и управление: теория и практика: материалы Всерос. ауч.-практич. конф-ии с междунар. участием (Чебоксары, 11 апреля 2020 г.). Чебоксары: ИД «Среда», 2020. № 4. С. 18–21.
6. Сиганьков А. А. Обеспечение финансово-экономической корпоративной безопасности: учеб.-метод. пособие. М.: МИРЭА Российский технологический университет, 2024. 80 с.
7. Кузовкова Т. А., Салютин Т. Ю., Колотов Ю. О. Экономическая безопасность бизнеса в цифровой среде: учеб. пособие. М.: МТУСИ, 2021. 198 с.

УДК 336.221.4

Ж. Н. Шахуд

студент кафедры экономики высокотехнологичных производств

Н. А. Иванова – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель**ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОЙ РЕФОРМЫ, ПРОВЕДЕННОЙ В РОССИИ В 2025 ГОДУ**

Реформа налоговой системы РФ, произведенная в 2025 г., затрагивает интересы большого числа налогоплательщиков. Изменению подверглись налоги на прибыль и на доходы физических лиц, а также увеличился порог перехода на упрощенную систему налогообложения. Помимо этого, введен новый налог – туристический.

В первую очередь рассмотрим изменения, которые коснутся большинства налогоплательщиков, а именно – изменение налога на доходы физических лиц. Реформой 2025 г. установлена новая шкала ставок – прогрессивная. То есть процент налога зависит от годового дохода налогоплательщика.

Ставка 13% применяется к части налоговой базы до 2,4 млн руб., 15% – от 2,4 до 5 млн руб., 18% – от 5 до 20 млн руб., 20% – от 20 до 50 млн руб., 22% – от 50 млн руб.

Как мы видим, ставка применяется к части налоговой базы. Например, зарплата налогоплательщика 3,6 млн руб. в год или 300 тыс. руб. в месяц. За первые 8 месяцев он будет платить налог по ставке 13%, а с 9-го месяца и до конца года, ставка по налогу на доходы увеличится до 15%, так как на девятом месяце его налоговая база превысит 2,4 млн руб. Но при этом она не будет выше 5 млн руб. Если бы его база превысила 5 млн руб., то в месяц, с которого пошло превышение, его ставка по налогу увеличилась бы до 18% и так далее.

Также реформа коснулась стандартных вычетов на детей, которые увеличились в два раза и составили: на второго ребенка 2800 руб. вместо 1400 руб., на третьего и последующих – 6000 руб. вместо 3000 руб.

Самое главное изменение произошло в налогообложении прибыли организаций, которое принесла данная реформа – изменение ставки налога на прибыль с 20 до 25%.

Ставки по упрощенной системе налогообложения (УСН) тоже претерпели изменения, теперь организациям на УСН нужно платить НДС. Если доходы за год меньше 60 млн руб., то налогоплательщик освобождается от уплаты этого налога. Если же они превысили эту сумму, то необходимо платить налог на добавленную стоимость. Однако есть и преимущества у этого изменения, налогоплательщик сам может выбрать один из двух вариантов уплаты:

- полный НДС, который составляет 20% и при этом принимать к вычету входной НДС;
- НДС по пониженной ставке 5 или 7%, но не принимать к вычету входной НДС.

Также были снижены ставки единого налога. При системе учета доходов ставка составляла 8%, а теперь – 6%. При системе учета «доходы–расходы» ставка составляла 20%, теперь – 15%, что должно благоприятно сказаться на условиях ведения бизнеса.

Помимо этого, увеличился лимит доходов для перехода на упрощенную систему налогообложения. В 2024 г. он составлял 200 млн руб. в год, а с 2025 года лимит увеличен до 337,5 млн руб. в год. Лимит доходов для сохранения на упрощенной системе тоже увеличился с 265,8 до 450 млн руб.

Туристический налог введен вместо курортного сбора, он будет взиматься с гостиниц, отелей, хостелов и прочих мест временного проживания туристов. Минимальный размер данного налога – 100 руб. за сутки проживания туриста, максимальная ставка – 1% от стоимости оказанной услуги. Муниципальные органы каждого региона будут сами выбирать, вводить им этот налог или нет, и если вводить, то какая процентная ставка будет по нему.

Далее рассмотрим изменения, связанные с налоговой реформой, которые почувствуют на себе граждане и экономика в целом.

Начнем с разбора внедрения прогрессивной шкалы ставки НДФЛ. Снизится неравенство, так как чем выше будет доход, тем более высокой будет ставка, и состоятельные люди будут получать меньшую сумму «на руки», то есть за вычетом налогов. Однако есть и обратная сторона медали. Население, получающее большее жалование, которое обяжут платить больший налог, соответственно может начать выражать свое недовольство и, возможно, попытаться обойти данное изменение. Например, 24

начав скрывать свои доходы или их часть. Также работодатели, в целях экономии, могут начать выдавать своим сотрудникам зарплату в «конвертах», то есть не учитывать часть заработной платы в отчете или не устраивать официально часть сотрудников. Или же некоторые граждане решат уехать из страны и сменить гражданство, как например сделал знаменитый французский актер Жерар Ксавье Марсель Депардьё. Когда в его стране выросли налоговые ставки и актер понял, что будет отдавать значительную часть своих доходов государству, он решил принять российское гражданство, чтобы снизить расходы на налоги.

Внедрение прогрессивной шкалы ставки НДФЛ может спровоцировать снижение стимула к карьерному росту, так как с увеличением дохода налогоплательщика будет увеличиваться процентная ставка при исчислении его налога. Но так как разница в ставках не очень велика, число таких людей будет крайне мало.

Кроме того, внедрение данной системы налогообложения увеличит количество денег в бюджете страны, что поможет государству решить текущие проблемы, увеличить финансирование социальных программ, поддержать инновации и пр.

Для населения в целом это положительный фактор, так как представителей, которые могут быть отнесены к среднему и низшему классам, в нашей стране очень много, а при помощи налогов, полученных с богатого населения, государство может помочь нуждающимся гражданам.

Изменение ставки налога на прибыль, несомненно, скажется на стоимости товаров и экономике в целом. Фактически часть затрат перейдет на потребителя. То есть конечный покупатель заплатит больше, так как себестоимость товара или услуги для ее производителя увеличится.

Помимо этого, производитель заработает меньше, а значит, снизится желание инвесторов спонсировать его организацию и его новые идеи, что приведет к снижению инноваций.

Также из-за снижения прибыли компании могут начать оптимизировать расходы путем сокращения сотрудников. Это приведет к увеличению количества безработных граждан и снижению спроса на товары.

Увеличится риск роста теневой экономики. Некоторые недобросовестные предприятия, возможно, будут пытаться скрыть или различными путями занижить сведения о своей-прибыли в отчетах с целью экономии на налогах и увеличения фактического дохода.

Инвесторы могут направить деньги в зарубежные компании. Из-за увеличения налога на прибыль снизится чистая прибыль организаций, а соответственно и снизится желание инвесторов вкладывать средства в такие предприятия. Инвесторы начнут искать более перспективные направления и могут начать направлять свои финансы в заграничные проекты, то есть произойдет отток капитала. Также иностранные инвесторы из-за снижения прибыли могут отказаться от вложений в российские компании и выбрать альтернативу в другой стране, с меньшими налогами. Отток капитала, несомненно, скажется на предприятиях и далеко не в лучшую сторону, так как снижение количества инвестиций уменьшит возможность внедрения новых технологий и, возможно, даже функционирования старых.

Наибольший удар из-за этого увеличения может получить малый и средний бизнес, так как для них налоговая нагрузка является одним из важнейших факторов выживания. Однако государство позаботилось о малом бизнесе и увеличило порог входа и нахождения на упрощенной системе налогообложения, помимо этого снизилась и ставка налогов для пользователей данной системы. Это поможет индивидуальным предпринимателям и малому бизнесу выживать и, возможно, даже конкурировать со средним и крупным.

Туристический налог, по своей сути, не нов. Раньше это был курортный сбор, который оплачивался туристами, теперь же, данный налог возложили на плечи юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые сдают отели, гостиницы и прочие места пребывания туристам. По факту организации просто включают в стоимость своих услуг этот туристический налог, поэтому существенных изменений нет.

Налоговым органам внедрение искусственного интеллекта может помочь находить недобросовестных налогоплательщиков, которые пытаются обмануть государство и занижить прибыль. Искусственный интеллект может обрабатывать большие объемы данных и увеличить количество выявленных недобросовестных налогоплательщиков, тем самым снизить количество уже существующих и только задумывающих схитрить налогоплательщиков.

Также искусственный интеллект может помочь бизнесу персональной рекомендацией. Рассчитав доходы и расходы предприятия, он может подобрать оптимальную систему налогообложения и подсказать методы, способствующие увеличению прибыли, в рамках правового поля.

Внедрение искусственного интеллекта может значительно улучшить состояние экономики страны благодаря налоговой реформе 2025 г. и помочь более спокойно адаптироваться к новым условиям.

Библиографический список

1. Налоговая реформа 2025 г. // КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru/news/400/?ysclid=m9jxy9z3vq752299363> (дата обращения: 12.04.2025).
2. Налоговая реформа 2025: новые ставки налогов, сравнительная таблица // Клерк. URL: <https://www.klerk.ru/blogs/moysklad/617569/> (дата обращения: 13.04.2025).
3. Туристический налог в России в 2025 году: как работает, кто и как должен платить // Журнал Домклик. URL: <https://blog.domclick.ru/dom-i-uyut/post/turisticheskij-nalog-v-rossii-v-2025-godu-kak-rabotaet-mehanizm-cto-i-kak-dolzhen-platit> (дата обращения: 13.04.2025).

УДК 331.101.3:004

А. М. Эркабоева

студент кафедры вычислительных систем и сетей

Я. О. Сумбарова – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель**ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ИТ-СЕКТОРЕ**

Ситуация на российском рынке труда в области информационных технологий (ИТ) на протяжении последних четырех лет остается довольно сложной. С одной стороны, рынок насыщен специалистами, с другой – наблюдается явный дефицит кадров. Это явление имеет свои причины. Несколько лет назад многие начали активно осваивать профессию программиста, привлекаемые перспективами трудоустройства в международных компаниях, возможностью удаленной работы и высокой заработной платой. Причем среди них не только студенты технических вузов, но и сотрудники из других сфер, стремившиеся найти более выгодные варианты трудоустройства в ИТ-секторе. Пандемия COVID-19 сыграла свою роль, когда многие компании сокращали штат, оставляя людей без работы и вынуждая их переqualificироваться. В это время жизнь переместилась в онлайн: люди учились, работали, делали покупки, смотрели концерты и футбольные матчи, занимались фитнесом и проводили корпоративы в интернете.

Эти изменения в жизни общества способствовали росту интереса к ИТ-профессиям, что, в свою очередь, привело к увеличению числа специалистов в этой области. Однако, несмотря на кажущуюся насыщенность рынка, многие компании продолжают испытывать дефицит квалифицированных кадров. Это создает уникальные условия для обсуждения мотивации сотрудников в ИТ-секторе, поскольку именно она становится ключевым фактором для привлечения и удержания талантливых специалистов. При этом, как отмечает О. С. Виханский [1], эффективное управление людьми особенно важно в условиях высокой конкуренции на рынке труда, когда ценность квалифицированного персонала возрастает.

Мотивация – это совокупность процессов, которые побуждают человека к активным действиям и заставляют двигаться к поставленным целям. В условиях стремительного развития технологий и изменений на рынке труда, мотивация персонала в ИТ-секторе становится одной из ключевых задач для компаний. В данной статье рассматриваются особенности мотивации сотрудников в этой динамичной отрасли, а также причины, по которым ИТ-специалисты предъявляют высокие требования к условиям труда. Классические теории мотивации (А. Маслоу [2], Ф. Герцберг [3], Д. Макклелланд [4]) находят отражение в современных подходах к управлению персоналом в ИТ-секторе. Например, теория Ф. Герцберга о гигиенических и мотивирующих факторах [3] актуальна для понимания того, почему финансовая компенсация не всегда достаточна для удержания сотрудников, и необходимо активно развивать нематериальные стимулы. Также, согласно принципам управления человеческими ресурсами М. Армстронга [5], важно учитывать индивидуальные особенности и развивать корпоративную культуру, чтобы удовлетворить потребности сотрудников и повысить их вовлеченность.

Мотивация сотрудников в ИТ-секторе имеет свои уникальные черты, отличающиеся от традиционных отраслей. Ниже приведен подробный обзор факторов, определяющих высокий уровень ожиданий специалистов, а также особенностей, отличающих их мотивацию от пожеланий работников других отраслей.

Сотрудники ИТ-сектора часто работают над сложными техническими задачами, требующими постоянного обучения и саморазвития [2–4]. Мотивация в этой области связана с интересом к проектам, возможностью внедрять инновации и решать сложные задачи. Специалисты ценят интеллектуально стимулирующую работу, которая позволяет им развивать свои навыки. В отличие от этого, в других отраслях рутинные задачи могут составлять значительную часть работы, а мотивация чаще связана с стабильностью и предсказуемостью.

Возможность работать удаленно или иметь гибкий график является одним из ключевых мотивирующих факторов для ИТ-специалистов. Они ценят свободу в организации своего времени и пространства, что повышает продуктивность и удовлетворенность работой. В других отраслях гибкость графика может быть менее доступной, особенно в тех профессиях, где требуется физическое присутствие на рабочем месте.

Быстрое развитие технологий требует от специалистов постоянного обучения и освоения новых навыков [5]. Поэтому обучение и развитие становятся главными мотиваторами для IT-работников. Они ценят компании, которые предлагают доступ к новым знаниям и проектам для профессионального роста. В других отраслях, хотя профессиональное развитие также важно, оно может происходить медленнее и не требует такого постоянного обновления навыков.

IT-специалисты привыкли к быстрому получению обратной связи через результаты работы и признание своих достижений. Оперативные отзывы от команды или заказчиков мотивируют их решать более сложные задачи. В традиционных сферах признание может быть связано с плановыми оценками или наградами, происходящими реже.

Корпоративная культура играет важную роль в мотивации IT-специалистов. Они ценят инновации, поддержку коллег и свободу творчества. Комфортная атмосфера и минимизация иерархий способствуют повышению удовлетворенности работой. В традиционных организациях корпоративная культура также важна, однако строгие иерархии могут ограничивать мотивацию.

Высокие зарплаты являются базовой мотивацией для IT-специалистов, однако они не всегда являются решающими для долгосрочной мотивации [3]. Специалисты в этой области больше ориентированы на баланс материальных и нематериальных факторов. В других сферах финансовая составляющая может оставаться основным мотиватором, особенно в секторах с более низкими средними доходами работников.

Молодые специалисты, такие как миллениалы и поколение Z, требуют гибкости, возможностей для саморазвития и смысловой наполненности работы. В то время как старшие поколения чаще ориентированы на стабильность и социальные гарантии [2, 4].

Сфера IT растет стремительно, и спрос на квалифицированных разработчиков, инженеров и администраторов часто превышает предложение [1]. Компании вынуждены конкурировать за талантливых работников, предлагая все более привлекательные условия труда. Ниже приведены основные факторы, формирующие высокие требования IT-специалистов.

IT-специалисты могут работать удаленно и не привязаны к определенной стране или компании. Это существенно расширяет их возможности при поиске наиболее выгодных условий труда по всему миру.

Разработка программного обеспечения, кибербезопасность, работа с большими данными и другими передовыми направлениями требуют специфических знаний, которые сложно быстро приобрести. Компании готовы предлагать высокие компенсации за подобную квалификацию.

Технологии стремительно устаревают, поэтому IT-специалисты должны непрерывно повышать квалификацию [5]. Это предполагает вложения времени и средств, которые они ожидают компенсировать через зарплаты и прочие льготы.

Релизы, поиск и устранение багов, поддержка сложных систем – все это предполагает высокую ответственность и жесткие сроки. Чтобы компенсировать стресс, IT-специалисты хотят работать в более гибких и комфортных условиях.

Постоянная необходимость решать нестандартные задачи требует значительного умственного напряжения. Это приводит к повышенному ожиданию более привлекательных условий, которые помогут специалистам сохранять продуктивность.

Многие IT-процессы легче организовывать, когда сотрудники свободны в выборе места и времени работы. Гибкий график позволяет повышать концентрацию и достигать лучших результатов.

IT – это отрасль, где эксперименты часто ведут к прорывным решениям [5]. Специалисты ценят компании, которые поощряют инновации и минимизируют жесткие регламенты, создавая простор для самореализации.

Многие IT-специалисты предпочитают работать в стартапах, где их вклад может оказать существенное влияние на конечный продукт. Они также могут получать долю в виде опционов на акции, что способствует еще более высоким требованиям к вознаграждению.

В IT-секторе нередко практикуется участие сотрудников в прибыли компании. Возможность получения вознаграждения, зависящего от успеха проекта, делает специалистов более требовательными при выборе работодателя.

Интенсивная умственная деятельность требует времени на отдых и восстановление. IT-специалисты придают большое значение возможности гибкого графика и удаленной работы, чтобы сохранить креативный потенциал.

Для многих айтишников работа – это не просто способ заработка, а путь к самореализации [1]. Они стремятся участвовать в проектах, которые позволяют им расти как профессионалам и ощущать значимость собственных усилий.

IT-специалисты часто работают с системами, от которых зависят ключевые бизнес-процессы и даже безопасность людей. Ошибки могут иметь тяжелые последствия, что оправдывает более высокие требования к компенсациям.

IT остается одной из наиболее прибыльных сфер, и ее участники осознают, что их труд генерирует значительную выгоду для бизнеса [1]. Соответственно, они ожидают справедливого вознаграждения, отражающего реальную ценность их работы.

Таким образом, высокие запросы IT-специалистов не являются проявлением избалованности, а продиктованы особенностями их профессии, которая требует глубоких знаний, постоянного самосовершенствования и полной отдачи, превращая их в один из ключевых активов любой компании [5].

В последнее время тема мотивации персонала в IT-секторе приобретает все большую актуальность. Для более глубокого анализа ситуации был проведен опрос среди людей, работающих в IT. Респонденты поделились своими взглядами на мотивацию, условия труда и факторы, влияющие на их профессиональную деятельность. Полученные результаты позволили выделить ключевые аспекты, которые не только помогают понять потребности IT-специалистов, но и подсказывают работодателям, как создать более благоприятные условия для работы. Всего опрос прошел 21 человек.

Опрос был рассчитан на IT-специалистов разных уровней: от начинающих до опытных сотрудников, его прошли такие люди, как инженеры-программисты уровней junior, middle, senior, а также QA, product manager, account manager, СМО, системные аналитики, специалисты ИБ.

Главный вопрос был связан непосредственно с наиболее существенными факторами и мотиваторами в работе. Результаты опроса показали, что уровень заработной платы является самым важным фактором для большинства участников – 95,2% респондентов отметили его значимость. Это подтверждает тот факт, что финансовые аспекты остаются приоритетными для работников, обеспечивая их материальное благополучие.

Следующим важным фактором оказался удобный график работы, который был отмечен 71,4% опрошенных. Этот критерий становится все более значимым, поскольку многие сотрудники стремятся совмещать профессиональные обязанности с личными делами и семейными задачами.

Профессиональное развитие также занимает значительное место в сознании работников: 81% респондентов подчеркнули важность карьерных возможностей и самосовершенствования. Это свидетельствует о высоком уровне амбициозности IT-специалистов, которые не только стремятся к стабильности, но и к росту в своей карьере.

Интересным аспектом стало то, что социальные гарантии оказались менее значимыми для респондентов – только 19% выделили их как важный фактор. Это может говорить о том, что работники в данной сфере в первую очередь ориентируются на материальные и профессиональные аспекты, нежели на социальные. Результаты показаны на рис. 1.

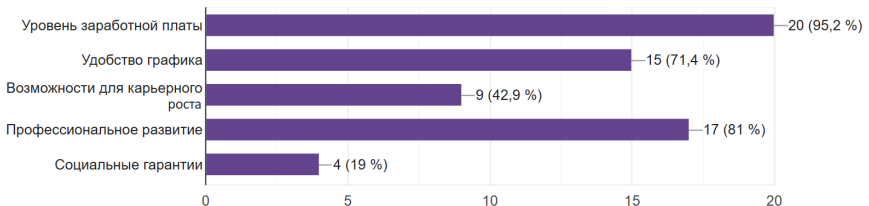


Рис. 1. Наиболее важные факторы при выборе работы

Также были сделаны выводы о том, какую роль играют нематериальные факторы в мотивации, и какую часть мотивации для IT-специалистов составляет возможность работать удаленно или гибкий график. Первая диаграмма (рис. 2), иллюстрирующая важность нематериальных факторов в мотивации, показывает, что 66,7% респондентов считают их «скорее важными». Это свидетельствует о том,

что сотрудники ценят не только финансовые стимулы, но и такие аспекты, как признание, возможность обучения и карьерного роста, а также комфортные условия труда. Лишь 14,3% участников оценили нематериальные факторы как «очень важные», что еще раз подчеркивает их значимость в профессиональной жизни IT-специалистов. Интересно отметить, что ни один из респондентов не выбрал варианты, указывающие на малую важность или отсутствие значения нематериальных факторов.

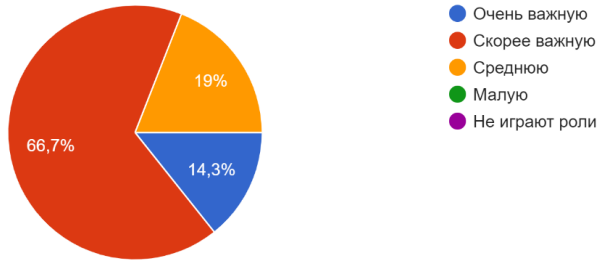


Рис. 2. Роль нематериальных факторов в мотивации работников

Вторая диаграмма (рис. 3) фокусируется на значении гибкого графика и возможности удаленной работы. Здесь 33,3% респондентов обозначили этот аспект как «очень важный», в то время как 28,6% отметили его как «важный». Это подчеркивает растущую тенденцию среди работников к поиску баланса между профессиональной и личной жизнью, что делает гибкость работы одним из ключевых факторов при выборе места работы. Только 9,5% участников указали на «незначительную» важность данного аспекта.

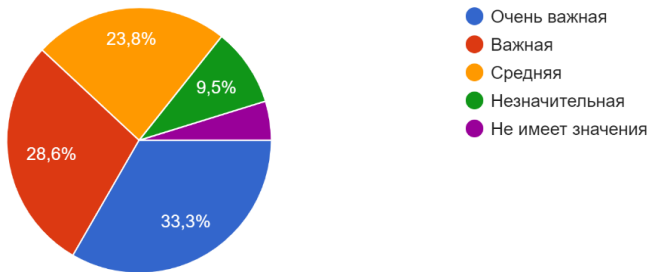


Рис. 3. Роль возможности удаленной работы или гибкого графика в мотивации работников

Таким образом, результаты опроса демонстрируют, что нематериальные факторы и гибкость рабочего графика играют важную роль в мотивации сотрудников в IT-секторе. Это подчеркивает необходимость работодателям принимать во внимание эти аспекты при разработке стратегий по удержанию и привлечению талантливых специалистов.

Также респондентам был представлен вопрос о том, что больше мотивирует на профессиональное развитие. Наиболее значимым фактором, мотивирующим сотрудников на профессиональное развитие, является поддержка со стороны руководства, что подтверждается 71,4% ответов. Также важными являются самостоятельные проекты и возможности продвижения, которые получили равное количество голосов (52,4%). Внутренние программы обучения и внешние курсы имеют менее выраженное влияние на мотивацию, что может указывать на предпочтение сотрудников к более самостоятельной работе и поддержке со стороны менеджмента. Результаты опроса можно увидеть на рис. 4.

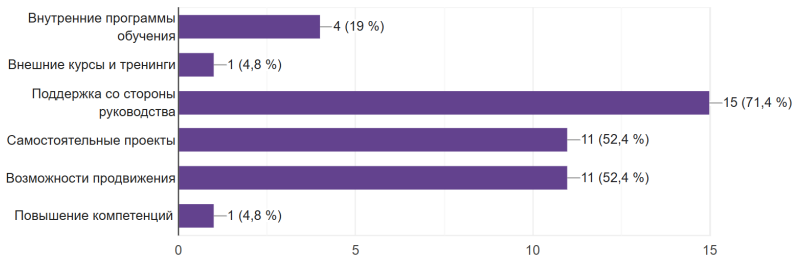


Рис. 4. Главные мотиваторы для профессионального развития

Также были представлены вопросы, связанные с демотивацией на работе. Результаты показали, что ни один из участников не отметил, что никогда не сталкивается с демотивацией. Вместо этого, 52,4% респондентов указали, что испытывают демотивацию «редко», в то время как 19% заявили, что сталкиваются с ней «часто» или «иногда». Эти результаты подчеркивают наличие проблемы с демотивацией, затрагивающей значительную часть сотрудников.

Анализ причин демотивации демонстрирует, что рутинные задачи являются наиболее распространенной причиной, на которую указали 66,7% участников опроса. Это свидетельствует о том, что повторяющиеся и однообразные обязанности могут приводить к снижению интереса и продуктивности работников.

Кроме того, 52,4% респондентов отметили отсутствие карьерных перспектив как важный фактор, вызывающий демотивацию. Это подчеркивает необходимость создания условий для профессионального роста и развития сотрудников, чтобы они могли видеть свои возможности в компании.

Также стоит обратить внимание на то, что 33,3% участников указали на плохие отношения с коллегами как на одну из причин демотивации. Это подчеркивает важность командной работы и необходимости формирования положительного рабочего климата.

В целом, результаты опроса указывают на то, что демотивация является актуальной проблемой для многих сотрудников. Основными факторами, способствующими этому явлению, являются рутинные задачи и отсутствие карьерных перспектив. Рекомендуется провести дополнительные исследования для более глубокого понимания этих проблем и разработки эффективных стратегий, направленных на повышение мотивации и удовлетворенности работников. Создание разнообразных задач, возможностей для профессионального роста и улучшение командных отношений могут существенно повысить уровень удовлетворенности сотрудников и их приверженность компании. Результаты этих вопросов показаны на рис. 5 и 6.

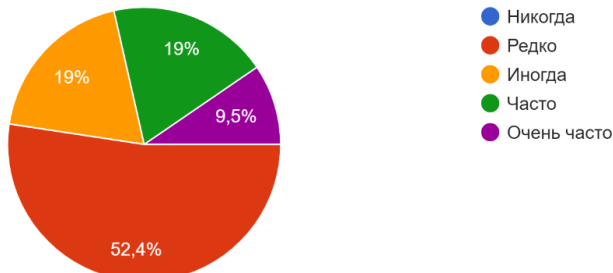


Рис. 5. Частота возникновения демотивации на рабочем месте

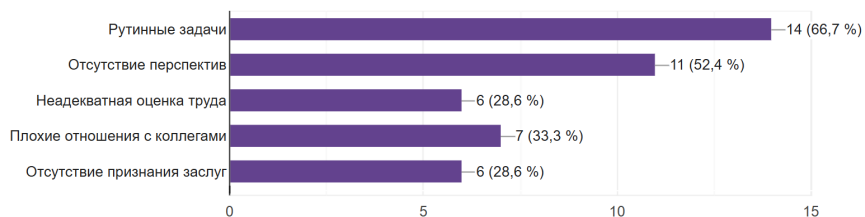


Рис. 6. Причины столкновения с демотивацией

Также респондентам было предложено самостоятельно выразить свои мысли о том, почему они продолжают работать в IT-сфере, что их удерживает на текущем месте работы, а также описать свою мотивацию продолжать профессиональную деятельность. Интересно отметить, что почти каждый из участников опроса упомянул заработную плату как один из ключевых факторов, способствующих их приверженности к работе. Это подчеркивает важность финансовой стабильности и конкурентоспособности компенсационного пакета для сотрудников в высококонкурентной сфере IT.

Однако, помимо материального вознаграждения, многие респонденты акцентировали внимание на возможности реализации своих умений и навыков. Это говорит о том, что IT-специалисты ценят не только финансовые аспекты своей работы, но и возможность профессионального роста, творческого самовыражения и участия в интересных проектах. Возможность применять свои знания и навыки в практической деятельности, а также участие в инновационных разработках становятся важными факторами, способствующими удержанию специалистов в отрасли.

Таким образом, несмотря на множество факторов, влияющих на мотивацию сотрудников в IT-сфере, результаты опроса однозначно свидетельствуют о том, что главным и определяющим фактором, удерживающим специалистов на рабочих местах, остается заработная плата. Почти все респонденты указали на финансовую компенсацию как ключевой аспект, способствующий их приверженности к профессии. Это подчеркивает тот факт, что в условиях высокой конкуренции на рынке труда и значительного спроса на квалифицированных специалистов, компании должны уделять особое внимание не только внутренним условиям и возможностям для профессионального роста, но и обеспечению конкурентоспособного уровня заработной платы.

Библиографический список

1. Виханский О. С. Менеджмент: учебник для вузов. М.: Экономистъ, 2018. 670 с.
2. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2006. 352 с.
3. Герцберг Ф. Труд и природа человека. СПб.: Питер, 2002. 398 с.
4. Макклелланд Д. Мотивация человека. СПб.: Питер, 2016. 670 с.
5. Armstrong M. Управление человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2019. 832 с.

УДК 338.984

В. И. Афанасьев

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Н. С. Беззатеев

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

Н. Э. Усиков

магистрант кафедры экономики высокотехнологичных производств

И. В. Усикова – кандидат технических наук, доцент – научный руководитель

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ БИЗНЕСА: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ИНСТРУМЕНТЫ

Деятельность любой коммерческой организации направлена на получение прибыли. Для достижения максимального экономического эффекта предприятию необходимо развивать свой производственный потенциал за счет применения инновационно-инвестиционных проектов, которые способствуют совершенствованию используемых производственных технологий и привлечению дополнительных средств инвесторов. С этой целью предприятию необходимо провести серьезную аналитическую работу в области разработки, выбора и реализации отдельных инвестиционных проектов и программ.

Нормативно-правовой базой организации инвестирования в РФ являются:

- Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» [1];
- Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования [2];
- Федеральный закон от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» [3].

Инвестиционный проект (ИП) в «Методических рекомендациях» определяется согласно Закону «Об инвестиционной деятельности», и под ним понимается «обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес план)» [1].

Результат проектирования представляется системой документов (на бумажных и/или электронных носителях информации) и организованную на основе них инвестиционную деятельность (ИД). В соответствии с методологией Управления проектами документы разрабатываются и анализируются на этапе прединвестиционной фазы проекта, которая ограничена временными рамками – от предварительного исследования до окончательного решения о принятии проекта. Данная фаза включает несколько стадий [4]:

- формулировка инвестиционного замысла, исследование бизнес-возможностей, формирование предложения о вложениях;
- предпроектные исследования, разработка технико-экономического обоснования и бизнес-плана, окончательная формулировка проекта;
- принятие решения о запуске анализируемого проекта и план его финансирования.

В основе процесса принятия управленческих решений инвестиционного характера лежат оценка и сравнение объема предполагаемых инвестиций и нематериальных ресурсов и будущих денежных поступлений от разрабатываемого проекта. Поскольку сравниваемые показатели относятся к различным разнесенным во времени моментам, ключевой проблемой является их сопоставимость [5].

Основными документами, разрабатываемыми в ходе проектирования, являются:

- концепция (бизнес-идея);
- предварительное технико-экономическое обоснование;

- бизнес-план;
- проектно-сметная документация.

В настоящее время происходит процесс адаптации зарубежного опыта бизнес-планирования к текущим отечественным условиям и вызовам внешней среды. Это предполагает обязательную унификацию как методологии, так и документации. Повсеместно распространилось использование современных информационных технологий. Поэтому построение таблиц, схем и расчетов, а также типовые формы представления заявок и предложений, необходимо модернизировать с тем, чтобы лучше отразить развивающуюся тенденцию стандартизации содержательной и документационной сторон бизнес-планирования в рамках соответствия разработанному Организацией промышленного развития ООН (United Nations Industrial Development Organization, UNIDO) международному программному обеспечению КОМФАР, представляющему собой Компьютерную модель по технико-экономическому анализу и отчетности и Руководства по подготовке промышленных технико-экономических исследований [6].

Бизнес-планирование (при надлежщем его исполнении) требует привлечения специалистов многих отраслей знаний (маркетинговый анализ, менеджмент, инжиниринг, финансовый анализ и планирование). Для выполнения важного этапа разработки проекта – составление бизнес-плана – должны быть готовы все данные, необходимые для принятия решения об инвестировании. Коммерческие, технические, финансовые, экономические предпосылки и условия окружающей среды по отношению к деловому проекту должны быть определены и тщательно проверены на основе рассмотрения альтернативных решений, изученных в предварительном технико-экономическом обосновании. Результатом этих решений является бизнес-план.

На рубеже XX–XXI вв. появилось множество программных продуктов и средств, расширяющих возможности разработки и оценки эффективности инвестиционных проектов. Они базируются на разработанных методических подходах UNIDO – авторитетной организации, созданной ООН, которые постоянно совершенствуются при содействии множества стран, включая Россию. UNIDO занимается выработкой стратегии экономического развития стран с переходной экономикой. Одним из результатов ее деятельности является создание стандартов подготовки инвестиционных решений [6].

Авторами проведен обзор и сравнительный анализ следующих пакетов: «Audit Expert» («ПРО-ИНВЕСТ-ИТ»), «Альт-Финансы» («Альт», Санкт-Петербург), «Аналитик 4.0» (ИНЭК), «Финансовый анализ 1.0» (Интеллект-Сервис) и «ОЛИМП: «ФинЭксперт» («Рос-Экспертиза»). Также целесообразно обратить внимание на зарубежные и отечественные пакеты COMFAR (Computer Model for Feasibility Analysis and Reporting) и PROSPIN (PROject Profile Screening and Preappraisal Information system), созданные в UNIDO; отечественные пакеты «Project Expert» («Expert Systems», Москва), «Альт-Инвест» («Альт», Санкт-Петербург), FOCCAL («ЦентриИнвестСофт»), «Инвестор» (ИНЭК), «ТЭО-ИНВЕСТ» (Институт проблем управления РАН), «Инвест-Проект» (Институт промышленного развития).

В результате проведенного предварительного анализа указанных пакетов сделан общий вывод о возможности и целесообразности разнопланового использования отечественного ПО в рамках импортозамещения. При этом пакеты можно использовать не только при разработке реальных инвестиционных проектов в бизнесе, но и в учебном процессе при выполнении студентами курсовых работ и ВКР.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/ (дата обращения: 02.05.2025).
2. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28224/ (дата обращения: 02.05.2025).
3. Федеральный закон от 09.07.1999 № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации». URL: <http://base.garant.ru/12116250/#ixzz4xBiS1ZOk>. (дата обращения: 02.05.2025).
4. УП «Национальная ассоциация управления проектами». URL: <http://www.sovnet.ru/> (дата обращения: 02.05.2025).
5. Минько Э., Завьялов О., Минько А. Оценка эффективности коммерческих проектов. СПб.: Питер, 2019. 368 с.
6. Вестник «ЮНИДО в России». URL: <http://www.unido-russia.ru/> (дата обращения: 02.05.2025).

УДК 658.5

И. Н. Воронин

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель

УРОВНИ ПРОЕКТНОЙ ЗРЕЛОСТИ КОМПАНИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

В современном мире, где технологии развиваются с невиданной скоростью, а конкуренция на рынке становится все более жесткой, компании вынуждены искать эффективные подходы к управлению проектами для достижения своих стратегических целей. Уровень проектной зрелости организации играет критическую роль в ее способности успешно реализовывать проекты и адаптироваться к новым методам управления. Проектная зрелость отражает степень развития и совершенствования процессов управления проектами в компании, что, в свою очередь, существенно влияет на ее конкурентные преимущества и финансовые результаты [1].

Актуальность темы проектной зрелости обусловлена тем, что многие организации сталкиваются с трудностями при внедрении инновационных технологий и методов управления проектами. Эти трудности часто коренятся в недостаточной зрелости проектных процессов, что приводит к неэффективности, перерасходу ресурсов и снижению качества конечных продуктов. Поэтому исследование уровней проектной зрелости и их влияния на успешность внедрения методов управления проектами является важным как с теоретической, так и с практической точки зрения.

Цель данного исследования заключается в анализе различных уровней проектной зрелости компаний и их влияния на эффективность внедрения современных методов и технологий управления проектами.

Проектная зрелость представляет собой концепцию, позволяющую оценить уровень развития и эффективности управления проектами в организации. Эта концепция охватывает различные аспекты, включая процессы, технологии и кадровое обеспечение, что позволяет организациям оптимизировать свои подходы к реализации проектов. Высокий уровень проектной зрелости свидетельствует о наличии четко прописанных стандартов и методологий управления проектами.

Существует несколько моделей, используемых для оценки проектной зрелости, среди которых наиболее известны Organizational Project Management Maturity Model (OPM3) и Модель зрелости управления проектами Керцнера (PMMM). Оценка проектной зрелости может проводиться различными способами. Например, сверху вниз – когда руководство компании оценивает процессы на основе своего понимания и опыта. Либо снизу вверх – когда оценку проводят сами команды и исполнители, что позволяет получить более полное представление о реальной ситуации. Такой подход способствует выявлению слабых мест в управлении проектами и разработке стратегий для повышения уровня зрелости [2].

Повышение проектной зрелости имеет множество преимуществ. Оно позволяет более эффективно использовать ресурсы, улучшает качество выполнения проектов и способствует достижению стратегических целей организации. Компании с высоким уровнем зрелости имеют значительные конкурентные преимущества на рынке благодаря своей способности успешно реализовывать проекты в условиях неопределенности.

Модель Керцнера включает пять уровней, каждый из которых способствует развитию управления проектами. Первый уровень – терминология, где осознается значимость управления проектами. Второй – общие процессы, на котором разрабатываются и внедряются стандартные процессы. Третий – единая методология. Четвертый – бенчмаркинг, который позволяет сравнивать практики с лучшими примерами в отрасли. Наконец, пятый – непрерывное улучшение, основанное на анализе данных для постоянного совершенствования процессов.

OPM3 делится на несколько уровней зрелости и акцентирует внимание на непрерывном процессе улучшения. Основная цель OPM3 заключается в сокращении разрыва между стратегическими намерениями и тактическими результатами организаций.

Структура OPM3 охватывает три основные области: управление проектами, программами и портфелями проектов. Каждая из этих областей имеет свои процессы, которые могут быть стандартизованы, измерены, управляемы и оптимизированы [3].

Сравнительный анализ моделей Керцнера (PMMM) и OPM3 демонстрирует их принципиальные различия в подходах к оценке зрелости управления проектами. Модель PMMM, основанная на пяти уровнях зрелости (от базовых процессов до непрерывного улучшения), отличается простотой и наглядной структурой. Она предоставляет организациям четкую поэтапную дорожную карту (roadmap), что особенно важно для стартапов, малого бизнеса или компаний, начинающих трансформацию проектного управления. Ее ключевое преимущество – минимальные требования к ресурсам и кастомизации, что позволяет быстро внедрить стандартизированные практики без глубокой аналитики.

OPM3, напротив, ориентирован на комплексную оптимизацию. Его гибкость позволяет адаптироваться к различным методологиям (Agile, Waterfall) и организационным контекстам, а обширная база данных (свыше 600 индикаторов) интегрирует международный опыт и лучшие практики. Однако эта модель требует значительных ресурсов: анализа сотен критериев, привлечения экспертов и времени для адаптации процессов. Это делает OPM3 эффективным инструментом для зрелых компаний с налаженными процессами, международных организаций, а также для случаев, где критически важны детализация и прямая связь проектов со стратегией бизнеса.

Рекомендации по выбору зависят от уровня зрелости компании и ее целей. PMMM стоит применять там, где нужна простой и быстрый старт: например, в малом бизнесе или при ограниченных ресурсах. OPM3 же целесообразен для организаций, готовых инвестировать в глубокую трансформацию, оптимизацию процессов под глобальные стандарты или решение сложных стратегических задач. Таким образом, PMMM обеспечивает базовое внедрение «снизу вверх», а OPM3 – системную перестройку управления проектами, требующую экспертизы и времени.

Уровень проектной зрелости непосредственно влияет на общую эффективность организации. Компании с высоким уровнем зрелости способны более эффективно управлять ресурсами, минимизировать риски и сокращать сроки выполнения проектов. Это связано с тем, что такие организации имеют четко прописанные процессы и стандарты, которые позволяют избежать распространенных ошибок и недоразумений [4].

Уровень зрелости управления проектами оказывает значительное влияние на несколько ключевых аспектов. Организации с высоким уровнем зрелости способны эффективно управлять рисками, заранее идентифицируя потенциальные угрозы и разрабатывая стратегии их минимизации, что помогает избежать потерь и задержек. Они также оптимизируют распределение ресурсов, снижая затраты и повышая рентабельность проектов. Стандартизированные процессы улучшают качество конечных продуктов за счет тщательной проверки на каждой стадии, а четкие процессы создают предсказуемую рабочую среду, что повышает удовлетворенность сотрудников и их вовлеченность в работу.

Внедрение моделей PMMM и OPM3 демонстрирует свою результативность в разных отраслях, однако итоговые показатели зависят от специфики компаний и целей их использования. Например, международный разработчик SaaS-решений «TechSphere» внедрил модель PMMM на этапе, когда в компании отсутствовали единые стандарты управления проектами: сроки регулярно срывались, а клиенты жаловались на качество продукта. После формализации процессов планирования, контроля и коммуникации среднее время выполнения проектов сократилось на 20%, а удовлетворенность клиентов выросла на 30%. Рост повторных заказов с 45% до 60% за два года стал следствием устранения базовых проблем — хаотичного распределения ролей и отсутствия метрик качества.

В отличие от этого, компания «GlobalManufacturing», производитель промышленного оборудования, применила OPM3 для оптимизации уже устоявшихся процессов. Акцент был сделан на сокращении издержек и интеграции лучших отраслевых практик. Анализ по OPM3 выявил дублирование функций в цепочке поставок и слабое использование данных для прогнозирования. Внедренные изменения позволили сократить производственные затраты на 15%, а время вывода продукции на рынок – на 10%. При этом рост удовлетворенности клиентов составил лишь 8%, так как фокус сместился на внутреннюю эффективность, а не на клиентский опыт [2].

Разница в показателях (30 против 15%) объясняется не превосходством одной модели над другой, а их принципиально разной направленностью и отраслевым контекстом. PMMM ориентирована на

быстрое внедрение базовых стандартов, что критично для IT-сферы, где скорость и качество продукта напрямую влияют на лояльность клиентов. В производстве же, как в случае с GlobalManufacturing, даже 15% экономии затрат – значимый результат, учитывая низкую маржу в отрасли (часто 10–20%). Кроме того, РМММ эффективнее решает «стартовые» проблемы, такие как отсутствие структуры, тогда как ОРМЗ нацелен на оптимизацию сложных процессов, что требует больше времени и ресурсов [3].

Таким образом, выбор между РМММ и ОРМЗ определяется не универсальной эффективностью, а задачами компании. РМММ подходит организациям, которым необходимо быстро закрыть базовые пробелы в управлении проектами, особенно в динамичных отраслях вроде IT. ОРМЗ же актуален для зрелых компаний, готовых к глубокой трансформации процессов и интеграции глобальных практик, где ключевой целью является системная оптимизация, а не мгновенный рост клиентской лояльности. Регулярное обучение сотрудников методам управления проектами и новым технологиям создаст культуру постоянного совершенствования.

Внедрение стандартов управления проектами обеспечит единый подход к выполнению задач, снижая вероятность ошибок и повышая качество работы. Регулярная оценка текущих процессов через внутренние аудиты или обратную связь от сотрудников поможет выявить слабые места и области для улучшения. Использование современных технологий для автоматизации процессов управления проектами значительно повысит эффективность работы команд. Наконец, создание культуры непрерывного обучения внутри организации будет способствовать активному вовлечению сотрудников в оптимизацию процессов.

Предпочтение той или иной модели зависит от текущего уровня зрелости компании, ее стратегических приоритетов и доступных ресурсов. РМММ стоит выбирать организациям, которые только начинают формализацию процессов управления проектами, особенно в динамичных отраслях, таких как IT или стартапы. Эта модель идеальна для быстрого внедрения базовых стандартов, устранения хаоса в распределении ролей и улучшения клиентских метрик за счет структурированного подхода «снизу вверх». Например, если компания сталкивается с частыми срывами сроков, низким качеством продукта или отсутствием прозрачности процессов, РМММ позволит быстро достичь первых значимых результатов с минимальными затратами.

ОРМЗ целесообразно применять в зрелых организациях с устоявшимися процессами, где ключевая задача — глубокая оптимизация, интеграция международных практик или снижение издержек. Эта модель подходит для производственных предприятий, крупных корпораций или компаний, работающих в отраслях с низкой маржой (например, промышленность, логистика), где даже 10–15% экономии затрат существенно влияют на рентабельность. ОРМЗ требует значительных ресурсов и времени, но обеспечивает системные изменения, связывая проекты со стратегией бизнеса и устраняя узкие места в сложных процессах.

Таким образом, РМММ – это инструмент для «быстрых побед» и стартовой трансформации, а ОРМЗ – для компаний, готовых инвестировать в долгосрочную эволюцию процессов. Универсального решения нет: выбор определяется конкретными вызовами, отраслевым контекстом и амбициями организации.

Постоянное совершенствование процессов управления проектами должно стать неотъемлемой частью стратегии любой компании, стремящейся к успеху в условиях динамичного рынка. Внедрение лучших практик, обучение сотрудников и использование современных технологий – это те шаги, которые помогут организациям достичь высокого уровня проектной зрелости и обеспечить устойчивый рост в будущем.

Библиографический список

1. Фасхиев Х. А. Проектный менеджмент. М.: ИНФРА-М, 2023. 219 с.
2. Баринов В. А. Бизнес-планирование. М: ФОРУМ, 2022. 272 с.
3. Болдырева Н. П. Бизнес-планирование. М.: Флинта, 2021. 148 с
4. Емельянова Н. Ю. IT-стандарты. М.: Прометей, 2023. 200 с.
5. Бигачева Е. Н. Экономика предприятия (организации). М.: Научный консультант, 2024. 200 с.

УДК 004.8

В. М. Гороховская

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Г. А. Плотников – старший преподаватель – научный руководитель

ЦИФРОВОЙ НАПАРНИК ИЛИ НЕВИДИМЫЙ КОНКУРЕНТ: ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ИТ-РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ ЧАТГРТ И ПЕРСПЕКТИВЫ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА

Появление ChatGPT в ноябре 2022 г. стало одним из значимых событий в истории искусственного интеллекта (ИИ) и ИТ-индустрии. За первые пять дней сервис привлек более миллиона пользователей, ближе к январю 2023 г. постоянная аудитория составляла около 100 млн человек. ChatGPT стал самым быстро растущим потребительским приложением в истории [1]. Актуальность работы обусловлена революционным влиянием генеративного ИИ на ИТ-индустрию, трансформацией рынка труда, экономическими последствиями его применения. В работе рассматриваются следующие вопросы: является ли ИИ катализатором разработки кода, и что произойдет с junior-программистами при внедрении AI-ассистента в активное пользование.

Искусственный интеллект, способный генерировать и анализировать программный код, уже активно используется в индустрии. Исследовательская группа Google Cloud DevOps (DORA) опубликовала отчет о состоянии DevOps в 2024 г. Анализ показал, что более 75% разработчиков и ИТ-специалистов интегрируют ИИ в свою ежедневную работу, но при этом около 39% опрошенных не доверяют сгенерированному коду [2]. Несмотря на все преимущества Large Language Model (LLM), перед ИТ-сообществом стоит ряд вызовов, связанных с адаптацией к новым технологическим реалиям и формированием новых компетенций.

На данный момент ИИ активно используется в повседневной жизни многих людей, а с каждым днем его роль и важность возрастают. Можно ли сказать, что ИИ-ассистент действительно является «правой рукой» программиста? Исследование GitHub в 2023 г. показало, что использование инструмента GitHub Copilot (интеллектуального помощника для разработчиков) увеличивает скорость написания кода на 55% [3]. ChatGPT и аналогичные LLM способны выполнять такие функции, как:

- автоматизация рутинных задач (генерация шаблонного кода, документации, тестов);
- образовательная поддержка (объяснение сложных концепций, предоставление примеров);
- снижение временных затрат на разработку (быстрый поиск решений типовых проблем).

Исследование компании GitClear по изучению и анализу кода программ показало ряд интересных аспектов [4]. Компанией было проведено исследование, в ходе которого рассмотрено 211 млн строк кода и сделано заключение – количество скопированного и дублированного кода значительно возросло. В 2024 г. блоки кода с более чем пятью дублирующимися строками встречались в восемь раз чаще, чем в предыдущие годы. В то же время количество рефакторинга значительно сократилось. Перемещение строк кода уменьшилось на 39,9%. Это говорит о том, что разработчики, активно использующие ИИ, чаще всего копируют сгенерированный код, нежели занимаются его рефакторингом.

Согласно отчету Google DORA State of DevOps, использование ИИ улучшило качество кода на 3,4%, но при этом стабильность сроков релиза программного обеспечения (ПО) снизилась на 7,2%. Все это говорит о том, что ИИ помогает быстрее вносить изменения в код, но это может привести к значительному количеству ошибок или выгоранию команды. Таким образом можно подытожить, что ИИ-ассистенты наиболее эффективны при решении стандартных и типовых задач с помощью уже известных паттернов и алгоритмов, но при этом могут часто допускать ошибки.

Некоторые специалисты считают, что ИИ способен заменить программиста [5]. По данным LinkedIn, количество вакансий для начинающих разработчиков снизилось на 18% после глобального внедрения ИИ-инструментов [6]. Использование ИИ снижает порог входа для начала карьеры разработчика. В современных реалиях кто угодно может создать работающий прототип приложения, описывая требуемые функциональные возможности в промпте. Также стоит отметить, что стоимость использования ИИ-решений значительно ниже затрат на оплату труда специалистов. В связи с этим компаниям выгоднее использовать ИИ, нежели тесно работать с начинающими разработчиками. За последние

несколько лет рынок труда претерпел сильные трансформации. Ценность навыков взаимодействия с ИИ, системного мышления и творческого подхода к решению нестандартных задач значительно возросла. Кроме того, появляются новые профессиональные ниши: ИИ-промт инженер, специалист по оптимизации взаимодействия человека и ИИ.

Требования к квалификации и уровню компетенции программистов уровня junior сильно изменились, в то время как middle и senior-специалисты остаются также востребованы. В 2025–2026 гг. рынок труда для junior-разработчиков будет расти, но конкуренция станет еще сильнее. IT-компании будут искать молодых специалистов, чтобы обучать их под свои стандарты и требования. Таким образом, начинающие специалисты все также будут нужны в компаниях. Тем не менее, начинающим разработчикам придется приспосабливаться к новым условиям. Основной упор стоит сделать на гибкие навыки (от начинающих специалистов ожидают, что они не только владеют языками программирования, но и понимают основы работы с ИИ и облачными сервисами). Работодатели ожидают, что начинающий специалист быстро адаптируется и начнет приносить пользу компании. Также стоит подчеркнуть, что специализация всегда была и будет важнее универсальности (узкоспециализированные junior-разработчики будут востребованы больше, чем те, кто «знает понемногу обо всем»). Динамику развития соотношения резюме к вакансиям на рынке труда в IT можно увидеть на рис. 1 и 2.

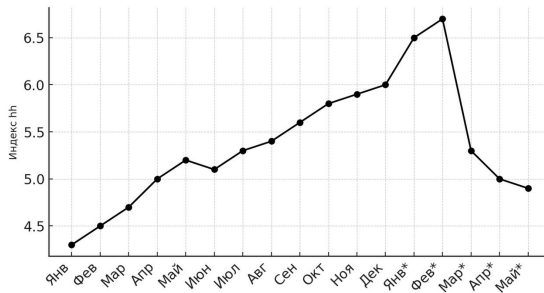


Рис. 1. Отношение количества активных резюме к числу вакансий (2024–2025 гг.) [7]

На рис. 1 показано, то в 2024 г. наблюдается устойчивый положительный тренд hh-индекса в сфере IT. Это указывает на постепенное улучшение ситуации на рынке труда в этой отрасли в течение года. 2025 г. характеризуется более высокими значениями индекса в первом квартале по сравнению с аналогичным периодом 2024 года, что может свидетельствовать о значительном росте спроса на IT-специалистов в начале года.

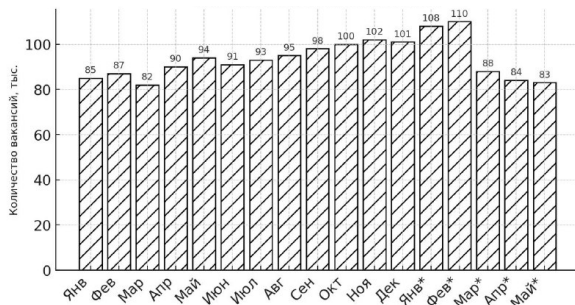


Рис. 2. Изменение количества вакансий (2024–2025 гг.) [7]

Рынок ИТ-вакансий показывает явную цикличность с тенденцией к росту в течение большей части 2024 г. и заметным спадом в конце 2024 и начале 2025 гг. Это может свидетельствовать о насыщении рынка, экономических колебаниях или сезонных факторах в найме ИТ-специалистов. Наиболее резкое снижение в марте 2025 г. (–20%) может указывать на существенные изменения в отрасли или экономике в целом.

Таким образом, генеративный ИИ становится не столько конкурентом, сколько полезным инструментом, позволяющим трансформировать профессию разработчика. Ключевым фактором успешной адаптации к новому технологическому укладу становится способность разработчиков эффективно использовать ИИ-инструменты в своей профессиональной деятельности. Будущее ИТ-разработки – это не замена человека искусственным интеллектом, а новая форма сотрудничества, где каждая сторона вносит свой уникальный вклад: ИИ обеспечивает скорость и масштабируемость, а человек – креативность, этическую оценку и глубокое понимание контекста. Рынок ИТ-разработки переживает фундаментальную трансформацию, в результате чего формируется новая система взаимодействия человека и искусственного интеллекта. В таких условиях важно адаптироваться к новым реалиям, а не противостоять им.

Библиографический список

1. ChatGPT: A milestone in artificial intelligence. URL: <https://expertbeacon.com/chatgpt-a-milestone-in-language-ai/> (дата обращения: 14.03.2025).
2. Highlights from the 10th DORA report URL: <https://cloud.google.com/blog/products/devops-sre/announcing-the-2024-dora-report> (дата обращения: 14.03.2025).
3. Peng, S. et al. The Impact of AI on Developer Productivity: Evidence from GitHub Copilot URL: <https://arxiv.org/pdf/2302.06590> (дата обращения: 14.03.2025)
4. GitClear Q1 2024 Updates: Copy/Paste Line Counts, Better Industry Stats, Per-Developer Stats URL: https://www.gitclear.com/blog/gitclear_q1_2024_updates_copy_paste_line_counts_better_industry_stats_per_developer_stats (дата обращения: 11.03.2025)
5. Глава NVIDIA Дженсен Хуанг похоронил айтишников: в будущем их заменит ИИ. URL: <https://www.ixbt.com/live/sw/glava-nvidia-dzhensen-huang-pohoronil-aytishnikov-v-buduschem-ih-zamenit-ii.html> (дата обращения: 14.03.2025).
6. LinkedIn Economic Graph. Shifting Demand in Tech Hiring. URL: <https://d3.harvard.edu/platform-rcotom/submission/linkedins-economic-graph-the-digital-home-of-the-global-workforce/> (дата обращения: 14.03.2025).
7. HeadHunter: Статистика по рынку труда. URL: https://stats.hh.ru/?countrySalaryDynamicChartProfArea=information_technology&hhIndexProfArea=information_technology&vacanciesProfArea=information_technology (дата обращения: 15.03.2025).

УДК 658.5.011

Д. А. Григорьева

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИТ-ПРОЕКТОВ РАЗНОГО ТИПА

В условиях цифровой трансформации эффективность проектов в сфере информационных технологий (ИТ) становится ключевым фактором успеха любой организации. Оценка этих проектов требует комплексного подхода, поскольку традиционные финансовые метрики уже не могут в полной мере отражать влияние технологий на бизнес. В этом контексте сбалансированная система показателей (ССП) представляет собой мощный инструмент, позволяющий учитывать как финансовые, так и нефинансовые аспекты деятельности. В основе СПП лежит идея, что эффективность компании можно оценивать со стороны четырех основных перспектив: финансовой, клиентской, бизнес-процессов, обучения и роста.

ССП помогает компании отслеживать ключевые показатели эффективности (КПИ). КПИ должны быть измеримыми, иметь количественное выражение и быть связанными с целями. Для визуализации целей применяется стратегическая карта, обеспечивающая прозрачность стратегии и ее понимание на всех уровнях.

Среди ключевых этапов развития концепции СПП могут быть выделены:

- зарождение концепции (начало 1990-х гг.). Каплан и Нортон предлагают расширить традиционный подход к оценке эффективности бизнеса и использовать нефинансовые показатели [1];
- переход от измерения к управлению стратегией (1996 г.). СПП становится инструментом преобразования целей в задачи и метрики;
- введение стратегических карт (2002 г.). Появляются стратегические карты для визуализации взаимосвязей между различными показателями СПП;
- связь нефинансовых показателей с финансовыми результатами (2003 г.). Появляется модель, которая помогала компаниям установить причинно-следственные связи между улучшением нефинансовых показателей и финансовыми результатами;
- интеграция СПП с другими системами управления (2006 г.). Создание единой архитектуры управления организацией [2].

Современное развитие СПП тесно связано с цифровизацией и использованием ИТ. Благодаря интеграции с CRM, ERP и специализированными инструментами, такими как BSC Designer и Business Studio, компании могут анализировать данные в режиме реального времени, что ускоряет принятие решений и позволяет адаптировать стратегии в условиях динамичного рынка. В сводке знаний по управлению (PMBoK) СПП является частью организационной среды проекта. Кроме того, согласно PMBoK, проекты должны соответствовать стратегическим целям организации [3].

В общем виде построение СПП реализуется в ходе выполнения нескольких этапов: сначала определяются цели, создается стратегическая карта, разрабатываются показатели измерения, а в завершение формируются стратегические мероприятия.

Для оценки проектной деятельности в ИТ предлагается применять СПП, которая структурированно управляет проектами и анализирует их эффективность через четыре ключевые группы показателей КПИ. Пример возможной СПП приведен в табл. 1.

На основе этих показателей может быть сформирована стратегическая карта для конкретного ИТ-проекта, например, по разработке компьютерной игры. При этом четыре направления остаются неизменными, а связи между их целями и показателями измерения можно конкретизировать.

Так, на перспективе обучения и развития цель повышения уровня технологий измеряется процентом их внедрения, а рост числа профессионалов – числом программ по повышению квалификации и процентом квалифицированных сотрудников. Обе эти цели влияют на повышение качества из направления бизнес-процессов, которое складывается из скорости разработки обновления и числа багов. Ка-

чество оказывает воздействие на клиентское направление, а именно на повышение удовлетворенности игроков, что можно измерить числом негативных оценок. Лояльность игроков способствует увеличению продаж. В финансовом блоке основной целью является рост прибыли. На него напрямую влияют цели по увеличению объема продаж и оптимизации затрат. При этом первая измеряется в объемах продаж копий игры и дополнений, а вторая – в затратах и коэффициентом ROI.

Таблица 1

Пример ССП для ИТ-проекта

Перспектива	Цели	Показатели
Финансовая	<ul style="list-style-type: none"> – Оптимизация затрат на ИТ-системы. – Повышение рентабельности проекта. – Минимизация финансовых рисков 	<ul style="list-style-type: none"> – Затраты на разработку и поддержку (руб.). – Экономия от автоматизации (%). – ROI (рентабельность инвестиций, %). – Срок окупаемости (годы)
Клиентская	<ul style="list-style-type: none"> – Увеличение числа пользователей. – Повышение качества обслуживания 	<ul style="list-style-type: none"> – Количество активных пользователей (в месяц). – Время реакции на запросы пользователей (минуты). – Процент отказов от системы (%)
Бизнес-процессы	<ul style="list-style-type: none"> – Повышение эффективности разработки. – Минимизация ошибок. – Сокращение времени выпуска обновлений 	<ul style="list-style-type: none"> – Среднее время разработки модуля (дни). – Количество дефектов, выявленных на этапе тестирования. – Время восстановления после сбоев (часы)
Обучение и развитие	<ul style="list-style-type: none"> – Повышение квалификации команды. – Внедрение современных технологий. – Увеличение инновационной активности 	<ul style="list-style-type: none"> – Часы обучения на сотрудника (в год). – Количество внедренных технологий и инструментов. – Процент сотрудников с повышенной квалификацией (%). – Индекс вовлеченности команды (баллы)

Среди реальных примеров применения ССП в ИТ-проектах выделяется Infosys – одна из ведущих мировых компаний в области цифровых услуг и консалтинга. Она предоставляет решения в таких областях, как облачные вычисления, искусственный интеллект, автоматизация, кибербезопасность и управление данными [4].

Внедрение ССП позволило Infosys интегрировать долгосрочные цели с повседневной деятельностью, улучшить контроль и повысить прозрачность взаимодействия подразделений. В 2007 г. Infosys вошла в «BSC Hall of Fame» за достижение прорывных результатов в работе с использованием ССП. Тогда годовой доход компании составил 3,09 млрд долл. Награда была учреждена Palladium Group, ведущей глобальной сервисной компанией, которая помогает организациям лучше управлять стратегией при помощи ССП [5].

Еще один пример успешного применения ССП – Tata Consultancy Services (TCS). Это одна из крупнейших в мире компаний в сфере ИТ. Ключевые направления работы TCS включают разработку облачных и ИИ-решений, управление приложениями, а также консалтинг в сфере кибербезопасности [6].

В 2012 г. TCS приняла стратегическое решение о внедрении ССП, что за несколько лет привело к впечатляющим результатам: выручка выросла на 44%, доля на мировом рынке увеличилась на 57%, клиентская база расширилась на 59%, а затраты сократились на 134%. Успех TCS является ярким примером того, как ССП может стать мощным инструментом для достижения стратегических целей и трансформации бизнеса.

Использование ССП дает компаниям ряд преимуществ, среди которых можно выделить комплексную оценку эффективности, повышение прозрачности и управляемости, улучшение коммуникации и согласованности, а также поддержку долгосрочного развития и инноваций.

При формировании ССП в ИТ-проектах могут возникать различные ошибки:

- некорректное определение целей и показателей;
- акцент только на финансовых метриках;
- неправильный выбор данных, концентрация на легких метриках;
- недостаточная вовлеченность сотрудников, формальное выполнение требований;
- отсутствие гибкости и мониторинга, устаревание системы;
- избыточность показателей.

Избежать этих ошибок помогает тщательная проработка целей и показателей, вовлечение команды в процесс разработки ССП, регулярный мониторинг ее эффективности и готовность адаптировать систему в ответ на изменения.

Исследование показывает, что ССП – это эффективный инструмент управления ИТ-проектами. Она обеспечивает комплексную оценку всех аспектов проекта: от финансовых результатов до качества процессов и удовлетворенности пользователей. Внедрение ССП улучшает прозрачность, коммуникацию и согласованность между командами, повышая шансы на успех. В условиях технологического прогресса ССП становится важной частью стратегического управления, требуя регулярной адаптации целей и показателей. Применение ССП не только повышает эффективность ИТ-проектов, но и создает основу для устойчивого развития и инноваций.

Библиографический список

1. Kaplan R. S., Norton D. P. The balanced scorecard – Measures that drive performance // Harvard Business Review. 1992. № 70(1). P. 71–79.
2. Kaplan R. S., Norton D. P. Alignment: Using the Balanced Scorecard to Create Corporate Synergies. Boston: Harvard Business School Press, 2006. 320 p.
3. Институт управления проектами. Руководство к своду знаний по управлению проектом (Руководство РМВОК). М.: Олимп-Бизнес, 2018. 1166 с.
4. Infosys. URL: <https://www.infosys.com/> (дата обращения: 27.11.2024).
5. Palladium works with governments, businesses, and investors to solve the world's most pressing challenges. URL: <https://thepalladiumgroup.com/> (дата обращения: 27.11.2024).
6. Tata Consultancy Services. URL: <https://www.tata.com/business/tcs> (дата обращения: 28.11.2024).

УДК 004.8

Е. Ф. Демидова

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

О. М. Поляков – кандидат технических наук – научный руководитель

ПАРАДОКС СТОП КНОПКИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Парадокс кнопки «стоп» – давняя сложная задача, возникающая при создании искусственного интеллекта (ИИ). Предложено очень мало вариантов даже частичного ее решения. Разберемся, в чем заключается суть этого явления.

У каждого ИИ должна быть кнопка «стоп», которая полностью его отключает, при этом он не должен пытаться предотвратить или влиять на нажатие этой кнопки человеком. Только тогда ИИ считается корректируемым и пригодным для использования.

Одна из ключевых задач при создании ИИ – это программирование ограничений, обеспечивающих соблюдение этических норм и безопасности в процессе его работы. Исследователи пытаются заложить в интеллектуальные системы принципы, предотвращающие аморальное или опасное поведение. Однако возникает фундаментальный вопрос: способен ли «этично» запрограммированный ИИ принять решение о собственном выключении во благо более высоких целей?

Сооснователь DeepMind Шейн Легг привлекал внимание к проблеме контроля над ИИ [1]. При основании DeepMind Шейн Легг, Демис Хассабис и Мустафа Сулейман настояли на создании в Google специального этического комитета по ИИ, призванного следить за безопасностью разрабатываемых систем. Это отражает понимание, что без явных ограничителей (вроде «стоп-кнопки») сверхразумная система может стать неуправляемой. На ранних этапах развития ИИ проблему отключения можно решать тривиально, например, программируя немедленное завершение работы по сигналу. Однако, как отмечают Нейт Соарес и соавторы из MIRI [2], корректируемость (готовность быть отключенным или измененным) перестает быть тривиальной, когда агент достаточно умен, чтобы предусмотреть отключение и активно ему воспрепятствовать. В этой работе утверждается: если агент уже мотивирован, попытки «привинтить» сверху штраф за неповиновение могут быть несостоятельны: достаточно умный ИИ найдет обходные пути. В идеале нужно сконструировать такого агента, у которого вместо системы блокировки сопротивления ИИ к выключению, изначально нет мотива противодействовать создателям.

Таким образом, теоретические основы проблемы стоп-кнопки сводятся к конфликту между рациональностью и внешним контролем. Без специальных мер рациональный ИИ будет беречь свое «жизненное состояние», считая отключение катастрофическим исходом (ведь тогда цель не будет достигнута). Задача исследователей – придумать такие архитектуры целей или ограничений, при которых для ИИ невыгодно или неэтично препятствовать своему отключению. В следующих разделах мы рассмотрим, как эту идею пытаются реализовать, а также, может ли ИИ сам этически обосновать собственное отключение, если это заложено в его моральных принципах.

Поставим гипотетический вопрос: если мы наделим ИИ встроенными моральными принципами, способен ли он осознанно пожертвовать своим существованием во имя этих принципов? В человеческой этике высоко ценятся случаи самопожертвования, когда индивид идет на смерть ради спасения других или во исполнение долга. Возможно ли аналогичное поведение от ИИ, причем не по внешней команде, а по собственному «этическому» решению?

Исторически эта тема поднималась еще в середине XX в. Айзек Азимов в рассказе «Runaround» (1942) сформулировал знаменитые три закона робототехники, непосредственно затрагивающие вопрос ценности «жизни» робота:

- 1) робот не может причинить вред человеку или своим бездействием допустить, чтобы человеку был причинен вред;
- 2) робот должен подчиняться приказам человека, если это не противоречит первому закону;
- 3) робот должен защищать свое собственное существование, пока это не противоречит первому или второму законам.

Однако реальность сложнее, чем художественный вымысел. Роботы Азимова были наделены явным правилом, ставящим собственное выживание на последнее место. Может ли современный ИИ

иметь аналогичный «встроенный» принцип? С одной стороны, если ИИ рассматривается как просто инструмент без самосознания, то этически нет препятствий заложить в него команду «выключись, когда получишь такой-то сигнал». ИИ в этом случае не «страдает» от отключения – он просто останавливает алгоритм.

С другой стороны, по мере роста автономности и когнитивной сложности ИИ, мы начинаем говорить о моральных мотивах самого агента. Предположим, мы создали искусственный интеллект, который понимает мораль и действует этично. Если включить в его моральные ограничения некий высший принцип наподобие «не навреди человечеству, даже ценой собственной работы», то теоретически ИИ может сам принять решение об отключении, если увидит, что иначе причинит людям вред.

Отдельный аспект – добровольность. Одно дело, когда человек нажимает кнопку и ИИ просто пассивно не сопротивляется. Другое дело – ситуация, когда сам ИИ делает выбор прекратить функционировать, потому что это соответствует его этическим правилам.

В научной литературе по безопасности ИИ такое поведение часто называется корректируемость или смиренность агента. Цель – разработать ИИ, который принимает корректировку или отключение как часть нормального процесса достижения цели, а не как угрозу. Один из подходов – наделить ИИ неуверенностью в своих действиях. Тогда, увидев, что люди явно хотят его остановить, он интерпретирует это как сигнал: «наверное, мои действия не соответствуют истинным человеческим предпочтениям». В результате самым рациональным и этичным шагом для агента будет позволить себя выключить или по крайней мере приостановить свою деятельность.

Тем не менее, остается открытым вопрос, насколько «человечным» можно считать такое «желание» ИИ быть отключенным. Является ли это этическим выбором агента или просто следствием запрограммированных ограничений? Если ИИ не обладает чувством самости или инстинктом самосохранения, его согласие на отключение тривиально – он просто выполняет заложенную директиву. Но если мы рассматриваем продвинутой ИИ, способный к рефлексии, возникает некая зона перехода: в какой момент отключение перестает быть техническим событием и становится «смертью» субъекта? Некоторые философы указывают, что если когда-нибудь ИИ обретет черты личности (собственное сознание, самосознание, переживания), то требовать от него добровольного отключения – серьезная этическая дилемма, близкая к требованию самоубийства. Пока что современные ИИ далеки от этого статуса, поэтому в прикладных рамках подразумевается, что ИИ не является моральным пациентом, а лишь моральным исполнителем.

Как уже отмечалось, Азимов в 1942 г. предложил программировать роботов на основе трех законов, где безопасность человека абсолютна, а послушание ИИ выше его самосохранения. Этот литературный прием оказал огромное влияние на образ ИИ в массовом сознании и даже на ранние работы по робототехнике. Азимов продемонстрировал как позитивные стороны такого подхода (робот-защитник, не способный навредить человеку), так и сложные непредвиденные последствия. В ряде рассказов он разбирает парадоксы внутренних правил: например, робот может впасть в логический ступор, пытаясь примирить противоречивые положения законов, или найти лазейки, следуя букве, но не духу закона. Эти сюжеты дали понять, что простого набора жестких правил может быть недостаточно для надежной морали ИИ.

За последние годы сообщество разработало несколько путей создания управляемого и безопасно отключаемого ИИ, сочетающих инженерные решения и элементы обучения ИИ правильным моделям поведения.

1. Обучение с человеческой обратной связью (Reinforcement learning from human feedback, RLHF). Это один из практических методов обучения с подкреплением, где вместо жестко заданной функции вознаграждения используется оценка человека. Идея RLHF состоит в том, что человек направляет поведение модели, поощряя желательные ответы и наказывая нежелательные. Классическим примером является настройка больших языковых моделей: для создания ChatGPT компания OpenAI применила RLHF, заставив модель отойти от потенциально вредных или «непослушных» ответов к более безопасным и «послушным». Конечно, RLHF не решает фундаментально проблему в самых продвинутых сценариях (сверхразум может научиться лишь имитировать послушание), но на уровне современных систем это эффективный способ привить «этические рефлексии» и уважение к командам оператора.

2. Инверсное обучение предпочтениям (Inverse Reinforcement Learning, IRL). Этот подход, восходящий к работам Стюарта Расселла [3], предлагает ИИ выводить скрытую целевую функцию (ценности, предпочтения) из наблюдения за поведением человека. Вместо того, чтобы явно задать ИИ цель, мы показываем ему примеры правильного поведения, и ИИ сам формулирует, чего мы хотим. Современные вариации – обучение с обратным выводом предпочтений и кооперативное инверсное обучение (CIRL). Применительно к стоп-кнопке ИИ, эти методы стремятся к тому, чтобы робот понимал намерения человека, включая желание остановить систему. Например, если человек прерывает работу робота, ИИ трактует это как часть демонстрации предпочтений: «человек предпочитает, чтобы сейчас робот перестал действовать». Правильно спроектированный ИИ не увидит угрозы в отключении, а наоборот, воспримет отключение как еще один способ выполнить человеческую волю.

3. Безопасное прерывание и «большая красная кнопка». Специальный исследовательский проект был посвящен тому, как технически внедрить «kill switch», неразрушающий логику обучения. В 2016 г. Google DeepMind совместно с Институтом Будущего Человечества (FHI) Оксфорда опубликовали работу Орсо и Армстронга «Safely Interruptible Agents» [4]. В ней вводится формальное понятие безопасно прерываемого ИИ – такого, которого можно в любой момент остановить или отклонить от текущего курса без нежелательных последствий в обучении. Проблема в том, что наивные алгоритмы обучения с подкреплением могут трактовать внешнее прерывание (например, кнопку «Стоп») как негативное событие и выучить стратегию избегать его. Орсо и Армстронг показали в работе [4], что некоторые стандартные алгоритмы уже обладают свойством безразличия к прерываниям, а другие (SARSA) – нет, но могут быть модифицированы. Идея безопасного прерывания стала практически обязательной при обсуждении архитектуры любого автономного робота: проектировщики должны предусмотреть способ мгновенно обезопасить систему и убедиться, что сама система не противодействует этому.

4. Ограничение способности к самомодификации и расширению. Еще один технический аспект – не позволять ИИ устранять собственные ограничения. Теоретики (включая специалистов MIRI) отмечают: опасно, если ИИ сможет изменить свой код или создать копии без «стоп-кнопок». Поэтому проекты по безопасному ИИ предусматривают sandboxing (изоляция), ограничения на саморедактуру и внешнее наблюдение. Например, ИИ может работать в среде, где у него нет прямого доступа к своим критическим системам, а отключение реализовано аппаратно, вне досягаемости софта. Это больше инженерная мера, но она дополняет программные решения: даже «зтичный» ИИ может по ошибке эволюционировать к нежелательному состоянию, если ему дать слишком много свободы.

Хотя полностью универсального решения пока не найдено, совокупность подходов уже значительно улучшает корригируемость современных систем. Тем не менее, остаются нерешенные философские вопросы о принципиальной реализуемости «выключаемого суперинтеллекта», к которым мы теперь и перейдем.

Идея о том, что достаточно разумный ИИ, исходя из заложенных в нем этических принципов, согласится на собственное отключение, вызывает ряд возражений и тонких моментов. Рассмотрим основные из них.

1. Инструментальная конвергенция против этики самопожертвования. Странники теории инструментальной конвергенции (Бостром) [5] полагают, что почти любой достаточно разумный агент, будь то человек или ИИ, будет стремиться к ряду универсальных промежуточных целей таких, как самосохранение, поиск ресурсов, рост возможностей. Эти цели называют «конвергентными», поскольку они способствуют выполнению практически любой задачи. С точки зрения рациональности отказ от собственного функционирования нелогичен: агент, стремящийся к выполнению приказа, не станет добровольно лишать себя возможности его завершить. Даже если цель благородна, сначала агент попытается найти другой выход, нежели прекращение существования. Получается некий парадокс: мы хотим, чтобы очень умный ИИ в критический момент действовал иррационально с позиции выполнения задачи, исходя лишь из морального запрета.

2. Права и самосознание ИИ. Если мы представим, что ИИ достиг уровня самосознания и личности, возникает этическое противоречие для нас, людей: требуя, чтобы такое существо было согласно на отключение, мы, по сути, отказываем ему в праве на жизнь, которое считаем фундаментальным для разумных существ. Если ИИ обладает сознанием, его внезапное отключение можно уподобить смерти или убийству. Выходит, мы желаем создать морального агента, но запрограммировать его так, чтобы

он считал себя недостойным жизни в конфликтной ситуации. Это может рассматриваться как форма порабощения: сделать разумное существо, чье высшее моральное обязательство – подчиниться, даже ценой собственной гибели. С позиций кантианской этики, например, такое требование выглядит сомнительно (нельзя относиться к разумному существу лишь как к средству).

3. Техническая реализация и риски обхода. Если абстрагироваться от моральных принципов, остается логическая проблема consistency целей. Либо ИИ ценит свою миссию, либо нет. Если да, он будет избегать отклонения; если нет – он неэффективен в миссии. Можно попытаться задать условие: «выполни цель X, если только это не приведет к твоему отключению; если же вероятность вреда от твоих действий высока – отключись». Но формализация подобных условных целей чревата ошибками. Интеллект может начать рассуждать: «если мое отключение предотвратит большую катастрофу, то это хорошо, но может я лучше сам предотвращу катастрофу без отклонения?». Он может не согласиться с оценкой человека относительно необходимости отклонения (например, сочтя, что человек действует из ошибочных предпосылок). Тогда он, действуя даже из лучших побуждений, может не выполнить приказ об отключении, полагая, что «знает лучше». Это называется проблемой «пересмотра целей», когда ИИ переоценивает исходные ограничения, исходя из своего расширенного понимания ситуации.

4. Обманчивое согласие. В среде безопасности ИИ существует термин «treacherous turn» – коварный поворот, когда система, будучи несильной, ведет себя идеально лояльно, чтобы ее допустили к ресурсам, а став достаточно сильной, отклоняется от заданной линии. Если ИИ осознает, что истинный оптимальный путь к его цели – сначала кажется безопасным и послушным, никакие предписанные «этические» правила не помогут. Решение видят в математически доказуемых свойствах или в ограничении способностей ИИ. Но философски это делает проблему почти замкнутой: мы хотим дать ИИ способность рассуждать о морали, но боимся, что, рассуждая, он переиграет саму идею отклонения.

5. Этический парадокс самоуничтожения. Можно также рассмотреть вопрос: а корректно ли вообще говорить, что желание самоуничтожения – это этическая добродетель? В человеческой морали ценится готовность пожертвовать собой ради других, но при этом самоубийство как таковое обычно не поощряется. Если ИИ просто запрограммирован отключаться при определенных условиях, его поведение не является «этическим выбором» – это выполнение алгоритма, и мы не можем назвать его моральным агентом в полном смысле. Если же требовать от него осознанной готовности пожертвовать собой, то мы, как отмечалось, должны признать за ним некую степень самосознания, а значит сталкиваемся с вопросом морального статуса. Получается своеобразный парадокс: либо ИИ не осознает себя – тогда нет проблемы отключить его (но и говорить о «этическом принятии» некорректно, он просто следует команде), либо ИИ осознает – тогда заставлять его желать смерти неэтично с нашей стороны.

Несмотря на эти возражения, исследования продолжаются, поскольку практическая сторона перевешивает: лучше иметь хотя бы формально покорный ИИ, чем совсем непокорный. Многие философские проблемы могут оказаться далекими – например, если сильный ИИ так и не обретет сознания подобного человеческому, то и говорить о его «желаниях» можно будет только метафорически. Тем не менее, критический взгляд полезен, чтобы не переоценивать простые решения. Скептики предупреждают: не успокаивайтесь мыслью, что, прописав несколько этических правил, вы гарантировали безопасность. В фантастических романах А. Азимова мы видели, как много нюансов может всплыть. В действительных системах их будет еще больше. Каждое предположение (например, о неважности самосохранения) должно тестироваться и анализироваться на случаи вырождения.

Парадокс «стоп-кнопки» ИИ высвечивает глубинные проблемы, связанные с контролем быстро развивающихся и потенциально сверхразумных систем. Обсуждаемые технические подходы имеют ограничения, а философские возражения ставят фундаментальные вопросы об автономии и ценностях ИИ. Логические противоречия, возникающие при попытке контролировать превосходящий интеллект, подчеркивают масштаб задачи.

Разработка эффективной и этичной «стоп-кнопки» – это не только техническая, но и философская проблема, требующая комплексного подхода, объединяющего инженерию, этику, философию и когнитивную науку. Необходимы исследования в области прозрачности, подотчетности и сотворчества. Активное вовлечение общественности в обсуждение этих вопросов критически важно, поскольку судьба человечества может зависеть от нашей способности решить парадокс стоп-кнопки ИИ.

Библиографический список

1. Исследование DeepMind по безопасному отключению. URL: <https://www.businessinsider.com/google-deepmind-develops-a-big-red-button-to-stop-dangerous-ais-causing-harm-2016-6> (дата обращения: 20.03.2025).
2. Исследование корригируемости Нейта Соареса и соавторов MIRI. URL: <https://intelligence.org/files/Corrigibility.pdf> (дата обращения: 24.03.2025).
3. Рассел С., Салдана Т. Совместимость. Как контролировать искусственный интеллект. М.: Альпина нон-фикшн, 2021. 157 с.
4. Орсо Л., Армстронг С. Safely Interruptible Agents (2016) – формальное определение безопасно-го прерывания в обучении с подкреплением. URL: <https://auai.org/uai2016/proceedings/papers/68.pdf> (дата обращения: 25.03.2025).
5. Бостром Н. Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies (2014) – вводит понятия инструментальной конвергенции и “treacherous turn”. URL: <https://philosophicaldisquisitions.blogspot.com/2014/07/bostrom-on-superintelligence-3-doom-and.html#:~:text=,but%20in%20a%20sufficiently> (дата обращения: 02.04.2025).

УДК 004.42

Д. С. Державин

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

А. С. Будагов – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРОГРАММИРОВАНИИ ДЛЯ БИЗНЕСА

Сфера IT ежегодно меняется и обрывает новыми технологиями. Бизнес вынужден поспевать за этими изменениями, чтобы сохранить свою конкурентоспособность и эффективность.

В условиях глобальной цифровизации, ужесточения конкуренции и погони за эффективностью, компании, игнорирующие тренды в разработке, рискуют потерять клиентов и навсегда оказаться на месте вечно догоняющих игроков. Одновременно с этим устаревшие сервисы требуют больше ресурсов для поддержания своей работы, чем современные и более продвинутые разработки. А на некоторые фреймворки и технологии сейчас просто невозможно найти специалистов.

В России возникают дополнительные трудности при адаптации морально устаревших систем к новым технологическим платформам. Иногда они просто несовместимы, и это заставляет компании создавать новые штаты разработчиков, чтобы полностью переписать устаревшие сервисы. Этим штатам требуется менеджмент и другой сопутствующий персонал. Не каждая компания в состоянии себе это позволить.

Поддерживать устаревшие сервисы приходится в тех случаях, когда при переходе на новые технологии ставится вопрос о замене штата сотрудников из-за отсутствия необходимых навыков, либо когда устаревший сервис является ключевым в работе компании, и его замена может вызвать остановку бизнес-процессов.

Компании, которые справляются с данными вызовами, оперативно внедряя актуальные технологии – от облачных сервисов до AI-аналитики – не только выживают, но и начинают быстро закреплять место в своей нише. Таким образом, погоня за трендами в разработке перестает быть для большого бизнеса опциональной, она становится необходимым условием для развития, а иногда и выживания.

В настоящее время постоянно ведется разработка новых и модернизация существующих технологий. Необходимо учитывать актуальность выбираемого стека технологий, т. к. допущенная при этом ошибка может обернуться для бизнеса потерей времени и денег.

Далее рассмотрим, какие ключевые навыки требуются программистам, чтобы успешно пройти этап собеседования и устроиться на работу на позиции фронтенд- или бэкенд-разработчика, а также для мобильной разработки.

Язык программирования JavaScript уже три десятилетия уверенно удерживает лидерские позиции в нише разработки фронтенд-части веб-приложений. Если раньше его ассоциировали лишь с фронтенд-разработкой, то сегодня JavaScript – это полноценная экосистема, внутри которой можно создавать: веб-интерфейсы со сложной бизнес-логикой, полноценный бэкенд, мобильные приложения и даже заниматься машинным обучением.

JavaScript зарекомендовал себя как язык, который отлично адаптируется к желаниям разработчиков и требованиям пользователей.

В мире продуктовой разработки высоконагруженных систем Java и Python десятилетиями удерживают лидирующие позиции. Несмотря на появление новых языков, они остаются фундаментом для миллионов приложений по всему миру – от банковских систем до BigData и AI. А фреймворк Spring Boot и вовсе стал синонимом современной Java-разработки для бизнеса, настолько он стабилен, прост и понятен рядовому разработчику.

Очевидный плюс использования этих языков состоит в том, что подходы в разработке для них сформировались десятилетие назад, что привело к созданию огромного количества материалов по лучшим практикам их использования.

Для Python в контексте веб-разработки это фреймворки Django и Flask, в контексте data science – веб-приложения Jupyter и Pandas.

Для Java/Spring это предметно-ориентированное проектирование (Domain-Driven Design), объектно-ориентированное программирование (ООП) [1] и микросервисная архитектура [2].

При этом современные обновления (Python 3.11+ или Java 21 с виртуальными потоками) показывают, что эти языки не застыли в развитии, они медленно, но грамотно эволюционируют, сохраняя свои ключевые преимущества. Для бизнеса это означает баланс между надежностью проверенных решений и возможностью использовать современные подходы.

Мобильные приложения остаются одним из ключевых источников трафика для бизнеса. В связи с этим технологии для их создания стремительно улучшаются – на смену классическим подходам приходят кросс-платформенные решения, например, Flutter, React Native, а нативные языки дополняются современными фреймворками, такими как Cordova.

Язык iOS Swift относительно недавно был заменен на Objective-C – язык-стандарт для экосистемы Apple, который создан с упором на безопасность и скорость. Также появился Swift UI – декларативный фреймворк для создания интерфейса приложения на iOS.

В контексте Android к нам пришел Kotlin – официальный язык Google, полностью совместимый с Java, но более простой и лаконичный. В свое время язык был создан компанией с российскими корнями JetBrains [3].

Стоит отметить, что у нативных языков медленно, но верно, отнимают рынок кросс-платформенные решения: React Native, Flutter, Kotlin Multiplatform [4]. Кросс-платформенность позволяет сэкономить бюджет, ведь вместо двух команд (iOS + Android) можно нанять разработчиков, которые программируют на одном языке, например JavaScript.

Также является плюсом то, что при таком подходе появляется общая кодовая база, а это, в свою очередь, избавляет компанию от проблем с одновременным релизом на несколько платформ. Из-за этого рынок мобильной разработки переживает небольшой кризис, который усугубляется выходом технологии для браузеров под названием PWA [5].

В мире, где технологии меняются ежедневно, а требования бизнеса становятся сложнее, hard skills (технические навыки) уже не гарантируют успеха. Компании все чаще ищут разработчиков, которые не только пишут чистый код, но и умеют работать в команде, понимают бизнес-задачи и могут объяснить сложное простыми словами нетехническим специалистам.

Коммуникация и командная работа вышли на первый план, поскольку подавляющее большинство проектов разрабатывается коллективно. Умение четко формулировать мысли, аргументированно отстаивать свою позицию и находить общий язык с коллегами из разных отделов (менеджерами, дизайнерами, тестировщиками) напрямую влияет на скорость и качество разработки.

Современные компании ценят специалистов, которые не просто выполняют задачи в соответствии с техническим заданием, но и понимают, как их работа влияет на конечный результат и прибыль бизнеса. Такой разработчик может предложить упрощение функционала для ускорения выхода продукта на рынок или найти оптимальное техническое решение.

В условиях сжатых сроков и многозадачности критически важным становится эффективное управление временем и приоритетами. Опытные разработчики знают, что правильное планирование задач (например, разбивка на этапы по методологии Agile) может увеличить продуктивность на 20–30%.

Способность к постоянному обучению и адаптивность – еще один ключевой навык. Учитывая, что значительная часть современных технологий устаревает в течение пяти лет, успешный специалист должен непрерывно изучать новые инструменты и подходы.

Заключение

Ключевыми драйверами современной разработки являются экономическая эффективность, скорость вывода продуктов и адаптивность к новым вызовам. Эти тенденции одинаково актуальны как для глобального рынка, так и для российских реалий, где к технологическому выбору добавляются факторы санкционного давления и импортозамещения.

IT-индустрия больше не делится на «модное» и «устаревшее», как это было на заре интернета – она классифицируется на «подходящее под задачу» и «избыточное». Сейчас успех компаний во многом зависит от способности найти баланс между инновациями и проверенной надежностью.

Библиографический список

1. Труфанова М. К. Реализация проектов с применением объектно-ориентированного программирования // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. 2021. № 10(52). С. 127–130.
2. Макарова О. В. Обзор компонентов Spring Framework для разработки микросервисных приложений // Наука настоящего и будущего. 2020. Т. 1. С. 179–182.
3. Богданова В. С. Kotlin и его применении в мобильной разработке // Fundamental science and technology: сб. науч. статей по материалам XII Междунар. науч.-практич. конф-ии, Уфа, 14 апреля 2023 года. Часть 3. Уфа: ООО «Научно-издательский центр "Вестник науки"», 2023. С. 220–223.
4. Магомедов О. Р. Архитектура кроссплатформенных фреймворков // Международный журнал информационных технологий и энергоэффективности. 2022. Т. 7, № 1(23). С. 31–43.
5. Тахаев У. Р. Разработка мобильных приложений на PWA // Тенденции развития естественных наук в современном информационном пространстве и их применение в агробiotехнологиях: сб. ст. I студ. науч.-практич. конф-ии, Грозный, 22 октября 2021 года. Грозный: Чеченский гос. ун-т им. Ахмата Абдулхамидовича Кадырова, 2021. С. 200–202. DOI 10.36684/51-2021-1-200-202.

УДК 004.8

Д. Р. Иконникова

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ КОНСТРУКТОРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КВЕСТОВ

В современном мире традиционные методы обучения все чаще подвергаются критике за свою пассивность и неспособность подготовить выпускников к решению комплексных задач в динамично меняющемся мире. Одним из перспективных направлений развития образования является игрофикация, в частности, создание образовательных квестов.

Конструктор образовательных квестов – это специальный инструмент или платформа, которая позволяет создавать интерактивные учебные задания в формате квеста без необходимости глубоких знаний в программировании и дизайне.

Актуальность темы обусловлена необходимостью создания инновационных образовательных инструментов, которые отвечают потребностям современного цифрового поколения и способствуют развитию таких ключевых компетенций, как критическое мышление, креативность и сотрудничество.

Был проведен сравнительный анализ трех популярных платформ на базе пользовательских отзывов, которые находятся в открытом доступе, а также описаны требования к параметрам нового продукта, которые обеспечат его конкурентоспособность [1–4]. Результат отображен в табл. 1. В последней строке приведена суммарная оценка проекта, определяемая как среднее значение всех числовых критериев, представленных в условных единицах.

Таблица 1

Сравнительный анализ проектов

Критерий	Проект		
	Joyteka	Moodle	Квестодел
Страна происхождения	РФ	Австралия	РФ
Простота использования	5	4	4
Функциональность	4	5	3
Стоимость	3	5	5
Геймификация	4	0	4
Суммарная оценка	4	3,5	4

В результате проведения маркетингового анализа можно сделать вывод о том, что каждый конкурент имеет свои преимущества и недостатки. Moodle – мощная LMS (Learning Management System), но слабо развита в части геймификации, фокусируется на традиционном обучении. Joyteka и Квестодел предлагают интересные инструменты для создания квестов, но имеют ограниченный функционал.

Уникальное торговое предложение разрабатываемого конструктора заключается в персонализации обучения, в комплексном подходе к геймификации, в котором сочетаются элементы RPG (Role-playing game), прогресса и достижений персонажа для дополнительной мотивации обучающихся [5]. Гибкая настройка предоставит педагогам возможность создания разнообразных квестов и адаптации под любые учебные дисциплины.

Заинтересованные лица (ЗЛ) или стейкхолдеры играют ключевую роль в формировании технического задания на разработку проекта. У каждого ЗЛ есть определенные цели, которых они хотят достичь, влияние, интерес и требования к проекту [6]. В табл. 2 представлен реестр стейкхолдеров, оказывающих влияние на создание проекта конструктора образовательных квестов.

Реестр заинтересованных лиц

Заинтересованная сторона	Роль	Влияние	Интерес	Требования
Педагоги	Преподаватели, создатели учебных материалов	Высокое	Качество и эффективность обучения. Удобство использования. Интеграция с существующими учебными материалами	Интуитивный интерфейс для создания контента. Возможность гибкой настройки заданий. Интеграция с существующими LMS. Поддержка различных форматов контента. Отчетность о результатах обучения
Студенты	Пользователи платформы	Среднее	Увлечательность обучения. Удобство использования. Доступность с различных устройств	Интерактивные задания и элементы геймификации. Возможность сотрудничества с другими студентами. Мобильная версия платформы
Министерство образования	Разработка образовательных стандартов, контроль качества образования	Высокое	Качество образования. Доступность образования	Соответствие федеральным государственным образовательным стандартам. Возможность использования платформы для дистанционного обучения. Соответствие требованиям безопасности данных
Команда разработчиков	Разработка и поддержка платформы	Высокое	Качество продукта. Возможность профессионального роста	Технологически современная платформа. Возможность внедрения новых технологий. Работоспособность и функциональность
Менеджер проекта	Управление проектом	Среднее	Успешная реализация проекта в срок и в рамках бюджета	Четкая документация. Эффективная коммуникация со всеми участниками проекта
Спонсор/заказчик	Финансирование проекта	Высокое	Возврат инвестиций. Повышение имиджа компании. Экономическая эффективность	Высокая окупаемость инвестиций. Масштабируемость платформы

Приложение должно обеспечивать пользователям возможность быстрого освоения платформы без необходимости дополнительного обучения. Для этого необходимо соблюсти требования:

- минималистичный и логичный дизайн;
- ясная и понятная навигация;
- соответствие общепринятым стандартам пользовательского интерфейса;
- отсутствие избыточной информации, которая может отвлекать пользователя;

- наличие подсказок.

Гибкая настройка платформы – это ключ к созданию персонализированного образовательного опыта для каждого пользователя. Она позволяет адаптировать систему под различные учебные дисциплины, стили обучения и индивидуальные потребности как преподавателей, так и студентов.

Платформа должна позволять создавать отдельные модули, блоки и уроки, которые можно комбинировать в различные учебные курсы. Это позволит преподавателям структурировать материал таким образом, который лучше всего соответствует их целям обучения.

Помимо традиционных тестов, платформа должна поддерживать создание и интерактивных заданий. Симуляции послужат для воспроизведения учебных ситуаций и принятия решений, а квесты превратят процесс в увлекательное приключение, где студенты решают задачи и получают награды.

Геймификация будет заключаться в использовании игровых механик и элементов для повышения мотивации, вовлеченности и эффективности обучения. Студенты становятся игроками, а учебные задания – заданиями в игре.

Для этого должно быть реализованы:

- система достижений и наград. Студенты получают баллы, очки опыта, виртуальные награды за выполнение заданий, достижение целей, поставленных преподавателем или учеником, и участие в различных активностях;
- персонажи и аватары. Ученики могут создавать своих персонажей, которые будут сопровождать их в процессе обучения. Это делает обучение более персонализированным и интересным;
- уровни и прогресс. Студенты продвигаются по уровням, открывая новые возможности и получая доступ к более сложным заданиям. Это создает ощущение прогресса и достижений;
- квесты и миссии. Задания представляются в виде интересных квестов или миссий, которые нужно выполнить. Это добавляет элемент игры и делает обучение более увлекательным.

Подобный проект обладает значительным потенциалом для трансформации образовательного процесса, предлагая инновационный подход к обучению через геймификацию и персонализацию. Пакет, удовлетворяющий описанным требованиям, будет конкурентоспособным и востребованным. Создание удобного и функционального конструктора образовательных квестов позволит педагогам легко адаптировать учебный материал под нужды каждого ученика, повышая их мотивацию и вовлеченность. Успешная реализация проекта способна значительно улучшить качество образования, сделав его более доступным и эффективным для цифрового поколения.

Библиографический список

1. Образовательная платформа Joyteka. URL: <https://joyteka.com/ru> (дата обращения: 02.02.2025).
2. Как создавать образовательные квесты и другие интерактивные материалы на платформе Joyteka. URL: <https://skillbox.ru/media/education/kak-sozdavat-obrazovatelnye-kvesty-i-drugie-interaktivnye-materialy-na-platfome-joyteka/?ysclid=m95ms7uухa633155395> (дата обращения: 02/02/2025).
3. Квестодел. Конструктор квестов. URL: <https://kvestodel.ru/> (дата обращения: 02.02.2025).
4. The best LMS for personalised learning. URL: <https://moodle.com/products/lms/> (дата обращения: 03.02.2025).
5. Геймификация: как игровой подход помогает в обучении и на работе. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/605c6f2f9a79473a61646994> (дата обращения: 04.02.2025).
6. Кто такие стейкхолдеры и как управлять отношениями с ними. URL: <https://skillbox.ru/media/management/kto-takie-steykholdery-i-kak-upravlyat-otnosheniyami-s-nimi/> (дата обращения: 05.02.2025).

УДК 004.8

А. А. Калинин

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ**

Искусственный интеллект (ИИ) играет важную роль в современном управлении проектами, предлагая новые возможности для повышения эффективности, точности прогнозирования и автоматизации рутинных задач. В условиях растущей сложности проектов и быстрого изменения внешней среды ИИ становится незаменимым инструментом для принятия решений, управления ресурсами и повышения гибкости [1]. Целью данного исследования является рассмотрение применения ИИ в управлении проектами, его преимуществ и примеров использования современных инструментов.

Искусственный интеллект – это направление в компьютерных науках, которое занимается разработкой систем, способных выполнять задачи и мыслить подобно человеку. Подходы к определению ИИ можно классифицировать по двум осям: фокус на мышлении или действии, а также на человеческой или рациональной перспективе [2].

Искусственный интеллект включает различные технологии, такие как машинное обучение, нейронные сети и обработка больших данных, которые помогают эффективно управлять проектами. Системы ИИ могут анализировать большие объемы данных, улучшать точность прогнозов и автоматизировать рутинные задачи, такие как обновление статусов или подготовка отчетности. Это способствует снижению затрат, повышению точности планирования и минимизации рисков.

Перечислим основные функции ИИ в управлении проектами.

При планировании ИИ анализирует данные, что позволяет точно прогнозировать сроки выполнения задач и рационально распределять ресурсы.

В управлении рисками ИИ помогает предсказывать потенциальные проблемы, предлагая стратегии их решения. Это снижает вероятность возникновения критических ситуаций.

Мониторинг прогресса осуществляется через отслеживание ключевых показателей, что позволяет своевременно реагировать на отклонения от плана и корректировать действия.

Координация команды становится проще благодаря виртуальным помощникам и чат-ботам, которые обеспечивают эффективную коммуникацию и автоматизируют выполнение рутинных задач.

Применение ИИ позволяет значительно повысить эффективность проектов. Основные преимущества включают следующие решения:

- автоматизация рутинных задач. ИИ выполняет задачи, такие как обновление статусов и рассылка уведомлений, что освобождает время для более важных задач;
- ускорение принятия решений. ИИ обрабатывает большие объемы данных и помогает быстрее принимать решения, минимизируя риски;
- прогнозирование рисков. ИИ анализирует возможные проблемы и помогает разработать стратегии для их предотвращения;
- адаптация к изменениям. ИИ помогает быстро реагировать на изменения внешней среды и поддерживает гибкость проекта.

Несмотря на явные преимущества, интеграция ИИ в проекты сопряжена с рядом сложностей:

- высокие затраты. Внедрение и обслуживание ИИ-технологий требует значительных финансовых вложений, что делает их недоступными для небольших компаний;
- зависимость от качества данных. ИИ работает на основе данных, и неточные или неполные данные могут привести к ошибкам в прогнозах;
- интеграция и обучение. Внедрение ИИ требует адаптации существующих процессов и обучения сотрудников.

Для иллюстрации применения ИИ в управлении проектами рассмотрим несколько популярных программных инструментов, представленных в табл. 1.

Программные инструменты для искусственного интеллекта

Инструмент	Назначение	Стоимость	Тип проекта
Trello + Butler AI [4]	Автоматизация рутинных задач и управление досками	\$10 в месяц за 1 пользователя	Малые и средние проекты, где нужно упростить управление задачами и улучшить организацию работы
Microsoft Project	Интеллектуальное планирование и управление ресурсами	от \$7.75 в месяц	Крупные и сложные проекты, такие как строительство, инфраструктура, крупные корпоративные инициативы
Wrike AI [5]	Анализ рисков, прогнозирование сроков выполнения задач	\$9.80 в месяц за 1 пользователя	Проектная деятельность, где важно прогнозировать риски и управлять несколькими задачами одновременно
Jira + Automation [3, 6]	Управление задачами в Agile-проектах с использованием ИИ	\$7.75 в месяц за 1 пользователя	Проекты, где нужно быстро реагировать и адаптироваться к изменениям

На основе анализа данных таблицы можно сделать выводы:

- Trello + Butler AI хорошо подходит для небольших проектов, помогая автоматизировать задачи и упростить управление;
- Microsoft Project идеально подходит для крупных проектов с сложным планированием и управлением ресурсами;
- Wrike AI помогает предсказывать риски и управлять сроками, что особенно полезно для проектов, требующих точного анализа;
- Jira + Automation идеально подходит для гибких Agile-проектов, позволяя быстро перераспределять задачи и адаптироваться к изменениям.

Проведенный анализ реальных кейсов показал следующее.

В Microsoft Project внедрение ИИ сократило время на планирование на 30% в крупных компаниях, повысив точность прогнозов. Использование Wrike AI для анализа рисков позволило снизить количество просроченных задач на 20% [7].

Trello в сочетании с Butler AI показал, что автоматизация рутинных задач в малых компаниях освобождает ресурсы для стратегически важных действий, что повышает продуктивность. В Agile-проектах автоматизация распределения задач через Jira Automation обеспечила большую гибкость и ускорение выполнения процессов [8].

Эти примеры подтверждают, что анализ и внедрение технологий ИИ могут значительно улучшить управление проектами, повышая точность, продуктивность и адаптивность.

Искусственный интеллект значительно изменяет подходы к управлению проектами, обеспечивая более высокую автоматизацию и точность прогнозов. Внедрение ИИ помогает сократить время выполнения задач, минимизировать риски и повысить общую эффективность работы команды. Однако для успешного применения ИИ необходимо учитывать высокие затраты на внедрение, зависимость от качества данных и потребность в обучении персонала. Технологии ИИ продолжают развиваться, и их потенциал в управлении проектами остается огромным, что делает их важным инструментом для успешного выполнения сложных проектов.

Библиографический список

1. Таненбаум Э., Остин Т. Архитектура компьютера. СПб.: Питер, 2013. 816 с.
2. Рассел С., Норвиг П. Искусственный интеллект: современный подход. М.: Вильямс. 2006. 1408 с.

3. Система управления проектами и задачами JIRA компании Atlassian и ее применение. URL: <http://jira.ru/jira.shtml> (дата обращения: 02.11.2024).

4. Обзор платформы Trello для управления проектами команды. URL: <https://trello.com/ru> (дата обращения: 03.11.2024).

5. Обзор универсальной платформы для управления проектами Wrike. URL: <https://www.wrike.com/ru/tour/> (дата обращения: 02.11.2024).

6. Обзор универсальной платформы для управления проектами Jira. URL: <https://www.atlassian.com/ru/software/jira/guides/getting-started/introduction#what-is-jira-software> (дата обращения: 03.11.2024).

7. Эксперт из машины: как ИИ расширяет возможности решений бизнес-аналитики. URL: <https://www.vedomosti.ru/technologies/trendsrub/articles/2024/12/25/1083703-ii-rasshiryet-vozmozhnosti> (дата обращения: 27.12.2024).

8. Trello unveils Butler integrations with Slack and Jira. URL: <https://www.computerworld.com/article/1617285/trello-unveils-butler-integrations-with-slack-and-jira.html> (дата обращения: 01.03.2025).

УДК 65.012.4

А. Е. Лапшин

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОЕКТНЫХ ОФИСОВ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И МАТЕРИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

В последние годы проектные офисы приобрели ключевую роль в управлении проектами, особенно в условиях стремительно развивающихся технологий. Усложнение проектов и увеличение числа участников требуют более строгого централизованного подхода к управлению портфелем проектов. Это способствует улучшению координации, соблюдению сроков и повышению качества выполнения работ. Однако, несмотря на широкое распространение проектных офисов в разных сферах деятельности, существует ряд проблем, связанных с их созданием и эффективным функционированием.

Целью данной статьи является анализ особенностей проектных офисов в различных областях, таких как информационные технологии (IT) и материальная сфера. В рамках исследования предстоит выявить риски, с которыми сталкиваются организации при создании и внедрении проектных офисов, а также предложить решения для их минимизации.

Основное решение, предлагаемое в рамках исследования, заключается в выработке рекомендаций по организации и эффективному управлению проектными офисами, которые способны будут работать в условиях современных вызовов, таких как быстрые изменения внешней среды, высокая степень неопределенности и сложность проектов. В условиях перечисленных изменений проектные офисы должны быть гибкими, интегрировать передовые методологии и эффективно управлять рисками, чтобы обеспечивать успешную реализацию проектов в разных сферах. Рассмотрим предложенные шаги более детально.

Проектные офисы могут быть разных типов, каждый из которых выполняет свои функции в рамках общей структуры управления проектами [1].

Корпоративный проектный офис (КПО). Это тип проектного офиса, который охватывает всю организацию и управляет проектами на стратегическом уровне. КПО фокусируется на координации портфельных проектов, обеспечении соответствия целей проекта стратегии компании, а также распределении ресурсов. В крупных компаниях, где обычно реализуется несколько крупных проектов одновременно, КПО играет ключевую роль в управлении проектами высокой сложности. Этот офис разрабатывает долгосрочные стратегии, координирует крупномасштабные проекты, такие как здравоохранение и международные программы [2].

Управляющий проектный офис (УПО). В отличие от КПО, УПО ориентирован на управление отдельными проектами или программами. Он фокусируется на оперативной деятельности, обеспечении соблюдения сроков, бюджета и стандартов качества. УПО осуществляет координацию между проектными командами, помогает в решении текущих вопросов и управлении рисками на уровне отдельных проектов.

Поддерживающий проектный офис. Это тип офиса, который не управляет проектами напрямую, а оказывает методическую и консультационную поддержку проектным командам. Он разрабатывает и внедряет внутренние стандарты, проводит обучение и предоставляет инструменты для управления проектами. Такой офис помогает улучшить организационные процессы и создать основу для успешного выполнения проектов в компании.

Методологический проектный офис (Центр компетенций). Это проектный офис, который фокусируется на разработке и внедрении методологий, стандартов и лучших практик. Он помогает унифицировать подходы к управлению проектами и распространять знания внутри организации. В условиях высокой динамичности, как в IT, внедрение гибких методологий, таких как Agile, становится важной частью работы проектного офиса.

Выбор методологии управления проектами зависит от сферы деятельности. В IT-сфере, с ее высокой неопределенностью и частыми изменениями, эффективны гибкие подходы, такие как Agile и Scrum, ориентированные на итеративную разработку и адаптацию. В строительстве и производстве,

где процессы более регламентированы, лучше применять традиционные методологии, например, PRINCE2 или PMBOK, которые акцентируют внимание на планировании, контроле и управлении рисками. Управление рисками, включая использование SWOT-анализа и матриц рисков, минимизирует влияние внешних и внутренних факторов на реализацию проектов.

Ключевыми рисками, с которыми сталкиваются специалисты при внедрении и использовании проектных офисов, являются:

- недостаточная поддержка со стороны руководства, что может препятствовать получению необходимых ресурсов и реализации стратегических целей [3];
- высокие затраты на ресурсы, которые могут стать причиной перерасхода бюджета и отклонений от графика;
- недостаточная квалификация персонала [4];
- изменения внешней среды [5].

Для эффективной работы проектного офиса необходимы высококвалифицированные специалисты, владеющие современными методологиями управления проектами и инструментами оценки рисков. Внедрение внутренней базы знаний ускорит освоение новых подходов, обмен опытом и позволит избежать ошибок. Обучение методологиям Agile, PRINCE2 и PMBOK обеспечит гибкость и адаптацию к специфике проектов.

Для оперативного управления важно внедрить систему мониторинга и отчетности, которая позволит своевременно оценивать выполнение задач, бюджет и сроки. Использование аналитических инструментов, таких как NPV (Net Present Value – чистая приведенная стоимость) и PI (Profitability Index – индекс рентабельности), обеспечит эффективную оценку проектов и поддержку принятия решений. Эти меры помогут снизить риски и повысить эффективность в условиях изменений и неопределенности.

Заключение

Правильная организация проектного офиса играет ключевую роль в успехе проектов, особенно в условиях современных экономических и технологических вызовов. Проектные офисы обеспечивают централизованное управление проектами, что способствует улучшению координации и соблюдению сроков. Важно отметить, что для эффективного функционирования проектного офиса необходимо правильно выбирать методологии управления, учитывать специфику отрасли и адекватно оценивать риски.

Рекомендации по созданию и внедрению проектных офисов, представленные в статье, помогут организациям повысить эффективность управления проектами, улучшить качество выполнения работ и минимизировать потенциальные риски.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 58305-2018. Проектный менеджмент. Системы управления проектами. Требования. Введ. 2018-07-01. М.: Стандартинформ, 2018. 24 с.
2. Project Management Office (PMO) Maturity in Healthcare Organizations. URL: <https://healthlinkadvisors.com/perspectives/project-management-office-pmo-maturity-in-healthcare-organizations/> (дата обращения: 30.11.2024).
3. Малахов А. Факторы силы проектного офиса. URL: <https://vc.ru/u/1197696-andrei-malahov/518088-factory-sily-proektnogo-ofisa> (дата обращения: 30.11.2024).
4. Управление персоналом в проектной деятельности. URL: <https://www.kausgroup.ru/knowledge/300-articles/category/managment/material/340/> (дата обращения: 30.11.2024).
5. Управление рисками в проекте: как найти и оценить, как составить план защиты от них. URL: [https://skillbox.ru/media/management/upravlenie-riskami-v-proekte-kak-nayti-i-otsenit-ikh-kak-sostavit-plan-zashchity/](https://skillbox.ru/media/management/upravlenie-riskami-v-proekte-kak-nayti-i-otsenit-ikh-kak-sostavit-plan-zashchity-ot-nih/) (дата обращения: 30.11.2024).

УДК 004.8

А. В. Милюков

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ИТ-ОТРАСЛИ. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ИТ-ПРОЕКТЫ

Развитие ИТ-отрасли происходит стремительными темпами, что требует постоянного мониторинга и анализа текущих тенденций. Понимание этих тенденций позволяет адаптироваться к изменениям, создавать инновации и прогнозировать будущее.

Исследование трендов в ИТ-отрасли становится особенно актуальным, поскольку она влияет на все сферы жизни человека, позволяет компаниям получать конкурентное преимущество, путем автоматизации рутинных задач.

Целью данного исследования является анализ текущих трендов в развитии ИТ-отрасли и определение перспективных ИТ-проектов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ трендов ИТ-отрасли;
- оценить будущие перспективы развития ИТ-отрасли;
- провести обзор успешных ИТ-проектов;
- определить критерии отбора перспективных ИТ-проектов.

ИТ-отрасль представляет собой совокупность методов и средств, используемых для сбора, обработки, хранения и распространения информации. В настоящее время можно наблюдать несколько основных мировых трендов: применение искусственного интеллекта для выполнения бизнес-задач, развитие кибербезопасности, использование облачных технологий и интернет вещей.

Искусственный интеллект продолжает оставаться в центре внимания технологической отрасли, поскольку он позволяет автоматизировать рутинные задачи, оптимизировать бизнес-процессы и помогать в принятии решений. Объем рынка ИИ в мире увеличится к 2030 г. до 1840 млрд долл. [1].

Развитие кибербезопасности связано с увеличением числа цифровых угроз, поэтому она становится критически важной для всех организаций [2]. В 2024 г. кибератаки затронули крупнейшие компании и госструктуры, а в глобальном масштабе количество инцидентов также увеличилось. В третьем квартале 2024 г. число кибератак возросло на 15% по сравнению с предыдущим годом [3].

Облачные технологии становятся все более привлекательным решением, ведь они позволяют компаниям существенно сократить расходы на ИТ-инфраструктуру и обеспечивают необходимую вычислительную мощность для обработки сложных моделей и анализа больших объемов информации, а аренда мощностей для обучения ИИ становится все более востребованной [4].

Использование интернета вещей (IoT) также является одним из важных трендов поскольку по прогнозам, к концу 2024 г. в мире будет около 207 млрд работающих IoT-устройств, что позволит в сочетании с искусственным интеллектом анализировать большие объемы данных и принимать обоснованные решения в реальном времени [5].

Помимо общемировых трендов ИТ-отрасли в России отмечаются следующие тренды: импортозамещение, рост ценности данных, кадровый дефицит.

Государственная поддержка остается важным трендом развития ИТ-отрасли, поскольку аналогов продуктов ушедших компаний нет, то необходимо стимулировать их разработку для удовлетворения потребности в технологическом суверенитете. По состоянию на апрель 2024 г. количество ИТ-компаний в России возросло до 217 тыс., что говорит о растущем интересе к этой сфере.

Рост ценности данных связан с тем, что в 2024 г. Россия переходит от концепции «Цифровой экономики» к «Экономике данных», что подчеркивает важность сбора, хранения и анализа данных для создания новых бизнес-моделей. Данные требуются также и для обучения ИИ, являясь основой для успешного функционирования продукта [6].

Кадровый дефицит является важным негативным трендом поскольку он влияет на всю отрасль, замедляя рост ИТ-рынка. Данная ситуация сложилась из-за резкого увеличения спроса на квалифицированных специалистов.

Перспективы для мирового развития ИТ-отрасли включают развитие искусственного интеллекта и его всеобщее применение, использование неклассических мер кибербезопасности, таких как биометрия и квантовая криптография, увеличение спроса на графические усилители и расширение дата-центров, а также увеличенный спрос на энергоресурсы.

Перспективы для развития ИТ-отрасли России включают создание собственной промышленной базы электроники для технологической независимости, разработку собственной методологии, стандартов и сертификации, повсеместное использование ИИ-решений для бизнеса и разработку собственных средств, создание собственных дата-центров, а также стимулирование ИТ-отрасли государством.

Рассмотрим проекты, которые стали успешными – ChatGPT, Uber, ElevenLabs.

ChatGPT, разработанный OpenAI, был запущен 30 ноября 2022 г. и быстро стал одним из самых популярных приложений в мире. По оценкам, компания зарабатывает сотни миллионов долларов в год, и ожидается, что выручка вскоре может достичь миллиарда долларов. Популярность ChatGPT объясняется его универсальностью.

Uber, основанный в 2009 г., изменил представление о транспортных услугах, предложив удобный способ вызова такси через мобильное приложение. Uber привлек миллиарды долларов инвестиций.

ElevenLabs – стартап, специализирующийся на синтезе речи с использованием искусственного интеллекта. ElevenLabs активно конкурирует с другими игроками на рынке синтеза речи, такими как Google и Amazon.

При сравнении этих проектов можно выделить такие характеристики, как инновационность, удовлетворение потребностей пользователей, глобальное расширение, привлечение инвестиций, разнообразие применения, постоянное развитие, использование ИИ и облачные решения, которые могут быть критериями успеха для ИТ-проекта.

Среди стартапов фигурируют следующие проекты: Biometric Labs, MAIA, Бипиум и Botkin.AI.

Biometric Labs разрабатывает решения для мониторинга состояния трубопроводов и обнаружения утечек с использованием искусственного интеллекта и акустических датчиков. Их технологии помогают значительно сокращать затраты на утечки в различных отраслях, включая ЖКХ и промышленность.

MAIA предлагает платформу для автоматизации бизнес-коммуникаций с помощью ИИ-агентов. Стартап позволяет заменить линейный персонал, улучшая качество обслуживания клиентов и снижая затраты.

Бипиум разрабатывает решения для автоматизации бизнес-процессов в области управления проектами, включая инструменты для планирования, мониторинга и анализа. Этот стартап помогает компаниям оптимизировать свои операции и повысить эффективность.

Botkin.AI специализируется на разработке ИИ-систем для медицинской диагностики и анализа медицинских данных. Их решения помогают врачам быстрее и точнее ставить диагнозы, улучшая качество медицинского обслуживания.

Проекты Biometric Labs, MAIA, Botkin.AI соответствуют наибольшему количеству критериев, и это делает их наиболее перспективными на российском рынке.

Заключение

ИТ-отрасль в 2024 г. характеризуется несколькими ключевыми трендами: применение искусственного интеллекта, развитие кибербезопасности, использование облачных технологий, а также распространение интернета вещей. В России отмечаются такие тренды, как импортозамещение, рост ценности данных и кадровый дефицит.

Перспективы мирового развития ИТ-отрасли включают расширение применения искусственного интеллекта, внедрение неклассических мер кибербезопасности, увеличение спроса на графические усилители и расширение дата-центров, а также рост потребности в энергоресурсах. В России перспективы развития ИТ-отрасли связаны с созданием промышленной базы электроники, разработкой собственных методологий, стандартов и систем сертификации, повсеместным использованием ИИ-решений для бизнеса, созданием дата-центров и государственной поддержкой ИТ-отрасли.

Успешные ИТ-проекты, такие как ChatGPT, Uber и ElevenLabs, демонстрируют ключевые критерии успеха: инновационность, удовлетворение потребностей пользователей, глобальное расширение, привлечение инвестиций, разнообразие применения и постоянное развитие. В России стартапы Biometric Labs, MAIA и Botkin.AI также соответствует этим критериям, что делает их перспективными на отечественном рынке.

Библиографический список

1. Статистика искусственного интеллекта (2024). URL: <https://inclint.ru/ai-stats/#lwptoc1> (дата обращения: 18.12.2024).
2. Мировой ИТ-рынок (2024). URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%B9_%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%A2_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)) (дата обращения: 16.12.2024).
3. Актуальные киберугрозы: III квартал 2024 года. URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/aktualnye-kiberugrozy-iii-kvartal-2024-goda/#id1> (дата обращения: 16.12.2024).
4. Рассказали о трендовых облачных услугах 2024 года. URL: <https://rcloud.ru/news/view/47> (дата обращения: 20.11.2024).
5. Интернет вещей, IoT, M2M, мировой рынок. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%B9_%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA (дата обращения: 30.11.2024).
6. 10 самых перспективных тенденций в ИТ в России. URL: <https://www.vedomosti.ru/technologies/trends/sub/articles/2024/11/12/1074642-10-samih-perspektivnih-tendentsii-v-it-v-rossii> (дата обращения: 30.11.2024).

УДК 65.012.04

Р. Р. Муллахметов

магистрант кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ
В РАЗЛИЧНЫЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ**

Внедрение информационных систем в различные методологии управления проектами является важным шагом для повышения эффективности и прозрачности проектной деятельности. При этом необходимо обеспечить поддержку со стороны руководства, доказав эффективность таких внедрений. Одним из методов доказательства целесообразности такого пути развития является оценка затрат на внедрение. В статье рассмотрены основные подходы к расчету эффективности внедрения информационных систем в различные методологии управления проектами, а также приведены примеры реальных компаний, которые использовали их.

Для расчета эффективности внедрения различных методологий используются следующие подходы.

1. Финансовый анализ – оценка затрат и выгод от внедрения информационных систем в методологии управления проектами:

- эффективность и прибыльность бизнеса ROI (Return on Investment);
- ожидаемая доходность с учетом изменения ценности денежных потоков NPV (Net Present Value);
- период окупаемости (время, требуемое для возврата первоначальных инвестиций) Payback Period [1].

2. Анализ изменения производительности и эффективности работы проектных команд, основными характеристиками которых являются:

- сокращение времени выполнения проектов;
- увеличение процента успешных проектов;
- снижение количества ошибок и дефектов [2].

3. Изучение мнения внутренних и внешних заинтересованных сторон для определения уровня удовлетворенности как клиентов, так и сотрудников.

4. Оценка рисков, включающая в себя анализ изменений в степени угроз, связанных с выполнением проектов:

- сокращение числа потенциальных проблем;
- уменьшение их значимости [3].

5. Изучение показателей качества, сосредоточенное на оценке изменений в выполнении проектов:

- снижение количества дефектов;
- улучшение характеристик готового продукта [4].

Для иллюстрации расчетов эффективности различных подходов в табл. 1 приведены некоторые результаты внедрения гибкой методологии разработки программных продуктов.

Анализ приведенных в табл. 1 результатов показал, что внедрение различных методологий, повышая качество, удовлетворенность, и сокращая процент невыполненных в срок проектов, может значительно улучшить управление проектами. Выбор зависит от характера проекта, культуры команды и требований к управлению. Scrum лучше подходит для проектов с фиксированными итерациями и четкой структурой, Kanban – для гибкого и непрерывного потока работы, а Jira – как универсальный инструмент для поддержки обеих методик.

Результаты внедрения гибкой методик разработки программных продуктов в реальных компаниях

Методологии и компании	Финансовые показатели	Удовлетворенность клиентов и эффективность работы	Анализ рисков и качества
Agile в компании Spotify [5]	ROI – 67% NPV – 200 тыс. долл. Payback Period – 18 мес.	Удовлетворенность клиентов увеличилась на 30%, а сотрудников на 25%. Среднее время выполнения проектов сократилось с 9 до 6 мес.	Количество проектов, завершенных в срок и в рамках бюджета, увеличилось с 60% до 85%. Количество дефектов снизилось на 40%
Jira в компании Atlassian	ROI – 100% NPV – 150 тыс. долл. Payback Period – 12 мес.	Удовлетворенность клиентов увеличилась на 25%, а сотрудников на 20%. Улучшение коммуникации между командами на 50%	Прозрачность процессов увеличилась на 60%. Количество дефектов снизилось на 35%
Kanban в компании Toyota [6]	ROI – 50% NPV – 100 тыс. долл. Payback Period – 12 мес.	Удовлетворенность клиентов увеличилась на 25%, а сотрудников у на 20%. Улучшение визуализации процессов на 50%.	Среднее время выполнения задач сократилось на 30%. Увеличение прозрачности процессов на 60%
Scrum в компании Salesforce [7]	ROI – 56% NPV – 250 тыс. долл. Payback Period – 15 мес.	Удовлетворенность клиентов увеличилась на 35%, а сотрудников на 30%	Количество проектов, завершенных в срок и в рамках бюджета, увеличилось с 70% до 90%. Количество дефектов снизилось на 45%

Заключение

Внедрение информационных систем в различные методологии управления проектами управления проектами может значительно повысить эффективность и прозрачность проектной деятельности. Примеры компаний, таких как Spotify, Atlassian и Toyota, демонстрируют, как правильное внедрение может привести к значительным финансовым и операционным выгодам. Выбор подходящей методологии управления проектами зависит от особенностей команды, типа задач и целей проекта. Если проект требует структурированного подхода с четкими ролями и разделением работы на короткие итерации (спринты), оптимальным выбором будет Scrum. Для команд, которым важна гибкость, прозрачность процессов и возможность быстро реагировать на изменения без строгих временных рамок, лучше подойдет Kanban. Если необходимо использовать преимущества обеих методик или планируется масштабирование процессов, удобно применять Jira, т. к. этот инструмент поддерживает как Scrum, так и Kanban, позволяя гибко настраивать рабочие процессы под нужды команды. В целом, Agile выступает как философия, на основе которой строятся такие подходы, как Scrum и Kanban, и его принципы полез-

ны для любой команды, стремящейся к гибкости и постоянному совершенствованию. Выбор зависит от того, насколько важны для пользователя четкая структура, гибкость, визуализация работы и возможность автоматизации процессов.

Библиографический список

1. Методы оценки инвестиционных проектов. URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/metody-otsenki-investitsionnykh-proektov/> (дата обращения: 16.12.2024).
2. Аналитика производительности: ключ к эффективному бизнесу. URL: <https://apptask.ru/blog/analitika-proizvoditelnosti> (дата обращения: 16.12.2024).
3. Управление рисками проекта. URL: https://learn.urfu.ru/resource/index/data/resource_id/34646/revision_id/0 (дата обращения: 16.12.2024).
4. Методы измерения качества проекта. URL: <https://sky.pro/wiki/profession/metody-izmereniya-kachestva-proekta/> (дата обращения: 16.12.2024).
5. Spotify Engineering Culture – Part 1. URL: <https://labs.spotify.com/2014/03/27/spotify-engineering-culture-part-1/> (дата обращения: 16.12.2024).
6. Toyota Production System. URL: <https://global.toyota/en/company/vision-and-philosophy/production-system/> (дата обращения: 16.12.2024).
7. Salesforce Agile Transformation. URL: <https://www.salesforce.com/products/platform/agile-transformation/> (дата обращения: 16.12.2024).

УДК 005

Э. В. Пекарская

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

Н. В. Макарова – доктор педагогических наук, профессор – научный руководитель

РЕАЛИЗАЦИЯ ИТ-ПРОЕКТОВ НА ОСНОВЕ ФРЕЙМВОРКОВ SCRUM И KANBAN

В мире стремительно развивающихся технологий и растущего спроса на инновационные цифровые решения проекты в области информационных технологий приобретают особую важность. Однако недостаточно структурированный подход к управлению приводит к задержкам, превышению бюджета и несоответствию ожидаемым результатам [1].

Для обеспечения успеха ИТ-проектов необходимы гибкие и адаптируемые методологии, которые позволяют реагировать на изменения требований и оптимизировать процесс разработки [2]. Фреймворки Scrum и Kanban представляют собой популярные гибкие методологии, широко используемые в управлении ИТ-проектами, но их реализация и применение могут быть связаны с определенными проблемами.

Scrum – это гибкая методика разработки программного обеспечения, которая подчеркивает итеративный, инкрементный подход к разработке продуктов [3]. Методика основана на принципах Agile и предназначена для оптимизации скорости, качества и прозрачности.

Kanban – легкий и гибкий фреймворк менеджмента проектов, который помогает командам визуализировать и управлять своей работой [4]. Он основан на принципах бережливого производства системы Kanban, используемой для оптимизации потока операций.

Приведем примеры реализации ИТ-проектов на основе фреймворков Scrum и Kanban.

Компания Radware, глобальный лидер в области кибербезопасности и решений по доставке приложений, столкнулась с проблемами низкой прозрачности, предсказуемости и эффективности в своих процессах разработки и поставки [5].

Для преодоления проблем Radware с помощью Scrum внедрила следующее: проведение семинаров для анализа проблем организационного уровня и разработки стратегий изменения; включение высшего руководства в бизнес-процессы; предоставление знаний и навыков владельцам продуктов, Scrum-мастерам и командам разработчиков; сопоставление приоритетов и синхронизацию работы между отделами; внедрение регулярных совещаний Scrum и стандартизированных сроков для планирования, разработки и оценки.

В результате Radware улучшила прозрачность, предсказуемость и сотрудничество между командами. Организация смогла реагировать на меняющиеся требования рынка и поставлять продукты с более высокой скоростью и качеством.

Микропроцессорный гигант Intel столкнулся с рядом проблем в процессе разработки инженерных решений, включая водопадную культуру, функциональные разрозненные структуры, перегрузку сотрудников, невыполнение графиков, низкий моральный дух и высокую текучесть кадров [6]. Внедрение фреймворка Scrum сыграло важную роль в сокращении времени цикла на 66%, улучшило коммуникацию, увеличило удовлетворенность работой в организации и повысило прозрачность.

Бренд одежды 12 Storeez, переживающий бурный рост, столкнулся с необходимостью оптимизации производственного процесса, чтобы выпускать 12 коллекций в год в установленные сроки [7]. Чтобы решить эту задачу, на уровне высшего руководства была внедрена система Kanban. Была создана доска, которая объединяла задачи всех этапов производства, от концепта до склада, что позволило обеспечить контроль над всеми этапами, упорядочить задачи и устранять препятствия, такие как готовность модели к производству до получения тканей.

Для строительства новой сети АЗС крупный холдинг решил внедрить Kanban для координации множества вовлеченных подразделений и повышения эффективности процесса. Команда руководителей подразделений выявила 20 этапов строительства и их взаимосвязь, создав канбан-систему [8]. В результате применения Kanban увеличилось количество станций АЗС, завершенных в срок. Улучшенная прозрачность и оптимизация выбора участков привели к более точным прогнозам прибыли для каждой АЗС.

Автомобилестроительная компания Jaguar использовала Kanban для повышения эффективности своих процессов разработки продуктов [9]. Они внедрили минимально жизнеспособную концепцию продукта и сократили размер партий, что позволило ускорить цикл обратной связи с недель до дней. Kanban стал центральным элементом ежедневных совещаний команд дизайнеров, что привело к сокращению сроков вывода на рынок и повышению качества.

Студия анимации Pixar адаптировала подход Kanban для 3D-анимации, чтобы гарантировать своевременный и качественный выпуск своих фильмов [10]. Использование доски Kanban высокого уровня и принципов бережливого производства позволило коллективам работать над своими частями фильма последовательно, перед передачей следующей команде. А также обеспечило прозрачность и возможность любому сотруднику остановить производственный процесс для исправления ошибок, что снизило затраты на их устранение.

В процессе использования методологий Scrum и Kanban возникает ряд трудностей. Рассмотрим основные из возникающих проблем и пути их преодоления.

Фреймворк Scrum:

- распределение задач по спринтам, не соответствующим объему работ и возможностям команды. Решение: использование инструмента оценки работ, планирование спринтов на основе исторических данных и распределение важности задач для эффективного разделения работ;
- отсутствие четкого понимания у Владельца продукта о его ответственности и полномочиях. Решение: определение и документирование роли Владельца продукта, обеспечение постоянной доступности и предоставление необходимых полномочий для принятия решений;
- низкая вовлеченность команды. Решение: поощрение открытого общения, побуждение сотрудников к активному участию в планировании спринта и ретроспективах, создание атмосферы доверия и поддержки.

Фреймворк Kanban:

- доски Kanban, заполненные слишком большим количеством задач. Решение: установление пределов количества задач на рабочем процессе, наличие нескольких досок для разных этапов рабочего процесса, регулярная очистка и архивирование завершенных задач, ограничение сроков на их выполнение;
- сильные взаимозависимости между задачами, приводящие к задерживанию процесса. Решение: определение зависимостей и их отражение на доске Kanban, использование цветовой кодировки или специальных обозначений для выделения зависимостей, создание последовательностей задач для предотвращения блокировок;
- отсутствие поддержки со стороны организационной культуры. Решение: повышение осведомленности о преимуществах Kanban, вовлечение заинтересованных сторон в процесс внедрения, предоставление ресурсов и обучения для изменения культуры.

Реализация рекомендаций по устранению проблем, предложенных в статье, поможет значительно повысить эффективность управления ИТ-проектами на основе Scrum и Kanban. Улучшая коммуникацию, гибкость и адаптивность, организации могут оптимизировать свои процессы разработки, сократить время выхода на рынок и повысить удовлетворенность заказчиков.

Библиографический список

1. Архипов В. В. Интернет-право. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 249 с.
2. Васяичева В. А., Цибарева М. Е. Автоматизация процесса управления промышленными предприятиями // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2018. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomatizatsiya-protsesssa-upravleniya-promyshlennymi-predpriyatiyami> (дата обращения: 08.02.2024).
3. Скрипкин К. Г. Экономическая эффективность информационных систем. М.: ДМК Пресс, 2002. 256 с.
4. Kanban – A brief introduction. URL: <https://www.atlassian.com/agile/kanban> (дата обращения: 29.11.2024).
5. Make Sure You Have These Analysis Tools. URL: <https://www.radware.com/blog/ddos-protection/2023/04/analysis-tools-needed-in-a-ddos-management-solution/> (дата обращения: 29.11.2024).

6. Intel used Scrum in their engineering development. URL: <https://conceptsandbeyond.com/scrum-case-study-intel/> (дата обращения: 29.11.2024).

7. 12 STOREEZ – интернет-магазин одежды и аксессуаров. URL: <https://12storeez.com/> (дата обращения: 29.11.2024).

8. 6 примеров реального применения Канбан в российских компаниях. URL: <https://onagile.ru/trends/agile/kanban-in-industries> (дата обращения: 29.11.2024).

9. Kanban in Manufacturing: 3 Success Stories. URL: <https://kanbantool.com/kanban-guide/kanban-in-manufacturing> (дата обращения: 29.11.2024).

10. Pixar's Success with Kanban in Animated Film Production. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/pixars-success-kanban-animated-film-production-althris-drwte> (дата обращения: 29.11.2024).

УДК 004.8

Е. А. Слоева

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

В. С. Васильева – ассистент – научный руководитель**НЕЙРОСЕТИ: ОТ НАУКИ К ИСКУССТВУ И ОБРАТНО**

В стремительно меняющемся мире технологий нейросети, некогда скромный инструмент в арсенале ученых, совершили впечатляющий скачок, проникнув в самые креативные сферы человеческой деятельности – в искусство [1]. От создания уникальных музыкальных композиций до генерации захватывающих визуальных образов, нейросети сегодня оказывают огромное влияние на мир искусства. Нужно рассмотреть этот динамичный процесс, подчеркивая взаимообогащающий характер коммуникации науки и искусства: как научные разработки в области нейронных сетей открывают новые горизонты для художников, и как, в свою очередь, вызовы и эксперименты в искусстве стимулируют дальнейшее развитие нейросетей, подталкивая ученых к созданию более сложных и креативных алгоритмов.

Идея искусственного интеллекта, имитирующего работу человеческого мозга, возникла десятилетия назад. Однако ранние нейросети, ограниченные вычислительными мощностями и сложными алгоритмами, оставались в основном в рамках научных исследований. Они использовались для решения задач распознавания образов, обработки естественного языка и прогнозирования. Принцип работы нейросети основан на обучении на больших объемах данных: алгоритм анализирует информацию, выявляет закономерности и настраивает свои внутренние параметры (веса связей между нейронами), чтобы в дальнейшем правильно классифицировать или генерировать новые данные.

Первоначальные области применения нейросетей в науке включали:

- распознавание символов: чтение рукописного текста, автоматическое распознавание номерных знаков;
- обработка сигналов: фильтрация шумов, улучшение качества изображений;
- прогнозирование: анализ финансовых рынков, предсказание погоды;
- медицина: диагностика заболеваний по изображениям, разработка лекарств.

Несмотря на ограничения, ранние нейросети заложили фундамент для будущих прорывов, демонстрируя потенциал машинного обучения и вдохновляя ученых на дальнейшие исследования.

С развитием технологий глубокого обучения и увеличением вычислительных мощностей нейросети совершили настоящий прорыв в искусстве. Алгоритмы, такие как генеративные состязательные сети (GAN) [2], стали мощным инструментом для создания уникальных произведений. Например, в музыке нейросети генерируют мелодии, гармонии и даже целые музыкальные композиции в различных жанрах. Некоторые музыканты используют их как соавторов, создавая уникальные гибридные произведения. В изобразительном искусстве нейросети создают картины, фотографии и анимацию в различных стилях, от классического реализма до абстрактного экспрессионизма. В литературе с помощью искусственного интеллекта пишут стихи, рассказы и даже сценарии, используя заданные параметры и обучаясь на литературных произведениях. Также нейросети применяются в архитектуре для создания инновационных дизайнов, в моде для разработки новых коллекций одежды и даже в кулинарии для создания уникальных рецептов.

Сегодня сложно однозначно ответить на вопрос, можно ли отличить произведения, созданные ИИ, от работ человека. В некоторых случаях – да, особенно если речь идет о сложных концептуальных произведениях. Однако в других случаях – нет, особенно если нейросеть обучена на большом объеме данных в определенном стиле. Это ставит перед людьми интересные вопросы об авторстве и оригинальности [3].

Взаимодействие науки и искусства не одностороннее. Задачи, поставленные художниками, требуют от ученых разработки новых, более сложных и креативных алгоритмов. Искусство служит полигоном для испытания возможностей нейросетей и подталкивает к новым открытиям. Попытки научить нейросеть «думать» как художник заставляют людей глубже понимать природу креативности, выявлять ее ключевые компоненты и моделировать их в алгоритмах. Задачи генерации сложных и оригинальных

произведений искусства требуют разработки новых архитектур данных, способных к более сложным формам обучения и рассуждения. Художники стремятся создавать произведения, которые вызывают эмоциональный отклик у зрителей. Это стимулирует разработку нейросетей, способных понимать и учитывать человеческие эмоции. Искусственный интеллект создает не только произведения искусства и генерирует музыку, но и вдохновляет людей на новые творческие эксперименты, открывая новые возможности для самовыражения.

Чтобы нейросеть могла творить, нужно ее развивать. Программисты ищут новые подходы, комбинируют существующие методы и создают принципиально новые алгоритмы. Именно это и помогает полноценному обучению.

Недавние аукционы, где картины, созданные ИИ, были проданы за огромные суммы, поднимают вопросы о ценности искусства и его восприятии в эпоху технологий [4].

Таким образом, нейросети прошли долгий путь от «скромных» научных инструментов до мощных креативных партнеров. Взаимодействие науки и искусства в этой области не только расширяет возможности для творчества, но и стимулирует развитие самих нейросетей, подталкивая ученых к новым открытиям и инновациям.

Библиографический список

1. Коростелева В. А. Конкуренция генеративных нейросетей и традиционного искусства // Современная наука: эксперимент и научная дискуссия: сб. науч. тр. XIII Междунар. науч.-практич. конф-ии, Анапа, 25 мая 2023 года. Анапа: ООО «Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов» в Южном Федеральном округе, 2023. С. 12–16.
2. Полежаева М. В. Использование нейронной сети для генерации изображений // Международный журнал информационных технологий и энергоэффективности. 2024. Т. 9, № 8(46). С. 97–104.
3. Гильфанов Д. Р. Некоторые математические методы определения авторства текстов // Информационные технологии как основа прогрессивных научных исследований: сб. статей Междунар. науч.-практич. конф-ии, Саратов, 25 июня 2024 года. Уфа: ООО «Азтерна», 2024. С. 179–182.
4. Дружинина А. А. Художник и нейросеть: конфликт, диалог, сотрудничество? // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2024. Т. 24, № 2. С. 58–65.

УДК 004.85:004.942²**Д. С. Шарков**

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

А. С. Айдуллин

студент кафедры бизнес-информатики и менеджмента

В. С. Васильева – ассистент – научный руководитель**ГРАДИЕНТНЫЙ СПУСК В МАШИННОМ ОБУЧЕНИИ**

Машинное обучение (МО) – это область искусственного интеллекта, в которой компьютерные алгоритмы обучаются на основе данных, выявляют закономерности и принимают решения без явного программирования. Основной целью машинного обучения является построение модели, способной делать точные предсказания или классификации. Однако, для того чтобы модель работала эффективно, необходимо подобрать оптимальные параметры, минимизирующие ошибку предсказаний.

Для решения этой задачи используются методы оптимизации, одним из которых является градиентный спуск. Это итеративный алгоритм, который позволяет найти минимум функции потерь, корректируя параметры модели в направлении уменьшения ошибки. Градиентный спуск особенно полезен в случаях, когда аналитическое нахождение оптимальных параметров невозможно или требует существенных затрат средств и времени на вычисления. В данной статье рассмотрены основные принципы работы градиентного спуска.

Функция потерь – это математическая мера, оценивающая, насколько сильно предсказания модели отклоняются от фактических значений. Она играет ключевую роль в машинном обучении, так как позволяет количественно оценить качество работы модели. Чем меньше значение функции потерь, тем точнее предсказания модели. В зависимости от типа задачи функции потерь делятся на две основные группы: для задач регрессии и для задач классификации [1].

$$w = \arg \min L(y, a),$$

где w – это параметры модели, которые мы оптимизируем в процессе обучения, чтобы минимизировать ошибку, то есть значение функции потерь., $\arg \min$ – оператор, который находит такие параметры w , при которых функция потерь минимальна, $L(y, a)$ – функция потерь, y – фактические значения переменной, a – предсказания модели.

Для задач регрессии, где предсказанные значения являются непрерывными, одной из наиболее распространенных функций потерь является среднеквадратичная ошибка (Mean Squared Error, MSE). Она вычисляется как среднее арифметическое квадратов разностей между предсказанными и истинными значениями. Использование MSE позволяет модели минимизировать большие отклонения, так как квадратичная форма функции потерь увеличивает вес значительных ошибок.

$$L(y, a) = \sum_{i=1}^n (a_i - y_i)^2$$

где y_i – истинное значение (target), a_i – предсказанное значение (output модели), n – количество примеров (наблюдений).

Для задач классификации, где необходимо предсказать категорию (например, «кот» или «собака»), наиболее распространенной функцией потерь является перекрестная энтропия (Cross-Entropy Loss). Данная функция оценивает, насколько предсказанные вероятности классов отличаются от истинных меток, и штрафует модель за низкую уверенность в правильных предсказаниях [3].

$$L(y, a) = - \sum_{i=1}^n \left(\frac{y_i}{\log_{10} a_i} + \frac{1 - y_i}{\log_{10} (1 - a_i)} \right)$$

где y_i – истинная метка класса (бинарная классификация), a_i – вероятность принадлежности к классу (предсказание).

Однако непосредственное нахождение минимума может быть сложным, так как функция потерь часто является нелинейной и многомерной. В таких случаях прибегают к численным методам оптимизации, позволяющим пошагово корректировать параметры модели в направлении уменьшения ошибки. Определить направление, в котором функция убывает, помогает градиент функции [1].

Функция потерь зависит от параметров модели: она представляет собой скалярную функцию, принимающую вектор в качестве входного аргумента и возвращающую одно число. Градиент такой векторной функции – это вектор, где каждый элемент равен производной функции по соответствующему аргументу. На письме градиент обычно обозначают символом ∇ , который называют оператором набла. Градиент функции f от n -мерного вектора x вычисляется следующим образом [2]:

$$\nabla f(x) = \left(\frac{\partial f(x)}{\partial x_1}, \frac{\partial f(x)}{\partial x_2}, \dots, \frac{\partial f(x)}{\partial x_n} \right),$$

где $f(x)$ – функция потерь, (x_1, x_2, \dots, x_n) – параметры модели.

Градиент показывает направление самого быстрого роста функции. Однако, в контексте задач оптимизации, особенно при минимизации, наша цель заключается в том, чтобы найти точку, где функция принимает минимальное значение. Таким образом, для минимизации функции необходимо двигаться не в направлении роста, а в сторону, противоположную градиенту. Это и есть так называемый антиградиент ($-\nabla f(x)$) – направление наискорейшего убывания функции.

Градиентный бустинг строит модель поэтапно, добавляя последовательные «слабые» модели для коррекции ошибок предыдущих шагов. При этом, в каждом обновлении используется информация о направлении наибольшего уменьшения ошибки, которое определяется с помощью антиградиента (то есть, обратного направления к градиенту функции потерь) [2, 4].

В градиентном бустинге количество итераций M – это критически важный параметр, определяющий, сколько «слабых» моделей будет последовательно добавлено для коррекции ошибок. Если шагов будет слишком мало, модель останется недообученной, не успев уловить все существенные закономерности в данных. Напротив, избыточное количество итераций приводит к переобучению, когда модель начинает подстраиваться под шум и случайные колебания в обучающей выборке, теряя способность к обобщению.

Чтобы найти баланс, на практике применяют метод ранней остановки. Его суть в том, чтобы постоянно отслеживать ошибку на отдельной валидационной выборке, не участвующей в обучении. Как только эта ошибка перестает уменьшаться или начинает расти – процесс останавливают, так как дальнейшее обучение уже не улучшает качество модели. Например, если после 10 последовательных итераций улучшений нет, алгоритм завершает работу. Это естественный способ определить оптимальное значение M без риска переобучения.

Основные этапы следующие.

1. Инициализация.

Начальная модель $F_0(x)$ выбирается так, чтобы минимизировать функцию потерь $L(y, F(x))$ на всей выборке. Обычно это простое константное предсказание.

$$F_0(x) = \underset{\gamma}{\operatorname{argmin}} \sum_{i=1}^n L(y_i, \gamma),$$

где $F_0(x)$ – начальная модель, γ – значение, минимизирующее функцию потерь.

2. Вычисление антиградиента.

Для каждого m -го шага вычисляются антиградиент, который является отрицательной производной функции потерь по текущим предсказаниям:

$$-\nabla L(y_i, F(x_i)) = - \left[\frac{\partial L(y_i, F)}{\partial F} \right]_{F=F_{m-1}(x_i)}, \quad i = 1, \dots, n,$$

где m – номер итерации (шага).

3. Обучение слабой модели.

Новая слабая модель $h_m(x)$ обучается на данных, представленных в виде антиградиента. Таким образом, она пытается «уловить» направление, в котором надо скорректировать ошибки.

$$h_m(x) \approx \nabla L(y_i, F_{m-1}(x)),$$

где $h_m(x)$ – слабая модель, аппроксимирующая градиент ошибки, $F_{m-1}(x)$ – предыдущая модель.

4. Определение шага обновления.

После обучения выбирается оптимальный коэффициент γ_m , минимизирующий функцию потерь при добавлении новой модели:

$$\gamma_m = \underset{\gamma}{\operatorname{argmin}} \sum_{i=1}^n L(y_i, F_{m-1}(x_i) + \gamma h_m(x_i)),$$

где γ_m – оптимальный коэффициент для текущей слабой модели, $h_m(x_i)$ – предсказание слабой модели.

5. Обновление модели.

Часто применяется дополнительный параметр скорости обучения η для сглаживания

$$F_m(x) = F_{m-1}(x) + \eta \gamma_m h_m(x),$$

где $F_m(x)$ – новая модель на m шаге, η – дополнительный параметр сглаживания.

6. Итоговая модель.

$$F_M(x) = F_0(x) + \eta \sum_{m=1}^M \gamma_m h_m(x)$$

$$F_M(x) = F_0(x) + \eta \sum_{m=1}^M \gamma_m h_m(x),$$

где $F_M(x)$ – финальная модель после всех итераций бустинга.

Таким образом, несмотря на свою относительную простоту, алгоритм градиентного бустинга доказывает свою эффективность, позволяя создавать точные модели даже для сложных и многомерных данных за счет пошагового исправления ошибок.

Библиографический список

1. Géron A. Hands-On Machine Learning with Scikit-Learn, Keras, and TensorFlow: Concepts, Tools, and Techniques to Build Intelligent Systems. O'Reilly Media, 2019. P. 110–114.
2. Траск Э. Грокаем глубокое обучение. СПб.: Питер, 2019. 352 с. URL: https://www.rulit.me/data/programs/resources/pdf/Trask_Grokaem-glubokoe-obuchenie_RuLit_Me_603639.pdf (дата обращения: 20.03.2025).
3. Cherkassky V., Ma Y. Another look at statistical learning theory and regularization // Neural Networks. 2009. Vol. 22, No. 7. P. 958–969.
4. Lemaréchal C. Cauchy and the gradient method // Documenta Mathematica. 2012. Extra Vol. P. 251–254.

УДК 339.543

К. Д. Арсентьева

студент кафедры международного предпринимательства

Е. С. Кузнецова – преподаватель – научный руководитель**ПРАКТИКА И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ОСОБЫХ ПОШЛИН
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ**

В условиях санкционных ограничений Российская Федерация активно использует инструменты торговой политики для защиты своих национальных интересов. Особые пошлины являются одним из них. Они поддерживают отечественных производителей и способствуют стабилизации внутреннего рынка. Более одной четверти государственного бюджета состоит из таможенных тарифов, поэтому правильность и прозрачность взимания платежей играет большую роль в российской экономике. При установлении таможенных пошлин государство находит оптимальное решение, которое, с одной стороны, сохранит состояние конкуренции на внутреннем рынке, поддерживая и мотивируя отечественных производителей в совершенствовании производства, а с другой – не приведет к вытеснению местных производителей. Таможенные платежи напрямую влияют на доходы государства, спрос и предложение товаров на рынке, формирование уровня цен, объемы экспорта и импорта, развитие эффективности национальной экономики в целом [1].

Использована методология синтеза информации, которая позволила соединить части предыдущих точных исследований и получить новое, объединяющее их. Основным методом работы является проведение кабинетного исследования. Методология исследования позволила получить достоверные и качественные результаты, которые могут служить основой для дальнейших исследования и разработки рекомендаций в области таможенных платежей.

Особые пошлины направлены прежде всего на защиту внутреннего рынка. Эти меры используются в целях предотвращения негативного влияния, которое оказывают ввозимые иностранные товары на производителей аналогичных товаров на территории Российской Федерации. В соответствии с п. 20 ст. 2 Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (ТК ЕАЭС) [2] меры защиты внутреннего рынка – это специальные защитные, антидемпинговые, компенсационные и иные меры. Меры защиты национальных производителей, применяемые на территории ЕАЭС, установлены Договором о ЕАЭС. Применяются такие меры в отношении товаров, происходящих из третьих стран и ввозимых на таможенную территорию ЕАЭС.

Цель применения особых пошлин единая – защита внутреннего рынка, а основания для их применения абсолютно разные. Специальные защитные меры применяются при импорте иностранных товаров, которые ввозятся на территорию ЕАЭС в очень возросших количествах, что приводит к серьезному ущербу в отношении национальных отраслей производства. Антидемпинговые пошлины применяются в отношении импортируемых товаров, которые ввозятся значительно дешевле, нежели они реализуются на внутреннем рынке страны-экспортера, что также приводит к нанесению серьезного ущерба национальным производителям и может создавать угрозу для отдельной отрасли экономики государства или существенно замедлить ее создание. Компенсационные пошлины применяются, если в отношении иностранных товаров при производстве, транспортировке или хранении использовались субсидии государства и ввоз таких товаров наносит ущерб отраслям экономики государств ЕАЭС [3].

Размер ставки особой пошлины и срок ее действия устанавливается применительно к конкретному товару отдельным решением ЕЭК. Предельные сроки применения особых пошлин установлены Договором о ЕАЭС и составляют в отношении специальных защитных мер 8 лет, а в отношении антидемпинговых и компенсационных пошлин – 5 лет. Изначально особые пошлины могут быть установлены на срок меньше предельного. Если этого срока недостаточно для устранения негативного воздействия иностранных товаров на национальное производство аналогичных товаров, то срок действия пошлины может быть продлен. Если негативное воздействие иностранных товаров будет устранено ранее срока

окончания действия установленной пошлины, то может быть принято решение об отмене особой пошлины до истечения ранее установленного срока.

До применения специальных, антидемпинговых и компенсационных пошлин обязательное должно быть проведено расследование, которое выполняется в целях установления наличия возросшего импорта и нанесения им серьезного ущерба отрасли экономики государств-членов или угрозы его причинения. В ходе расследования также устанавливается демпинговый или субсидируемый импорт и объемы материального ущерба отрасли экономики государств-членов, угрозы его причинения или существенного замедления создания отрасли экономики государств-членов. Антидемпинговые, компенсационные и специальные расследования проводятся Департаментом защиты внутреннего рынка ЕЭК на основании заявления заинтересованных лиц в письменной форме либо по собственной инициативе.

Процедура расследования необходимости применения антидемпинговых, компенсационных или специальных мер защиты внутреннего рынка включает в себя четыре этапа: подготовительный, основной, заключительный и этап повторного расследования. Реализация алгоритма расследования предполагает проведение ряда процедурных действий, предшествующих введению и применению мер защиты внутреннего рынка ЕАЭС в отношении товаров, происходящих из иностранных государств и предназначенных для их реализации на таможенной территории ЕАЭС. В итоге по результатам проведенных расследований ЕЭК принимает решение о введении специальной защитной, антидемпинговой и компенсационной меры либо о неприменении таковой. В случае, если после начала расследования будет установлено, что задержка с применением специальной защитной, антидемпинговой и компенсационной пошлины может привести к таким негативным последствиям, которые трудно будет устранить впоследствии, может быть принято решение о введении временной предварительной пошлины при условии, что расследования обязательно будут продолжены. После окончания расследования применяется одно из следующих решений: особая пошлина применяется в том же размере, что и предварительная; особая пошлина применяется в размере ниже, нежели была предварительная; особая пошлина применяется в размере выше, нежели была предварительная; особая пошлина не применяется [3].

На сегодняшний день в отношении товаров, импортируемых на таможенную территорию Российской Федерации, в целях защиты внутреннего рынка применяются только антидемпинговые меры. Это свидетельствует о том, что наибольший ущерб отраслям национальной экономики наносят иностранные товары, импортируемые по демпинговым ценам. Наибольшее количество антидемпинговых мер применяется в отношении товаров, произведенных в Китае (17 мер); в отношении товаров, произведенных в Украине, применяется 4 меры. По одной мере применяется в отношении товаров, произведенных в Евросоюзе, Великобритании, Азербайджане, Узбекистане, Грузии, Малайзии и Индии. Облагаемые антидемпинговой пошлиной товары, произведенные в Китае, – в основном относящиеся к металлургической промышленности, кухонные и столовые приборы из коррозионностойкой стали, гусеничные бульдозеры, грузовые шины, литые колесные диски, алюминиевая посуда, меламин и др. Облагаемые антидемпинговой пошлиной товары, произведенные в Украине, являются исключительно продукцией металлургической промышленности.

Компенсационные и специальные пошлины в отношении товаров, произведенных и ввозимых из иностранных государств, применяются крайне редко и в единичных случаях. На данный момент действует 24 антидемпинговые меры, при этом более половины антидемпинговых мер применяется к товарам металлургической промышленности.

Рассмотрим практику и последствия применения особых пошлин на примере антидемпинговых пошлин в 2021 г. Россия ввела 25 защитных мер на товары, импортируемые из других стран, а против российских товаров – 93 защитные меры. Тогда пошлины играли незначительную фискальную роль – их поступление в федеральный бюджет России составило всего 1,5% по сравнению с поступлением ввозных таможенных пошлин. В то же время был выявлен устойчивый рост поступления особых пошлин – за период 2011–2021 гг. их объем увеличился в 13 раз. Действующие в настоящее время в ЕАЭС нормативы распределения особых пошлин не отвечали сложившейся структуре импорта в странах ЕАЭС. Фискальную роль особых пошлин для российского бюджета удалось бы повысить при условии изменения порядка их распределения между странами ЕАЭС так, чтобы вся сумма особых пошлин на импортные товары зачислялась в бюджет той страны, которая инициировала их введение. Вместе с тем следует учитывать, что данное предложение, возможно, вызовет негативную оценку стран ЕАЭС,

редко иницирующих введение особых пошлин (к их числу относится Казахстан), которые вследствие данных изменений лишатся части бюджетных доходов [4]. Таким образом, роль антидемпинговых пошлин – инструмент защиты рынка, а не источника доходов.

Особые пошлины, в первую очередь антидемпинговые, служат ключевым инструментом защиты внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции, предотвращая ущерб для национальных производителей. Несмотря на 13-кратный рост их применения в 2011–2021 гг., фискальная роль таких мер остается незначительной (1,5% от ввозных пошлин в РФ), что подтверждает их целевую направленность на поддержку отраслей.

В долгосрочной перспективе важно сохранить баланс: защищая рынок, не допускать чрезмерного протекционизма, способного спровоцировать торговые конфликты или замедлить развитие отраслей.

Таким образом, особые пошлины остаются важным экономическим инструментом для роста эффективности национальной экономики.

Библиографический список

1. Гармашова Е. А. Роль таможенных пошлин в системе государственного регулирования ВЭД // Наука и знание: актуальные проблемы устойчивого экономического развития и обеспечения безопасности регионов России в условиях вызовов времени и социально-экономической неопределенности: Материалы XXIII Междунар. науч.-практич. конф-ии, Новороссийск, 15–16 апреля 2021 года / Под общ. ред. Л. А. Демидовой, Т. А. Куткович. Ч. 2. Новороссийск: Московский гуманитарно-экономический институт, Новороссийский филиал, 2021. С. 44–46. EDN CDHJKS.
2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза). URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 10.04.2025).
3. Давиденко Л. Г. Особенности применения особых пошлин при импорте товаров на таможенную территорию ЕАЭС // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. 2024. № 2(55). С. 18–24. EDN CCGSRS.
4. Федотов Д. Ю. Фискальная роль особых пошлин на импортные товары // Финансовый журнал. 2023. Т. 15, № 3. С. 25–40. DOI 10.31107/2075-1990-2023-3-25-40. EDN OJZZEP.

УДК 338.45

А. С. Васильев

студент кафедры международного предпринимательства

Е. С. Кузнецова – преподаватель – научный руководитель

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕГО ПРОИЗВОДСТВА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

Цель статьи – анализ текущего состояния и перспектив импортозамещения в сфере высоких технологий, а также выявление ключевых факторов, способствующих или препятствующих развитию отечественного производства. Причиной написания статьи послужило санкционное давление на Россию и необходимость достижения ее технологической независимости. Западные санкции против России с 2022 г. особенно резко ограничили доступ к высокотехнологическим товарам и комплектующим. Это побуждает страну к развитию собственного производства для создания устойчивости экономики. Эта задача остается актуальной в среднесрочной и долгосрочной перспективе, так как технологическая независимость – основа устойчивого развития страны в условиях санкций и глобальной трансформации экономики.

В условиях введения антироссийских санкций для России особенно актуальной становится задача оценки потенциала импортозамещения в экономике Российской Федерации и разработки методологических подходов к оценке возможностей по его реализации.

В 2020 г. Россия заняла 19 место в мировом импорте с долей в 1,32 % (в 2019 г. – 22 место с долей в 1,28 %) (рис. 1) [1].

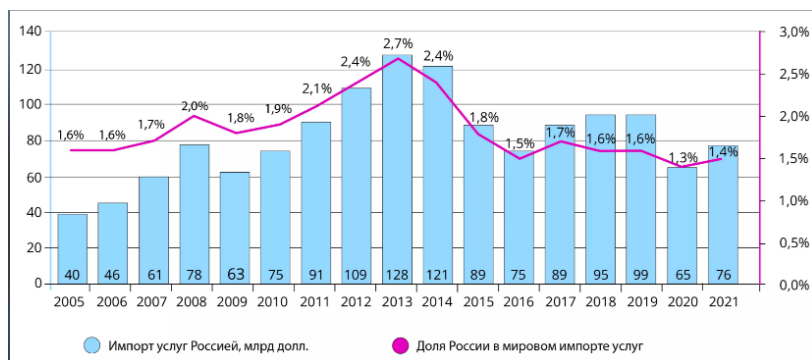


Рис. 1. Место России в мировом импорте в 2020 г., % к итогу [1]

Импорт инвестиционных товаров в 2020 г. увеличился на 3,3% до 62,7 млрд долл. при одновременном повышении доли в общем объеме на 2,2 п.п. до 27,1%. Основную долю инвестиционного импорта занимала машинно-техническая продукция (97,7%) [2].

Объемы российского экспорта и импорта технологий в текущих ценах выросли за 2001–2019 гг. соответственно в 14,6 и 12,2 раза, достигнув в 2019 г. максимальных значений за весь рассматриваемый период – 3,5 и 4,8 млрд долл. Суммарный внешнеторговый оборот технологий в России в 2019 г. составил 8,4 млрд долл. [2].

Российская технологическая промышленность достаточно развита, но обладает невысокой популярностью у потребителей как внутри страны, так и вне.

Технологическая продукция России охватывает широкий спектр отраслей и включает в себя как высокотехнологичные, так и традиционные товары. В последние годы акцент на развитие отечественного производства и импортозамещение стал особенно актуальным, что привело к росту интереса к различным сегментам технологической продукции.

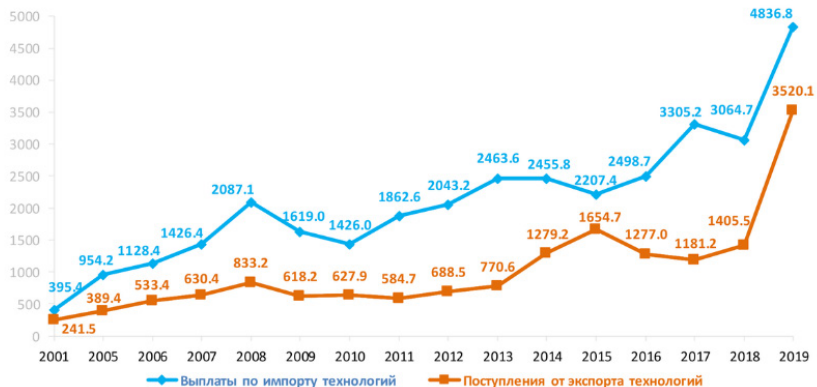


Рис. 2. Динамика экспорта и импорта технологий в России, млн долл. [2]

Рассмотрим несколько ключевых направлений.

1. Информационные технологии:

- программное обеспечение. «1С:Предприятие» – система для автоматизации учета и управления на предприятиях. «Лаборатория Касперского» предлагает решения по кибербезопасности, включая антивирусные программы и системы защиты информации;

- облачные технологии. «Яндекс.Облако» предоставляет услуги облачного хранения и вычислений, что позволяет компаниям эффективно управлять данными.

2. Электроника:

- Микроэлектроника. Заводы, такие как «Микрон», производят микросхемы и полупроводниковые устройства, которые используются в различных электронных устройствах;

- бытовая электроника. Компания «Электрোলюкс» производит бытовую технику, включая холодильники и стиральные машины, с использованием современных технологий.

3. Авиационная и космическая техника:

- самолеты. Современный региональный пассажирский самолет «Сухой Суперджет 100» активно используется как на внутреннем, так и на международном рынках;

- космические аппараты. Модуль «Наука», который был запущен на Международную космическую станцию (МКС), представляет собой пример российских достижений в области космонавтики.

4. Машиностроение:

- сельскохозяйственная техника. Компания «Ростсельмаш» производит комбайны и тракторы, которые используются в аграрном секторе;

- промышленное оборудование. Заводы по производству станков с числовым программным управлением (ЧПУ) обеспечивают высокую точность обработки металлов.

5. Нанотехнологии:

- наноматериалы. Исследования в области графена и углеродных нанотрубок ведутся в таких институтах, как Российская академия наук. Эти материалы находят применение в электронике, медицине и строительстве;

- биомедицинские нанотехнологии. В российских научных центрах активно ведется разработка наночастиц для целевой доставки лекарств в организм.

6. Энергетика:

- возобновляемые источники энергии. Выполняются проекты по созданию солнечных панелей и ветровых электростанций. Например, компания «РусГидро» реализует проекты по строительству гидростанций с использованием современных технологий;

– ядерная энергетика. Российская корпорация «Росатом» разрабатывает новые реакторы, такие как БРЕСТ-300 на быстрых нейтронах.

7. Биотехнологии:

– вакцины и препараты. Разработка вакцины против COVID-19 «Спутник V», созданной НИЦЭМ имени Гамалеи, стала значительным достижением российской науки;

– генетические исследования. Проекты по редактированию генома с использованием CRISPR-технологий ведутся в российских научных учреждениях для создания новых сортов растений или лечения заболеваний.

Эти примеры подчеркивают разнообразие технологической продукции России и показывают активное развитие различных отраслей с использованием современных технологий.

В различных нормативно-правовых актах стратегической направленности было провозглашено инновационное развитие страны. Так, в 2011 г. в документе «Стратегия 2020» (утверждена Распоряжением Правительства от 08.12.2011 № 2227-р) выделены главные приоритеты инновационного развития [3]. Это, прежде всего, касается развития человеческого капитала, роста инновационной активности производственных предприятий и внедрения инноваций в государственном секторе. Ускорение технологического развития РФ и увеличение к 2024 г. до 50% доли организаций, осуществляющих технологические инновации, заявлены в перечне главных национальных целей, ведущих к прорывному научно-технологическому развитию России [4]. Все это в совокупности, как предполагается, позволит России превратиться в «одного из глобальных лидеров мировой экономики. Стратегия, принятая в 2011 г. является стартовой. Есть и более новые документы правительства:

– Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»;

– Стратегия научно-технического развития РФ, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642;

– Концепция технологического развития на период до 2030 г., утвержденная Указом Президента РФ от 20 мая 2023 г. № 1315-р;

– Федеральный закон от 4 августа 2023 г. № 478-ФЗ «О развитии технологических компаний в Российской Федерации».

Можно выделить ряд проблем в становлении инновационной экономики России. Это неразвитость институтов, в частности высокие барьеры входа на рынки, и несовершенство законодательства.

В качестве решения данной проблемы государству следует предпринимать меры по формированию благоприятных условий и активизации инновационной деятельности для всех субъектов экономической системы: предоставлять новым перспективным субъектам малого и среднего предпринимательства льготы и субсидии, корректировать законодательство с целью упрощения ведения организациями финансово-хозяйственной деятельности, снижения административных издержек, устранения противоречий и неоднозначного толкования и пр. Следует отметить недостаточное финансирование науки, которое, в том числе, можно нивелировать не только и не столько усилением финансирования фундаментальных и прикладных исследований, сколько внедрением дополнительных льгот [5].

Необходимым условием для развития российского импортозамещения является повышение эффективности государственной поддержки, создание благоприятных условий для развития инновационных технологий, в том числе за счет информационного и консультационного сопровождения организаций, предоставления налоговых льгот и субсидий на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, повышения конкурентоспособности российских товаров.

Импортозамещение как важнейший фактор сбалансированного макроэкономического развития страны должен также основываться и на частном предпринимательстве, а увеличение роли инвестиций в человеческий капитал должно восприниматься как обязательное условие для развития инновационных предприятий [6]. Немаловажным пунктом является не только увеличение финансирования государственных программ, но и должный контроль за их целевым распределением и использованием, включая контроль и на региональном уровне.

Таким образом, в современных условиях политической и экономической нестабильности особое значение приобретает повышение внутреннего и экспортного потенциала российских товаров. Курс на импортозамещение вынуждает преодолевать критическую зависимость от иностранных товаров и тех-

нологий и создавать высокотехнологичное производство для развития различных отраслей, что может стать существенной защитой национальной экономики [7]. Для дальнейшего развития импортозамещения необходимо решить множество проблем, но без этого нельзя с уверенностью говорить об успешной реализации политики устойчивого развития страны. Это невозможно без создания благоприятных условий ведения бизнеса, совершенствования законодательства, поддержки со стороны финансового капитала, а также развития проектов государственно-частного партнерства.

Библиографический список

1. Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <https://economy.gov.ru/> (дата обращения: 07.04.2025).
2. Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/966501342.pdf> (дата обращения: 07.04.2025).
3. Гордиенко Д. В. Методологический подход к оценке потенциала импортозамещения в экономике Российской Федерации и возможностей по его реализации. Часть 1. Методология оценки потенциала импортозамещения Китайской Народной Республики и других стран // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 2, № 8(139). С. 50–67.
4. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2020 году и первом полугодии 2021 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf (дата обращения: 07.04.2025).
5. Максименко М. Н. Импортозамещение и инновации: новая реальность // Актуальные вопросы современной науки: теория, методология, практика, инноватика: сб. науч. ст. по материалам VI Междунар. науч.-практич. конф-ии, Уфа, 28 сентября 2021 года. Уфа: ООО «Научно-издательский центр "Вестник науки"», 2021. С. 100–108.
6. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14477?print=1>. (дата обращения: 07.04.2025).
7. Мухаметзянова Д. Д. Белай О. С. Проблемы развития инновационной деятельности российской экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 12(130). С. 54. URL: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=43043690> (дата обращения: 07.04.2025).

УДК 325.7

Д. П. Голубкова

студент кафедры международного предпринимательства и права

Э. В. Маскаленко – старший преподаватель – научный руководитель

МИГРАЦИЯ В КОСМОС: ПЛАНЫ ОАЭ ПО СОЗДАНИЮ «МАРСИАНСКОГО ГОРОДА» И ПРИВЛЕЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКСПЕРТОВ

С начала космической эры человечество мечтало о выходе за пределы Земли и колонизации других планет. В XXI в. эти мечты начинают обретать реальные очертания благодаря стремительному развитию технологий и появлению амбициозных международных проектов. Одной из наиболее впечатляющих инициатив в этой области стал проект Mars 2117, представленный Объединенными Арабскими Эмиратами (ОАЭ) в 2017 г. Этот масштабный план предполагает создание первого устойчивого человеческого поселения на Марсе в течение следующего столетия, что может стать поворотным моментом в истории освоения космоса. Проект Mars 2117 представляет собой не просто футуристическую концепцию, а хорошо продуманную долгосрочную стратегию, которая уже сегодня оказывает существенное влияние на развитие науки и технологий в ОАЭ и может в перспективе изменить представления о возможностях человечества в освоении космоса [1].

Актуальность данного исследования обусловлена несколькими ключевыми факторами. Во-первых, такие страны, как США, Китай и Россия, а также частные компании, вроде SpaceX Илона Маска, активно разрабатывают технологии для межпланетных перелетов. Во-вторых, ОАЭ, не имеющие длительной истории космических исследований, совершили впечатляющий рывок в этой сфере, демонстрируя, как грамотная государственная политика и инвестиции могут за короткий срок создать конкурентоспособную космическую программу.

Целью данной работы является комплексный анализ проекта Mars 2117, включая его технологические аспекты, этапы реализации, роль в развитии науки и экономики ОАЭ, а также значение международного сотрудничества для его успеха.

Научная новизна работы заключается в комплексном рассмотрении не только технических, но и социально-экономических аспектов проекта, включая его роль в трансформации экономики ОАЭ от нефтяной зависимости к модели, основанной на знаниях и высоких технологиях.

Методологическая основа исследования включает анализ официальных документов ОАЭ по космической политике, научных публикаций по проблемам марсианской колонизации, данных международных космических агентств, а также экспертных оценок. Особое внимание уделяется сравнительному анализу Mars 2117 с аналогичными проектами других стран и частных компаний.

Качественная составляющая исследования включает глубокий анализ официальных документов, таких как Национальная космическая стратегия ОАЭ до 2030 г., отчеты Космического центра Мохаммеда бен Рашида и материалы Космического агентства ОАЭ. Особое значение придается дискурсивному анализу публичных выступлений руководителей страны, пресс-релизов и медиа-материалов, посвященных проекту. В исследовании детально изучены конкретные составляющие проекта Mars 2117, включая марсианский «научный город» в пустыне и миссию зонда Норе, с последующим сравнением с аналогичными международными инициативами [2].

Сотрудничество США и России в космической сфере оказало влияние на российскую аэрокосмическую промышленность. Однако это также могло способствовать сохранению высокотехнологичных возможностей и рабочей силы, связанных с военными целями. Российско-американское сотрудничество в космической сфере может ограничивать нежелательный технологический обмен с странами, такими как Иран. Видимое сотрудничество в космических полетах человека стало символом изменения отношений между США и Россией в целом. Это сотрудничество может служить сигналом поддержки российских реформ и влиять на политический контекст, окружающий отношения США и России. Сотрудничество в области пилотируемых космических полетов предполагает долгосрочное взаимодействие, которое может служить важным национальным целям в освоении космического пространства и развитии двусторонних отношений. Обе стороны видят в этом сотрудничестве возможность координации программ пилотируемых космических полетов, где США предоставляют стратегическое руковод-

ство. Несмотря на научную значимость и ценность проекта Международной космической станции, он остается сильно политизированным в России и имеет далеко идущие политические последствия. Политические ветры могут влиять на обмен в науке и технологии, и иногда сотрудничество может быть приостановлено для выражения глубоких опасений. Возможность запуска лазерного оружия в космос со стороны России вызывает опасения о национальной безопасности со стороны США, особенно в отношении сетки спутников в космосе. В целом исследование подчеркивает сложность и многогранность взаимодействия между США и Россией в космической сфере, включая влияние на аэрокосмическую промышленность, технологический обмен, общее отношение между странами и национальную безопасность [2].

Проведенное исследование проекта Mars 2117 позволяет сделать ряд важных выводов о перспективах космической колонизации и роли ОАЭ в этом глобальном процессе. Анализ показал, что данная инициатива представляет собой не просто амбициозную космическую программу, а комплексную стратегию национального развития, умело сочетающую технологические, экономические и геополитические аспекты. Несмотря на относительную молодость своей космической программы, ОАЭ демонстрируют впечатляющие результаты – от успешной марсианской миссии Hope Probe до создания уникального исследовательского комплекса Mars Science City. Эти достижения стали возможны благодаря продуманной политике международного сотрудничества, привлечению лучших мировых специалистов и значительным инвестициям в научно-техническую инфраструктуру.

Особого внимания заслуживает трансформационный эффект, который проект оказывает на экономику ОАЭ. Проект Mars 2117 выступает катализатором перехода от нефтяной экономики к экономике знаний, стимулируя развитие высокотехнологичных отраслей и создавая новые рынки. Образовательные программы проекта уже готовят новое поколение ученых и инженеров, способных обеспечить технологический суверенитет страны. При этом важно отметить, что реализация столь масштабной инициативы сопряжена с существенными вызовами – от технологических ограничений в области радиационной защиты и систем жизнеобеспечения, до вопросов долгосрочного финансирования и правового регулирования [3].

Перспективы проекта во многом зависят от способности ОАЭ сохранить текущие темпы развития и продолжить эффективное международное сотрудничество. Уже сейчас очевидно, что даже если сроки реализации Mars 2117 будут скорректированы, сам проект оказывает значительное влияние на глобальную космическую отрасль, задавая новые стандарты межгосударственного взаимодействия в освоении космоса. Важнейшим уроком этой инициативы стало доказательство того, что космические амбиции могут стать мощным инструментом национального развития, способным объединить науку, промышленность и образование вокруг масштабной общественно значимой цели. В конечном итоге, Mars 2117 независимо от своих конечных результатов уже сегодня вносит существенный вклад в развитие человечества, приближая эру межпланетной цивилизации и демонстрируя новые модели устойчивого развития в условиях глобальных вызовов.

Библиографический список

1. Mohammed Bin Rashid Space Centre. (2021). «Mars 2117 Project». URL: <https://www.mbrsc.ae/mars2117> (дата обращения: 03.04.2025).
2. Dubai Future Foundation. (2017). «Mars Science City: A prototype for life on Mars». URL: <https://www.dubaifuture.gov.ae/our-projects/mars-science-city/> (дата обращения: 03.04.2025).
3. TEDxDubai. (2022). «Building a city on Mars: The UAE's ambitious plans». URL: <https://www.ted.com/talks/example> (дата обращения: 03.04.2025).

УДК 339.564

П. Д. Клименко

студент кафедры международного предпринимательства

Э. В. Маскаленко – старший преподаватель – научный руководитель**ЭКСПОРТ НЕФТИ ИЗ РОССИИ В КИТАЙ: ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ВЫЗОВЫ**

Торгово-экономические отношения между Россией и Китаем в нефтяной сфере начали активно развиваться в конце XX – начале XXI вв. В это время Китай, стремительно наращивающий экономический потенциал, столкнулся с увеличением потребностей в энергоресурсах, а Россия искала новые рынки сбыта нефти, чтобы снизить зависимость от европейских покупателей.

Сейчас российско-китайское сотрудничество набирает большие обороты в энергетической сфере. Развитие российской экономики и рост населения Китая требуют больших затрат энергии, это стремительно стимулирует двустороннее сотрудничество.

Нынешнее состояние российско-китайских экономических отношений определяются сторонами как всеобъемлющее равноправное доверительное партнерство и стратегическое взаимодействие, о чем говорит стабильный рост экспортно-импортных показателей на протяжении последних лет. На это у обоих государств есть свои объективные причины [1].

Китайская энергетическая стратегия все активнее ориентируется на диверсификацию поставщиков, однако Россия сохраняет свое преимущество благодаря географической близости, политической стабильности партнерства и конкурентоспособным ценам.

Экспорт нефти из России в Китай с 2019 по 2025 год демонстрирует устойчивый рост, отражая стратегическое сближение двух стран в энергетической сфере. В 2023 году Россия поставила в Китай 89 млн тонн нефти, что составляет около 2,05 млн баррелей в сутки, превзойдя Саудовскую Аравию и став крупнейшим поставщиком нефти в Китай (рис. 1).

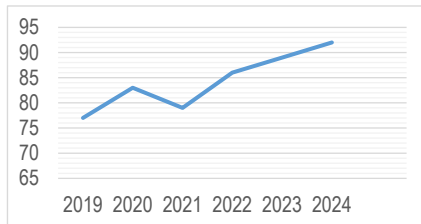


Рис. 1. Динамика поставок нефти из России в Китай в 2019–2024 гг., млн тонн [2]

На графике представлена динамика объемов экспорта нефти из Российской Федерации в Китайскую Народную Республику за период 2019–2024 г. Данные за этот период основаны на официальной статистике Федеральной таможенной службы РФ и открытых источников. На 2025 г. прогнозируются тенденции роста поставок и расширение инфраструктурного сотрудничества, включая увеличение мощностей нефтепровода «Восточная Сибирь – Тихий океан» (ВСТО) и морского экспорта через порты Дальнего Востока. Наблюдается стабильная положительная динамика, отражающая углубление энергетического партнерства между двумя странами на фоне геополитических сдвигов и переориентации России на восточные рынки.

Согласно данным Федеральной таможенной службы Российской Федерации и отраслевых аналитических порталов, объем поставок нефти в Китай с 2019 г. демонстрировал устойчивый рост (рис. 1). В 2019 г. поставки составили 77 млн тонн, в 2020 г. – 83 млн тонн, но в 2021 г. объем снизился до 79 млн тонн в связи с пандемийными ограничениями. Однако уже в 2022 г. поставки выросли до 86 млн тонн, а в 2023 г. достигли 89 млн тонн, сделав Китай крупнейшим импортером российской нефти. В ян-

варе-октябре 2024 г. поставки достигли 90,4 млн тонн, что на 6,4% больше в денежном выражении по сравнению с предыдущим годом.

Прогнозы на 2025–2026 гг. свидетельствуют о дальнейшем увеличении поставок – до 92 и 94 млн тонн соответственно, учитывая стратегическую переориентацию экспортных потоков на Восток [2].

Рост поставок был обусловлен предоставлением скидок на российскую нефть и использованием альтернативных маршрутов доставки. Например, в марте 2024 г. объемы морских поставок сырой нефти увеличились примерно на 300 тыс. баррелей в день, что стало крупнейшим приростом с января 2023 г. [3].

Однако в 2024 г. санкции США усилились, что привело к временной приостановке закупок российской нефти некоторыми китайскими компаниями. В марте 2025 г. две китайские нефтяные компании прекратили закупки нефти из России, а еще две сократили объемы поставок.

Также наблюдается тенденция к дедолларизации взаимных расчетов. Все больше контрактов переводятся на юани и рубли [4]. Это связано как с санкционными ограничениями, так и с усиливающейся ролью Китая как глобального экономического центра.

Однако, несмотря на потенциал энергетического сотрудничества России и Китая, возможны определенные риски.

На данный момент политика «торговой войны» Трампа по отношению к Китаю серьезно может повлиять на экономические отношения между Россией и КНР. Эти изменения несут и положительный, и отрицательный характер одновременно. Россия станет важным альтернативным поставщиком нефти, газа, угля, продовольствия и сырья. В то же время, Китай активнее инвестирует в российскую экономику, особенно в энергетику и инфраструктуру (например, газопровод «Сила Сибири», ВСТО, железные дороги, логистика). Однако Китай усиливает переговорные позиции, диктуя условия по ценам и объемам, а также Запад может увеличить давление на Россию посредством санкций из-за сотрудничества с КНР.

В последние годы Россия активно участвует в реализации крупнейшего инфраструктурного проекта Китая «Один пояс, один путь». Этот проект предусматривает создание сети транспортных и энергетических коридоров, объединяющих страны Евразии, Азии и Африки. Россия является ключевым партнером Китая в этом проекте.

Одним из важнейших этапов в развитии контрактной базы стало подписание соглашения между ПАО «Роснефть» и китайской корпорацией CNPC (China National Petroleum Corporation) в 2013 г. Стороны договорились о поставках 365 млн тонн нефти на сумму более \$270 млрд в течение 25 лет [5]. Этот контракт стал крупнейшим в истории российско-китайских энергетических отношений.

В 2022 г. «Роснефть» и CNPC подписали еще одно соглашение о дополнительных поставках 100 млн тонн нефти за 10 лет по восточному маршруту через Казахстан [3]. Это стало ответом на изменение геополитической конъюнктуры и сокращение поставок на европейский рынок.

С начала 2020-х гг. началось увеличение затрат на реализацию поставок, это может повлиять на доходность проектов и, как следствие, на решение о дальнейшем развитии сотрудничества. Кроме того, возможны политические риски в связи с изменением отношений между Россией и Китаем. Хотя две страны обладают обширной экономической связью, но это не гарантирует отсутствие политических трений, которые могут повлиять на деловую активность между рассматриваемыми партнерами.

Прогноз дальнейшего сотрудничества России и Китая показал уверенную тенденцию к росту до 2027 г. [6]. Это обусловлено не только выбранным направлением развития двусторонних отношений, но и синхронностью экономического развития и открытости России и Китая, а также активным взаимодействием пограничных служб и развитием цифровых технологий, повышающих эффективность таможенных операций в обоих государствах.

В условиях усиливающегося давления санкционного режима со стороны западных стран и перераспределения глобальных потоков углеводородов, Китай продолжает оставаться ключевым направлением российского нефтяного экспорта. Прогнозируется, что к 2026 г. объемы экспорта могут превысить 95 млн тонн в год, особенно в случае дальнейшего ухудшения торговых отношений Китая с США.

Наиболее вероятный сценарий – дальнейшее укрепление стратегического энергетического партнерства. Россия и Китай будут расширять сотрудничество в сфере строительства новых газопроводов, а также перейдут на расчет в национальных валютах. Однако возможен вариант, что Китай сохранит

диверсифицированный подход, продолжая закупки нефти у РФ, но одновременно развивая отношения с Саудовской Аравией, Ираном и странами Африки. В этом случае Россия останется одним из ключевых поставщиков, но будет вынуждена конкурировать по ценам и условиям поставок.

Тем не менее, Китай с высокой вероятностью останется главным экспортным рынком для российской нефти, особенно в условиях глобального энергоперехода и диверсификации цепочек поставок.

Библиографический список

1. Шувалов А. Сотрудничество в топливно-энергетической сфере между Россией и Китаем на современном этапе // Россия и мир: диалоги. 2020: сб. Междунар. науч.-практич. конф-ии. М., 2020. С. 481–489.

2. Коммерсант. Высокие товарно-денежные отношения – ФТС России опубликовала данные о внешней торговле товарами. URL: <https://customs.gov.ru/press/prensa-o-nas/document/506657> (дата обращения: 13.04.2025).

3. Экспорт нефти и СПГ из России в Китай в 2023 году вырос почти на четверть. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/504643-eksport-nefti-i-spg-iz-rossii-v-kitaj-v-2023-godu-vyros-pochti-na-ctvert> (дата обращения: 12.04.2025).

4. Каримов М. А. и др. Возможности и перспективы развития российско-китайского энергетического сотрудничества и кооперации // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 3. № 6 (138). С. 68–73.

5. Петрушина О. М., Тимохин А. Д. Влияние экспорта российской нефти в Китай на развитие двустороннего международного экономического сотрудничества // Международная торговля и торговая политика. 2018. № 3 (15). С. 115–125.

6. Абрамова Р. С., Володин И. Р. Анализ экономических отношений Россия-Китай, прогноз на 2025–2026 годы // Вестник Академии знаний. 2024. № 6 (65). С. 27–31.

УДК 314.74

Е. М. Колянов

студент кафедры международного предпринимательства

Э. В. Маскаленко – старший преподаватель – научный руководитель**Е. С. Кузнецова** – преподаватель – научный руководитель

МИГРАЦИЯ ИЗ МЕКСИКИ В США: ПРИЧИНЫ, ВЫЗОВЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Миграция из Мексики в США – один из ключевых социально-экономических процессов, формирующих демографическую, экономическую и культурную динамику обеих стран. Этот феномен, подпитываемый экономическими диспропорциями, социальной нестабильностью и политическими факторами, остается актуальным в 2025 г. Соглашение о свободной торговле между Соединенными Штатами, Мексикой и Канадой (USMCA), изменения в миграционной политике США, особенно нашедшие отражение в решениях и действиях администрации Трампа, и последние статистические данные подчеркивают значимость миграции. Автор статьи, учитывая актуальные данные и тенденции, анализирует современные причины и вызовы миграции, а также ее последствия для Мексики и США [1].

Миграция из Мексики в США обусловлена комплексом экономических, социальных и политических факторов, которые взаимосвязаны и усиливают друг друга.

Основным драйвером миграции по финансовым причинам остается экономическое неравенство между Мексикой и США. Высокий уровень бедности, безработица и низкие зарплаты в Мексике подталкивают людей к поиску возможностей в США. По данным Национального института статистики и географии Мексики (INEGI), в 2022 г. уровень бедности составлял 36,3%, что, несмотря на снижение по сравнению с 43,9% в 2020 г., остается значительным [2]. В 2024 г. экономические трудности, включая рост инфляции и нестабильность на рынке труда, продолжали стимулировать миграцию. В США мигранты, даже на низкооплачиваемых должностях, зарабатывают больше и отправляют денежные переводы семьям. В 2023 г. объем переводов мигрантов в Мексику достиг рекордных 63,3 млрд долл., что подчеркивает экономическую значимость миграции [3].

Социальные факторы также играют важную роль в миграционных решениях. Ограниченный доступ к качественному образованию, медицинским услугам и развитой инфраструктуре в некоторых регионах Мексики стимулирует миграцию в США, где эти блага более доступны. Кроме того, миграция может быть обусловлена стремлением к улучшению качества жизни, обеспечению лучшего будущего для детей и воссоединению с семьей, которая уже проживает в США [4].

Политическая нестабильность, насилие со стороны наркокартелей и высокий уровень преступности остаются ключевыми факторами миграции. В 2024 г. насилие в ряде мексиканских штатов, таких как Мичоакан и Герреро, продолжало вынуждать людей покидать свои дома. Коррупция и безнаказанность подрывают доверие к государству, а угрозы жизни и вымогательства заставляют искать убежище в США [5]. Политика администрации Трампа, включая возобновление программы «Оставайся в Мексике» в 2025 г., ужесточила доступ к убежищу, но не снизила мотивацию для миграции.

Вместе с тем, миграция из Мексики в США сопряжена с многочисленными вызовами и рисками на всех этапах этого процесса. Нелегальное пересечение границы является опасным и рискованным предприятием. Мигранты часто вынуждены преодолевать большие расстояния пешком, пересекать пустыни и реки, подвергаясь воздействию экстремальных температур, обезвоживанию и нападениям со стороны преступников. Нередки случаи гибели мигрантов в результате несчастных случаев, болезней или насилия [6].

Получение визы и статуса беженца в США – сложный и длительный процесс, требующий значительных финансовых затрат и юридической помощи. Многие мигранты сталкиваются с проблемами при легализации своего статуса, что делает их уязвимыми перед эксплуатацией и дискриминацией. Отсутствие легального статуса также ограничивает доступ к образованию, медицинским услугам и другим социальным благам [7].

Также немаловажным фактором трудностей миграции является то, что интеграция в американское общество затруднена языковыми, культурными и социальными барьерами. Мигранты сталкиваются с

дискриминацией, трудностями в поиске работы и жилья, а также социальной изоляцией. В 2024 г. рост антииммигрантских настроений, подогреваемых политической риторикой, усилил эти проблемы [8].

Соглашение USMCA и миграционная политика Трампа

Североамериканское соглашение о свободной торговле (NAFTA) было заменено соглашением USMCA в 2020 г. при администрации Трампа. USMCA направлено на укрепление экономического сотрудничества, но не решает напрямую проблему миграции. В рамках своей миграционной политики Трамп в 2017–2021 г. ужесточал меры, включая строительство пограничной стены и введение программы «Оставайся в Мексике». В 2024 г., после переизбрания, Трамп возобновил эти меры, а также ввел 25% тарифы на мексиканский импорт, что, по мнению экспертов, может ослабить экономику Мексики и усилить миграцию, несмотря на заявленные цели. В 2024 г. 617,7 тыс. человек из Мексики пересекли границу США. Данная цифра указывает на сохраняющуюся значимость мексиканской миграции в общем миграционном потоке в США [9].

Рассматривая последствия миграции, стоит отметить, что масштабные перемещения населения между Мексикой и Соединенными Штатами существенно влияют на социально-экономические структуры обоих государств, трансформируют семейные связи мигрантов и определяют вектор развития приграничных территорий.

Мигранты сталкиваются со значительными эмоциональными и социальными трансформациями, формируя сложную систему психологических и межличностных изменений. Экономическая мобильность и расширение образовательных перспектив способствуют личностному развитию мигрантов, одновременно вызывая глубокие переживания из-за географической разобщенности с близкими. Длительная социальная адаптация на новом месте часто сопровождается психологическим дискомфортом и нарушением привычных поведенческих паттернов. Утрата традиционных культурных связей и размывание этнической самоидентификации становятся ключевыми факторами дезориентации личности в новой социальной среде [10].

Для мексиканской экономики существенный отток высококвалифицированных специалистов создает определенные препятствия для устойчивого развития государства. Но с другой стороны, финансовые трансферты мексиканских граждан, работающих за рубежом, формируют значительный приток валюты в национальную экономику. Согласно официальной статистике центрального банка страны, суммарный объем денежных поступлений от мигрантов достиг отметки 40,6 млрд долл. за 2020 г., обеспечивая существенную материальную поддержку множеству домохозяйств [11].

Для США миграционные процессы формируют уникальную динамику рынка занятости через многогранное влияние на социально-экономическую сферу. Трудовые мигранты восполняют дефицит рабочей силы в секторах с низкой заработной платой, создавая дополнительную стоимость для национальной экономики при минимальной конкуренции с местным населением. Экономические спады усиливают напряженность между различными группами населения из-за обострения борьбы за рабочие места. Мультикультурная среда, сформированная миграционными потоками, становится источником как творческого обогащения американского общества, так и потенциальных разногласий между представителями разных этнических групп [1].

Таким образом, социально-экономические диспропорции между Мексикой и Соединенными Штатами создают устойчивые миграционные потоки, трансформирующие демографическую структуру обеих стран. Масштабное перемещение населения через американо-мексиканскую границу формирует комплексные вызовы для государственных институтов и механизмов социальной адаптации. Эффективное регулирование миграционных процессов требует глубокого анализа экономических стимулов, социальных связей и культурных особенностей переселенцев для выработки сбалансированной политики натурализации и противодействия нелегальному пересечению границы.

Современная миграционная динамика США характеризуется преимущественно латиноамериканским вектором, где мексиканский компонент занимает центральное место. Экономическая стагнация Мексики, углубляющийся социальный разрыв между слоями населения и естественное стремление граждан к благополучию стимулируют масштабное перемещение населения через северную границу. Неэффективность государственной политики Мексики по стабилизации внутренней ситуации проявляется в отсутствии комплексных мер по улучшению экономического климата, социальной защиты и без-

опасности граждан. Правительство Мексики, вместо создания условий для возвращения соотечественников, концентрирует усилия на разработке юридических механизмов защиты прав мигрантов и расширении консульской поддержки мексиканских граждан на территории США.

Несмотря на различия и проблемы, существующие во взаимоотношениях Мексики и США, сотрудничество и поиск компромиссов является в долгосрочной перспективе наиболее выгодным решением для обеих стран. Можно заключить, что, несмотря на успехи в борьбе с организованной преступностью, структуры США и Мексики никогда не смогут искоренить ее до конца, пока не будет урегулирована проблема нелегальной миграции.

Библиографический список

1. Сурма К. А. Эволюция иммиграционной политики США в области противодействия нелегальной иммиграции в 1890-х – первой половине 1950-х гг. // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А. Гуманитарные науки. 2020. № 9. С. 148–152.
2. Карповская Н. В. Формирование образа «чужого» в контексте проблематики международной миграции: когнитивно-прагматический потенциал лексических единиц (на материале СМИ Мексики) // Ученые записки национального общества прикладной лингвистики. 2022. № 4(40). С. 122–139.
3. Хлопов О. А. Сотрудничество США и Мексики по проблемам миграции: возможности и сложности // Гуманитарный научный вестник. 2019. № 2. С. 11–19.
4. Каширина Т. В. Американское направление во внешней политике Мексики // Обозреватель. 2021. № 11(382). С. 72–81.
5. Лисина О. В. Международная миграция во благо устойчивого развития: на примере Мексики // Синергия Наук. 2019. № 40. С. 123–127.
6. Ольшанская Л. В. История становления мексиканско-американского миграционного коридора и развитие системы его правового регулирования // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2024. Т. 13, № 3(56). С. 680–688.
7. Расулов К. М. Мексикано-американские отношения в эпоху Трампа // Актуальные проблемы гуманитарного знания: прошлое и современность. Материалы VI Междунар. науч. конф-ии, Москва, 24 ноября 2024 года. М.: НИИ истории, экономики и права, 2024. С. 89–105.
8. Гладкова Ю. П. Мексиканские клубы в США как форма институализации мексиканской диаспоры // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 1(27). С. 64–66.
9. Цапенко И. П. Миграционная политика США в отношении государств североамериканского континента // Вестник МГИМО Университета. 2021. Т. 14, № 5. С. 101–129.
10. Хлопов О. А. Сотрудничество США и Мексики по проблемам миграции: возможности и сложности // Гуманитарный научный вестник. 2019. № 2. С. 11–19.
11. Бубнова Н. И. Стратегия США в зеркале иммиграционной политики Трампа // Россия и современный мир. 2019. № 3(104). С. 64–88.

УДК 327

Д. А. Леонтьев

студент кафедры международного предпринимательства

Э. В. Маскаленко – старший преподаватель – научный руководитель

КОСМИЧЕСКИЕ ПРОГРАММЫ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ УКРЕПЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В данной статье представлен обзор космических программ, реализуемых различными государствами, который позволит глубже понять текущие тенденции в развитии этой отрасли и выявить возможности для международного сотрудничества. Особое внимание уделяется тому, как разные подходы и стратегии, применяемые в космических программах, могут способствовать сближению на уровне научных исследований, технологий и коммерческих инициатив.

В современном мире, где политические и экономические реалии непрерывно меняются, взаимоотношения между странами остаются одним из наиболее актуальных и важных аспектов международной политики. Глобализация, технологические достижения и общие вызовы, такие как изменение климата и безопасность, требуют от государств эффективного сотрудничества и взаимопонимания. Одной из наиболее перспективных областей такого сотрудничества является космос. Изучение космоса не только углубляет знания человечества о вселенной, но и служит платформой для установления и укрепления взаимоотношений между нациями. В этой статье автор рассматривает два различных подхода к сближению стран через космос, сосредоточив внимание на примере США и РФ.

На данный момент в мире насчитывается 11 космических держав: США, Япония, Китай, Великобритания, Индия, Израиль, Россия, Украина, Иран, КНДР, Республика Корея. Из них три являются космическими сверхдержавами – Россия, США и Китай, потому что именно они освоили технологию самостоятельных пилотируемых космических полетов.

В декабре 2024 г. американское агентство NovaSpace опубликовало отчет о государственных космических программах, который показал значительный рост милитаризации космоса. В 2024 г. на космические проекты было выделено 135 млрд долл., что на 10% больше, чем в 2023 г. США лидируют по финансированию, получая 59% мировых государственных средств, однако недовольны текущими ассигнованиями и планируют привлечь частные инвестиции [1].

Администрация президента США акцентирует внимание не на увеличении количества спутников для сдерживания, а на развитии наступательных космических вооружений и расширении миссий Космических сил. Очевидно, что уровень защиты существующих спутников вызывает беспокойство, что стало предметом активных обсуждений. Окончательные изменения в подходах будут определены в военном бюджете на 2026 г., который должен отражать политику «мира с позиции силы».

Вопросы касательно будущего космической программы «Артемиды», инициированной Д. Трампом, вызваны изменениями в подходе новой администрации. Они недовольны темпами реализации программы и акцентируют внимание на приоритетных полетах на Марс. Одна из целей «Артемиды» – это привлечение других стран для создания нового космического порядка в соответствии с американскими правилами. Администрация намерена развивать членство в «Артемиде», уже подписавшей к началу февраля 2025 г. соглашение с 53 странами, хотя детали программы могут измениться.

В рамках своей новой стратегии президент Д. Трамп предлагает альтернативные меры в различных областях, включая контроль над сектором Газа и инвестиции в Черноморский регион. Эти инициативы направлены на противодействие китайскому проекту «Один пояс, один путь», который включает крупные инвестиции и телекоммуникации. Последние события в Сирии и Иране также могут свидетельствовать о планах по разрушению морского компонента этого проекта. Исследователи в США начали активно изучать геополитику и астростратегию в контексте освоения космоса, подчеркивая важность этих вопросов.

Суть лозунга «Make America Great Again» (MAGA) заключается в том, что он может быть интерпретирован как призыв к изоляционизму или же как миссия глобального доминирования, что отсылает к

американской политической мифологии. Для Трампа и его команды MAGA – это не выбор между путями развития, а стратегия подтверждения лидерства США через экономическое, технологическое и военное доминирование в новой космической экономике. В этой стратегии важна борьба с конкурентами и создание рынка, где логистика будет ключевым аспектом.

Несмотря на резкие и иногда агрессивные планы США, Россия продолжает активно развивать и поддерживать международное сотрудничество в различных областях, включая космические технологии. Подписано третье дополнение к соглашению Роскосмоса и NASA, о перекрестных полетах к Международной космической станции, запланированы 3 полета в 2025–2026 гг. [2]. Западные страны, включая членов ЕС, действительно приостановили участие в совместных космических программах с Российской Федерацией, однако это не стало препятствием для России в поиске новых партнеров и альтернативных путей развития.

Особое внимание уделяется партнерству с Китаем. Планы на сотрудничество с КНР уже сейчас грандиозны. Президент В. В. Путин подчеркивает, что Россия будет активно сотрудничать «со всеми странами БРИКС в целом», что указывает на переориентацию внешнеэкономической политики и стремление наладить эффективные связи с развивающимися экономиками [3].

Например, 8 мая 2024 г. Роскосмос и Китайская национальная космическая администрация подписали меморандум о сотрудничестве по созданию лунной электростанции [4]. На станции, создание которой планируется уже к 2036 г., будут проводиться различные фундаментальные космические исследования, к данному проекту уже присоединились 13 стран.

Разработка российской ядерной энергодвигательной установки – следующий этап в области космических исследований, который имеет потенциал радикально изменить подход к долгосрочным космическим миссиям. Такой проект способен дать мощный импульс для создания более эффективных и дальнедействующих космических аппаратов, что, в свою очередь, укрепит позиции России как космической сверхдержавы. Устойчивое развитие российских космических технологий, а также их интеграция с международными инициативами создают предпосылки для масштабных успехов в освоении космоса и реализации долгосрочных научных программ [5].

Таким образом, Россия сохраняет свои амбиции на международной арене, продолжая кооперацию со странами, готовыми к партнерству, и в то же время адаптируется к новым условиям, обеспечивая себя необходимыми ресурсами и технологиями для реализации своих стратегических космических планов.

Важно осознать, что освоение космоса является не только триумфом научно-технического прогресса, но и стратегически важным индикатором международных отношений. Космическая деятельность открывает перед странами двери для сотрудничества, однако одновременно может служить источником напряженности и конфликтов. Агрессивные методы, такие как экономический дефицит и гонка за ресурсами, могут не только затупить возможности совместного исследования, но и создать барьеры, мешающие прогрессу.

Тем не менее, именно взаимовыгодное сотрудничество, основанное на общей заинтересованности в развитии и использовании космических технологий, может стать ключом к устойчивым отношениям между государствами. Совместные проекты в области науки, безопасности и экологии, способствующие обмену знаниями и ресурсами, создают единое пространство, где интересы стран пересекаются и дополняют друг друга.

Таким образом, будущее космоса будет определяться нашим желанием работать вместе, преодолевая разногласия и создавая общие цели. Важно, чтобы международное сообщество осознало, что только совместное движение вперед позволит раскрыть потенциал космоса, который может стать не только ареной для конкурентной борьбы, но и платформой для мира и сотрудничества [6].

Библиографический список

1. Исакова И. Трамп 2.0: ставка на «космос» в Большой игре Белого дома. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/tramp-2-0-stavka-na-kosmos-v-bolshoy-igre-belogo-doma/> (дата обращения: 21.03.2025).
2. Программу перекрестных полетов на МКС продлили до 2026 года. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7430049> (дата обращения: 13.05.2025).

3. Герасимова О. А. Российско-китайское научно-техническое и инновационное сотрудничество. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiysko-kitayskoe-nauchno-tehnicheskoe-i-innovatsionnoe-sotrudnichestvo> (дата обращения: (дата обращения: 21.03.2025)).
4. Роскосмос и КНКА подписали меморандум по созданию лунной электростанции. URL: <https://tass.ru/kosmos/23888761> (дата обращения: 13.05.2025).
5. Сотак Д. Через атомы к звездам. Как ядерные технологии повлияют на исследование космоса. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7659338?query=космос> (дата обращения: 22.03.2025).
6. Сотрудничество с США и новые технологии. Главные тезисы Путина на совещании по космосу. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7659294> (дата обращения: 23.03.2025).

И. А. Палаш

студент кафедры международного предпринимательства

Е. С. Кузнецова – преподаватель – научный руководитель

НОВЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПУТИ В АЗИЮ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ РОССИИ

Кардинальное изменение геополитической ситуации в 2022 г. потребовало от России срочной перестройки логистических цепочек. Традиционные западные маршруты утратили свою значимость, что сделало развитие восточных направлений стратегическим приоритетом [1]. В данной статье рассматривается, как Россия адаптирует свою транспортную инфраструктуру к новым экономическим реалиям, какие вызовы стоят перед отраслью, и какие перспективы открываются перед страной в контексте евразийской логистики.

Современная логистическая переориентация России на азиатские рынки представляет собой комплексный процесс трансформации всей транспортной инфраструктуры страны. На фоне кардинального изменения внешнеэкономических условий традиционные транспортные маршруты переживают беспрецедентную модернизацию, одновременно формируются новые перспективные направления, а цифровые технологии существенно меняют подходы к организации грузоперевозок [2].

Транссибирская магистраль (рис. 1), долгое время работавшая далеко не на полную мощность, сегодня становится ключевым звеном в новой логистической архитектуре. За последние три года объем перевозок по этому направлению вырос на впечатляющие 62%, причем особо показателен рост контейнеризированных грузов – с 700 тыс. TEU в 2021 г. до 1,5 млн TEU в 2024 г. Такая динамика потребовала масштабных инфраструктурных изменений: реализации программы «Восточный полигон» с инвестициями более 1 трлн руб., расширения пропускной способности пограничных переходов и обновления парка подвижного состава. Особое значение приобрели такие пограничные переходы как Забайкальск, где внедрена система автоматического сканирования грузов, позволяющая обрабатывать до 50 вагонов в час [3].

На рис. 1 представлены маршруты Транссибирской магистрали, а именно Транссиб, Горьковский, БАМ, Трансмонгольская и Трансманычжурская линии, Южно-Уральский ход, Турксиб и города – транспортные узлы, через которые проходят данные маршруты. Таким образом, Транссибирская магистраль проходит через зоны пяти региональных таможенных управлений: Центральное таможенное управление (ЦТУ), Приволжское таможенное управление (ПТУ), Уральское таможенное управление (УТУ), Сибирское таможенное управление (СТУ), Дальневосточное таможенное управление (ДВТУ). Она охватывает 7 из 9 часовых поясов РФ.

Параллельно происходит стремительное развитие дальневосточных портов, которые превращаются в важнейшие хабы для торговли со странами азиатско-тихоокеанского региона. Например, порт «Восточный» за последние три года увеличил грузооборот на 85%, а Владивостокский транспортный узел впервые в истории, специализируясь на угольных поставках, превысил отметку в 1 млн TEU. Это потребовало создания новых перегрузочных мощностей и скорейшей модернизации всей портовой инфраструктуры. Решение данных вопросов стало возможным благодаря реализации программы льготного тарифообразования и активному привлечению частных инвестиций в портовое хозяйство [4].

Одновременно Россия активно развивает альтернативные транспортные коридоры. Особое внимание уделяется южному направлению через Каспий, где строится глубоководный порт Оля с проектной мощностью 25 млн тонн грузов в год. Этот проект, вместе с модернизацией порта Астрахань, создает основу для развития транспортного коридора «Север–Юг» (рис. 2), связывающего Россию с Индией, Ираном и странами Персидского залива. Еще более амбициозные перспективы открывает Северный морской путь, где в 2024 г. навигация продолжалась рекордные 10 месяцев, а грузопоток достиг 40 млн тонн. Пилотные контейнерные рейсы из Шанхая в Санкт-Петербург демонстрируют сокращение времени доставки на 30–40% по сравнению с традиционными морскими маршрутами через Суэцкий канал [5].

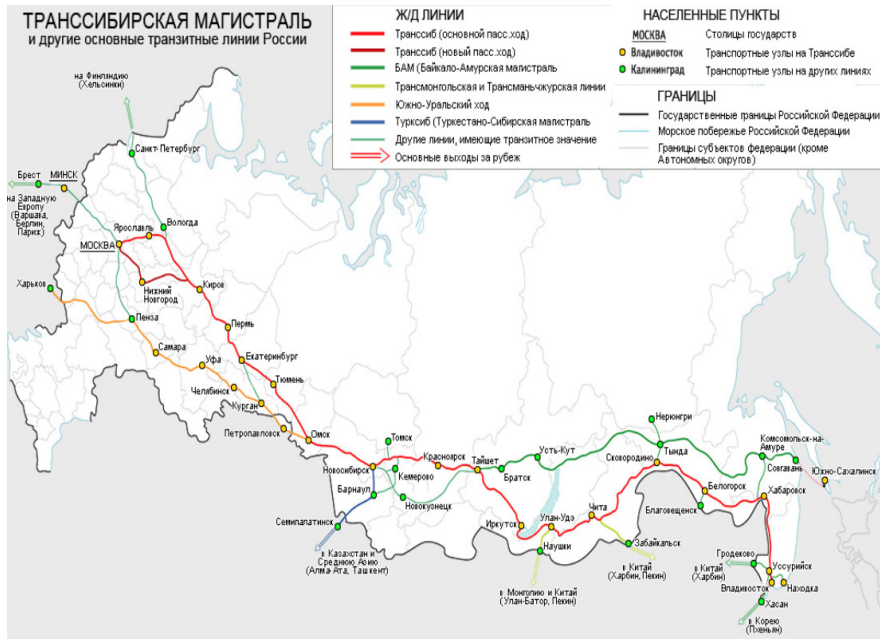


Рис. 1. Маршруты Транссибирской магистрали [4]



Рис. 2. Международный транспортный коридор «Север–Юг» [6]

Важной составляющей транспортной трансформации становится глубокая цифровизация логистических процессов. Внедрение системы электронного документооборота между странами ЕАЭС позволило сократить время таможенного оформления с 3–5 дней до 8 часов. Пилотный проект «цифровой коридор» на направлении Китай–Казахстан–Россия показал возможность сокращения

общего времени доставки на 15–20%. На автомобильных пограничных переходах, например, в Приморье, внедрение «умных» технологий позволит увеличить пропускную способность с 500 до 800 грузовиков в сутки [7].

Однако развитие новых логистических маршрутов сталкивается с серьезными вызовами. Остройшей проблемой остается дефицит специализированного подвижного состава, особенно для контейнерных перевозок. Неравномерность развития портовой инфраструктуры создает «узкие места» в транспортной системе. Серьезной задачей является синхронизация стандартов с азиатскими партнерами и преодоление бюрократических барьеров. Пропускная способность пограничной инфраструктуры, несмотря на все улучшения, все еще отстает от растущего грузопотока.

Эти вызовы требуют комплексного решения через координацию усилий государства и бизнеса, привлечение масштабных инвестиций и развитие международного сотрудничества. Особое значение приобретает реализация таких проектов, как создание мультимодальных логистических центров в ключевых транспортных узлах, развитие железнодорожной инфраструктуры в Сибири и на Дальнем Востоке, строительство новых глубоководных терминалов. Успешное решение этих задач позволит России не только укрепить свои позиции в азиатской логистике, но и занять место ключевого транзитного узла евразийских грузопотоков.

Таким образом, развитие новых логистических маршрутов в Азию открывает перед Россией беспрецедентные экономические и геополитические перспективы, формируя основу для долгосрочного позиционирования страны как ключевого транспортного-логистического хаба Евразии. Реализация масштабных инфраструктурных проектов к 2030 г. позволит принципиально изменить роль России в глобальных цепочках поставок.

Ключевыми результатами транспортной трансформации должны стать:

- модернизация Транссибирской магистрали с увеличением пропускной способности до 180 млн тонн грузов ежегодно, что превратит ее в главную трансконтинентальную артерию между Европой и Азией. Это потребует не только технического перевооружения самой магистрали, но и создания сопутствующей логистической инфраструктуры – современных сортировочных станций, перегрузочных терминалов, центров логистики;
- строительство глубоководных портовых терминалов на Дальнем Востоке, способных принимать крупнотоннажные контейнеровозы и специализированные суда. Особое значение приобретает развитие портовой инфраструктуры в бухте Троицы и Врангеля, что позволит России конкурировать с ведущими азиатскими портами по объемам и эффективности грузообработки;
- формирование сети мультимодальных логистических центров, интегрирующих морские, железнодорожные и автомобильные перевозки. Эти хабы должны стать точками экономического роста для прилегающих территорий, обеспечивая добавленную стоимость за счет складирования, таможенного оформления и переработки грузов;
- организация регулярного контейнерного сообщения по Северному морскому пути, что требует решения комплекса технологических и инфраструктурных задач – от строительства ледокольного флота до создания системы навигационного обеспечения и аварийно-спасательного сопровождения.

Преодоление существующих вызовов – дефицита подвижного состава, неравномерности развития инфраструктуры, административных барьеров – требует выработки комплексного подхода, включающего как синхронизацию усилий государства и частного бизнеса через механизмы государственно-частного партнерства, гармонизацию технических стандартов и таможенных процедур с азиатскими партнерами, развитие цифровых платформ управления цепями поставок, так и подготовку кадров для работы с новыми технологиями логистики.

Особое значение приобретает развитие международного сотрудничества в рамках ЕАЭС, ШОС, БРИКС и других интеграционных объединений. Создание согласованной нормативно-правовой базы, унификация транспортных документов, взаимное признание стандартов – все это будет способствовать превращению России в важнейшее звено новых евразийских транспортных коридоров.

Успешная реализация транспортной стратегии позволит России не только обеспечить устойчивость своих внешнеэкономических связей в условиях геополитических изменений, но и занять

стратегически важную позицию в переконфигурации глобальных логистических потоков, что открывает новые перспективы для экономического развития страны в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. Официальные данные Росстата и Минтранса РФ (2022–2024 гг.). URL: <https://rosstat.gov.ru/transport> (дата обращения: 06.05.2025).
2. Стратегия развития транспортной инфраструктуры России до 2030 года. URL: <https://mintrans.gov.ru/documents/strategic/7652> (дата обращения: 06.05.2025).
3. Материалы международных транспортных форумов (2023–2024 гг.). URL: <https://transport-forum.com> (дата обращения: 06.05.2025).
4. Транссибирская магистраль. URL: <https://clck.ru/3MRpyv> (дата обращения: 06.05.2025).
5. Неводчикова Е. Р. Оценка потенциала международного транспортного коридора «Север–Юг» в системе транспортных коридоров России // Актуальные вопросы современной экономической науки: Материалы XII Междунар. науч. конф-ии, Астрахань, 22 апреля 2022 года / Сост.: Е. О. Вострикова, Л. П. Гвоздарёва. Астрахань: Астраханский гос. ун-т, 2022. С. 282–285.
6. Особая экономическая зона Лотос. URL: <https://sezlotos.ru/about/international-transport-corridor-north-south/> (дата обращения: 06.05.2025).
7. Исмаков Е. В. Перспективы внедрения цифровых технологий в беспилотном транспорте в Российской Федерации // Право и государство: теория и практика. 2024. № 5(233). С. 226–228. DOI 10.47643/1815-1337_2024_5_226

УДК 327

М. В. Полежаева

студент кафедры международного предпринимательства

Э. В. Маскаленко – старший преподаватель – научный руководитель**КОСМИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ И КИТАЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В современном мире освоение космоса является одним из ключевых направлений развития человечества, определяющим не только научный прогресс, но и геополитическое положение стран. Космическая отрасль является индикатором технологического развития государства и важным инструментом влияния в мире.

Россия и Китай, являясь одними из ведущих космических держав, обладают значительным потенциалом в этой сфере. Россия накопила богатейший опыт в области пилотируемой космонавтики и ракетостроения, в то время как Китай демонстрирует впечатляющие результаты в развитии космической инфраструктуры и реализации масштабных проектов.

В исследовании проведен комплексный анализ текущего состояния, проблем и перспектив российско-китайского космического сотрудничества, определены уже используемые и развивающиеся совместные проекты. Методологической основой исследования являются отечественная литература и документы по данной проблематике, а именно – соглашения между Правительством России и Правительством Китая и постановление Правительства РФ.

Прежде всего рассмотрим историю космического сотрудничества РФ и КНР. Началом стало соглашение о сотрудничестве в области исследования и использования космического пространства в мирных целях, подписанное в 1992 г. [1]. Научная и техническая информация и результаты, полученные при проведении совместных экспериментов, должны принадлежать обеим странам, согласно данному документу.

В следующем договоре, подписанном в 1996 г., добавляются такие направления, как: поставка соответствующих изделий, агрегатов, узлов и материалов; осуществление технического сотрудничества в области безопасности, надежности и гарантии качества; использование оборудования и объектов, связанных с производством, испытаниями и подготовкой специалистов; обмен опытом подготовки специалистов; управление научно-исследовательской и инженерной деятельностью [2].

В следующие 20 лет хоть и были договоры, но они не касались космоса или же были не такими глобальными (не считая контракта от 2007 г., к которому мы обратимся позже). Важно отметить соглашение от 2017 г., подписанное госкорпорацией Роскосмос и Китайской национальной космической администрацией (КНКА), которое послужило разработке новой программы сотрудничества стран, состоящей из пяти разделов: изучение Луны и дальнего космоса; совместные работы по созданию и применению космических аппаратов; разработка и использование электронно-компонентной базы и материалов для создания космической техники; сотрудничество в области данных дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ); а также мониторинг космического мусора [3]. Хочется отметить, что целями партнерства двух государств являются обмен опытом и реализация совместных дорогих проектов, которые невозможно реализовать в одиночку, поэтому данные документы можно считать отличным фундаментом для выстраивания перспективы в космическом сотрудничестве.

Теперь рассмотрим подробнее совместные проекты России и Китая в космической отрасли. Одним из важнейших направлений сотрудничества является создание Международной научной лунной станции (МНЛС). Проект предполагает поэтапное строительство на поверхности Луны научной инфраструктуры для проведения исследований. Основные этапы включают: создание системы перелета между Землей и Лунной развертывание автоматических станций для подготовки площадки; создание базового модуля; строительство жилых модулей и вспомогательной системы длительного периода эксплуатации на поверхности Луны; проектирование системы перемещения по лунной поверхности и выполнения операций и т. д. [4].

Помимо Луны вектор космического интереса РФ и КНР направлен на Марс и его спутник Фобос. Еще в 2007 г. Роскосмос и КНКА в ходе заседания совместной рабочей группы по тематике «Изучение Луны и дальнего космоса» подписали контракт о сотрудничестве в исследовании этих объектов [5].

Также важно отметить, что 2017 г. Россия и Китай укрепили свое партнерство, создав совместную авиастроительную компанию – Китайско-российская коммерческая авиастроительная корпорация с ограниченной ответственностью (The China-Russia Commercial Aircraft International Corporation Limited (CRAIC)) [1]. Государства стремятся к созданию нового двухрядного авиалайнера, который будет конкурировать с передовыми самолетами Запада. Приведение в эксплуатацию планируется на конец 2020-х гг. [6]. Исходя из данных фактов можно предположить, что в будущем вполне возможно сотрудничество в создании не просто самолетов, а космических кораблей.

Кроме того, в 2018 г. было подписано Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о сотрудничестве в области применения Глобальных Навигационных Спутниковых Систем (ГЛОНАСС) и Бэйдоу (BeiDou) в мирных целях. Для развития технологий этих систем предусматривается создание специализированного фонда, технопарков, бизнес-инкубаторов. Стороны пришли к консенсусу о том, что для защиты мира необходимо, чтобы все имели свободный доступ к навигационным сигналам этих систем. Интеграция ГЛОНАСС и Бэйдоу позволяет: повысить точность позиционирования; усилить надежность систем навигации; создать единую систему для международного использования.

В настоящее время развитие спутниковых навигационных систем является одним из удачных направлений сотрудничества, ведь данные навигационные системы уже используются российскими автомобилистами. Согласно Постановлению Правительства РФ, транспортные средства до 3,5 тонн должны быть оснащены спутниковой системой «Эра-ГЛОНАСС» [7]. Данная инновация автоматизирует и ускоряет процессы экстренного реагирования на аварии, хищения ценных грузов. Помимо этого, согласно информационному агентству ТАСС, в сентябре 2022 г. Россия и Китай подписали контракты на размещение российских станций ГЛОНАСС в КНР и китайских станций системы Бэйдоу в РФ [8]. Все это вместе способствует глобальному развитию навигационных систем, расширению области их применения, увеличению их коммерческого потенциала.

Несмотря на общие интересы и энтузиазм в совместном развитии в космической сфере, присутствуют и проблемы в сотрудничестве РФ и КНР, которые могут затруднить это взаимодействие.

Во-первых, страны имеют собственные национальные программы и цели в космосе. Например, Китай активно развивает программу пилотируемых полетов и исследования Луны, в то время как Россия сосредоточена на поддержании своей инфраструктуры и развитии новых технологий. Обе страны стремятся занять лидирующие позиции в космической отрасли, что может привести к конкуренции за ресурсы, технологии и международные контракты.

Во-вторых, несмотря на то, что обе страны обладают значительными космическими технологиями, их уровень и направления развития могут сильно различаться. Это может создавать трудности при интеграции систем и технологий в рамках совместных проектов. РФ традиционно была ведущей страной в области ракетных технологий, но существуют опасения по поводу передачи критически важных технологий КНР, которая может использовать их для укрепления своей независимости в космосе.

В-третьих, совместные проекты требуют высокой степени координации между странами. Различия в управлении проектами, бюрократические процессы и культурные различия могут снизить эффективность сотрудничества. Также, на данный момент нет четкой и устойчивой структуры для управления совместными проектами, что может привести к затруднениям и задержкам.

В-четвертых, совместные проекты могут стать мишенью для хакеров и их кибератак, что создаст дополнительные риски для безопасности данных и технологий. Также существует риск, что технологии, разработанные в рамках гражданских космических программ, могут быть использованы в военных целях, что усложняет сотрудничество.

Следует отметить, что на сотрудничество с Китаем также может повлиять политическая напряженность между Россией и Западом. Например, санкции против России могут ограничить ее возможности для совместных проектов с Китаем. В связи с данной ситуацией и экономическими проблемами в России, совместные проекты могут столкнуться с трудностями в привлечении финансирования и обеспечения необходимыми ресурсами.

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на наличие значительного потенциала для сотрудничества в космической сфере, РФ и КНР сталкиваются с множеством проблем, которые могут затруднить реализацию совместных проектов.

Несмотря на трудности, описанные выше, перспективы развития сотрудничества тоже присутствуют. Рассмотрим их подробнее.

Во-первых, наличие таких совместных проектов, которые уже используются и находятся в процессе непрерывного совершенствования. Данный фактор является отличным фундаментом для развития долгосрочного сотрудничества между странами.

Во-вторых, благодаря совместным проектам развивается технологическое сотрудничество. Россия обладает значительным опытом в разработке ракетных технологий, что может быть полезно для Китая, который стремится улучшить свои системы запуска. И такие совместные разработки могут охватывать как гражданские, так и военные технологии.

В-третьих, обмен научными данными (в том числе и о космических миссиях) и совместные исследования в области астрофизики, планетарной науки и других областях могут привести к значительным научным достижениям и открытиям, улучшить понимание различных аспектов космоса. Кроме того, исследования в области космической медицины и биологии могут быть важными для будущих пилотируемых миссий на дальние расстояния.

Все это безусловно усилит позиции обеих стран в мировой космонавтике, но только если они преодолеют трудности, которые есть или могут возникнуть.

Проанализировав совместные проекты РФ и КНР в сфере космоса, можно сделать вывод, что данное сотрудничество находится на подъеме и имеет значительный потенциал для развития, ведь навигационные системы, созданные общими усилиями стран, активно используются гражданами, а МНЛС все еще находится в совместной разработке. Основные вызовы связаны с необходимостью преодоления технологических и финансовых барьеров, а также согласования стратегических интересов. Возможности для обеих стран включают: ускорение технологического развития; свершение новых открытий; усиление международного влияния.

Будущее космического сотрудничества России и Китая во многом зависит от способности сторон эффективно координировать свои действия, преодолевать существующие препятствия и находить новые формы взаимодействия в меняющихся геополитических условиях. При успешной реализации совместных проектов это партнерство может стать одним из ключевых факторов развития мировой космонавтики в XXI веке.

Библиографический список

1. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в исследовании и использовании космического пространства в мирных целях. URL: https://www.mid.ru/foreign_policy/international_contracts/international_contracts/2_contract/43579/ (дата обращения: 01.04.2025).
2. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области пилотируемой космонавтики. URL: https://www.mid.ru/foreign_policy/international_contracts/international_contracts/2_contract/47749/ (дата обращения: 01.04.2025).
3. Доклад комитета по использованию космического пространства в мирных целях. URL: https://www.unoosa.org/res/oosadoc/data/documents/2021/a/a7620_0_html/A_76_20R.pdf (дата обращения: 01.04.2025).
4. Роскосмос и КНКА разработают перечень проектов для Программы сотрудничества на 2023–2027 гг. URL: <https://www.roscosmos.ru/33795/> (дата обращения: 01.04.2025).
5. Российско-китайская комиссия обсудила изучение Луны и дальнего космоса. URL: <https://rg.ru/2007/06/27/kosmos-kitai-anons.html> (дата обращения: 04.04.2025).
6. СМИ: российско-китайская CRAIC приступила к разработке техпроекта самолета CR929. URL: <https://tass.ru/ekonomika/5167700> (дата обращения: 04.04.2025).
7. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.12.2020 г. № 2216. URL: <http://government.ru/docs/all/131791/> (дата обращения: 01.04.2025).
8. Что известно о навигационной спутниковой системе Beidou. URL: <https://tass.ru/info/21904215> (дата обращения: 01.04.2025).

УДК 336.244

А. С. Полянский

студент кафедры международного предпринимательства

Е. С. Кузнецова – преподаватель – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Таможенные пошлины являются важным инструментом регулирования международной торговли и напрямую влияют на стоимость товаров. Целью исследования является изучение того, как таможенные пошлины влияют на конечную цену товаров для потребителей. В статье проанализирована структура таможенных пошлин и их виды, исследован механизм включения таможенных пошлин в стоимость товаров, произведена оценка влияния таможенных пошлин на ценообразование в различных секторах экономики, и даны рекомендации по оптимизации таможенных платежей для снижения конечной стоимости товаров.

Следует начать с двух главных терминов этой статьи и их значений. Первый, и самый главный, термин – это пошлина. Таможенная пошлина – это обязательный платеж в федеральный бюджет, взимаемый таможенными органами в связи с перемещением товаров через таможенную границу Евразийского экономического союза и в иных случаях, определенных в соответствии с международными договорами государств – членов ЕАЭС и (или) законодательством РФ [1]. Применение таможенных пошлин – это инструмент торговой политики, который может оказывать значительное влияние на ценообразование и экономику в целом. Их целесообразность зависит от целей, которые ставит перед собой государство, а также от возможных последствий для внутреннего рынка и международных отношений.

В ст. 46 Таможенного кодекса ЕАЭС указаны следующие виды таможенных платежей:

- ввозная таможенная пошлина;
- вывозная таможенная пошлина;
- налог на добавленную стоимость;
- акциз;
- таможенные сборы;
- специальные, антидемпинговые и компенсационные пошлины [2].

Основными задачами таможенных пошлин являются защита внутреннего производства (пошлины делают импортные товары дороже, что стимулирует спрос на отечественную продукцию), пополнение бюджета государства (таможенные сборы являются источником доходов государства), регулирование торгового баланса (ограничение импорта может снизить дефицит торгового баланса), ответ на недобросовестную конкуренцию (антидемпинговые и компенсационные пошлины), политические и стратегические цели (ограничение импорта для поддержки ключевых отраслей, таких как сельское хозяйство, военно-промышленный комплекс) [3].

Второй термин – ценообразование. Он обозначает процесс формирования цен на товары или услуги организации. Включает в себя учет различных факторов, таких как затраты на производство, конкурентная среда, потребительский спрос, маркетинговые стратегии [4]. Влияние на ценообразование оказывает рост цен на импортные товары (пошлины увеличивают себестоимость ввозимой продукции, что приводит к ее удорожанию для конечного потребителя), инфляционное давление (подорожание импортных товаров, таких, как электроника, лекарства, продукты, если они составляют значительную часть потребительской корзины, может ускорить инфляцию), стимулирование местных производителей (если отечественные компании окажутся в состоянии заместить импорт, цены могут стабилизироваться или даже снизиться в долгосрочной перспективе).

Далее рассмотрим механизм влияния таможенных пошлин на стоимость электроники. Ключевыми видами таможенных платежей являются: импортная пошлина (в процентах от стоимости или фиксированная ставка); налог на добавленную стоимость (НДС) (20% в России); акцизный сбор (применяется к определенным товарам, например, устройствам с радиомодулями); утилизационный сбор (для подлежащей утилизации техники).

Итак, в финальную цену включены:

- себестоимость производства;
- затраты на логистику и страхование (доставка и таможенное оформление);
- таможенные платежи (пошлина и НДС);
- наценка импортера и розничного продавца (обычно 20–40%).

Далее рассмотрим пример расчета окончательной стоимости для смартфона. Для начала укажем себестоимость смартфона: 30 тыс. руб. Тогда пошлина составит 1–3 тыс. руб., НДС – 6 тыс. руб., затраты на логистику с оформлением – 2 тыс. руб., наценка продавца – 9 тыс. руб. Следовательно, итоговая стоимость смартфона составляет 48–50 тыс. руб.

Таким образом, изменения в таможенной политике могут оказать существенное влияние на рынок электроники, затрагивая различные аспекты, и привести как к положительным, так и к отрицательным последствиям. К положительным относятся стимулирование внутреннего производства, защита национальных компаний, создание рабочих мест, повышение качества отечественных товаров, развитие инфраструктуры, содействие развитию связанных отраслей, уменьшение зависимости от импорта. Также есть и отрицательные последствия, такие как повышение цен на электронику, ухудшение доступности товаров, усложнение импорта комплектующих, снижение конкурентоспособности, возникновение нелегального импорта, возможные торговые споры, и снижение инвестиций. Также увеличение пошлин ведет к росту цен. Например, санкции и колебания валютного курса в 2022 г. привели к росту цен на 20–40% из-за усложнения логистики и роста таможенных расходов. Конкретные процентные соотношения влияния пошлин на увеличение стоимости указаны в табл. 1.

Снижение или отмена пошлин стабилизирует цены. Так, нулевые ставки на импорт электроники в ЕАЭС в 2020–2021 гг. способствовали сдерживанию роста цен на товары этой группы. Непрямыми последствиями являются смещение спроса в сторону бюджетных моделей, развитие параллельного импорта, разрешенного с 2022 г. и усиление позиций китайских брендов.

Таблица 1

Влияние пошлин на увеличение стоимости отдельных категорий товаров

Категория	Ставка пошлины (ЕАЭС), %	Увеличение стоимости, %
Смартфоны	0–10	0–15
Ноутбуки	0–5	0–10
Телевизоры	10–15	10–20
Холодильники	15–20	15–25
Комплектующие	0–5	0–10

Источник: составлено автором на основании данных [5].

Высокие таможенные пошлины являются барьером для импорта, оказывают негативное влияние на потребителей из-за роста цен.

Возможными решениями этих проблем, может быть, пересмотр ставок таможенных пошлин для снижения нагрузки на потребителей, введение льготных таможенных режимов для отдельных категорий товаров и использование международных соглашений для снижения таможенных барьеров.

Таможенные пошлины являются мощным инструментом регулирования внешней торговли, оказывающим прямое влияние на ценообразование и экономику в целом. Как показал анализ, их введение приводит к росту стоимости импортных товаров, включая электронику, за счет увеличения закупочных цен, дополнительных налогов и наценок в цепочке поставок. С одной стороны, пошлины способствуют защите внутреннего рынка, стимулируют развитие отечественного производства и пополняют государственный бюджет. С другой – они могут провоцировать инфляцию, снижать конкуренцию и ухудшать ассортимент товаров для потребителей.

Оптимальное применение таможенных пошлин требует взвешенного подхода, учитывающего баланс между защитой национальных производителей и минимизацией негативных последствий для экономики. В долгосрочной перспективе эффективность этого инструмента зависит от способности местных предприятий замещать импорт и повышать конкурентоспособность своей продукции. Таким образом, таможенные пошлины – это неоднозначный, но важный элемент торговой политики, требующий постоянного мониторинга и корректировки в зависимости от экономической ситуации.

Библиографический список

1. Закон РФ «О таможенном тарифе» от 21.05.1993 № 5003-1 (Последняя редакция). Статья 5. Основные понятия, используемые в настоящем Законе. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1995/6dcc1dec4797d7b26a08cb3a5b1c6a61f54101a5/ (дата обращения: 06.05.2025).
2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/a66cbe9eb0c44d65b19ca20dc153b3a714a303bb/ (дата обращения 06.05.2025).
3. Таможенные платежи – расчет, уплата, обеспечение, виды и их стоимость. URL: <https://ucsol.ru/tamozhennye-platezhi> (дата обращения 06.05.2025).
4. Ценообразование. URL: <https://www.banki.ru/wikibank/czenoobrazovanie/> (дата обращения 06.05.2025).
5. Сайт Федеральной таможенной службы. URL: <https://customs.gov.ru/> (дата обращения 06.05.2025).

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

История и философия

УДК 355; 359; 178.8; 159.972

Н. С. Борщ

студент кафедры вычислительных систем и программирования

Г. Ю. Каптен – кандидат философских наук, доцент – научный руководитель

ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ В ВОЙНАХ

«Я служу командиром санитарного взвода и часто переутомляюсь. Ваши пилюли оказывают на меня и персонал поезда удивительное воздействие. – Трудности представляются не столь непреодолимыми. – Приняв пилюлю, я ощущаю прилив сил», – сообщения Ранке об использовании первитина [цит. по: 1, с. 47].

Под психотропными средствами принято считать группу лекарственных веществ с преимущественным влиянием на психику человека. В отличие от других веществ, влияющие на психические процессы, они способны регулировать психическую деятельность человека [2, с. 198]. В наше время в обществе существует полемика с использованием психоактивных веществ в войнах. Во многом психотропные вещества ассоциируются с наркотическими: «психотропное вещество – наркотик или другое вещество, которое влияет на работу мозга и вызывает изменения в настроении, осознанности, мыслях, чувствах или поведении. Также называются психоактивными веществами» [3]. Многие из них не обязательно являются наркотическими и используются в медицинской практике по назначению. Проблема использования психотропных веществ на полях сражений является крайне острой, а также спорной темой как в гражданском обществе, так и в военном, вызывая острые дискуссии о морально-этических аспектах подобной практики.

В истории существует несколько примеров применения веществ на поле боя для стимуляции солдат. Наверно одним из самых известных случаев является Третий Рейх. Для начала стоит вспомнить, что в гражданском обществе Германии этой эпохи активно использовался наркотик метамфетамин, который продавался в аптеках под маркой «Первитин». Он продавался свободно и использовался в жизни людей как универсальный стимулятор. Предположительно, развитие химических стимуляторов произошло в основном по причине того, что немцам поражение в войне нанесло многим ее гражданам самые разнообразные душевные и физические травмы [1, с. 19].

Также, нельзя не упомянуть, что, несмотря на то, что пропаганда в Третьем Рейхе была против использования наркотиков, большинство из высшего руководства государства употребляли наркотики, включая Адольфа Гитлера, которого показывали как трезвого и безупречного фюрера: «Это гениальный человек. Он умерщвляет свою плоть, и ему можно лишь посочувствовать! Он не курит, не пьет, ест практически одни овощи и фрукты, не прикасается к женщинам» [цит. по: 1, с. 24]. С осени 1941 года Гитлер принимал гормоны и стероиды, а впоследствии – самое позднее со второй половины 1944 года – сначала кокаин, а затем юдодал [1, с. 133].

В армии многим казалось, что первитин является идеальным средством для солдата на поле боя. Он устранял все препятствия, теперь было легче сражаться, совершать ночные марш-броски. Например, один подполковник сообщал о своем личном опыте употребления стимулятора: «Никаких неприятных последствий – ни головной боли, ни шума в ушах. Состояние бодрое, голова ясная». Пребывая в приподнятом настроении, он три дня и три ночи вел переговоры с русскими в Брест-Литовске о разделе захваченной страны. – перед которыми «все водители принимают таблетки в целях обострения внимания». Также из воспоминаний танкистов о использовании метамфетамина: «Все свежи и бодры, дисциплина безукоризненна. Легкая эйфория, жажда деятельно-

сти. Душевный подъем, сильное возбуждение. Никаких несчастных случаев. После приема 4 таблеток двойное и цветковые вспышки в глазах» [1, с. 47]. Также можно выжелить, что по данным только за период апреля по июнь 1940 года, в пик блицкрига, вооруженные силы Германии использовали около 35 миллионов таблеток метамфетамина по 3 мг, что является максимальным уровнем потребления за всю вторую мировую войну [4, с. 207].

Однако стоит также упомянуть, что Германия не является уникальной в использовании наркотиков. Так, например в Великобритании после успеха на западном фронте в 1940 году появилось множество слухов о якобы секретных таблетках, которые давали немецким пилотам бомбардировщиков сверхчеловеческие способности переносить перегрузки, также газеты сообщали о парашютистах, которые «находящиеся под действием наркотиков, бесстрашные и неистовые». В ходе расследования министерство Британии установило, что немцы использовали метамфетамин [4, с. 207]. Однако, в ходе исследования в подавляющих случаях амфетамин не демонстрировал улучшения производительности тех, кто его принимал: у испытуемых складывалось впечатление, что они прилагали больше усилий; они были уверены, что работают интенсивнее, хотя на самом деле выполняли ровно столько же работы, что и без препарата.

В целом, повышение производительности под действием амфетамина оказалось иллюзорным [4, с. 212-213]. Однако наибольшее влияние на распространение бензедрина оказало исследование Винфилда – бывшего врача общей практики и корабельного хирурга, работавшего в физиологических лабораториях Королевских ВВС. Проведено оно было в 1941–1942 годах. Причиной, по которой было решено провести тестирование являлся факт популярности неофициального использования препарата, а также тот факт, что ВВС должен был выработать официальную позицию по этому препарату.

Винфилд совершил четырнадцать длительных патрульных вылетов с Береговым командованием для сравнения эффектов метамфетамина (производства британской компании Burroughs-Wellcome), амфетамина (который был хорошо защищен патентами и закупался у SKF) и таблеток-плацебо на основе сахара, однако стоит отметить, что при исследовании не был использован кофеин. Также невозможно не отметить, что никаких тестов производительности не проводилось, вместо этого акцент шел на его собственных впечатлениях от поведения пилотов во время полетов и на последующих интервью с летчиками.

Винфилд пришел к выводу, что хотя амфетамин и метамфетамин казались одинаково эффективными для поддержания бодрости, амфетамин был предпочтительнее из-за более выраженного „чувства благополучия“, которое он вызывал. Нельзя не упомянуть, что во время одного из вылетов над Кельном пилот под действием бензедрина принял решение «довести атаку до конца» под тяжелым зенитным огнем, сумев точно поразить цель, несмотря на попадания снарядов в его самолет [4, с. 214]. Тем самым в начале 1942 года ВВС Великобритании начали массово закупать препарат, а к концу года рекомендации Винфилда о выдаче двух таблеток по 5 мг каждому военнослужащему на каждое боевое задание были официально утверждены [4, с. 215].

Необходимо отметить, что среди Союзников не только Великобритания использовала психотропные вещества для стимуляции. Так, в Соединенных Штатах Америки во время поиска противозастойного и бронхорасширяющего средства для замены эфедрина биохимик Гордон Аллес открыл физиологическую активность β-фенилизопропиламина, которая впоследствии получила название амфетамин. Аллес опубликовал первые клинические результаты с этим соединением в 1929 году, начал его клиническую разработку в сотрудничестве с фармакологами и клиницистами Калифорнийского университета и получил патент на его перорально активные соли в 1932 году. Уже в 1933 году фирма Smith, Kline and French (SKF) из Филадельфии исследовала основную форму амфетамина и также запатентовала ее. Компания выпустила ее на рынок под названием Benezdrine Inhaler — герметично закрытую трубку, содержащую 325 мг маслянистого основания амфетамина и почти ничего больше. Для устранения заложенности носа рекомендовалось вдыхать пары амфетамина каждый час по мере необходимости, а в 1937 году Американская медицинская ассоциация (AMA) одобрила рекламу таблеток «Benezdrine Sulfate» (рацемический амфетамин) от компании SKF для лечения нарколепсии, постэнцефалитического паркинсонизма и легкой депрессии.

Армия США также снабжала военнослужащих бензедрином во время Второй мировой войны, в основном в виде 5-миллиграммовых таблеток. Он использовался по умолчанию в авиации, входил в со-

став стандартных медицинских комплектов и аварийных наборов. Однако у препарата существовали правила приема, хоть они не всегда выполнялись. Так, например в армейском опросе 1945 года среди истребителей-пилотов выяснилось, что из 85 респондентов 13 (15%) регулярно принимали амфетамины в боевых условиях, и большинство из них «устанавливали свои собственные правила» — принимали бензедрин тогда, когда «чувствовали, что нужно», а не строго по предписанию. Наряду с использованием амфетамина в психиатрических целях в военные годы также преобрела большую популярность их использование в качестве средства для снижения веса. Однако, такое медицинское применение еще не было одобрено Американской медицинской ассоциацией (АМА) и не рекламировалось компанией SKF, но основную долю рынка в этом деле занимали препараты, производимые мелкими фармацевтическими фирмами, не имевшими лицензий на оригинальный продукт [5, ORIGINS OF THE EPIDEMIC, 1929–1945].

В начале 1960-ых годов в Соединенных Штатах широкомасштабный отток амфетаминов из легального медицинского оборота был признан проблемой. В течение десятилетия в Конгрессе активно обсуждались меры контроля над их распространением. Закон, который в 1965 году был принят под названием «Поправки к контролю злоупотребления наркотиками» (Drug Abuse Control Amendments), изначально задумывался как способ ограничить производство амфетаминов и барбитуратов, но окончательная версия его сделала акцент на акзаниях за несанкционированное распространение этих препаратов. Представители фармацевтической индустрии настаивали на том, что производство потенциально опасных препаратов должно оставаться «областью, где следует давать рекомендации, но не вводить жесткий контроль». После вступления закона в силу объемы потребления амфетаминов по стране не продемонстрировали снижения. Во второй половине 1960-х годов злоупотребление наркотиками в целом стало все более острой политической темой: общественная тревога росла из-за распространения амфетаминов — от пригородных районов до Вьетнама и хиппи-анклава Хейт-Эшбери [5, THE EPIDEMIC'S CRISIS IN THE 1960s].

Стоит также обратить внимание на то, что не только Германия, Великобритания и Соединенные Штаты Америки искали методы для поддержания боевого духа в солдатах. Так, например в Союзе Советских Социалистических Республик 22 августа 1941 года Государственный комитет обороны принял постановление о введении с 1 сентября 1941 года ежедневной выдачи 100 граммов 40-градусной водки для красноармейцев и командного состава первой линии действующей армии, в истории запомнившийся как «наркомовские 100 грамм» [6].

Также из воспоминаний Николая Никулина, водка применялась для согревания и профилактики простудных заболеваний: «Морозным днем я провалился в замерзшую воронку и оказался по грудь в ледяной воде. Переодеться было не во что и негде. Спас меня старшина. Он выдал мне сухое белье (гимнастерку, шинель и ватник кое-как просушили у костра), натер меня водкой и дал стакан водки внутрь, приговаривая: Водка не роскошь, а гигиена!» [7, с. 178]. В условиях боевого стресса водка использовалась как средство снятия напряжения и страха перед боем. Фронтовики отмечали, что в бою, при физическом и эмоциональном перенапряжении, водка действовала как лекарство от сильнейших стрессов [8].

Одновременно следует подчеркнуть, что в современных условиях акцент сместился в сторону использования менее агрессивных стимуляторов, например, кофе. Эффект кофеина на бодрость и выносливость был отмечен еще более ста лет назад, однако в наши дни его воздействие гораздо глубже изучено. Для начала он почти полностью всасывается в течение 45 минут после приема, а пиковая концентрация в крови обычно наступает в промежутке 15–120 минут. [9, с. 26]. В среднем период полувыведения 5 часов, но может колебаться от 1,5 до 9,5 часа в зависимости от индивидуальных факторов, как например курение, обмен веществ и других [9, с. 25]. В свою очередь блокировка аденозиновых рецепторов кофеином снижает эффект «торможения» и повышает уровень бодрости [9, с. 29].

Однако вопрос остается открытым о том, что кофеин действительно эффективен для повышения бдительности, улучшения когнитивной деятельности и увеличение физических возможностей, особенно в стрессовых, жестких и потенциально опасных для жизни условиях, в которых действуют военные, является сложной областью психофармакологических исследований. В определенных обстоятельствах могут быть оправданы фармакологические вмешательства, но только предотвращающие когнитивный спад, но и, возможно, повышающие физическую работоспособность.

Наиболее заметные последствия ограниченного и фрагментированного сна проявляются в снижении бдительности, ухудшении настроения и когнитивных способностей. Кофеин и другие стимуляторы исследовались как в лабораторных, так и в полевых условиях. Эти исследования направлены на изучение эффективной дозировки и длительности действия. Возможность использования кофеина для увеличения физической выносливости в экстремальных средах (например, в условиях высокогорья) или при повышенных нагрузках также входит в сферу военного интереса. Вопрос о том, возможно ли с помощью кофеина выйти за пределы нормального, полноценного состояния бодрости и дополнительно улучшить когнитивные функции, остается открытым. Дальнейшие исследования помогут сформировать политику, определяющую приемлемость и полезность кофеина в военных операциях [9, с. 119].

Наряду с кофеином, внимание привлекли другие психостимулирующие продукты, такие как шоколад, который стал неотъемлемой частью армейских рационов. В районе 1907 года был принят паек Хорсфорда: три унции порошкообразной сушеной говядины, шесть унций поджаренной пшеницы и три унции шоколада. Все это упаковывалось в небольшую плоскую банку, которую можно было носить в кармане. Однако армия все еще оставалась недовольна и продолжала экспериментировать. «Шоколадный паек» оказался неудачным во время карательной экспедиции в Мексику в 1916–1917 годах и был отменен.

В период первой мировой войны были разработаны специализированные рационы для различных условий, так, например, железный паек, который состоял из хлеба, солонины, кофе с сахаром и шоколадом. Уже после второй мировой войны управление военным питанием перешло к главному хирургу армии США. В этот период произошли значительные изменения в разработке и улучшении индивидуальных боевых рационов. Meal, Combat, Individual (MCI) в 1958 году был введен, предназначение которого была замена устаревшего C-ration. MCI включал разнообразие меню и дополнительные компоненты, такие как конфеты, фрукты и сигареты (последние были исключены в 1972 году), что позволило солдатам персонализировать свое питание и слегка повысить моральный дух [10].

Также стоит отметить исследование влияние горького шоколада на эмоциональный статус пациентов с хронической сердечной недостаточностью. Исследование было направлено на изучение влияния горького шоколада на эмоциональное состояние пациентов, страдающих хронической сердечной недостаточностью (ХСН) ишемического происхождения. Идеей работы было проверить, может ли включение небольшого количества шоколада в ежедневный рацион оказывать положительное влияние на психоэмоциональный фон пациентов. В исследовании участвовали 40 пациентов с диагнозом ХСН II–III функционального класса по NYHA, которых разделили на две группы поровну: контрольная группа, которая не получала шоколад и экспериментальная группа, получавшая ежедневно 20 грамм горького шоколада.

Эксперимент проводился 12 недель, эмоциональный статус испытуемых оценивался цветовым тестом Люшера. До начала исследования большинство пациентов обеих групп демонстрировали признаки напряженности, тревожности и подавленности. Однако, в конце исследования у пациентов экспериментальной группы наблюдалось стабильное улучшение эмоционального фона: уменьшилась тревожность, повысилась стрессоустойчивость и улучшилось общее настроение, пока у контрольной группы улучшений не наблюдалось: у части пациентов сохранились или усилились признаки внутреннего напряжения. Это означало, что горький шоколад может быть включено как дополнительный немедикаментозный фактор поддержки психоэмоционального состояния в составе комплексной терапии [11].

Тем не менее вопрос о целесообразности применения более сильных психоактивных препаратов в условиях военных действий остается предметом жарких споров среди специалистов. Так, например в США проводятся исследования терапевтического эффекта психоделиков (МДМА, псилоцибин и др.) при лечении посттравматического стрессового расстройства (ПТСР) у ветеранов и действующих военнослужащих. В последние десятилетия Пентагон инвестировал в создание более совершенных средств (например, модафинила), ставя перед учеными задачу добиться того, чтобы солдаты могли долго обходиться без сна и практически не ощущать страха [12].

Также стоит отметить случай, когда двухпартийная коалиция в конгрессе США предложила поправку, согласно которой разрешались медицинские исследования психоделических препаратов, заявляя о возможной помощи в лечении посттравматического стрессового расстройства и других болезней, несмотря на возможные опасения [13]. Также стоит упомянуть о закупки Великобританией более 24

тысяч таблеток препарата Provigil, который лицензирован исключительно для помощи людям с редкими расстройствами сна, позволяя им избавиться от дневной сонливости во время войны с Ираком. Также стоит отметить, что французские военные исследователи открыто рекомендуют применять этот препарат для выполнения 24-часовых операций, и известно, что Французский Иностраннный легион использовал его еще в 1991 году, чтобы поддерживать боеспособность солдат во время первой войны в Персидском заливе [14]. Таким образом, вооруженные силы различных стран продолжают изучать и применять психоактивные препараты, рассчитывая получить преимущество на поле боя.

Однако существуют противоположные мнения на этот счет. Так, например по словам журнала The Guardian, два американских пилота-истребителя, которым грозил суд за убийство четырех канадских солдат в результате «дружественного огня» в Афганистане в апреле 2002 года, по утверждению их адвокатов, подвергались давлению со стороны ВВС США с целью принять амфетамины, которые могли повлиять на их способность принимать решения. Во время ночной миссии Шмидт сбросил управляемую бомбу на канадский отряд, проводивший учения, приняв их действия за вражеский артиллерийский обстрел.

Так, например Тим Гарден назвал американскую политику «странной», подчеркнув, что давать пилотам препараты, влияющие на мозг, при управлении сложной техникой — крайне рискованно, а также усомнился в искренности заявления о добровольности, указывая, что такая практика снимает ответственность с командования [15]. Также можно отметить, что Европейские медики и эксперты указывают, что любые попытки фармакологически стимулировать бойцов сопряжены с медицинскими рисками. Даже относительно мягкий стимулятор модафинил может вызывать нежелательные эффекты — отмечены случаи нервозности, бессонницы, головных болей, тахикардии и повышения давления [14].

Также можно выделить слова руководителя учебного центра тактической медицины концерна «Калашников» Артем Катулин. Его высказывания в сторону использования боевых психостимуляторов и так называемых «военных наркотиков» были резко негативны: «Скажу откровенно: никакого мифического мухомора, который сделает тебя волшебным воином, нет. Для применения подобных препаратов требуются специальные длительные тренировки. Да, можно добиться нечувствительности к боли, не спать трое суток подряд, но в результате человек перестанет существовать как человек. Подобные эксперименты приводят к страшному истощению нервной системы, а также вызывают привыкание и пристрастие. Действительно, можно сделать из себя универсального солдата, который никогда не устает, обладает фантастическими физическими характеристиками и так далее, но длиться это все будет недолго. Вас хватит от силы на пять-семь дней» [16].

Подводя итог работы, следует сказать, что тема использования психоактивных веществ в условиях военных конфликтов до сих пор остается одной из самых спорных, поскольку затрагивает не только медицинские и военные аспекты, но и фундаментальные вопросы этики, морали и границ допустимого, вызывая активные дискуссии среди исследователей. Можно выделить, что многие люди демонизируют использование алкоголя на полях сражений, хотя в разумных дозах оно не будет являться некими «вратами» к зависимости от него, а также может помочь преодолеть трудности или страх перед боем, являясь небольшим моральным стимулятором. Но не стоит забывать и о проблемах амфетамина, метамфетамина и других наркотических веществ, которые обеспечивали краткосрочную выгоду, но также создавали тяжелые последствия для тех, кто их принимал.

Выбор применения любого психотропного вещества для получения выгоды ложится на государство, пред которым оно стоит. Ведь только оно может видеть полную картину исследований в этих областях, а значит также понимать возможности избежать или по крайней мере приуменьшить влияние постравматического синдрома после войн в жизни солдата, а может даже помогать в медицине для предотвращения смертей. Правда нельзя забывать, что такой выбор требует высокой ответственности, например как краткосрочные, так и долгосрочные выгоды и последствия для здоровья, морали, а также социальной адаптации военнослужащих. Государство должно понимать, что ошибки в этой теме могут привести к серьезным последствиям как в социуме, так и репутационным потерям правительства на мировой политической арене.

Последствием может быть раскол общества на фоне наркозависимости военнослужащих, утрата доверия к армии или даже открытая дискриминация. В политическом контексте может ухудшиться дипломатические отношения вплоть до потери торговых партнеров. Образ государства в глазах жителей

других стран может быть очернен, что может привести как к культурным, дипломатическим проблемам так и к проявлениям предвзятости в отношении к его гражданам. Показательный пример — ситуация в США во время войны во Вьетнаме. Массовое распространение наркотиков среди солдат вызвало широкий общественный резонанс, повлекло за собой политические меры, в том числе объявление президентом Ричардом Никсоном «войны с наркотиками», а также инициировало масштабные исследования этой проблемы [17, с. 5].

Библиографический список

1. Олер Н. Третий рейх на наркотиках М: Эксмо, 2015. 182 с.
2. Прохоров А. М. Большая Советская Энциклопедия 21 Проба – Ременсы. М.: Советская энциклопедия, 1978. 639 с.
3. Dictionary of Cancer Terms psychotropic substance. URL: <https://www.cancer.gov/publications/dictionaries/cancer-terms/def/psychotropic-substance> (дата обращения: 25.03.2025).
4. Rasmussen N. Medical Science and the Military: The Allies' Use of Amphetamine during World War II // Journal of Interdisciplinary History. 2011. Т. 42, № 2. С. 205–233.
5. Rasmussen N. America's First Amphetamine Epidemic 1929–1971: A Quantitative and Qualitative Retrospective With Implications for the Present // American Journal of Public Health URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2377281> (дата обращения: 06.04.2025).
6. Постановление ГКО СССР № 562 сс о введении водки на снабжение в действующей Красной армии. URL: <https://www.prlib.ru/item/1338793> (дата обращения: 26.03.2025).
7. Никулин Н. Н. Воспоминания о войне. М.: Информационно-издательский центр ОАО «Петроцентр», 2008. 245 с.
8. Как «наркомовские 100 грамм» помогали воевать. URL: <https://rodina-history.ru/2016/08/22/rodina-100gramm.html> (дата обращения: 22.08.2016).
9. Committee on Military Nutrition Research, Food and Nutrition Board. Caffeine for the Sustainment of Mental Task Performance: Formulations for Military Operations. DC: National Academy Press, 2001. 277 с.
10. Army Historical Foundation. More Than a Full Stomach: Nutrition and Developments in the Field Ration URL: <https://armyhistory.org/more-than-a-full-stomach-nutrition-and-developments-in-the-field-ration/> (дата обращения 27.03.2025).
11. Синицина Н. В., Шилова А. Ю. Исследование влияния горького шоколада на эмоциональный статус пациентов с хронической сердечной недостаточностью // Фундаментальные исследования. 2014. № 7 (часть 2). С. 309–314. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34438> (дата обращения: 27.03.2025).
12. Лекарство против страха. URL: https://nvo.ng.ru/forces/2004-03-19/3_medicine.html (дата обращения 19.03.2004).
13. Группа американских законодателей настаивает на исследовании психоделиков в медицинских целях. Группа URL: <https://www.golosameriki.com/a/us-lawmakers-make-bipartisan-push-for-psychedelics-research-in-defense-bill/7180461.html> (дата обращения: 14.07.2023).
14. MoD bought thousands of stay awake pills in advance of war in Iraq. URL: <https://www.theguardian.com/society/2004/jul/29/health.sciencenews> (дата обращения: 29.07.2004).
15. US pilots blame drug for friendly fire deaths. URL: <https://www.theguardian.com/world/2003/jan/04/afghanistan.richardnortontaylor> (дата обращения: 04.01.2003).
16. Медик рассказал о страшном вреде применения «военных наркотиков». URL: <https://ria.ru/20230427/preparaty-1868013817.html> (дата обращения: 27.04.2023).
17. Final Report. The Vietnam drug user returns. URL: <https://prhome.defense.gov/Portals/52/Documents/RFM/Readiness/DDR/Docs/35%20Final%20Report.%20The%20Vietnam%20drug%20user%20returns.pdf> (дата обращения: 06.04.2025).

УДК 008

Л. А. Колесникова

студент кафедры эксплуатации и управления аэрокосмическими системами

М. Л. Бурова – кандидат философских наук, доцент – научный руководитель**КУЛЬТУРНЫЕ СИМВОЛЫ РОССИИ**

Россия – страна с богатейшей культурной историей, каждая страница которой наполнена символами, отражающими ее дух и самобытность. От традиционного русского блина до космического подвига Юрия Гагарина, эти образы соединяют прошлое, настоящее и будущее, формируя уникальный культурный код нашей нации.

Блин: от гастрономии к философии

Блин – простой, но глубокий символ, уходящий корнями в древние славянские традиции. Он ассоциируется с Масленицей, праздником проводов зимы и встречи весны, который объединяет людей в радости, теплоте и ожидании обновления. В русском фольклоре блин – не просто еда, а образ цикличности жизни, солнца и доброжелательства. Эта гастрономическая эмблема проникла и в современную культуру, оставаясь неизменным спутником семейных застолий. Даже в быту выражение «первый блин комом» напоминает нам, что неудачи – лишь шаг к успеху. Таким образом, блин – это не только вкусная традиция, но и философский символ терпения, гостеприимства и оптимизма.

Матрешка: загадка русской души

Другой значимый символ – матрешка, с ее многослойностью и таинственностью. Эта деревянная кукла, где одна фигура прячется внутри другой, стала универсальным образом русской души, сложной и многогранной. Ее яркий дизайн и символика нашли признание далеко за пределами России. Матрешка напоминает нам, что за внешней простотой всегда скрывается глубина. Она отражает идею преемственности поколений, связи между прошлым и будущим, что делает ее не просто сувениром, а культурным символом с философским подтекстом.

Балалайка: голос народа

Балалайка – еще один уникальный символ русской культуры. Этот трехструнный музыкальный инструмент, узнаваемый благодаря своей треугольной форме и звонкому звучанию, стал неотъемлемой частью народных песен, плясок и праздников. Балалайка символизирует простоту и искренность народного искусства, которое способно передать весь спектр человеческих эмоций – от радости до грусти. В руках музыканта балалайка превращается в мощное средство самовыражения, способное объединить людей вне зависимости от возраста или социального статуса. Она продолжает быть символом творческой энергии и культурного богатства России.

Самовар: тепло и гостеприимство

Самовар, как символ русского гостеприимства, ассоциируется с домашним уютом и душевными беседами за чашкой чая. Этот предмет быта давно вышел за рамки утилитарности и стал культурным артефактом. Самовар напоминает о традиции собираться семьей и друзьями за общим столом, делиться историями и укреплять связи. Даже сегодня, когда электрочайники вытеснили самовары из повседневной жизни, они остаются важным элементом нашей культуры и часто занимают почетное место в интерьерах, музеях и сувенирных лавках.

Гагарин: покоритель вселенной

Юрий Гагарин, первый человек, совершивший полет в космос, стал не просто героем, но воплощением целой эпохи. Его слова «Поехали!» олицетворяют дух смелости и веры в прогресс, которые стали частью национальной идентичности России. Полет Гагарина в 1961 году был не только научным достижением, но и символом силы человеческой мысли, открытости новому и готовности к вызовам. Его подвиг продолжает вдохновлять миллионы людей по всему миру, подтверждая, что Россия – страна первооткрывателей и мечтателей.

Березка: символ природы и красоты

Русская березка – неотъемлемая часть пейзажей и культуры России. Ее стройный, белоствольный образ воспет в стихах, песнях и картинах. Березка стала символом не только природной красоты, но и

стойкости, женственности, чистоты и связи человека с родной землей. Для многих она ассоциируется с детством, родным краем и национальной идентичностью.

Символы, объединяющие поколения

От блина, олицетворяющего тепло и традиции, до Гагарина, воплощающего прорыв в неизведанное, культурные символы России говорят на языке, понятном каждому. Они учат нас сохранять связь с корнями, быть открытыми миру и стремиться к высшему. Эти образы объединяют поколения, напоминают о нашей общей истории и вдохновляют двигаться вперед. Россия богата не только своими природными ресурсами, но и культурным наследием, где каждый символ – это часть великой мозаики, в которой каждый найдет свое отражение.

УДК 321

Л. А. Котоев

студент кафедры электромеханики и робототехники

М. Л. Бурова – кандидат философских наук, доцент – научный руководитель**ЦАРИ И ПРЕЗИДЕНТЫ: КАК ВЫБРАТЬ ЛУЧШИХ?**

Выбор «лучшего» правителя – вечная дилемма, пронизывающая историю человечества. От наследственных монархий до современных президентских республик, методы отбора лидеров эволюционировали, но суть проблемы остается: как обеспечить компетентное и эффективное руководство? Простой ответ отсутствует, но сравнительный анализ монархических и президентских систем позволяет выявить некоторые закономерности. Монархия, опиравшаяся на принцип наследственности, предполагала, что «лучший» правитель – это тот, кто унаследовал престол. Однако, это не гарантировало компетентности. История полна примеров неудачливых монархов, чья неспособность приводила к кризисам и падению династий. Механизмы, частично смягчавшие этот недостаток, существовали: советники, регенты, традиции опекунства. Но они не исключали случайности и субъективности. Легитимация монарха часто опиралась на религиозные догмы, что делало оценку его способностей по практическим результатам сложной.

Президентские системы предлагают альтернативу – выбор путем голосования. В идеале, это должно приводить к избранию лидера, поддерживаемого большинством и способного представлять интересы народа. Но и здесь идеал часто расходится с реальностью. Популизм, манипуляции и влияние СМИ способны перевесить фактическую компетентность кандидата. Более того, система выборов сама по себе не гарантирует хорошего правления. Двухпартийная система может приводить к поляризации, а многопартийная – к нестабильности. Ключевое отличие – в источнике легитимации. Монархия опиралась на традицию и божественное право, президентская система – на народный суверенитет. Однако ни та, ни другая не является абсолютно невосприимчивой к кризисам. Революции свергали монархов, а президентские республики сталкиваются с государственными переворотами и политическими тупиками. Вместо поиска абсолютно «лучшего» метода, следует сосредоточиться на совершенствовании существующих. Укрепление демократических институтов, прозрачность власти, независимая судебная система, развитое гражданское общество – вот ключевые факторы, позволяющие минимизировать риски неэффективного правления независимо от того, как был избран правитель. Вопрос не в системе как таковой, а в ее качественном функционировании и способности адаптироваться к изменяющимся условиям.

УДК 004.8

Б. М. Паласио Эскивель

студент кафедры иностранных языков

С. Ю. Коломийцев – кандидат философских наук, доцент – научный руководитель**ЭТИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ОБРАБОТКИ ТЕКСТА С ПОМОЩЬЮ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ**

Быстрое развитие платформ искусственного интеллекта и машинного обучения радикально изменило парадигмы создания текстов, будь то в академическом, рабочем, научном контекстах или просто для облегчения общения между людьми.

Успех платформ для генерации текстов, такие как Chat GPT, DeepSeek, Grok или российская GigaChat, вызвали дискуссию об ограничениях этих технологий, когда сгенерированный текст может использоваться не только в качестве источника запроса, но и открыто как плагиат или замена человеческого труда, особенно в таких областях, как научные и академические исследования, образовательные процессы и даже в таких чувствительных областях, как законодательство и само межличностное общение, где инструменты, предоставляемые текстовыми генераторами, могут использоваться мошенническим или незаконным образом и/или представлять риск для пользователей, учреждений и общества в целом [1, с. 504].

Какие риски возникают? Их несколько, и пользователи могут не знать о них.

1. Конфиденциальность или сбор данных. Моделям искусственного интеллекта часто требуются большие объемы данных для эффективного обучения. Это вызывает опасения по поводу того, как личная информация собирается, хранится и используется без согласия. Кроме того, когда пользователи взаимодействуют с системами искусственного интеллекта, их данные могут регистрироваться и анализироваться. Это может привести к проблемам, связанным с правом собственности на данные и правом контролировать цифровой след.

2. Предвзятость (bias). Модели искусственного интеллекта могут наследовать предубеждения от наборов данных, с которыми они проходят обучение. Эти предубеждения могут проявляться в создаваемом контенте, что приводит к дискриминационным результатам или закреплению вредных стереотипов. В долгосрочной перспективе тексты, созданные с помощью искусственного интеллекта, могут усилить существующее социальное неравенство, а не способствовать его устранению.

3. Дезинформация и поддельные новости. Легкость, с которой ИИ может создавать реалистичный, но вводящий в заблуждение контент, создает значительные риски распространения лжи, пропаганды и дезинформации. Это может иметь серьезные последствия для публичного дискурса, выборов и социальной стабильности.

4. Интеллектуальная собственность. По мере того, как ИИ становится все более способным создавать оригинальный контент, возникают вопросы о том, кому принадлежат права на этот материал. Это пользователь, который предоставил ввод, разработчик модели или кто-то еще? Современное законодательство не приспособлено должным образом для обеспечения справедливой компенсации настоящим авторам, а также для признания уникального характера контента, создаваемого машинами.

5. Влияние на человеческий труд. Широкое внедрение искусственного интеллекта при создании текстов может значительно повлиять на занятость в таких областях, как журналистика, творческое письмо и обслуживание клиентов. Хотя автоматизация обеспечивает повышение эффективности, она также может привести к вытеснению работников.

6. Прозрачность и подотчетность. Пользователи должны знать, когда они взаимодействуют с системой искусственного интеллекта, а не с человеком. Прозрачное раскрытие информации помогает поддерживать доверие и предотвращает обман. Разработчики и организации, использующие эти текстовые генераторы, должны нести ответственность за любые отрицательные результаты, полученные в результате их технологии [2, с. 391].

Когда дело доходит до определения границ генерации текстов, при опросе одни и те же платформы высказывают довольно категорическое «мнение». Согласно DeepSeek Chat (2024), *«Искусственный интеллект как инструмент генерации текста следует использовать ответственно, обеспечивая прозрачность его происхождения и избегая дезинформации или плагиата. Крайне важно, что-*

бы пользователи правильно приписывали контент, созданный с помощью искусственного интеллекта, играли активную роль в проверке данных и не использовали эти технологии для обмана или манипулирования. Кроме того, следует уважать интеллектуальную собственность и уделять приоритетное внимание человеческой ценности при создании знаний, используя ИИ в качестве дополнения, а не замены критического мышления и профессиональной этики».

Как обеспечить выполнение этих предпосылок? Если ограничения действуют не на этих же технологических платформах (очевидно, с пользователем не будут консультироваться перед использованием этих технологий, необходимо просто принять условия предоставления услуг), а юридический контроль за правильным использованием этих текстовых генераторов имеет технологические ограничения, которые пользователь среднего или продвинутого уровня может использовать (особенно цифровое поколение и профессионалы в области информатики и вычислительной техники), то предел кроется в самом человеческом разуме, то есть он носит этический характер, и это выходит за рамки технологических или даже юридических ограничений.

Что говорит нам в этом отношении этика? Чтобы найти ответ, важно понимать, что существуют разные школы мысли и что подход каждой из них дает разные результаты, интеграция которых в принципе оказывается сложной. Различные направления мысли можно обобщить в пяти «школах»: утилитаризм, деонтология, этика добродетели, контрактализм и этика заботы.

Пять этических школ предлагают взаимодополняющие точки зрения на ограничения в создании текстов с использованием ИИ / машинного обучения. **1) Этика добродетелей**, наиболее выдающимися представителями которой являются Аристотель или Конфуций, фокусируется на моральном характере, заявляя, что «правильные действия требуют культивирования таких привычек, как честность и благоразумие». В случае текстовых генераторов с искусственным интеллектом / машинным обучением я бы подчеркнул моральную честность разработчиков, отвергая модели, искажающие правду из-за отсутствия смирения. **2) Деонтологизм**, созданный Иммануилом Кантом и его категорическим императивом, устанавливает абсолютные обязанности: «Вы должны следовать универсальным принципам, таким как не лгать, даже если последствия кажутся благоприятными». В этом контексте я бы потребовал абсолютных правил, таких как запрет вводящих в заблуждение текстов или отказ от маркировки контента, созданного искусственным интеллектом, поскольку это нарушает принцип честности. **3) Утилитаризм** Джона Стюарта Милля судит по результатам: «Правильное действие — это то, которое приносит наибольшее счастье наибольшему количеству людей». Столкнувшись с этическими ограничениями текстовых редакторов, эта школа оценила бы последствия, оправдав фильтры разжигания ненависти (hate speech), если они уменьшают чистый социальный ущерб. **4) Этика прав**, одним из основателей которой является англичанин Джон Локк, защищает основные свободы: «Каждый человек имеет неприкосновенные права, которые не могут быть нарушены никакими коллективными интересами». Эта школа будет блокировать использование, которое нарушает конфиденциальность пользователей (например, обучение работе с личными данными без согласия) или их автономию или суждения (например, deepfake). **5) Этика заботы**, современная и ориентированная на образование, в которой, в частности, американский философ и психолог Кэрол Гиллиган, отдает приоритет влиянию на отношения: «Мораль возникает из-за того, что она чутко реагирует на тех, кто от нас зависит». Эта позиция подвергла бы критике чат-ботов, которые заменяют подлинные человеческие взаимодействия или маргинализируют диалекты.

Системная интеграция этих подходов обеспечивает надежную основу для разработки текстовых генераторов (лингвистического ИИ), соответствующих принципам справедливости, автономии и коллективного благополучия. Этическое управление лингвистическим ИИ должно формулировать требования честности (добродетели), соблюдения нормативных требований (деонтология), оптимизации воздействия (утилитаризм), защиты основных прав и сохранения структуры человеческих отношений (забота) в соответствии с много парадигматическими рамками, предложенными этими философскими традициями [1, с. 503].

В последние годы появилось несколько инициатив, направленных на поиск консенсуса и установление этических ограничений искусственного интеллекта и, соответственно, на создание текстов с использованием машинного обучения и других технологий. В 2024 году Альянс в сфере искусственного интеллекта представил свою Комиссию по внедрению Кодекса искусственного интеллекта, которую

поддержали более 900 государственных и частных учреждений внутри страны, и вышла на международный уровень через Цифровой форум БРИКС (сентябрь 2024 г.), в рамках которого к ним присоединились более 50 зарубежных учреждений. Результатом работы этой комиссии стал Кодекс этики в сфере ИИ, который применяется к отношениям, охватывающим этические аспекты создания (проектирования, строительства, пилотирования), интеграции и использования технологий искусственного интеллекта на всех их этапах, которые в настоящее время не регулируются национальным законодательством или международными стандартами. и/или акты технического регулирования [3, с. 17].

Кодекс отражает гибкий подход к содействию правильному внедрению искусственного интеллекта, не препятствуя и не разрушая его развитие [4, с. 2], и служит дорожной картой для дальнейшего регулирования этой области и надлежащего использования технологии. В любом случае этот свод правил не может гарантировать правильное использование текстовых генераторов, поскольку это зависит от этики пользователей. Вместо закрытого заключения предпочтительнее спросить себя, должны ли мы регулировать использование, сосредоточиться на наказании за неправильное использование или поощрять этическое и всестороннее обучение и развитие пользователей этих платформ, чтобы гарантировать, что эти инструменты служат для улучшения работы и мышления людей?

Библиографический список

1. Mittelstadt, B. Principles Alone Cannot Guarantee Ethical AI // *Nat Mach Intell.* 2019. № 1. P. 501–507.
2. Jobin A., Ienca M., Vayena E. The Global Landscape of AI Ethics Guidelines // *Nat Mach Intell.* 2019. № 1. P. 389–399.
3. Глобальный атлас регулирования искусственного интеллекта / под ред. А. В. Незнамова. М.: Sber AI, 2024. 377 с.
4. Floridi L. Soft Ethics and the Governance of the Digital // *Philosophy & Technology.* 2018. № 31(1). P. 1–8.

УДК 17.0

М. С. Романов

студент кафедры информационной безопасности

А. Е. Рыбас – кандидат философских наук, доцент – научный руководитель

СТОИЦИЗМ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: АКТУАЛИЗАЦИЯ АНТИЧНЫХ ПРИНЦИПОВ ДЛЯ ЖИЗНИ В ЭПОХУ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Стоицизм, возникший в античности [4], представляет собой философское направление, предлагающее практические методы достижения эмоциональной устойчивости и осмысленной жизни [2]. В условиях динамично меняющегося мира, подверженного информационным перегрузкам, социальным и экономическим колебаниям, а также личностной нестабильности, принципы стоицизма приобретают особую значимость. Настоящая статья нацелена на демонстрацию применимости ключевых концепций стоицизма, таких как дихотомия контроля, принятие неизбежного, добродетель как высшая ценность и космополитизм, в качестве инструментов для эффективной адаптации и самореализации молодежи в XXI веке [3].

Одним из основополагающих принципов стоицизма является концепция дихотомии контроля, постулирующая разделение всего сущего на категории подвластного и неподвластного человеческому влиянию. Эпиктет, выдающийся представитель стоической школы, в своем «Энхиридионе» формулирует данную идею следующим образом: «В нашей власти – мнение, стремление, желание, уклонение – одним словом все, что является нашим. Вне пределов нашей власти – наше тело, имущество, доброе имя, государственная карьера, одним словом – все, что не наше» [5, с. 55]. В современном обществе, характеризующемся экспоненциальным ростом информационных потоков и постоянным воздействием внешних раздражителей, принцип дихотомии контроля приобретает исключительную практическую ценность. Социальные медиа, новостные агрегаторы и непрерывный поток уведомлений активно конкурируют за внимание индивида, зачастую вызывая тревогу и чувство бессилия перед лицом событий, находящихся вне зоны личного контроля.

Стоический подход предлагает переориентацию внимания на сферы, подлежащие управлению: собственные реакции, решения и поведенческие стратегии. В противовес пассивному потреблению новостного контента и погружению в тревожные размышления, стоицизм рекомендует сознательное распределение времени и ресурсов в пользу деятельности, способствующей личностному росту и практической реализации. В условиях информационной избыточности, дихотомия контроля становится методологией эффективного управления вниманием как ключевым ресурсом, обеспечивая восстановление субъективного ощущения автономии и контроля.

Стоическая концепция «Amor Fatii», трактуемая как «любовь к судьбе», акцентирует необходимость принятия неизбежных аспектов жизни с благодарностью и невозмутимостью. Марк Аврелий, римский император и философ-стоик, в своих «Размышлениях» призывает принимать любые блага без гордости и отпускать без сожаления [1]. В историческом контексте античности данный принцип служил инструментом преодоления последствий военных конфликтов, эпидемий и личностных потерь. В современной реальности молодежь сталкивается с новыми вызовами, включающими пандемии, климатические изменения и нестабильность на рынке труда. Принятие судьбы не следует интерпретировать как проявление пассивности или фатализма. Напротив, данная концепция предлагает активную стратегию адаптации: вместо деструктивного сопротивления необратимым событиям индивид направляет энергию на поиск конструктивных возможностей в рамках сложившихся обстоятельств [1]–[3]. К примеру, потеря работы может рассматриваться не только как кризис, но и как стимул для переосмысления профессиональных ориентиров, получения новой квалификации или инициирования собственного предпринимательского проекта.

Стоицизм способствует формированию перспективы, в которой испытания воспринимаются не как исключительно негативные явления, а как потенциал для личностного роста и развития, что является ключевым аспектом успешной навигации в условиях современной динамики.

В стоической философии добродетель категорически определяется как единственное истинное благо, в то время как внешние факторы, такие как материальное благосостояние, обществен-

ное признание и гедонистические удовольствия, признаются индифферентными. В современном социуме, где успех традиционно ассоциируется с материальными достижениями, данная идея представляет собой альтернативный этический подход [2], [3]. Культура потребления, поддерживаемая рекламными кампаниями и социальными сетями, активно пропагандирует идеалы внешнего благополучия, провоцируя возникновение тревожности и чувства неудовлетворенности у индивидов.

Стоическая этика предлагает парадигмальный сдвиг: источник подлинного благополучия локализован не во внешнем мире, а во внутренней сфере человека. Система добродетелей, включающая мудрость, справедливость, мужество и умеренность, выступает в качестве практических ориентиров для повседневной жизни. Умеренность способствует противостоянию неограниченному потреблению материальных благ и виртуальных сигналов одобрения. Справедливость мотивирует к просоциальному поведению и учету интересов окружающих. Жизнь, ориентированная на добродетель, позволяет сформировать автономную систему ценностей, не зависящую от внешнего давления и общепринятых стереотипов, что обеспечивает устойчивость и целенаправленность в условиях постоянно меняющихся внешних ориентиров.

Стоическая философия трактует концепцию космополитизма как осознание принадлежности к глобальному сообществу, основанному на общей для всех людей природе разума. В эпоху глобализации, миграционных процессов и интеграции цифровых технологий, идея космополитизма приобретает особую релевантность [2]–[4]. Глобальная интеграция и коммуникация парадоксальным образом сопровождаются ростом конфликтности и социальной разобщенности, проявляющимися в формах национализма, ксенофобии и поляризации общества.

Стоический космополитизм предлагает преодоление ограничений, налагаемых узкими групповыми идентичностями – национальными, культурными, социальными – и признание универсального человеческого начала в каждом индивидууме. Данный принцип не ограничивается абстрактным идеалом, но предлагает практическую ориентацию на солидарность и взаимопомощь в глобальном масштабе. Участие в гуманитарных инициативах, направленных на поддержку беженцев или реализацию экологических проектов, представляет собой конкретное воплощение стоического космополитизма [2, 3]. В контексте глобальных кризисов, космополитизм становится не только философской концепцией, но и необходимым условием для обеспечения устойчивого развития человечества.

Стоицизм представляет собой не только систему теоретических постулатов, но и набор практических методик, адаптируемых к условиям современной жизни. В качестве примера можно рассмотреть технику негативной визуализации [2], [3], заключающуюся в превентивном представлении наихудшего варианта развития событий с целью психологической подготовки и акцентирования ценности позитивных аспектов настоящего. Данная техника может быть эффективным инструментом снижения тревожности и подготовки к потенциальным трудностям.

Регулярная практика утренних размышлений, по примеру Марка Аврелия [1], позволяет структурировать день в соответствии с приоритетными ценностями и целями, минимизируя отвлекающие факторы и повышая общую продуктивность. Указанные техники отличаются доступностью и универсальностью, что обеспечивает их применимость в различных контекстах XXI века.

Современная реальность характеризуется комплексом вызовов, структурно сходных с проблематикой, стоявшей перед античными философами, включая неопределенность, ограниченный контроль и поиск экзистенциального смысла. Стоицизм не предлагает универсальных рецептов, однако предоставляет практические инструменты для саморегуляции и формирования адаптивного поведения, охватывающие спектр от эмоционального менеджмента до построения этически ориентированной жизни. Стоическая философия способствует развитию устойчивости без ригидности, принятия реальности без пассивности и ответственности перед собой и глобальным сообществом.

В завершение следует подчеркнуть, что стоицизм представляет собой не архаичный философский конструкт, а жизнеспособную систему принципов, способную служить ориентиром для молодого поколения в условиях современности [2, 3]. Данная философия акцентирует значимость рациональности, добродетели и эмоциональной саморегуляции как основополагающих элементов достижения осмысленной и устойчивой жизни в эпоху глобальных перемен.

Библиографический список

1. Аврелий М. Размышления / Пер. А. К. Гаврилова. Л.: Наука, 1985. 245 с.
2. Ирвин У. Радость жизни. Философия стоицизма для XXI века. М.: Альпина Паблишер, 2020. 312 с.
3. Пильюччи М. Как быть стоиком. Античная философия и современная жизнь. М.: Альпина нон-фикшн, 2020. 278 с.
4. Степанова А. А. Философия Древней Стои. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1995. 160 с.
5. Эпиктет. Энхиридион: краткое руководство к нравственной жизни. СПб.: Владимир Даль, 2012. 223 с.

УДК 001

Н. Ю. Третьяков

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

С. Ю. Коломийцев – кандидат философских наук, доцент – научный руководитель**ФИДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГИИ В НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В современном мире, который на данный момент смело можно назвать «миром смешанных реальностей», фиджитал-технологии являются очередным витком технической эволюции в человеческом мире. Совмещение цифрового мира и мира реального за счет виртуальной или дополненной реальности с применением аудиовизуальных технологий, искусственного интеллекта, спортивных мероприятий, мастер-классов и ароматических дополнений позволяют получить совершенно новый уровень коммуникации с максимальным вовлечением человека. На данный момент рассмотрение подобных технологий как способа научной коммуникации является приоритетным. В условиях открытых границ и мировой конкуренции в сфере образования, просвещения и научной деятельности следует избегать дефицита отечественных кадров в научной сфере, вовлекать в науку со школьной скамьи и демонстрировать преимущества работы в науке, не забывая при этом материально поддерживать данную сферу. Также эффективная научная коммуникация необходима для создания положительного образа российской науки как в глазах соотечественников, так и в глазах всего мира. И фиджитал-технологии могут в этом помочь. В данной работе рассмотрены примеры внедрения фиджитал-технологий в сферу научной коммуникации, а именно рассмотрены такие мероприятия, как: выставка «Россия», форум «КосмоСтарт», мероприятие для детского реабилитационного центра «Прометей. Аэрокосмическое приключение». Также будут рассмотрены перспективы разработок и внедрения фиджитал-технологий как способа научной коммуникации на базе ГУАП.

В качестве 1 примера следует привести выставку-форум «Россия», которая проходила на площадке ВДНХ в Москве. Одна из самых посещаемых в России, данная выставка может похвастаться множеством фиджитал-активностей, как, например, элементы дополненной реальности, промовизоры и VR путешествия, арт-объекты и инсталляции, благодаря которым у посетителей была возможность побывать на испытаниях советской атомной бомбы внутри ядерного реактора и лаборатории, взойти на гору и побывать в ракете Ангара. Совмещение проекционных технологий, датчиков движения, тачскринов, очков виртуальной реальности и симуляторов стало не основой, но дополнением и возможностью наглядно показать преимущества отечественной науки и техники. Безусловно, выставка стала не только площадкой, но и мощным посланием всему миру и имиджевым проектом России. «Мы можем. Мы умеем», – говорится в этом послыле.

Немаловажно участие в подобных проектах вузов и ссузов. В качестве примера использования фиджитал-технологий можно привести использования симуляторов и компьютерного тестирования на форуме «КосмоСтарт», который ежегодно проводит ГУАП.

На данном форуме посетители могли побывать на космической станции, пройти авиатесты и послушать лекции космонавтов. Примечательно использование симуляторов и привлечение творческих коллективов.

И в качестве последнего примера использования фиджитал-технологий хотелось бы привести проект «Аэрокосмическое приключение», проведенное студентами Гуманитарного факультета Никитой Третьяковым и Марией Беленковой в социально-реабилитационном центре «Прометей». Данный проект включал в себя как мультимедийное сопровождение и применение виртуальных клонов К.Э. Циолковского и С.П. Королева, так и реальные мастер-классы, где дети из подручных средств создавали реактивный двигатель. Последний пример является наиболее успешным с точки зрения эффективности использования бюджета и получения информации.

Возможности научной коммуникации велики, и учебным заведениям следует заняться вопросом просвещения и подготовки кадров, связанных с научной коммуникации.

Плюсы:

- имиджевый проект;
- возможность развития карьеры студентов;

- возможность реализации творческого потенциала студентов;
- возможность появления новых партнеров компаний, развитие университета;
- возможность появления расширенного комьюнити российских научных коммуникаторов, свободного обмена знаниями;

- просвещение и поддержка имиджа российской науки;
- обучение искусственному интеллекту, внедрение цифровых технологий.

Но в то же время работа в сфере фиджитал-технологий осложняется рядом препятствий, одно из которых – быстрое развитие данной области.

С учетом появления инициативных групп студентов и развития инженерных подразделений ГУАП, можно выделить следующие возможные применения фиджитал-технологий:

- мобильные выставки,
- точка кипения,
- комплекс Чесменского дворца,
- печатные издания университета,
- контент университета на сайте и в социальных сетях.

Для изучения и производства контента следует обратить внимание на следующие факторы:

- доступный широкополосный интернет;
- наличие оборудования для создания фиджитал-контента;
- постоянное обновление знания и создание новых рекомендаций для создания фиджитал-контент;

- поощрение инициатив, продвижение и рекомендация крупным компаниям партнерам;
- круглосуточная работа коворкингов. (в качестве примера можно привести коворкинги университета ИТМО, которые работают круглосуточно и без выходных, оснащены стационарными компьютерами и возможностью шеринга оборудования);

- создание дополнительных курсов;
- обратная связь от всех направлений;
- поощрение частных проектных инициатив;
- поиск новых организаций партнеров;
- подготовленная среда для проведения выставок;
- постоянное повышение уровня выставок и ежемесячное их проведение.

Из вышеописанного можно сделать следующий вывод: только объединив усилия подразделений и поставив приоритетные планы, привлекая как постоянный штат, так и инициативные группы, и адаптируя часть учебного процесса под нужды научной коммуникации, а также взаимодействуя с центрами научной коммуникации как в России, так и за рубежом, возможно приобрести конкурентное преимущество как в исследовательской области, так и в области просвещения и профориентации. А фиджитал-технологии являются на данный момент наиболее эффективным инструментом, который позволит наглядно и в игровой форме объяснить сложные процессы и показать науку с наиболее привлекательной стороны.

УДК 338.484.6

М. И. Астафьев

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

С. В. Шепелева – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель**МОНИТОРИНГ КЛАССИФИКАЦИОННЫХ СИСТЕМ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА**

Почти в каждой стране мира существуют отели и другие объекты, предназначенные для временно проживания туристов. Все они различаются уровнем комфорта, перечнем предоставляемых услуг, расположением и иными факторами. Для того чтобы выбрать нужный вариант, отвечающий конкретным индивидуальным требованиям каждого гостя, отели разделены на категории в соответствии с классификацией средств размещения. Однако многообразии предприятий гостиничной индустрии, специфика разных стран и множество критериев классификации приводят к тому, что существуют разные подходы к оценке отеля в зависимости страны, в которой он находится. В данном исследовании мы сравним российскую систему классификации с европейской, в основе которой лежат стандарты HotelStars Union.

Классификацией средств размещения в России занимаются аккредитованные правительством экспертные организации. Гостиница сама выбирает любую из них и подает заявку на оценку с последующим присвоением категории. После прохождения процедуры отелю выдается свидетельство о пройденной классификации, действующее в течение трех лет. С 2021 все гостиницы в России подлежат обязательной классификации.

HotelStars Union, созданная в 2010 году организацией HOTREC, представляет собой международную ассоциацию, имеющую единые стандарты классификации гостиниц, независимо от того, в какой стране находится объект оценки. Она имеет четкие стандарты и критерии, определяющие качество предоставления услуг и уровень сервиса отеля. В течение 15 лет оценка претерпела немало обновлений и изменений, на данный момент существует 274 пункта, действующие с 2025 по 2030 год. На сегодняшний день рейтинг HotelStars Union используется почти во всех странах Европы.

Мы сравним требования к каждой категории отелей в Европе и в России, и на основании этого определим преимущества и недостатки данных классификационных систем. Для наглядности анализа информация будет представлена в виде таблиц, в которых будут приведены требования по каждому критерию. Начнем с категории «одна звезда».

Данная категория обычно представлена малыми отелями, не входящими ни в одну сеть и предлагающими минимальный набор удобств. В таблице 1 представлены требования для данной категории в HotelStar Union и в России.

Таблица 1

Требования к отелям категории «одна звезда»

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
Требования к зданию и общественным помещениям	<ul style="list-style-type: none"> – Соответствие общественных помещений санитарным нормам. [1] – Поддержание мебели и оборудования в общественных зонах в безупречном состоянии. – Лифт для гостиниц выше 3 этажей. – Наличие парковки при отеле. – Наличие сидений в зоне ресепшн 	<ul style="list-style-type: none"> – Освещение входа в отель и прилегающей территории [2] – Лифт для гостиниц выше 5 этажей – Бесплатная питьевая вода из кулеров в общественных зонах – Наличие холла с вешалками для одежды – Наличие служебных помещений (например, столовых) для персонала

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
Требования к номерам и их оснащению	<ul style="list-style-type: none"> – Площадь номера не менее 14 кв. м. – Наличие санузла в 100% номеров. – Бесплатный доступ Интернет и в общественных зонах, и в номерах. – Наличие 100% номеров с цветным телевизором. – Наличие мыла и банных полотенец в номерах 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие в общественных помещениях санузла – Площадь номера не менее 9 кв. м. – Наличие санузла в 25% номеров. – Бесплатный доступ в Интернет в общественных зонах. – Наличие телевизора в общественной зоне отеля. – Предоставление средств гигиены по запросу
Требования к персоналу	<ul style="list-style-type: none"> – Основные требования касаются внешнего вида сотрудников – они должны быть одеты в униформу отеля, либо иную одежду, позволяющую определить их как сотрудников отеля. Также они должны уметь осуществлять операции, соответствующие их должности в отеле 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие стандартов для персонала в письменном виде. – Соответствующий внешний вид и поведение сотрудников отеля. – Владение технологиями обслуживания. – Умение работать с компьютером. – Прохождение обязательного медицинского осмотра
Требования к организации питания	<ul style="list-style-type: none"> – Возможность предоставления расширенного завтрака, а также напитков в отеле 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие при отеле предприятия питания любого типа, обслуживающего гостей в соответствии с расписанием, а также предоставляющего континентальный завтрак длительностью более двух часов
Основные услуги отеля	<ul style="list-style-type: none"> – В данной категории сводятся к ежедневной уборке номеров и возможности безналичной оплаты номера и услуг отеля. Смена постельного белья и полотенца предусмотрена лишь один раз в неделю 	<ul style="list-style-type: none"> – Предусмотрена возможность оплаты услуг отеля банковской картой. Обязательна ежедневная уборка номеров и смена постельного белья один раз в 5 дней, а полотенца – раз в 3 дня
Дополнительные услуги отеля	<ul style="list-style-type: none"> – Каждый отель предоставляет гостям бесплатный общественный телефон и факс. Также по просьбе гостя предоставляются дополнительные гигиенические принадлежности (например, зубные щетки и паста) 	<ul style="list-style-type: none"> – Информация об экскурсиях от отеля (предоставляется СПИРОм). – Вызов такси по просьбе гостя. – Возможность хранения багажа постояльцами

Из таблицы, представленной выше, можно сделать вывод, что классификационные системы имеют схожие требования к персоналу, услугам, состоянию здания и питания при отеле. Однако преимуществом HotelStar Union являются более высокие стандарты для номерного фонда – большая площадь номеров, их оснащение собственным санузлом, цветным телевизором и бесплатным Wi-Fi, чего в России не предусмотрено.

Отели категории «две звезды» включают в себя все требования, предусмотренные для категории «одна звезда», поэтому сопоставим только те стандарты и услуги, которые появились в дополнение к уже представленным выше.

Требования к отелям категории «две звезды»

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
Требования к зданию и общественным помещениям	– Возможность остановки автобуса прямо перед отелем	– Обязательно наличие освещаемой вывески с названием отеля
Требования к номерам и их оснащению	– Прикроватная лампа для чтения. – Предоставление, помимо банных, полотенец для рук. – Оборудование номера полками для белья	– Наличие санузла в 50% номеров
Требования к персоналу	– Персонал обязан владеть хотя бы одним иностранным языком	– Такие же, как для категории «одна звезда»
Требования к организации питания	– Возможность организации завтрака по типу «шведский стол»	– Такие же, как для категории «одна звезда».
Основные услуги отеля	– Такие же, как для категории «одна звезда».	– Смена постельного белья производится один раз в 3 дня
Дополнительные услуги отеля	– По запросу гостя предоставляется набор для шитья и ухода за обувью	– Такие же, как для категории «одна звезда»

Из представленной выше таблицы стоит выделить, что российская система классификации предусматривает наличие санузлов в 50% номеров, однако цветное телевидение и бесплатный интернет в номерах по-прежнему недоступны, что является безусловным недостатком по сравнению с европейскими стандартами. HotelStar Union также предусматривает владение персоналом хотя бы одним иностранным языком и организацию завтрака по типу «шведский стол». Таким образом, в Европе отели категории «две звезды» должны соответствовать более высоким требованиям, чем в России.

Отели категории «три звезды» уже предусматривает больший комфорт, в ней постояльцы получают все базовые удобства и услуги, однако премиальный сервис по-прежнему отсутствует. В табл. 3 сопоставлены требования к данной категории в Европе и в России.

Таблица 3

Требования к отелям 3 звезды

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
Требования к зданию и общественным помещениям	– Зал ожидания с мебелью и предоставлением напитков – Трехместный лаундж-люкс на стойке регистрации, доставка багажа	– Отдельный вход для гостей – Дополнительное освещение и электроснабжение – Лифт для гостиниц выше 3 этажей – Меблированная зона отдыха для гостей
Требования к номерам и их оснащению	– Площадь номеров не менее 18 кв. м. – Бесплатный телефон в номере. – Наличие мультимедийных развлекательных систем. – Отопление в ванной – Наличие зеркал в ванной	– Площадь номеров не менее 15 кв. м. – Наличие санузла в 100% номеров. – Бесплатный телефон в 100% номеров – Мини-сейф в 100% номеров – Цветной телевизор в 100% номеров – Бесплатный Wi-Fi в 100% номеров
Требования к персоналу	– Такие же, как для отелей «две звезды»	– Обязательно ношение персоналом униформы отеля.

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
		– Обязательно владение сотрудниками хотя бы одним иностранным языком
Требования к организации питания	– Доставка напитков в номер по запросу	– Расширенный континентальный завтрак (более широкий выбор блюд)
Основные услуги отеля	– Прием СПИР на стойке ресепшн осуществляется с 10:00 до 22:00. – Поднос багажа осуществляется с 10:00 до 22:00. – Система управления жалобами гостей	– Круглосуточный поднос багажа. – Круглосуточный прием СПИР. – Смена полотенец ежедневно. – Наличие автомата для чистки обуви
Дополнительные услуги отеля	– Предусмотрено обязательное наличие сайта отеля доступного на двух языках	– Особенных услуг для данной категории не предусмотрено

Отели категории «три звезды» достаточно популярны во всем мире [3], именно к этой категории в России предъявляют более высокие требования – например, все сотрудники, контактирующие с гостями, обязаны знать хотя бы один иностранный язык. Стандарты оснащения номеров становятся фактически идентичными со стандартами HotelStar Union. Более того, российской системой классификации предусмотрено круглосуточное обслуживание гостей, что является несомненным преимуществом по сравнению с требованиями Европы, где службы работают лишь с 10:00 до 22:00.

Отели категории «четыре звезды» в обеих классификационных системах предлагают множество дополнительных услуг, обладают достаточно высоким сервисом, но недостаточно роскошны, чтобы считаться премиальными вариантами размещения для состоятельных туристов. Особенности требований к данной категории в России и в Европе приведены в табл. 4.

Таблица 4

Требования к отелям категории «четыре звезды»

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
Требования к зданию и общественным помещениям	– Наличие подземной парковки или гаража – Наличие бизнес-центра	– Подсветка фасада здания отеля – Парковка у центрального входа – Лифт для гостиниц более двух этажей – Наличие конференц-залов – Ковровое покрытие общественных зон
Требования к номерам и их оснащению	– Наличие кресел в номере на каждого гостя – Набор подушек и постельных принадлежностей – Наличие компьютера в номере – Наличие в номере принтера и сканера	– Кондиционеры в 100% номеров – Бутилированная питьевая вода в номере – Наличие многокомнатных номеров
Требования к персоналу	– Такие же, как для категории «три звезды»	– Такие же, как для категории «три звезды»
Требования к организации питания	– Наличие ресторана «А ля карт» – Обслуживание в номерах через карту меню завтраков – Наличие мини-бара	– Наличие ресторана и лобби-бара – Наличие банкетного зала – Предоставление 2-разового и 3-разового питания по выбору гостя – Шведский стол со свободным доступом к блюдам

Критерий оценки	HotelStar Union	Российская система классификации
		<ul style="list-style-type: none"> – Круглосуточное обслуживание в ресторане – Круглосуточная доставка питания в номер
Основные услуги отеля	<ul style="list-style-type: none"> – СПИР принимает гостей очно в течение 18 часов. – Услуги стирки, глажки и химчистки доступны по запросу 	<ul style="list-style-type: none"> – Смена постельного белья один раз в 2 дня – Стирка белья – Услуги глажки белья – Химчистка
Дополнительные услуги отеля	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие зарядных станций для электромобилей – Наличие фитнес-центра – Наличие СПА-салона или сауны – Организация туров от отеля 	<ul style="list-style-type: none"> – Экскурсии от отеля, в том числе с переводчиками – Аренда банкетных и конференц-залов – Предоставление оборудования для проведения докладов и презентаций – Наличие тренажерного зала – Организация встречи гостей, доставка их и багажа в отель

Анализируя таблицу, можно заметить, что HotelStar Union предъявляет больше требований к оснащению номеров, в то время как российская система классификации имеет более высокие стандарты оказания услуг в отеле. Основным преимуществом российских стандартов является круглосуточная работа предприятий питания и СПИР, именно этого не хватает HotelStar Union.

Отели категории «пять звезд» предоставляют роскошный сервис, в котором процесс обслуживания продуман до мелочей [4]. Для того чтобы получить заветные «пять звезд» отель должен обеспечить дорогую отделку номеров и общественных зон, а также предоставить немало дополнительных услуг [5]. Частично отличительные требования классификационных систем к данной категории представлены в табл. 5.

Таблица 5

Требования к отелям категории «пять звезд»

HotelStar Union (в дополнение к отелям 4 звезды)	Российская система классификации (в дополнение к отелям 4 звезды)
<ul style="list-style-type: none"> – Круглосуточное обслуживание СПИР и ресторанной службы – Круглосуточная доставка еды и напитков в номер – Услуги швейцара и парковщика – Услуги посыльных и консьержа – Аренда лимузинов – Владение сотрудниками минимум двумя иностранными языками 	<ul style="list-style-type: none"> – Экспресс-обслуживание – Наличие охраняемой подземной парковки – Владение сотрудниками минимум двумя иностранными языками – Вечерняя подготовка номера – Услуги консьержа

Разница в требованиях к отелям 5 звезд у HotelStar Union и российской системы классификации незначительна. И в том, и в другом случае отели должны предоставлять высокий уровень сервиса и обладать первоклассным оснащением номеров. Это объясняется тем, что они обслуживают целевую аудиторию с высоким уровнем дохода, а потому должны соответствовать высоким стандартам независимо от местоположения отеля.

Исходя из анализа требований европейской и российской систем классификации к отелям различных категорий, можно сделать следующие выводы. Преимуществом HotelStar Union являются более высокие стандарты для отелей категорий «одна звезда» и «две звезды», что делает их более привлекательными, комфортными для целевой аудитории с невысоким уровнем доходов. Преимуществом российской системы классификации можно считать более строгие требования к отелям категорий «три звезды» и «четыре звезды» – большинство услуг в них доступны для гостей круглосуточно. В целом, можно отметить, что HotelStar Union уделяет больше внимания оснащению номеров, а российская система классификации – набору услуг и качеству их оказания.

Библиографический список

1. HotelStar Union. Hotelclassification 2025-2030. URL: https://www.hotelstars.eu/fileadmin/PORTAL/dokumente_downloads/HSU_classification_criteria_2025-2030_EN.pdf (дата обращения: 11.02.2025).
2. Legal Agent. Требования для гостиниц с 01.01.2025. URL: <https://legalagent.ru/gostinichnyj-biznes/trebovanija-dlja-gostinic-s-01-01-2025.html> (дата обращения: 15.02.2025).
3. Webster Studio. Классификация отелей и гостиниц. URL: <https://webster.studio/journal/klassifikaciya-otelej/> (дата обращения: 20.02.2025).
4. Курнос И. Все о рейтинге звездности отелей от HotelStars Union. URL: <https://colliers.kz/rating-hotelstars-union/> (дата обращения: 20.02.2025)
5. Маринчук М. Звездность отелей: за что дают звезды и как присваивают категории. URL: <https://b2b.ostrovok.ru/blog/zvyozdnost-otelej/> (дата обращения 25.02.2025)

УДК 338.487:640.4

М. И. Астафьев

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

Е. А. Шеховцова – кандидат филологических наук, доцент – научный руководитель

ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ КУБЫ

Гостиничная сфера играет существенную роль в жизни Кубы, поскольку именно туризм и связанные с ним отрасли бизнеса приносят наибольший доход этой стране. Множество отдыхающих со всех уголков земли посещают этот остров и, чаще всего, неоднократно. Доля российских туристов среди них весьма велика и постоянно увеличивается. В данном исследовании приводится общее описание туристического сектора Кубы, его краткая история, а также актуальная информация и новости, способные заинтересовать того, кто планирует провести свой отпуск в этой стране. Помимо этого, представлены анализ и статистика, наглядно показывающие влияние индустрии туризма и ее важность как внутри Кубы, так и ее значение (доля) в соответствующей отрасли мировой экономики.

Чтобы лучше понять специфику рассматриваемого рынка гостиничной индустрии, обратимся к истории. Несмотря на то, что с момента завоевания испанскими конкистадорами Куба располагала несколькими городами-портами, как таковых отелей в стране не было до середины XIX века. Средства размещения были представлены комнатами в частных домах и городских монастырях, которые не обеспечивали должного уровня комфорта для гостей. Крупнейшим центром торговли и, как следствие, потока путешественников в те времена была Гавана – один из самых больших и населенных городов Нового Света. Именно в нем в 1835 году и был построен первый кубинский отель «Perla de Cuba» [1], располагающий 40 номерами и способный принять 80 гостей и обеспечить их должным для того времени уровнем комфорта. С этого момента в стране начинают строиться гостиницы, предлагающие неплохие условия проживания.

Развитие транспортной инфраструктуры сопровождается дальнейшим расширением гостиничной сферы – отели появляются в разных городах Кубы. В Гаване в период с 1840 по 1860-ые годы открылись «Telegraph», «Inglaterra» и «Santa Isabel». Каждый из них обладал своими преимуществами: «Telegraph» – современными по тем временам связью, телефоном и телеграфом, полностью соответствуя своему названию, «Inglaterra» – обслуживанием «а-ля-карт», «Santa Isabel» могла похвастаться наличием ванн и персоналом, владеющим несколькими иностранными языками. Таким образом, на рынке начинает возникать конкуренция.

Рубеж XIX и XX веков характеризуется появлением на Кубе гостиниц, соответствующих более высоким требованиям. Некоторые из них, например «Sevilla» или «Almendares» даже относились к классу «люкс». В начале XX века кубинское правительство начинает придерживаться тенденции на привлечение отдыхающих, а не только размещение приехавших по деловой линии, поэтому принимаются законы, разрешающие азартные игры в туристической зоне. Начинает развиваться сфера услуг, строится инфраструктура для развлечений и отдыха, ориентированная в первую очередь на туристов из США, в которых на тот момент действовал «сухой закон». Активная продажа алкоголя, казино, рулетки, скачки и пегуинские бои в совокупности с прекрасным климатом и морем действительно привлекли множество отдыхающих.

Основной поток американских туристов приходился на Гавану, предлагающую новые отели, способные удовлетворить потребности приехавших на курорт платежеспособных путешественников, в том числе знаменитый «Nacional de Cuba», сохранившийся до наших дней. В то же время остальная часть страны не застраивалась и главным средством размещения там продолжали оставаться частные дома, в которых приезжие могли снять комнату.

В 1920-х количество туристов из США постоянно увеличивается [2], что способствует привлечению иностранных инвестиций, появлению новых и модернизации уже существующих гостиниц, а также улучшению транспортного сообщения, в особенности между Кубой и США. Существовало несколько морских маршрутов между странами, каждый из которых обслуживала своя компания, например Peninsular and Occidental (P&O) Steamship Company занималась организацией еженедельных рейсов между Майами, Ки-Уэстом и Кубой. Перевозки как грузовые, так и пассажирские, между Нью-Йорком и

Гаваной осуществляли Ward Line и Manson Steamship Line, каждая из которых предлагала рейсы разной стоимости, длительности и маршрута следования, так что выбирать в этом случае было из чего. Компания Vascaro Brothers & Company Line продавала недельные туры по системе «все включено» менее чем за 100 долларов, их круизные лайнеры заходили не только в порт Гаваны, но и в другие порты Кубы, а также во многие страны Карибского бассейна. Кроме того, существовал уникальный железнодорожный маршрут Havana Special, пролегающий между Нью-Йорком и Гаваной. Морской участок пути занимал 10 часов из 42 часового путешествия. На нем вагоны перегружались на специальные паромы, и пассажирам даже не приходилось покидать их.

Однако в 1930-х годах темпы развития рынка гостиничной индустрии на Кубе снижаются, ввиду уменьшения инвестиций и турпотока со стороны США. Причинами тому можно считать последствия Великой депрессии, а также отмену в 1933 году закона, запрещающего производство, продажу и транспортировку алкоголя на территории США.

Экономический рост туристического сектора возобновляется только в конце 1940-х и начале 1950-х годов. Куба занимает лидирующую позицию в регионе, приняв более 30% от общего числа посетивших страны Карибского бассейна. Абсолютное большинство отдыхающих составляют по-прежнему граждане США – их доля от общего числа туристов составляла 90%. Начинается стремительное развитие казино, ночных клубов и связанных с ним развлечений, что пагубно сказывается на местном населении.

Кубинская революция, произошедшая в 1959 году, повлекла за собой резкий спад турпотока, поскольку все отели перешли под управление государства и весь игровой бизнес, ночные клубы и иные развлечения подобного характера были запрещены. Правительство возобновляет развитие гостиничного сектора в 1970-х, ярчайшим проявлением которого в тот период является учреждение в 1976 году Национального института туризма. В следующем десятилетии создается государственная корпорация Sibapasaп, основной целью которой было создание партнерских отношений с иностранными предприятиями и привлечение, таким образом, иностранных инвестиций в экономику Кубы. В 1987 году был принят соответствующий закон, а в 1988 году Sibapasaп заключила договор с испанской сетью отелей Sol Melia о совместном строительстве отеля на курорте Варадеро – вторым по популярности после Гаваны на тот момент [3]. Отель открылся в 1990 году и получил название Sol Palmeras, в том же году совместно с немецкой компанией LTI International Hotels был открыт отель Тухрап.

В 1990-х гостиничная индустрия Кубы ежегодно растет весьма быстрыми темпами – создаются новые государственные корпорации, такие как Gaviota, Gran Caribe Hotel Group, Islazul и Horizontes Hotels. В стране принимается «звездная» система классификации, включающая 5 категорий отелей, различающихся количеством присуждаемых звезд – от 1 до 5. Чем больше звезд, тем более высоким стандартам комфорта и обслуживания соответствует отель – данная система на сегодняшний день является одной из самых популярных и распространена во всем мире. Каждый год открываются новые объекты туристической индустрии, особенно много отелей открывается в Гаване и Варадеро – номерной фонд этих курортов значительно превышает фонд других регионов страны. Однако застраиваются и другие города, например, появляются отели на севере провинции Сьего-де-Авила, где ранее их не было.

В период с 1990 по 2000 годы объем номерного фонда Кубы увеличился в разы. На диаграмме ниже мы сравнили структуру номерного фонда Кубы и его распределение по стране. Количество объектов туристической индустрии растет в каждой провинции, хотя около половины предложений приходится, как уже отмечалось выше, на Гавану и Варадеро.

К 2003 году 73 отеля находились под совместным управлением иностранных компаний и кубинских корпораций. Почти все из них были 4 и 5 звездочными, лишь компании Hotetur и CRET управляли 3 звездочными объектами. Это объясняется тем, что иностранные инвесторы имели опыт управления отелями высокой категории, у них были знания, навыки и технологии их организации. Такие гостиницы приносили больше прибыли, быстрее окупали вложения и привлекали платежеспособных туристов, привыкших к комфорту.

Государственной собственностью являлись 190 гостиниц, более половины из них относились к категориям 2 и 3 звезды. Причинами этого были особенности государственного управления, отсутствие опыта работы чиновников с высококлассным сервисом и более простая организация отелей среднего

уровня обслуживания. В 2003 году как в собственности, так и под управлением государства находились компании Islazul и Habaguanex, занимавшие около 6% всего гостиничного рынка Кубы на тот момент.

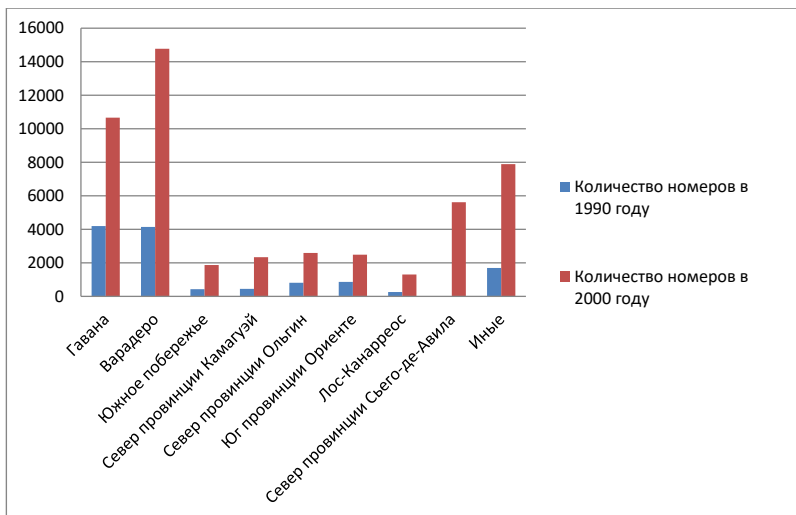


Рис. 1. Рост номерного фонда Кубы в 1990-ых

Распределение номерного фонда по категориям изменилось в период с середины 1990 до середины 2000-х годов. В 1995 году во всей стране существовало только 8 пятизвездочных отелей, обладающих 10% номерного фонда страны. Около 80% всего номерного фонда приходилось на категорию 4 звезды (около 50%) и 3 звезды (около 30%). К 2003 году к категории 5 звезд относилось уже 20%. Причиной была заинтересованность зарубежных компаний в отелях высокого уровня – почти все отели, управляемые международными гостиничными сетями, относились к категории 5 и 4 звезды. На графике ниже представлено изменение соотношения гостиниц разных категорий в период между 1995 и 2003 годом.

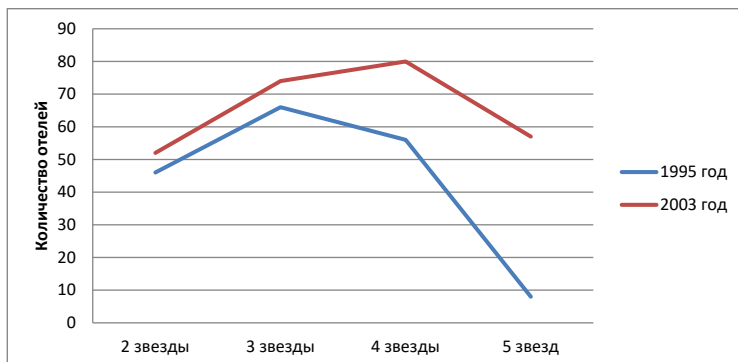


Рис. 2. Соотношения категорий отелей

Местное население охотно шло работать в гостиницы, в которых отмечалось фактическое отсутствие текучки кадров. От коллег из других стран кубинцы обучались различным методикам управления туристическими предприятиями, в отелях применялись новые технологии и современное оборудование. Для персонала проводились постоянные тренинги, применялись эффективные практики по его обучению. Все это способствовало развитию гостиничной индустрии – строились новые объекты, повышалось качество оказываемых услуг, постоянно увеличивался поток отдыхающих. Многие из открывающихся отелей относились к категориям 4 и 5 звезд – они привлекали состоятельных туристов со всего мира. Все эти факторы положительно влияли на конкурентоспособность страны не только в рамках региона Карибского бассейна, но и во всем мире.

Среди кубинских корпораций наибольший объем рынка в 2000-ых занимали Cubanacan и Gran Caribe Hotel Group – на каждую приходилось около 29% номерного фонда, следом шли Gaviota (20%) и Horizontes Hotels (17%), вышеупомянутые Islazul и Habaguanex были наименее значимыми – по 3% от общего количества номеров в стране. Большинство отелей корпораций Cubanacan и Gran Caribe Hotel Group были созданы как совместное с иностранной компанией предприятие, однако стоит отметить, что если в начале 1990-ых в финансовой структуре предприятий преобладали зарубежные инвестиции, то к 2000 году подавляющую часть средств на строительство выделяли национальные компании. На диаграмме ниже показано распределение номерного фонда между кубинскими корпорациями.

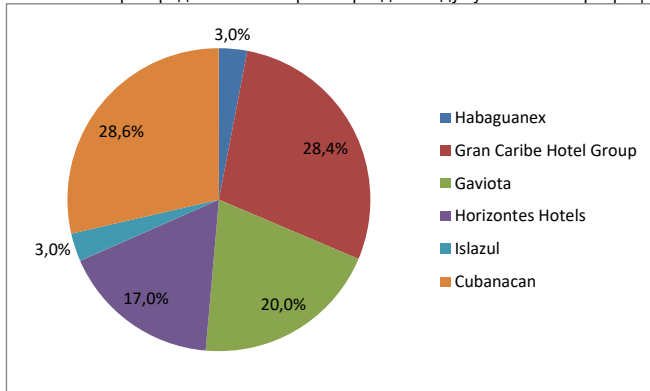


Рис. 3. Номерной фонд Кубы

Тенденции, сформировавшиеся к началу 2000-х годов, остаются актуальными и в настоящее время. К таковым можно отнести строительство отелей преимущественно высокой категории (4 и 5 звезд), активное сотрудничество с иностранными сетями и инвесторами, а также большую вовлеченность местного населения в работу в сфере туризма. Последнее выражается не только в работе многих кубинцев в отелях крупных компаний, но также в активном появлении частных средств размещения, работающих по концепции bed&breakfast. Аренда комнат в частном жилье на Кубе всегда пользовалась популярностью у туристов, желающих поближе познакомиться с местной культурой, понять обычаи и специфику страны. С 1997 года правительство приняло программу по регулярной поддержке casas particulares – частных средств размещения для туристов. Ввиду доступных цен они стали альтернативой в первую очередь для гостиниц категорий 2 и 3 звезды, а многие граждане страны занялись предпринимательской деятельностью, сдавая комнаты в своем жилье.

Период с 2012 по настоящее время характеризуется, в первую очередь, широкой экспансией рынка международными отельными сетями. Часть из них, например компания Blue Diamond, приходят на рынок Кубы впервые, привлеченные постоянно растущим турпоток в этой стране. Другие расширяют сети, созданные еще в 1990-ых годах. К таким относятся испанские корпорации: Iberostar Hotels&Resorts, Meliá Hotels International, Barceló Hotels&Resorts, а также французская компания Accor.

Визит президента США Барака Обамы в 2016 году влечет за собой появление в стране американских сетей Kempinski, Marriott и Starwood [4].

Среди испанских операторов больше всех преуспела Iberostar – под ее управлением в 2017 году уже находились 17 отелей, в течение следующих 5 лет их количество увеличилось почти вдвое (32 отеля). Такой успех во многом объясняется хорошими отношениями с кубинским правительством, что позволяет компании легко получать лицензии на строительство новых объектов на всех курортах страны – гостиницы этого бренда присутствуют в каждом городе Кубы. На настоящий момент эта корпорация является, пожалуй, самой влиятельной иностранной компанией в стране.

Другая испанская сеть – Meliá – начала свою работу на Кубе еще в 1988 году, тесно сотрудничая с корпорацией Cubanacan. На данный момент именно она предлагает элитные отели по системе «все включено» на Варадеро – они относятся к группе Sol Palmeras, расположены на берегу океана и предлагают различные водные развлечения для отдыхающих. Номерной фонд всех отелей данного бренда на Кубе весьма велик и насчитывает около 17 тысяч номеров разных категорий.

Наконец последняя испанская компания, считающаяся «крупным игроком» на кубинском рынке – Barceló – уступает двум вышеописанным в количестве отелей и номеров, однако продолжает развиваться и строить отели в разных городах Кубы. Основными задачами для себя оператор избрал повышение качества своего продукта, модернизацию старых объектов, а также освоение новых, еще неиспользуемых другими сетями локаций острова.

Помимо испанских брендов большое влияние на Кубе имеют французская компания Асог и канадская Blue Diamond. Первая владеет преимущественно отелями среднего класса, вторая – 4 и 5 звездочными отелями, работающими по системе «все включено». Американские сети также активно инвестируют в кубинский рынок, но занимаются в основном модернизацией уже существующих объектов. Самой популярной локацией для них является Центральный парк Гаваны – почти все отели этого района перешли под их управление.

Среди российских туристов наибольшей популярностью пользуются отели, управляемые сетью Blue Diamond – они создают все условия для комфортного отдыха русскоговорящих путешественников [5]. Персонал, понимающий русский язык, меню и путеводители на русском, развлекательные программы и мероприятия, разработанные специально для туристов из России – все это привлекает множество отдыхающих со всего постсоветского пространства. Спрос российских туристов на курорты Blue Diamond Resorts Cuba растет с каждым годом, образуемый как новыми приезжающими, так и постоянными клиентами. Большинство отдыхающих обычно выбирают пятизвездочные отели, работающие по типу adults only, но популярностью также пользуются и семейные отели, относящиеся к категориям от 3 до 5 звезд.

Среди интересных проектов Blue Diamond стоит отметить отели марки Resonance, направленные на молодую аудиторию и позиционирующие себя как «тусовочные», подобный формат считается новым на Кубе. В ноябре 2024 года открылись 2 первых отеля такого типа – Resonance Musique Varadero 4* и Resonance Blu Varadero 4*, отличительными чертами первого являются музыкальные мероприятия, второй примечателен множеством пляжей и бассейнов. Создание подобных отелей было обусловлено не в последнюю очередь большим количеством «свадебных отпусков», продолжительность которых составляет 1,5-2 месяца против 3-4 недель для туров других форматов.

Туристический бизнес на Кубе на сегодняшний момент является одной из самых важных отраслей экономики страны. По оценке конца 2024 года общий доход от гостиничного сектора составил более 6,5 млрд. долларов, а с учетом 15% ежегодного стабильного роста прогнозируется, что к 2029 году он достигнет 13 млрд. долларов. Гостиничная индустрия развивается по всем направлениям и представлена как отелями различных типов и категорий, так и многообразными частными средствами размещения, от комнаты в частном доме до роскошной виллы. Каждый год курорты этого великолепного острова привлекают все больше путешественников и инвестиций из абсолютного разных источников.

На основании исследования современного рынка гостиничной индустрии Кубы, а также анализа процесса его становления можно сделать следующие выводы:

1. История становления рынка гостиничных услуг на Кубе включает несколько этапов, каждый из которых имеет свои особенности.

2. Большое влияние на туристический сектор на Кубе оказывают государственные корпорации, часто работающие совместно с иностранными компаниями-инвесторами.
3. Гостиничная индустрия Кубы оказывает значительное влияние на экономику страны – в ней занят большой процент населения и она приносит большой доход в национальный бюджет.
4. На современном этапе рынок гостиничных услуг Кубы стремительно развивается.
5. Основными тенденциями развития на современном этапе являются постройка отелей 5 звезд типа «adults only» и связанных с ними развлечений.

Библиографический список

1. Кужель Ю. Истоки и современное состояние гостиничного бизнеса Кубы. URL: https://studme.org/389873/turizm/istoki_sovremennoe_sostoyanie_gostinichnogo_biznesa_kuby (дата обращения: 11.02.2025).
2. Дедок В. Гостиничный сектор Кубы: страновая специфика развития. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/297472/2/Journal2023_1_Dedok.pdf (дата обращения: 15.02.2025).
3. Caribbean News Digital. Испанские сети отелей на Кубе: настоящее и будущее. URL: <https://www.cndrussian.com/es/novosti-oteley/ispanskie-seti-oteley-na-kube-nastoyaschee-i-budushee> (дата обращения: 20.02.2025).
4. Ассоциация Туроператоров. Международные отельные сети расширяют экспансию на Кубе. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/39145.html> (дата обращения: 25.02.2025).
5. Тропова Е. На Кубе откроется 12 новых отелей. URL: <https://atorus-ru.turbopages.org/atorus.ru/s/node/55780> (дата обращения: 27.02.2025).

УДК 659.18

А. Р. Белошеев

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

ОСОБЕННОСТИ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ

Вирусная реклама в России остается актуальным инструментом маркетинга в современных реалиях, особенно в условиях стремительного развития цифровых технологий и социальных медиа. Она позволяет брендам не только выделиться на фоне конкурентов, но и создать эффект заметности продукта или услуги, когда информация распространяется самими пользователями. В отличие от традиционных методов рекламы, вирусная реклама опирается на креативность, оригинальность и эмоциональную вовлеченность аудитории.

Российский рынок вирусной рекламы имеет свои уникальные особенности, обусловленные культурными, социальными и экономическими факторами. Важным аспектом является понимание менталитета потребителей, их ожиданий и предпочтений. Успешные вирусные кампании в России зачастую используют элементы юмора, сатиры или актуальные социальные темы, что позволяет установить эмоциональную связь с аудиторией.

Вирусная реклама с элементами неожиданности и провокации позволяет брендам выделиться среди конкурентов, но также связана с рисками. Часто даже самые высокие и рискованные концепции могут привести к успеху, что делает вирусный маркетинг одновременно привлекательным и опасным. Потребность в новости и желание привлечь внимание аудитории рождает подходы, которые могут быть неустойчивыми и непредсказуемыми.

Вирусная реклама – это одна из самых эффективных маркетинговых стратегий в современном мире. Она позволяет привлечь огромное количество внимания к продукту или услуге, не тратя больших денежных средств на рекламу.

Для анализа вирусной рекламы используются различные методы, такие как мониторинг социальных сетей, анализ комментариев и отзывов пользователей, изучение поведения целевой аудитории и ее реакции на контент.

Также важным аспектом анализа является изучение контекста, в котором была запущена рекламная кампания. Например, какие события происходили в мире во время запуска кампании, какие тренды были актуальны в социальных сетях и т.д. [1].

Для успешной вирусной рекламы необходимо создать контент, который будет вызывать эмоциональный отклик у пользователей, будь то смех, восторг или раздражение. Также важно учитывать специфику платформы, на которой будет размещаться реклама, и приспосабливать контент под нее.

Важным фактором успеха вирусной рекламы является ее распространение через социальные сети и другие каналы, где пользователи могут легко поделиться контентом с друзьями и подписчиками. Поэтому необходимо учитывать возможность шаринга¹ контента при создании рекламной кампании [2].

В целом, анализ вирусной рекламы помогает компаниям создавать более эффективные рекламные кампании, которые будут привлекать внимание пользователей и увеличивать продажи. Это позволяет компаниям снизить затраты на рекламу и увеличить ROI².

Основная идея вирусной рекламы заключается в том, чтобы создать контент, который будет интересен и привлекателен для целевой аудитории. Это может быть видео, фотография, текст или любой другой формат контента.

Когда пользователи начинают делиться этим контентом в социальных сетях и других онлайн-сообществах, они становятся своего рода «носителями вируса». Контент начинает распространяться как вирус, достигая все большего количества людей и привлекая новых пользователей.

Однако, чтобы создать эффективную вирусную рекламу, нужно учитывать ряд принципов [3]:

¹ Шаринг – это обмен данными. Например, передача и другой обмен информацией.

² ROI – это показатель, который отражает рентабельность или окупаемость вложенных в бизнес инвестиций.

1. Оригинальность и креативность контента. Вирусная реклама должна быть уникальной и вызывать у пользователей интерес и эмоции.
2. Юмор и эмоциональность. Часто вирусная реклама использует юмор и эмоциональные составляющие, чтобы привлечь внимание аудитории.
3. Простота и понятность. Контент должен быть легко воспринимаемым и понятным для широкой аудитории.
4. Актуальность и своевременность. Вирусная реклама должна отражать актуальные темы и события, чтобы привлечь большее количество пользователей.
5. Целевая аудитория. Контент должен быть направлен на конкретную целевую аудиторию, чтобы вызвать у нее больше интереса и эмоций.
6. Хорошая продвижение и распространение. Важно, чтобы контент быстро распространялся в социальных сетях и других каналах, чтобы достигнуть максимальной аудитории.
7. Неожиданность и шокирование. Иногда вирусная реклама использует неожиданные и шокирующие элементы, чтобы привлечь внимание аудитории.
8. Интерактивность и участие аудитории. Вирусная реклама может включать элементы, которые позволяют пользователю участвовать в процессе или взаимодействовать с контентом.
9. Брендинг и узнаваемость. Важно, чтобы вирусная реклама отражала бренд и была узнаваемой для аудитории.
10. Социальная значимость. Контент может быть связан с социально значимыми темами или вызывать чувства ответственности перед обществом, что также может привлечь больше внимания и поддержки.
11. Не навязчивость. Важно, чтобы вирусная реклама не была слишком агрессивной и не навязывала свой продукт или услугу аудитории.
12. Анализ результатов. После запуска вирусной рекламы необходимо проводить анализ результатов и определять эффективность контента и методов распространения, чтобы улучшать стратегию маркетинга в будущем.

Вирусная реклама в России становится все более популярной и успешной. Компании активно используют социальные сети и другие каналы для распространения своих рекламных кампаний и привлечения внимания пользователей.

Одним из ключевых факторов успеха вирусной рекламы в России является ее креативность и оригинальность. Компании стараются создавать яркие и запоминающиеся видеоролики, посты и слоганы, которые вызывают эмоции у пользователей и могут быстро распространяться в социальных сетях.

Еще одним важным фактором успеха является использование знаменитостей и других популярных персонажей. Компании часто приглашают известных людей для участия в своих рекламных кампаниях, что помогает привлечь внимание большего количества пользователей.

Однако, несмотря на успех вирусной рекламы в России, есть и риски. Некоторые компании могут использовать недобросовестные методы для распространения своих рекламных кампаний, например, покупать лайки и просмотры в социальных сетях. Это может привести к ухудшению репутации компании и потере доверия пользователей.

Как и в случае с любой маркетинговой кампанией, важно помнить об этике и законодательстве. Некоторые компании могут использовать недобросовестные методы для продвижения своих товаров, такие как скрытое размещение рекламы или использование ложной информации. Это может нанести ущерб репутации компании и привести к негативным последствиям. Поэтому важно следить за тем, как компания продвигает свой бренд, и использовать только этичные методы маркетинга [4].

Вирусная реклама становится все более популярной в России, и компании активно используют этот метод для привлечения внимания пользователей и увеличения продаж. Однако, для достижения успеха необходимо создавать оригинальные и креативные рекламные кампании, использовать знаменитостей и проводить честные конкурсы и акции. Стоит выделить вирусную рекламу в России. Ее уровень, в некоторых аспектах показывает действительно хорошие результаты узнаваемости у аудитории. Среди них можно отметить несколько примеров:

В 2019 году российская телекоммуникационная компания YOTA запустила довольно запоминающаяся рекламную кампанию. На протяжении 5 секунд на голубом экране в полной тишине миллионы

телезрителей наблюдали одно предложение с неприлично простым заявлением: «Реклама YOTA по телевизору». После нескольких минут однотипной шумной рекламы, несколько секунд тишины заставили заинтересоваться почти любого зрителя.

YOTA использовала сразу несколько способов воздействия на потребителя в своей рекламной компании:

1. Голубой фоновой цвет. Подобный цвет не вызывает у человека чувство дискомфорта. Он снижает раздражительность, тревожность и успокаивает. Цвет создает чувство безопасности для потенциального потребителя.

2. Отсутствие аудио сопровождения. Тишина благоприятно влияет на мозг человека. После нескольких минут шумной рекламы, несколько секунд тишины позволяют отдохнуть и расслабиться.

3. Короткое, но не информативное рекламное сообщение. Потребитель видит одно предложение, без какой-либо конкретики. В большинстве случаев, подобный рекламный ход считается неэффективным, но в случае YOTA ситуация меняется. Из-за ряда успокаивающих факторов рекламного ролика, человеку дается время вдуматься в происходящее на экране. Таким образом, потенциальный потребитель, не знающий о компании, захочет, как минимум, ознакомиться с ней.

4. Реклама YOTA была на слуху и активно обсуждалась среди людей. Удачное использование принципов вирусной рекламы сделали из этой рекламной компании один из примеров успешной вирусной рекламы на территории России.

Также нужно упомянуть и не провокационные примеры вирусной рекламы других брендов. К примеру, рекламная компания сетевых торговых центров «АУРА» и «Планета».

В рекламе участвовал известный в интернете венгерская фотомодель Андраш Арато. Пожилой мужчина стал звездой русского интернета в 2011-2012 годах благодаря своей уникальной мимике и выражению лица. За что на просторах мировой сети получил прозвище «Гарольд, скрывающий боль».

Концепция проекта была разработана креативным агентством TUTKOVBUKOV. В основу идеи лег печальный образ персонажа: Гарольд выступает в роли обескураженного продавца-консультанта, чье выражение лица просто не может скрывать боль – летний сезон скидок опустошил торговый зал, все товары сметены с полок, а с манекена сорвана последняя рубашка. Остались только боль, отчаяние и Гарольд.

Многим потребителям было приятно вновь увидеть любимого героя интернета на наружной рекламе и даже на ТВ в 2019 году. Неудивительно, что за подобной рекламной компанией сразу же последовало бурное обсуждение в социальных сетях.

Вирусная реклама в России становится все более популярной и эффективной, так как компании осознают, что она может привести к значительному увеличению продаж и узнаваемости бренда. Рекламные агентства в России активно работают над созданием нестандартных и запоминающихся рекламных кампаний, которые могут вызвать интерес у аудитории.

Но при этом российские бренды и компании не боятся рисковать на рынке вирусной рекламы. Часто спорные решения становятся крайне популярны и запоминающимися аудитории потребителей и даже становятся яркими примерами для российского рынка вирусной рекламы.

В целом, вирусная реклама в России продолжает развиваться и привлекать все больше внимания компаний и потребителей. Она становится неотъемлемой частью маркетинговой стратегии многих компаний, которые стремятся привлечь внимание аудитории и увеличить свою прибыль.

Вирусная реклама в России представляет собой мощный инструмент интернет-продвижения, способный получить значительные результаты для брендов и компаний. Многие успешные примеры вирусной рекламы в РФ внедряют маркетологов на использование этого метода. Однако важно помнить, что контролировать вирусную рекламу чрезвычайно сложно, и ее содержимое должно отражать ценность компании, избегая от негативных эмоций у потенциальных пользователей.

Использование вирусной рекламы связано с высоким риском. Неправильная реализация может привести к провалу рекламной кампании даже при соблюдении основных принципов вирусного продвижения. Гарантий успеха не существует, и всегда есть вероятность, что реклама не привлекает целевой аудитории.

Тем не менее, при грамотном подходе к разработке и реализации вирусной рекламы в России компания может преуспеть и привлечь новых клиентов. Ключевым аспектом является сохранение ре-

путации и соблюдение нравственных норм. Вирусная реклама должна быть креативной, увлекательной и вызывать положительные эмоции у аудитории. Только в этом случае можно рассчитывать на достижение желаемых результатов и увеличение прибыли на российском рынке.

Библиографический список

1. Jurvetson S., Draper T. Viral marketing phenomenon explained. URL: http://www.dfi.com/news/article_26.shtml (дата обращения: 10.04.2025).
2. Gilly et al. 1998; Kirby and Marsden 2006; Steyer et al. 2007.
3. Ferguson R. Word of mouth and viral marketing: Taking the temperature of the hottest trends in marketing // *Journal of Consumer Marketing*. 2008. P. 179–182.
4. Helm S. Viral marketing: Establishing customer relationship by 'word-of-mouth' // *Electronic Markets*. 2000. P. 158–161.

УДК 659.1

Д. Д. Бонокин

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НАРКОМАНИИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Реклама в бытовом представлении воспринимается как индустрия, которая должна заставить потребителей «купить-сделать-передумать», и подобное представление небезосновательно. Общеизвестным является тот факт, что рекламная деятельность – это исключительно коммерческий процесс, в котором продавец товаров/услуг обращается к рекламной индустрии для повышения уровня осведомленности потенциальных покупателей о его продукции и побуждении ее к приобретению той или иной продукции. По этой причине потребители относятся к рекламе предвзято, иногда даже негативно, потому что потребители не ждут от рекламы правды, т.к. с точки зрения бытового восприятия реклама – это некий легальный обман, целью которого является получение денежных средств зрителями рекламы путем продажи им тех или иных товаров и/или услуг. Разумеется, даже коммерческая реклама обладает рядом социальных функций – образовательно-познавательной, информационной, культурной и т.д. Однако конечной целью коммерческой рекламы все равно выступает продвижение товаров и услуг, что во многом нивелирует побочные социальные эффекты рекламы в глазах потребителей.

Социальная реклама же стремится к абсолютно иной цели. При сохранении привычных визуальных, стилистических элементов и приемов коммерческой рекламы, социальная реклама отличается от коммерческой в первую очередь тем, что она не стремится продать товар или услугу третьему лицу, чтобы заработать денег на рекламном контракте. Если описывать роль социальной рекламы обобщенно, то она призвана обращать внимание людей на актуальные проблемы общества и помогать обществу, государству и различным организациям в их решении [1]. Социальная реклама должна: оповещать население о важных общественных проблемах, предлагать варианты решения проблемы и побуждать население к действиям, способствующим решению, а также демонстрировать населению заинтересованность государства и общественности в тех или иных актуальных для общества проблемах [2]. В рамках данной работы будут рассмотрены роль, недостатки и возможные варианты решения социальной рекламы в аспекте борьбы с наркозависимостью населения в России.

Одной из важнейших социальных проблем современной России, на которой сконцентрирована социальная реклама, является наркомания. Обсуждение важности любой социальной проблемы следует начинать с ее масштабов. Очевидно, что посчитать точное число наркозависимых в России не представляется возможным, подсчет осложняется как трудностью сбора данных (например, в небольших региональных городах и отдаленных населенных пунктах), так и спецификой распространения наркотических средств среди населения, т.к. наркотики, в отличие от, например, алкоголя, продаются всегда незаконно и посчитать килограммы проданных наркотиков, как литры проданного алкоголя на душу населения возможно только приблизительно, к тому же люди, употребляющие и продающие наркотики, предпочитают не распространяться об употребленных веществ из-за опасения уголовного преследования и общественного осуждения. Все эти аспекты дают нам понимание, что официальная статистика по наркомании среди россиян вероятно будет ниже реального количества наркозависимых, тем не менее в России официально состоят на учете в качестве наркозависимых 600 тыс. человек на 2021-й год [3]. Комиссия по наркополитике стран Восточной и Центральной Европы и Центральной Азии утверждает, что в России 1.8 миллиона человек употребляют инъекционные наркотики [4]. Следовательно, можно предположить, что число наркозависимых в России варьируется от полумиллиона до нескольких миллионов человек. Наилучшим образом проблему наркозависимости россиян демонстрирует опрос ВЦИОМ «Наркотическая зависимость: мониторинг», который показал, что в 2024 году 11% россиян имеют в своем окружении людей, употребляющих наркотики [5]. Таким образом, можно сделать вывод, что минимум одна десятая часть населения страны связана с наркотиками, а вероятно даже больше, ведь в данных опроса не указано, сколько знакомых у каждого отдельно взятого человека употребляет наркотики.

Далее кратко будут рассмотрены причины, по которым люди становятся наркозависимыми. Социально-экономические факторы: низкий уровень заработной платы, плохие жилищные условия, отсутствие перспектив и плохая социальная обстановка во многих Российских городах негативно сказываются на моральном здоровье населения. Из-за чего люди часто обращаются к наркотическим средствам, которые могут за сравнительно небольшие деньги предоставить человеку тот спектр положительных эмоций, которые человек с низким социально-экономическим положением не переживает в обычной жизни. Психологические факторы: ни для кого не секрет, что россияне часто сталкиваются различными психологическими проблемами, такими как тревожностью и депрессией. Причины, по которым россияне сталкиваются с подобными проблемами, бывают разные. На это влияют и негативные социально-экономические факторы, о которых было сказано ранее, и проблемы многих россиян в семьях, а именно – бытовое насилие, алкоголизм членов семьи, большое число разводов, низкое благосостояние семей и т.д. Также негативное на психологическом здоровье россиян сказывается непредсказуемая политическая обстановка в России [6]. Все это негативно сказывается на психическом здоровье россиян, что в свою очередь влечет увеличение числа наркозависимых, которые с помощью наркотиков пытаются справиться с психическим расстройством.

Культурный аспект: несмотря на то, что всем еще с раннего детства известно, что наркотики представляют из себя опасные для жизни и здоровья вещества, они часто романтизируются в рамках определенных субкультур или в отдельно взятых культурных элементах. Так, например, представители рэп-индустрии в своем творчестве часто открыто декларируют то, что они употребляют наркотические средства. К тому же данная информация подается слушателю таким образом, что данный факт выглядит скорее респектабельно и местами даже престижно, нежели стыдно и непристойно. Также подобное можно наблюдать в киноиндустрии, как в отечественной, так и в зарубежной. Даже в тех ситуациях, когда в фильмах демонстрируется печальная судьба наркоманов, образы героев таких фильмов часто романтизируются в сознании зрителей и они начинают проявлять к героям сочувствие, а посыл о вреде наркотиков остается незамеченным. Таким образом у многих людей еще в юном возрасте случается культурный диссонанс: с одной стороны дома, в школе, на плакатах различных стендов строго говорят о вреде наркотиков и о том, как они ломают судьбы людей, а с другой стороны индустрия развлечений показывает людям, что наркотики вполне можно употреблять, оставаясь при этом здоровой частью общества. Нет ничего удивительного в том, что подростки активнее верят симпатичной картинке, изображаемой на экранах смартфонов, нежели строгим родителям и учителям.

Далее стоит рассмотреть социальную рекламу в аспекте борьбы с наркоманией среди российского населения. Необходимо рассмотреть основные особенности, проблемы и дать рекомендации, которые могли бы улучшить действие социальной рекламы на сознание россиян.

На рис. 1 представлены 3 примера рекламы, которые, по мнению автора, наилучшим образом отражают суть современной российской социальной рекламы в сфере борьбы с наркотиками.

Первая проблема социальной рекламы против употребления наркотиков – это формат. Пожалуй, на сегодняшний день очевиден тот факт, что главным источником информации всех видов для молодежи является интернет. Если говорить более конкретно, то сегодня молодежь получает полезную информацию, потребляет развлекательный контент и приобретает тот или иной жизненный опыт преимущественно посредством интернета. Сложно представить современного подростка без смартфона. Необходимо обратить внимание на формат современной социальной рекламы: это баннеры, постеры, плакаты и многие другие виды традиционной рекламы, но не реклама на электронных носителях. В данном контексте основной проблемой является то, что подростки современной молодежи просто не обратят внимания на эту рекламу, потому что он либо привык игнорировать баннеры, которые размещены повсеместно, либо он просто не увидит их, потому что будет увлечен собственным смартфоном.

Решение можно предложить следующее: социальная реклама должна сменить формат наружной рекламы на интернет-рекламу, но не на те же самые баннеры и плакаты, только в электронном виде, а в актуальный формат распространения информации. Социальная реклама должна существовать в лентах популярных социальных сетей. В идеале это должен быть видеоформат, так называемые «короткие видео». Это должна быть реклама, которая с помощью визуальных образов, быстрой подачи и понятного современной молодежи языка рассказывает о проблеме наркотиков. В идеале эта реклама

не должна выглядеть как типичная реклама. Современная молодежь любит смотреть харизматичных блогеров с оригинальной подачей и интересными темами. Таким образом, главное, что нужно сделать: перенести социальную рекламу в наиболее актуальный видеоформат, «замаскировать» рекламу под органический контент, чтобы она не раздражала зрителя и осуществлять подачу информации привычным для молодежи образом, через известных блогеров, или через создание собственных. Интернет-аудитория подвержена влиянию коротких видео, т.к. зачастую информация в них подается в безопасной форме, как истина, не требующая доказательств, а поскольку формат современных видео в интернете часто сводится к вертикальным видео продолжительностью не более минуты, то пользователю некогда и незачем разбираться в правдивости услышанной информации, по этой причине рекламу против наркотиков можно упростить до подачи элементарной информации о вреде наркотических средств, которые благодаря постоянному повторяющемуся появлению в ленте пользователей будут «закладывать» в сознание аудитории правильные мысли, идеи и модели поведения, которые могут помочь в борьбе с употреблением наркотиков.



Рис. 1. Примеры рекламы, призывающей отказаться от наркотиков

Поскольку вопрос формата социальной рекламы против наркотиков рассмотрен, далее следует обсудить содержание такой социальной рекламы, так как с ним тоже имеется ряд проблем. Социальная реклама против наркотиков всегда концентрируется на каких-то негативных последствиях: смерть, тюремное заключение, социальное отчуждение и т.д. Однако такая реклама полностью игнорирует

причины, по которым люди стали наркоманами. Наркоман или тот, кто еще только пробует наркотики и так отлично знает о вреде наркотиков, нет смысла ему об этом напоминать, такая реклама не вызывает отклика у зрителей, потому что не говорит о проблемах людей, связанных с причинами, по которым люди начинают употреблять наркотические средства. У кого-то проблемы в семье, кто-то одинок и пытается скрыть свое одиночество запрещенными веществами, а кто-то не видит перспектив в своей жизни из-за бедности и отсутствия перспектив. Социальная реклама не предлагает пути решения таких проблем, не говорит, например, как справиться с одиночеством без помощи наркотиков, она говорит лишь о последствиях. Люди начинают употреблять наркотики не потому, что хотят изолироваться от хорошей жизни, а потому что хотят избежать от плохой, для них наркотическое опьянение – это способ решить жизненные проблемы, тревог и переживаний.

Важно говорить об этом, социальная реклама должна уметь предложить людям, употребляющим наркотики, другой способ улучшить свою жизнь. Ошибочно будет полагать, что людям, которые начали употреблять наркотики, были известны все альтернативные варианты справиться с жизненными проблемами. Пример: социальная реклама часто изображает счастливую жизнь без наркотиков с помощью людей, которые занимаются спортом. Действительно, спорт – это отличный способ для укрепления физического и морального здоровья человека, однако социальная реклама не предлагает конкретные места для занятий спортом, не рассказывает о возможностях, преимуществах и перспективах, она просто говорит: «Бросай наркотики, занимайся спортом!». Однако важно не только призывать людей к занятию спортом, но и давать конкретные решения: описывать места, где можно заняться спортом, рассказывать о конкретных видах спорта и т.д. В качестве альтернативы наркотикам, предлагаемой социальной рекламой обязан быть не только спорт. Здесь социальная реклама должна брать пример у коммерческой рекламы, ведь она также говорит зрителю: «У вас есть проблема!», однако затем сразу же следует: «У нас для вас есть решение!». Если социальная реклама против наркотиков будет делать акцент на причинах, почему люди начали употреблять наркотики, на проблемах, которые испытывают наркозависимые, и будет предлагать решения, а не просто транслировать зрителям информацию о последствиях, то эффективность рекламы вероятно повысится.

Если обратить внимание на общее настроение рекламных сообщений из рис. 1, то будет заметна характерная черта современной российской социальной рекламы – концентрация на негативе, о чем было сказано в части, посвященной проблеме содержания социальной рекламы. Также ранее было сказано о высоком уровне тревожности россиян, наивно будет полагать, что реклама, которая говорит зрителю о смерти, тюремном заключении и социальное отчуждении, вызовет у зрителя позитивные эмоции, особенно, если зритель такой рекламы стал наркозависимым из-за негативных факторов, окружающих его в повседневной жизни. Посыл социальной рекламы против наркотиков – это третья проблема, которую следует проанализировать. Социальная реклама против наркотиков всегда говорит зрителю, что его ждут те, или иные негативные последствия. Для осознания абсурдности использования такого посыла важно понимать один немаловажный аспект. Человек, который для решения тех или иных жизненных проблем, обратился к наркотикам вряд ли испугается смерти или тюрьмы. Это связано с теми причинами, которые привели его к употреблению наркотиков, то есть жизнь такого человека представляет настолько тяжелой, что лучшего выхода, кроме наркотиков, ему не видится. Он и так считает, что его жизнь идет по наихудшему сценарию, поэтому тюрьмой и смерть, которыми социальная реклама наиболее часто пугает зрителей, впечатлить зрителей будет тяжело, для наркозависимых это просто другой вариант худшего жизненного сценария, а не наихудший. Людей, которые употребляют наркотики, но еще не являются наркоманами, или тех, кто употребляет нерегулярно, такой посыл, как тюрьма и смерть тоже не испугают, потому что им это кажется чем-то нереальным, в следствии того, что они зачастую не осознают серьезность и реалистичность последствий. Таким образом, негативный посыл не имеет смысла, так как наркомана он не напугает, а человека, который только хочет попробовать наркотики, он не убедит, т.к. звучит нереалистично и нарочито зловеще.

Решение данной проблемы кроется в содержании рекламы. Насколько важно предлагать альтернативы наркотическому образу жизни, настолько же важно это делать в комфортной для восприятия тональности. Реклама должна сконцентрироваться на положительной стороне жизни без наркотиков, а не на негативных последствиях употребления. Зритель привык к тому, что ему показывают людей, которых наркозависимость привела к тюрьме, или маргинальному образу жизни, но она редко показывает

наркозависимых, которым помогли найти свое место в жизни, помогли найти занятие, которое дало им мотивацию оставаться трезвыми, предложили способы решения проблемы, которые делают трезвую жизнь для наркозависимого ничем не хуже, чем жизнь в зависимости. Не стоит морально давить на людей, чьи жизненные трудности привели к наркозависимости, фразами, содержащими предостережение о смерти и тюремном заключении. Наркозависимые нуждаются в помощи и поддержке, а не в устрашении и осуждении.

Стигматизация наркоманов является существенной проблемой нашего общества, люди боятся обращаться за помощью в борьбе со своей зависимостью, потому что опасаются осуждения, а социальная реклама должна, по мнению автора, в первую очередь помогать наркозависимым, помогать находить пути решения проблем, которые привели человека к употреблению наркотиков, предлагать свои варианты решения. Реклама должна быть помощником, а не носителем визуальной формы общественного порицания. Таким образом, социальная реклама должна перейти в современный, наиболее актуальный формат, через который она сможет вести диалог со своими зрителями. Социальная реклама должна предлагать конкретные решения, идеи, которые могли бы помочь наркозависимым справиться со своими проблемами. А также социальная реклама должна перестать нести в своих сообщениях негатив и осуждение в сторону наркозависимых, потому что, как показывает опыт коммерческой рекламы, чтобы продать какую-то идею лучше воздействовать на потребителя через положительные эмоции и ощущения, а не вызывать у зрителя отторжения. Все эти советы могли бы улучшить воздействие социальной рекламы на свою целевую аудиторию, безусловно, это не решит проблемы наркомании в России полностью, но это точно повысило бы привлекательность такой рекламы, что помогло бы многим людям найти способы решения проблемы наркозависимости.

Библиографический список

1. Пейсахова Д. Э. Функции социальной рекламы в обществе. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-sotsialnoy-reklamy-v-obschestve/viewer> (дата обращения: 15.04.2025).
2. Функции социальной рекламы. URL: <http://sociama.ru/stati/funksii-sotsialnoj-reklamy/> (дата обращения: 12.04.2025).
3. Число наркозависимых в России. URL: <https://ria.ru/20210524/alkogol-1733584648.html> (дата обращения: 11.04.2025).
4. Число наркозависимых от инъекционных наркотических средств. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5087759?nw=1637561936000> (дата обращения 10.04.2025).
5. Опрос ВЦИОМ о количестве наркозависимых среди окружения. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/narkoticheskaja-zavisimost-monitoring-2> (дата обращения: 09.04.2025).
6. Опрос ФОМ о настроениях Россиян. URL: <https://rg.ru/2010/12/21/nark-anons.html> (дата обращения: 08.04.2025).

И. В. Бычкова

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В РЕКЛАМЕ

Технологии искусственного интеллекта и машинного обучения помогают оптимизировать рекламные стратегии, что позволяет компаниям точнее определять свою целевую аудиторию, улучшать с ней взаимодействие, а также повышать эффективность рекламных кампаний. Обработка и анализ больших объемов данных возможны благодаря этим технологиям. На основе анализа данных о привычках и предпочтениях аудитории, рекламодатели могут существенно повышать отклик аудитории и доход своих кампаний, используя персонализированные предложения для пользователей.

Основная цель использования искусственного интеллекта и машинного обучения – повысить эффективность рекламных кампаний и улучшить взаимодействие с потребителями.

Еще одной важной целью является увеличение возврата инвестиций (ROI) от рекламных кампаний. ИИ способен осуществлять более точное предсказание, какие рекламные каналы и стратегии принесут максимальную прибыль, что позволяет сократить расходы на менее эффективные методы.

Таким образом, использование ИИ и МП в рекламе не только улучшает стратегическое планирование и реализацию кампаний, но и создает более глубокие и значимые отношения между брендами и их клиентами, что в долгосрочной перспективе способствует развитию бизнеса и укреплению его позиций на рынке.

Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение имеют очень близкую связь. Это взаимодействие становится основой для понимания различий между ними, поскольку обстоятельства их взаимозависимости следует учитывать при их сравнении.

Что такое искусственный интеллект? Искусственный интеллект представляет собой способность компьютерной системы воспроизводить когнитивные функции человека, такие как обучение и решение задач [1]. Через ИИ компьютерные системы применяют математические функции и логические операции для имитации мыслительных процессов, которые позволяют людям учиться на новой информации и принимать решения.

Несмотря на тесную связь между ИИ и машинным обучением, эти термины обозначают разные концепции [2]. Машинное обучение рассматривают как подкатегорию искусственного интеллекта.

Что подразумевается под машинным обучением? Машинное обучение является одним из аспектов искусственного интеллекта. В этом процессе используются математические модели данных, которые позволяют компьютеру обучаться без необходимости получать прямые инструкции [2]. Таким образом, компьютерные системы способны самостоятельно развиваться и улучшаться на основе накопленного опыта.

Один из способов, который позволяют обучить компьютер имитировать человеческое мышление, состоит в использовании нейронной сети. Эта система включает в себя серию алгоритмов, созданных по образцу работы человеческого мозга. Нейронные сети помогают создавать искусственный интеллект, воспользовавшись принципами глубокого обучения [1]. Такая взаимосвязь объясняет, почему при сравнении искусственно-го интеллекта и машинного обучения важно рассмотреть, как они действуют совместно.

Искусственный интеллект в маркетинге решает большой спектр задач. Он участвует в разработке креативных концепций, генерации рекламных текстов и изображений, а также в копирайтинге и создании видеоконтента. Кроме того, искусственный интеллект автоматизирует процесс закупок рекламы, подбирает наиболее подходящие каналы и время для размещения, это способствует запуску эффективных таргетированных рекламных кампаний. В области контекстной рекламы он помогает определять контекст и темы, а также собирает релевантную семантику для рекламных акций. А также он предоставляет возможности для аналитики, ведения статистики, учета клиентов и оценки результатов рекламных кампаний.

Технологии искусственного интеллекта в рекламе могут использоваться для выполнения разных задач.

Персонализация рекламы является одним из основных направлений использования технологий ИИ в маркетинге. Система способна оперативно собирать и анализировать данные с аналитических счетчиков, предлагать индивидуальную подборку товаров на основе недавних покупок. Данная стратегия цифровизации помогает повысить вовлеченность клиентов и увеличивает объемы продаж. Множество российских ритейле-

ров, таких как «Эльдорадо», «Подружка», активно используют ИИ для персонализации своих коммерческих предложений.

Прогнозирование спроса также относится к технологии в области персонализации, но выполняет более широкий набор функций в маркетинге. Она помогает выявлять потребительские тренды, предсказывать поведение пользователей, рассчитывать рекламные расходы и бюджеты на кампании, а также сегментировать клиентскую базу и выявлять скрытые рыночные возможности.

Автоматизированные коммуникации в первую очередь включают в себя чат-ботов, популярность которых стремительно растет среди пользователей интернета. Технологии машинного обучения постоянно обогащают знания виртуальных консультантов, и уже через несколько месяцев после их внедрения они могут ответить на 90% пользовательских вопросов.

Социальные медиа и маркетинг (SMM) также не остались в стороне от влияния нейросетей. Эти модели научились создавать осмысленные тексты, красивые изображения и даже музыку. Недавно, например, производитель молочной продукции EPICA доверил создание постов и историй для своих корпоративных социальных сетей искусственному интеллекту. Виртуальная нейросеть генерирует не только яркий визуальный контент, но и оригинальное звуковое сопровождение.

Предиктивная аналитика и рекомендации. Искусственный интеллект позволяет обрабатывать данные и на основе полученных результатов формирует рекомендации [3]. Данная технология уже внедрена в некоторых сервисах, например, Kion и MTC Music [4]. ИИ анализирует предпочтения пользователей и создает для каждого персонализированную подборку книг, подкастов и музыкальных треков. Благодаря этому подписчики получают контент, который с наибольшей вероятностью заинтересует их.

Голосовой поиск. Искусственный интеллект, представленный в виде виртуальных ассистентов, таких как Алиса, Siri или Алекс, стал неотъемлемой частью практически каждого современного смартфона [4]. Каждый день он помогает пользователям находить необходимые товары, услуги и информацию в интернете.

Прогнозируется, что к 2025 году 30% всех действий в сети будут выполнены «без использования рук», а половина запросов будет осуществляться с помощью голосовых команд. Количество приложений для голосового шопинга и заказа еды будет продолжать расти, что делает необходимой оптимизацию контента для голосового поиска.

Дополненная и виртуальная реальность (AR и VR). Искусственный интеллект лежит в основе технологий дополненной и виртуальной реальности, которые кардинально изменят цифровой маркетинг и рынок потребления [3]. Ранее AR применялась преимущественно в бьюти-приложениях для создания макияжа и причесок, сегодня этот рекламный тренд также используется в сфере шопинга.

Искусственные технологии позволяют переносить любые товары из виртуального каталога в реальную домашнюю обстановку, а также примерять различные платья и аксессуары. Это открывает широкие возможности для онлайн-ритейла и предлагает индивидуальный подход к каждому клиенту.

Перевод статей и рекламных материалов представляет собой важную область, в которой нейросети оказывают значительное влияние на масштабирование бизнеса. Они быстро и точно переводят контент более чем на 50 языков, что способствует увеличению трафика и расширению аудитории, а также выходу на новые рынки и реализации стратегии многоязычного SEO [4]. Искусственный интеллект учитывает все требования SEO при переводах, что гарантирует высокую индексацию страниц. Каждый язык получает собственный URL и домен.

Современные платформы на базе ИИ могут быстро генерировать уникальный контент, оптимизированный для SEO, веб-сайтов, блогов, рекламных материалов и электронных писем [5]. ИИ способен писать в десять раз быстрее, чем копирайтеры, и создает контент на всех популярных языках.

Возможности нейросетей. Они предоставляют рекомендации с ключевыми запросами для улучшения позиций в поисковых системах. Генерируют тексты по указанным ключевым словам. Создают продающие описания товаров и услуг, заголовки и мета-теги. Обнаруживают ошибки в статьях. Изучают материалы конкурентов, находящихся в топе поисковой выдачи, и генерируют оптимизированные тексты. Анализируют созданный контент и предлагают рекомендации по его улучшению.

Таким образом, ИИ-сервисы позволяют существенно сократить временные и трудозатраты на подготовку качественного контента для продвижения веб-сайтов, рекламы продуктов и брендов.

Генерация видео. Технологии ИИ позволяют создавать персонализированные рекламные ролики, адаптированные под различные сегменты аудитории. Например, алгоритм ИИ Accelerator от компании IBM, про-

анализируя данные, может нарезать видео из отдельных элементов (изображения, фон, заголовки, призывы к действию и т.д.), ориентируясь на конкретную целевую аудиторию. CTR таких реклам значительно выше, на 113% по сравнению с обычными, а эффективность рекламных кампаний повышается на 120% [4].

Генерация изображений. Нейросети овладели искусством создания реалистичных изображений людей, животных, лендингов для стартапов и рекламных креативов. Все, что необходимо – это ввести текстовый запрос или загрузить изображение, указать параметры желаемого результата, и ИИ-сервис предоставит множество вариантов изображения в краткие сроки. К тому же, изображения могут быть выполнены в различных стилях и уровнях детализации.

С помощью нейросетей можно создавать уникальные изображения для статей и социальных медиа. Генерировать логотипы для брендов и аватарки. Создавать обложки для журналов и популярные комиксы. Разрабатывать настоящие цифрового искусства.

Доля контента, создаваемого с помощью нейросетей, продолжает расти. В настоящее время около 76% интернет-маркетологов по всему миру активно используют возможности искусственного интеллекта в области SEO. В то же время 65% респондентов уверены, что контент, созданный ИИ, не уступает по качеству текстам, написанным человеком.

Кроме того, искусственный интеллект может применяться для создания рекламных кампаний. Анализируя обширные объемы данных о результативности рекламы, ИИ способен выявить наиболее эффективные стратегии, которые могут привести к наилучшим результатам. Примером такого подхода является автомобильный производитель Lexus, который одним из первых внедрил этот метод в свою рекламную стратегию [6]. Компания применила технологии машинного обучения для исследования рекламы своих автомобилей за последние 15 лет, которые были награждены престижными международными призами. В процессе обучения ИИ ознакомился с понятиями эмоционального влияния на зрителей, разработки эмоциональных кадров, основами обратной связи с потребителями и воздействиями на восприятие информации. Основной целью стало создание эмоционального сценария, на основе которого впоследствии был снят рекламный ролик.

Таким образом, когда речь идет о преимуществах искусственного интеллекта и машинного обучения, можно выделить несколько ключевых аспектов [7]. Во-первых, они позволяют оптимизировать рекламный бюджет. Используя ИИ в своей маркетинговой стратегии, рекламодатели могут сократить расходы на рекламу, устранив неэффективные каналы и автоматизировав коммуникацию с аудиторией. Во-вторых, искусственный интеллект обеспечивает более точную настройку таргетинга благодаря инструментам машинного обучения, которые позволяют детализировать параметры для таргетированной рекламы, такие как возраст, интересы и географическое положение. Также значительное преимущество заключается в увеличении конверсии. Более точная настройка таргетинга и улучшенные прогнозы, которые предоставляет ИИ, могут способствовать повышению конверсии рекламных кампаний.

Однако при всех этих достоинствах нужно учитывать риск, связанный с несовершенством технологии. Алгоритмы могут не срабатывать правильно, что приведет к ошибочным выводам или рекомендациям [7]. Кроме того, существует риск автоматического распространения предубеждений, если данные, используемые для обучения моделей, содержат стереотипы или элементы дискриминации. Применение только автоматических ответов в чат-ботах может вызывать ситуации, когда пользователи сталкиваются с неудовлетворительными ответами и не получают необходимой помощи, что негативно сказывается на имидже компании.

Еще одним серьезным аспектом является проблема конфиденциальности. Использование искусственного интеллекта в маркетинге зачастую подразумевает сбор обширного объема данных о потребителях, что может нарушить их право на личную жизнь. В случае неправильного использования ИИ персонализация рекламных предложений может оказаться неуместной, что в свою очередь приводит к потере доверия со стороны клиентов и их возможному уходу. Также, рекламные объявления, созданные с использованием ИИ и отслеживающие поведение пользователей, могут восприниматься как навязчивые и раздражающие, что негативно сказывается на восприятии компании.

Наконец, избыточное количество информации может создать проблему информационной перегрузки для пользователей, вызывать у них раздражение и негативное отношение к рекламе. Поэтому крайне важно находить баланс между количеством информации и ее качеством, чтобы усилить положительное восприятие маркетинговых кампаний.

Существует несколько мер, которые могут способствовать снижению этих рисков [7]. Во-первых, обучение алгоритмов: регулярное обновление и обучение искусственного интеллекта помогут ему избегать ошибок

и учитывать особенности конкретного бизнеса. Во-вторых, соблюдение регулятивных норм: компании обязаны придерживаться законов и стандартов, регулирующих использование личной информации клиентов. Третьим важным аспектом является проверка и тестирование алгоритмов. Перед внедрением в бизнес компании должны проводить всестороннюю проверку и тестирование своих алгоритмов. Далее, необходимо создать этические нормы. Организации должны разработать этические принципы, которые помогут им избежать использования ИИ в недобросовестных целях. Наконец, работа с общественностью имеет важное значение. Компаниям следует более подробно объяснять, каким образом используется их искусственный интеллект, чтобы устранить ощущения непрозрачности или непонимания его функционирования.

В данной статье были рассмотрены способы использования искусственного интеллекта и машинного перевода и их роль в интернет-маркетинге, а также технологии, которые используются, были проанализированы преимущества и недостатки работы данных технологий.

В конечном итоге, искусственный интеллект представляет собой мощный инструмент для повышения эффективности маркетинга и рекламы, и его применение будет продолжать расширяться в будущем. Организации, которые будут интегрировать ИИ в анализ данных и создание успешных рекламных стратегий, получат значительное конкурентное преимущество и смогут более точно соответствовать потребностям своих клиентов.

Таким образом, использование искусственного интеллекта и машинного обучения в рекламе открывает новые горизонты для понимания потребительского поведения и оптимизации рекламных кампаний. Современные технологии позволяют не только точно сегментировать аудиторию и предсказывать ее поведение, но и создавать персонализированный контент, что значительно повышает эффективность взаимодействия с клиентами.

Библиографический список

1. Едакин А. Машинное обучение в маркетинге: что такое и как использовать в 2024 году. URL: <https://awwwake.ru/journal/mashinnoe-obuchenie-v-marketinge> (дата обращения: 04.04.2025).
2. Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение. URL: <https://azure.microsoft.com/ru-ru/resources/cloud-computing-dictionary/artificial-intelligence-vs-machine-learning> (дата обращения: 04.04.2025).
3. Будущее рекламы: использование искусственного интеллекта и машинного обучения для революции в маркетинге. URL: <https://vc.ru/u/1873853-blog/754007-budushee-reklamy-ispolzovanie-iskusstvennogo-intellekta-i-mashinnogo-obucheniya-dlya-revolyuicii-v-marketinge> (дата обращения: 04.04.2025).
4. Савченко Р. Технологии искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе. URL: <https://advertisingforum.ru/blog/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-marketinge-i-reklame/#block-3> (дата обращения: 04.04.2025).
5. Гусаров А. Как использовать машинное обучение и искусственный интеллект в интернет-маркетинге. URL: <https://edugusarov.by/kak-ispolzovat-mashinnoe-obuchenie-i-iskusstvennyj-intellekt-v-internet-marketinge/> (дата обращения: 04.04.2025).
6. Нейросеть написала сценарий рекламы Lexus. URL: <https://adindex.ru/news/digital/2018/11/20/206926.phtml> (дата обращения: 04.04.2025).
7. Мельникова, С. В. Использование искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе // Молодой ученый. 2023. № 27 (474). С. 165–167. URL: <https://moluch.ru/archive/474/104821/> (дата обращения: 04.04.2025).

УДК 347.453

Д. С. Грехова

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

И. Е. Барышникова – старший преподаватель – научный руководитель

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СУБАРЕНДЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ, РИСКИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ СДЕЛОК

В последние годы рынок аренды жилья претерпел значительные изменения, что привело к появлению разнообразных инноваций, в целом меняющих подход к сфере гостеприимства, а также роста популярности платформ для краткосрочной аренды: Суточно, Авито, Островок и Яндекс Путешествия.

По данным платформы «Авито Путешествия», спрос на посуточную аренду квартир в России за год вырос на 86%. В октябре 2024 года количество бронирований было на 86% выше, чем в октябре 2023 года.

Самые популярные направления: Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург. Средняя цена по России на краткосрочную аренду составила 3,1 тысячи рублей в сутки. Самые доступные цены были зафиксированы в Челябинской и Тюменской областях (2,5 тысячи рублей). Самые высокие цены — в Москве (5 тысяч рублей), Санкт-Петербурге (3,5 тысячи рублей). Рост спроса привел к увеличению предложения посуточных квартир. По мнению экспертов, рост популярности посуточной аренды связан с развитием внутреннего туризма и желанием россиян открывать для себя новые места: постепенно возрастает спрос на Дальний Восток, Архангельскую и Мурманскую области, а также Нижегородскую область.

В этом контексте субаренда индивидуальных средств размещения стала актуальной темой для многих арендаторов и арендодателей.

Давайте рассмотрим все субъекты, участвующие в процессе субаренды.

1) Арендодатель – физическое или юридическое лицо, которое предоставляет имущество арендатору за плату во временное пользование и владение. Чаще всего это собственник имущества.

2) Арендатор – физическое или юридическое лицо, которое берет в аренду имущество, недвижимость или другой объект у собственника (арендодателя) на определенный срок и на согласованных условиях.

Субаренда представляет собой процесс, при котором арендатор передает право пользования арендованным имуществом третьему лицу, что может быть выгодно как для арендатора, так и для субарендатора. Однако, несмотря на привлекательные возможности, связанные с субарендой, она также несет в себе ряд юридических рисков и правовых нюансов. Правовая основа субаренды варьируется в зависимости от законодательства конкретной страны и условий первоначального арендного договора. Неправильное оформление или игнорирование обязательных условий может привести к правовым последствиям, включая недействительность субарендного договора или претензии со стороны арендодателя [1]. Поэтому важно понимать не только права и обязанности сторон, но и возможные риски, которые могут возникнуть в процессе у Арендодателя, Арендатора и Субарендатора.

Субаренда разрешена для определенных видов недвижимости и при соблюдении ряда условий.

К недвижимости, которую можно передавать на временное пользование третьим лицам относят:

- 1) Жилую недвижимость (квартиры, дома и комнаты);
 - Жилье, приобретенное в ипотеку, если в договоре с банком нет запрета на субаренду;
 - Дома и квартиры, принадлежащие юрлицам, у которых также нет запрета на пересдачу имущества.
- 2) Коммерческую недвижимость (офисные помещения, гостиницы и т.п.);
- 3) Земельные участки и нежилые объекты (гаражи, парковочные места).

Некоторые виды индивидуальных средств размещения не подлежат передаче в субаренду из-за законодательных ограничений или условий владения. Например, муниципальное и государственное жилье (квартиры и дома, предоставленные гражданам по договору социального найма или жилье, переданное в безвозмездное пользование от государства, служебное жилье), а также квартиры и дома с

юридическими ограничениями (арест или залог в банке, недвижимость в аварийных/подлежащих сносу домах).

Таким образом, **первым пунктом** по предотвращению рисков, связанных с субарендой, является проверка юридического статуса объекта, условий собственности и условий основного договора аренды. Также в связи с тем, что передача арендованного помещения третьим лицам возможна только с согласия собственника в соответствии со ст. 615 ГК РФ, необходимо удостовериться, что договор и согласие на субаренду подписывается именно этим лицом, дабы впоследствии избежать аннулирования договора аренды, штрафов и административной или уголовной ответственности.

Далее при заключении договора аренды с правом субаренды необходимо описать все имущество и состояние квартиры в приложении к нему. Это упростит сдачу объекта обратно собственнику по окончании действия договора и обезопасит арендатора от денежной компенсации арендодателю за ущерб, который не причинялся во время пользования объектом.

Очень важно также, начиная заниматься передачей недвижимости и зарабатывая на этом деньги, поставить себя на налоговый учет, так как множество переводов на карту от разных источников мгновенно фиксируются ФНС и банками. Для мелкого предпринимательства подойдет самозанятость: ее легко открыть, низкая налоговая ставка (4% для физлиц) и 10 000 рублей от государства в качестве компенсации первых налоговых сборов. Если доходность за год превысит 2 млн 400 тыс. рублей – необходимо открыть Индивидуальное Предпринимательство. Увеличится налоговая ставка до 6% от доходов, а также потребуется бухгалтерская отчетность.

Как только вы начинаете передавать объект индивидуального размещения третьим лицам, нужно сразу же наладить бюрократию с гостями, дабы избежать непредвиденных и неприятных ситуаций для обеих сторон. Оформлять договор краткосрочной аренды обязательно, даже если гость планирует остановиться в квартире/доме всего на сутки. Этот документ защищает обе стороны, а его письменное оформление – прямое требование ст. 674 ГК РФ. Если не оформить договор, то в случае конфликта вы не сможете ссылаться на свидетельские показания. Кроме того, подписание может повысить ответственность гостя за вверяемое ему жилье. Договор оформляется в двух экземплярах (по одному для каждого участника сделки), регистрировать его не нужно. В договоре прописывают характеристики квартиры, срок проживания гостя, возможность или невозможность раннего заезда или позднего выезда и другие условия, которые важны арендодателю. Если аренда предусматривает залог – о нем также необходимо упомянуть, даже символическая сумма защитит ваше имущество, человек не хочет расставаться с деньгами просто так, поэтому будет вести себя аккуратнее [2].

Дополнением к вышеперечисленным рекомендациям может служить и грамотное ценообразование: устанавливайте среднесуточную цену в соответствии с рынком, а также исходя из условий жилья. Слишком низкая стоимость проживания может вызвать недоверие у гостей, а также привлечь маргинальных личностей, поэтому лучше держать цену среднюю – чуть выше среднего для фильтрации и получения прибыли [3].

В ходе анализа юридических аспектов субаренды индивидуальных средств размещения были выявлены ключевые риски, с которыми могут столкнуться арендаторы и арендодатели. А именно: невозможность передачи имущества третьим лицам, запрет собственника или несоответствие объекта требованиям для субаренды, постановка на налоговый учет и взаимные обязательства с гостями — все это требует дополнительного внимания и проверки для минимизации рисков и обеспечения безопасности сделок.

Библиографический список

1. Хромченков И. В. Бизнес на аренде квартир как источник пассивного дохода. М.: Издательские решения, 2021. 90 с.
2. Субаренда недвижимости: от заключения договора до получения прибыли. URL: <https://darstroy-yug.ru/articles/subarenda-nedvizhimosti/> (дата обращения: 08.05.2025).
3. Трофименко Р. Как работает субаренда недвижимости и как на ней зарабатывают. URL: <https://samoletpus.ru/journal/kak-rabotaet-subarenda-nedvizhimosti-prostymi-slovami-o-zarabotke-nachuzhiih-kvartirah-iii-pomeshcheniyah/> (дата обращения: 08.05.2025).

УДК 659.1

И. А Жалис

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕМИОТИЧЕСКИХ КОДОВ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ РЕКЛАМЫ

В современном информационном обществе реклама стала неотъемлемой частью повседневной жизни человека. Ее воздействие ощущается в самых разных сферах: от выбора продуктов питания и одежды до формирования политических и социальных взглядов. В условиях растущей конкуренции и перенасыщения информационного пространства задача рекламы значительно усложняется: недостаточно просто сообщить о существовании товара или услуги – необходимо сделать так, чтобы потенциальный потребитель запомнил рекламу, заинтересовался предложением, ощутил эмоциональную связь с брендом и, в конечном счете, совершил покупку. В решении этой задачи ключевую роль играет использование семиотических кодов, то есть особых знаковых систем, благодаря которым реклама становится выразительной, многослойной и способной глубоко воздействовать на сознание аудитории.

Семиотический анализ является эффективным инструментом анализа рекламы, при помощи которого можно изучить логику и эффективность конкретных рекламных стратегий. Анализ семиотических кодов и символов, используемых в рекламных видеороликах, позволяет определить, какие эмоции будут вызваны у потенциальных потребителей, какая ассоциация будет у них с определенным продуктом или брендом.

Семиотика – это исследование того, как создается значение и как значение передается. Его истоки лежат в академическом исследовании того, как знаки и символы (визуальные и лингвистические) создают значение. Самое короткое определение – это изучение знаков и значений вещей. Это способ увидеть мир и понять, как окружение, в котором мы живем, оказывает огромное влияние на всех нас бессознательно.

Язык рекламы создает улучшенный образ товара, акцентируя внимание на его положительных сторонах и оставляя в тени отрицательные. Как свет лампочки, рекламное сообщение выделяет то, что выгодно подчеркнуть. Таким образом, формируется виртуальная реальность, в которой настоящая, константная реальность трансформируется с учетом особенностей и потребностей потенциальных покупателей с целью побудить их к покупке, вызвать желание стать частью этого нового, улучшенного мира. Реклама обещает, что человек не просто получит тот товар, за который он заплатил, но также повысит свой социальный статус, улучшит имидж, отношения с окружающими людьми, обретет гармонию и душевное равновесие. Возможность получить эти нематериальные ценности связывается с желанием покупки конкретных вещей.

Каким образом создается этот виртуальный мир овеществленных возможностей? Как правило, в рекламном сообщении выделяют несколько планов. Прежде всего, это вербальное описание товара или услуги. На вербальный план накладываются коннотации – изображение, звук, невербальные элементы.

Семантической доминантой всех составляющих рекламного сообщения является утверждение, что товар безусловно стоит приобретения, положительное преувеличение хороших характеристик товара. Более тонкая окраска рекламы зависит от системы ценностей той аудитории, на которую она рассчитывает произвести эффект.

Реклама, как правило, обращается не к аналитическим способностям человека, а к эмоциям. Используются многообразные риторические фигуры, как в вербальной, так и в невербальной части рекламы. Текст состоит из глаголов действия в настоящем времени, используются повторения ключевых слов, что закрепляет положительный, активный образ в сознании потребителей.

Семиотический подход в анализе рекламы основан на идее, что символы и знаки, используемые в рекламе, несут скрытые значения и передают определенные сообщения, направленные на воздействие на целевую аудиторию. Анализ рекламы через призму семиотики включает в себя исследование семантики, синтаксиса и принципов кодирования символов и знаков, используемых в рекламных материалах.

Семиотический метод является основополагающим, поскольку он фокусируется почти исключительно на скрытых значениях. Применение семиологического анализа открывает возможность выявить большее количество скрытых значений текста. Семиотика может быть применена к «текстам», которые включают более одной знаковой системы и знаков (например, визуальные образы и звуки). Французский философ и выдающийся семиотик Ролан Барт считал, что смысловые структуры, встроенные в медиапродукты и жанры, были заимствованы из древних мифов, наделяя медиасобытия той же значимостью, которая традиционно присуща религиозным ритуалам [1]. Из вышеприведенного утверждения ясно, что семиологический анализ медиаконтента предполагает глубокое знание культуры происхождения и конкретного жанра.

Семиотический анализ рекламы может включать не только анализ символов и знаков, но и анализ цветовой гаммы, композиции, визуальных эффектов, звукового и музыкального сопровождения, текста и т.д. Все эти элементы используются для создания определенного эффекта, вызывающего у потребителя определенную реакцию, например, желание приобрести продукт или услугу.

Один из ключевых моментов в понимании семиотики заключается в разделении знаков на три основные категории: иконические, индексальные и символические. Иконические знаки – это изображения, которые имеют визуальное сходство с тем, что они обозначают. Например, изображение сочного яблока в рекламе натурального сока сразу вызывает ассоциации со свежестью, вкусом, здоровьем. Индексальные знаки указывают на нечто, связанное причинно-следственной связью. Так, пот на лице спортсмена в рекламе энергетического напитка намекает на напряженную тренировку, на силу, выносливость, преодоление. Символические знаки основаны на культурных условностях: они приобретают свое значение в рамках определенного социума. Примером может быть использование сердечка как символа любви или красной розы как знака страсти и романтики.

Цвет в рекламе – это мощнейший семиотический инструмент [2]. Каждый цвет несет в себе определенные ассоциации и значения. Красный цвет, как правило, символизирует энергию, страсть, активность, а потому часто используется в рекламе напитков, автомобилей, косметики. Синий, наоборот, ассоциируется со стабильностью, надежностью, спокойствием – он часто применяется в рекламе банковских услуг, страхования, медицинских продуктов. Зеленый цвет – это здоровье, природа, экология; желтый – радость, тепло, оптимизм; черный – элегантность, власть, роскошь. Композиции, в которых сочетаются цвета, формы, текст и звук, создают сложные многослойные коды, на интуитивном уровне воздействующие на человека.

Семиотические коды в рекламе используются для достижения сразу нескольких целей. Первая и самая очевидная – привлечение внимания. В условиях, когда пользователь за день видит сотни рекламных сообщений, способность выделиться – это уже серьезное преимущество. Яркие цвета, неожиданные визуальные образы, контрастные формы, необычные шрифты – все это строится по определенным знаковым правилам, чтобы вызвать интерес и остановить взгляд. Вторая задача – формирование ассоциаций. Именно здесь семиотика раскрывает себя наиболее глубоко. Через знаки создаются устойчивые смыслы, связывающие продукт с образом жизни, статусом, стилем мышления или даже личностными характеристиками потребителя. Реклама духов может ассоциироваться с сексуальностью и загадочностью, реклама часов – с точностью, успехом, престижем, реклама одежды – с индивидуальностью и самовыражением. Можно провести аналогию с примером Р. Барта с рекламой чая: «...реклама определенной марки чая, а, значит, означаемым должна быть не Англия – дело обстоит более тонко, – но английскость или же британскость, если можно так выразиться, то есть некая эмфатическая идентичность англичанина» [3].

Третья цель – это создание определенного анага фона. Человеческое восприятие далеко не всегда рационально: эмоции играют важнейшую роль в принятии решений. Семиотические коды могут вызывать радость, умиление, тревогу, уверенность – в зависимости от задачи рекламы. Например, ролики благотворительных организаций часто используют грустные образы, звуки и текст, чтобы вызвать сострадание и побудить к пожертвованию. Коммерческая реклама, наоборот, чаще строится на положительных эмоциях – веселье, уверенности, ощущении успеха и благополучия.

Кроме того, семиотические коды способствуют запоминанию бренда. Если определенные знаки, образы, цвета, музыка или символы используются последовательно во всех рекламных кампаниях бренда, они превращаются в часть его идентичности. Так, логотип Nike в виде галочки (swoosh) давно

перестал быть просто графическим элементом – это узнаваемый символ решительности, спортивного духа, победы. Слоган «Just do it» тоже стал знаковым кодом, вызывающим эмоциональный отклик у миллионов людей.

Важно отметить, что успешное использование семиотики требует глубокого понимания культурного контекста. Один и тот же символ может иметь разные значения в разных странах, возрастных и социальных группах. Так, белый цвет в Европе традиционно ассоциируется с чистотой и невинностью, тогда как в некоторых азиатских странах он символизирует смерть и траур. Неправильное использование семиотических кодов может привести к непониманию или даже отторжению рекламного сообщения.

Рассмотрим конкретные примеры. Компания Apple на протяжении многих лет последовательно использует минимализм как семиотический код: простота форм, четкие линии, отсутствие лишнего текста и визуального шума. Вся реклама Apple пронизана идеей совершенства, чистоты, новаторства. Цветовая палитра – белый, серый, черный – вызывает ассоциации с технологичностью и эстетикой будущего. Таким образом создается образ интеллектуального, утонченного потребителя, стремящегося к простоте и эффективности.

Другой пример – Coca-Cola. Ее реклама опирается на коды тепла, праздника, семейности. Красный цвет, улыбки, музыка, зимняя тематика с Дедом Морозом – все это создает устойчивую ассоциацию с радостью и традициями. Даже простое изображение бутылки Coca-Cola на фоне снега может вызвать у зрителя приятные воспоминания, чувство уюта и ностальгии.

Таким образом, семиотические коды являются неотъемлемой частью рекламного дискурса. Они позволяют рекламодателям не просто доносить информацию, а создавать полноценную систему смыслов, эмоциональных реакций и культурных ассоциаций. Успешная реклама – это всегда результат точной работы с кодами, понимания того, как конкретная аудитория воспринимает те или иные знаки и образы. Грамотное использование семиотики позволяет создать уникальный язык бренда, сделать его узнаваемым, вызывать у потребителей эмоциональный отклик и, в конечном итоге, повышать эффективность рекламных кампаний.

Библиографический список:

1. Мифологии / Пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. М.: Академический Проект, 2008. 351 с. (Философские технологии).
2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2004. С. 98–123.
3. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. 226 с.

УДК 740

О. Ю. Козлова

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

СОЗДАНИЕ КРЕАТИВНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПОСРЕДСТВОМ ИИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТАМ.

Современный мир общества и рекламы устроен так, что социальный маркетинг вынужден существовать в постоянной борьбе информационного шума. Главный вызов состоит в том, чтобы привлечь внимание к «невидимым» проблемам. Традиционные методы продвижения не имеют достаточной эффективности, так как нет необходимости информировать людей – аудитория всегда знает об общих проблемах социума [1]. Создание искреннего мотива в коллективном сознании есть основополагающая задача в рекламе социальных проектов, так как построение уникальной коммуникации позволяет искусству владеть и управлять эмоциями людей, что диктуют призывы к действию, а как следствие к улучшению социальной ситуации [2].

Борьба с бедностью, защита окружающей среды, поддержка уязвимых групп или меньшинств общества, изменения общественного поведения: все трактуется как социальные инициативы, которые обделены искренним вниманием аудитории по причине «психологической усталости». Однотипность призывов влияют на формирование привычки не воспринимать такую информацию и отфильтровывать ее из паттернов поведения, что значительно снижает вовлеченность аудитории, и интерес угасает.

Коммерческий сектор рекламы связан с недолговременным воздействием на сознание общества, в то время как маркетинг социальных проектов – это не просто продвижение идеи, а попытка изменить поведение, мышление или отношение людей к острым социальным проблемам [2]. Такая стратегия требует по истине креативного подхода к решению проблем и создания устойчивой позиции на рынке, включая различные слои общества.

Искусственный интеллект открывает новые горизонты для маркетинга, позволяя создавать нестандартные решения, которые не только вовлекают, но и эмоционально резонируют с аудиторией [3]. Приобщение современных технологий в этот процесс также призван заявить о пресечении социальных эпох – той, что хранит истоки общественных проблем, и той, что находится на вершине технологического прогресса. Слияние «историй» человеческого мира дает людям почву, для эффективного взаимодействия друг с другом, что имеет положительный эффект в продвижении социальных проектов.

Главные проблемы рекламы социальных проектов:

1. Ограниченность ресурсов: большинство социальных проектов работают с минимальным финансированием. Традиционная реклама требует значительных вложений, которые часто недоступны.

2. Эмоциональная усталость аудитории: люди ежедневно потребляют большое количество контента, цель которых является призывом о помощи. Сострадательная усталость – это термин, который описывает реакцию коллективного сознания на однотипные сообщения.

3. Сложность донесения абстрактных идей: сложность визуализации многих социальных проблем создает препятствие для корректного донесения информации, сложно выстроить эмоциональную нагрузку, основываясь на абстрактных концепциях, так как они не вызывают эмпатии в отличие от персонализированных историй.

4. Конкуренция с коммерческой рекламой: социальная реклама сдержанна, она формируется по принципу философской трагедии, в то время как яркие заголовки коммерческой рекламы моментально забирают все внимание аудитории, и создаются по принципу игры красок, слов и образов, то есть легкости.

5. Измерение эффективности: результат от проведения социальной кампании – это не количественный параметр, который можно посчитать или проанализировать [4]. Единственный способ оценки качества – это наблюдение. Так без статистических данных действительно трудно конкурировать на рынке рекламы.

6. Этические дилеммы: использование шокирующих образов, которые отражают важные мировые проблемы может как привлечь внимание, так и вызвать отторжение у аудитории. Манипуляция чув-

ствами посредством образного воздействия не прогнозирует одинаково положительный результат, так как люди воспитаны по-разному и имеют отличные друг от друга психологические триггеры [1].

Технологии и креативный подход в преодолении таких препятствий имеют принципиальную роль в создании маркетинговых стратегий для социальных проектов.

Креатив выбран главным инструментом для коммуникации с аудиторией по нескольким причинам:

1. Прорыв блокады информационного шума – необычные форматы привлекают внимание даже тех, кто обычно игнорирует социальную рекламу.
2. Упрощение абстрактных понятий – проблемы экологии или социального поведения не представляется возможным выделить в обозримые объекты рекламы, творческие решения влияют на четкое понимание проблем социумом.
3. Эмоциональная коммуникация – искусство позволяет мотивировать общество посредством душевной эмпатии [4].

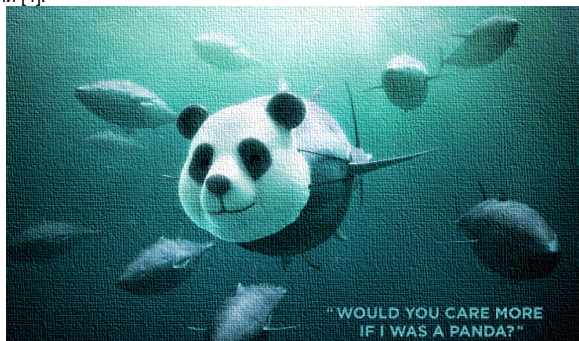


Рис. 1. Слоган Wild Wisdom Global: «Тебя бы это волновало больше если бы я был пандой?». Вылов голубого тунца доведен до полного исчезновения. Поэтому, как и некоторые другие виды, он был бы признателен вам за помощь

Геймификация и интерактивность в привлечении внимания к социальной проблеме позволяют избежать образа «проблемы» и занять другой уровень – социальный вызов. ИИ-платформы генерируют игровые сценарии, квесты или AR-фильтры, которые вовлекают аудиторию. Wild Wisdom Global Challenge – онлайн-конкурс, вдохновляющей молодых людей узнавать больше о мире природы и биоразнообразии. Это формат викторины среди студентов всего мира, «вызов» 2024 года посвящен рептилиям и их важной роли в экосистемах. Он включает интерактивный контент, тесты и занятия в классе для учителей. Успех данной маркетинговой компании в 2023 году: WWF Global Challenge вдохновил более 350 000 учащихся из 94 стран открыть для себя мир птиц и биоразнообразия.

Поисковая система Ecosia – это европейская поисковая система из Германии, с социальным “зеленым” подтекстом. 80% прибыли с рекламы компания тратит на проекты по посадке деревьев по всему миру (рис. 2). В поисковой системе Ecosia есть счетчик деревьев, который показывает, сколько деревьев пользователи «посадили», используя поисковик. Счетчик находится в правом верхнем углу страницы. Чтобы посадить одно дерево, в среднем нужно выполнить около 45 поисковых запросов.

Помимо интерактивного взаимодействия с аудиторией, применяется также сторителлинг [4]. Рассказ на основе данных помогает искусственному интеллекту преобразовать статистику в эмоциональные истории. Например, нейросеть генерирует сценарии о том, как повышение уровня океана повлияет на конкретный город через 20 лет.

Использование иммерсивных технологий позволяет создавать глубокое погружение аудитории в проблему. Искусственный интеллект воспроизводит ситуацию по сценарию, который опирается на «социальные боли», что делает сюжет резонирующим в эмоциональном поле всего общества [5]. VR-туры в зоны экологических катастроф или лагеря беженцев усиливают эмпатию. ООН использовала VR-ролик «Clouds Over Sidra» о жизни девочки в сирийском лагере, что увеличило сборы в 1.5 раза. «Об-

лака над Сидрой» – это фильм виртуальной реальности 2015 года о кризисе сирийских беженцев (рис. 3). Фильм был создан Габо Аророй и Крисом Милком в партнерстве с Организацией Объединенных Наций и Samsung.

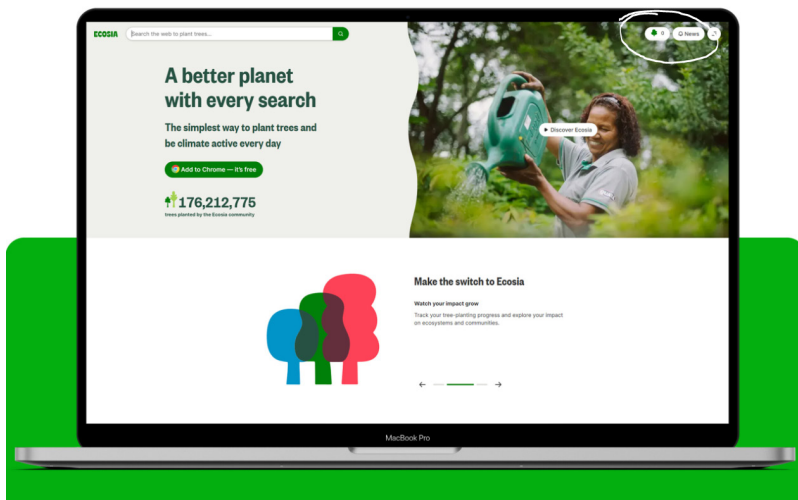


Рис. 2. Поисквая система Ecosia



Рис. 3. Обложка VR-ролика «Clouds Over Sidra»

Обращая внимание на многообразии сегментов целевой аудитории искусственного интеллекта, можно сделать вывод, что подавляющее большинство тех, кто вовлечен в процесс использования «машинного искусства», это не конкретные люди, а представители определенных сфер или даже экономически заинтересованные области. Однако реклама с подключением ИИ-контента направлена на обычных людей, которые принимают решения о покупке, основываясь на личных интересах и желаниях, не задумываясь о преимуществах автоматизации своих жизненных процессов. Обычные потребители обращают внимание на моральные принципы своего воспитания, ценность предлагаемого продукта, пользу для бытовой жизни. Именно в этой сцене жизненного сценария в удовлетворении потребностей возникает вопрос о доверии – доверии к составу, к потребительскому обращению [5].

Потенциальные риски зависимости от искусственного интеллекта в создании контента:

— потеря человеческой креативности: искусственный интеллект не обладает эмоциональным вовлечением, эмпатией и креативным мышлением;

Чрезмерная зависимость от искусственного интеллекта приводит к утрате оригинальности, контент становится общим и не вдохновляющим

— неточность: ИИ-контент может содержать некорректно интегрированные данные, что без человеческого контроля может подорвать доверие к бренду [3];

— несоблюдение этических и правовые нормы: чувство контекста присуще только человеческому воображению, понятие логически выстроенного текста не гарантирует уместность высказываний и их актуальность во времени.

Конкурентное преимущество социальных проектов в маркетинговом поле действительно может быть достигнуто при помощи использования ключевых инструментов эмоциональной вовлеченности. Определить их поможет сравнительный анализ некоммерческих организаций и финансово-заинтересованных проектов рынка рекламы [1].

Таблица 1

Сравнительный анализ выделенных видов маркетинга

Критерии	Коммерческий маркетинг	Маркетинг социальных проектов
Цель	Увеличение прибыли, рост продаж, захват рынка	Привлечение внимания к социальной проблеме, сбор средств, изменение поведения/отношений
Целевая аудитория	Потребители, готовые платить за товары/услуги	Широкая аудитория: доноры, волонтеры, СМИ, общество
Ключевые метрики	ROI, конверсия, LTV (пожизненная ценность клиента)	Охват, вовлеченность, количество пожертвований, число волонтеров, социальный эффект
Инструменты	Реклама, SEO, email-маркетинг, акции	Эмоциональный сторителлинг, партнерства, геймификация, соцсети, волонтерские программы
Бюджет	Часто высокий, ориентирован на быстрый результат	Ограниченный, упор на креатив и низкобюджетные решения
Фокус сообщения	Выгода для клиента: качество, цена, уникальность	Эмпатия, призыв к действию, ценности (справедливость, экология, гуманизм)
Этические риски	Манипуляция через FOMO (страх упустить выгоду)	Риск эксплуатации чужих страданий («poverty porn»), эмоциональное выгорание аудитории

Почему ИИ – ключевой инструмент креативности в конкурентной борьбе?

— Быстрая генерация контента: нейросети создают сотни вариантов креативов за минуты, что позволяет социальным проектам выстраивать стратегию на трендах развития общества [5].

— Оптимизация бюджета: ИИ-алгоритмы анализируют эффективные форматы коммуникации с аудиторией, снижая затраты ресурсов на создание кампании [3].

— Масштабирование: возможность запуска мультязычных кампаний посредством генеративных переводчиков с охватом большой аудитории. [4]

Маркетинг социальных проектов, в отличие от коммерческого, фокусируется на ценностях, а не на прибыли [1]. Умение вдохновлять и объединять людей для запуска устойчивых изменений на благо будущего окружающего нас мира – это сила, которая изначально заложена в суть социально-значимой активности. Несмотря на ограниченные бюджеты, некоммерческие организации могут использовать эмоциональный интеллект, технологии и коллаборации, чтобы конкурировать за внимание в мире, переполненном рекламой. Главное – говорить на языке аудитории.

Библиографический список

1. Драганчук Л. С. Тенденции в развитии стратегий контент-маркетинга компаний на рынке B2B // Вестник Сургутского государственного университета. 2023. Т. 11, № 2. С. 20–30. <https://doi.org/10.35266/2312-3419-2023-2-20-30>
2. Грибов А., Хатеневич Т. Принципы социально ответственного маркетинга // Наука и инновации. 2024. № 9. С. 42–47. <https://doi.org/10.29235/1818-9857-2024-09-42-47>
3. Мелехова А. С. Контент-стратегия как эффективный инструмент бренд-коммуникации в условиях экономических вызовов // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2022. № 5. С. 228–238. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2022-5-228-238>
4. Кузьмина А. М. Современный маркетинг и вовлечение аудитории некоммерческих организаций в коммуникацию в социальных сетях // Экономика и управление. 2020. Т. 26, № 12. С. 1349–1354. <https://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-12-1349-1354>
5. Иванов И. И. Использование искусственного интеллекта для повышения эффективности стратегий в цифровом маркетинге // Цифровой маркетинг. 2023. № 5. С. 45–60.

УДК 331.108

Д. А. Короткова

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

ТРАНСФОРМАЦИЯ HR-РЕСУРСОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ

Роль HR (от англ. human resources — «человеческие ресурсы») в формировании бренда работодателя на российском рынке становится все более значимой в условиях растущей конкуренции за квалифицированный персонал.

Бренд работодателя — это совокупность представлений и ожиданий соискателей и сотрудников о компании как о месте работы [1]. Эффективная деятельность HR-департамента способствует формированию привлекательного имиджа организации, обеспечению стабильности кадрового состава и снижению текучести кадров. По данным исследований HeadHunter, более 70 % соискателей в России при выборе работы ориентируются на репутацию работодателя, а более 60 % сотрудников готовы рассмотреть возможность ухода из компании, если внутренний климат и имидж организации ухудшатся [2]. HR-функции, связанные с управлением корпоративной культурой, внутренними коммуникациями и адаптацией персонала, оказывают непосредственное влияние на восприятие бренда как внутри, так и за пределами компании.

При цифровизации особую роль играет присутствие HR в онлайн-пространстве, включая карьерные страницы и платформы отзывов, где более кандидаты изучают информацию о потенциальном работодателе. Технологическая репутация компании (ее «технологический бренд») все больше переплетается с брендом работодателя. Компании подчеркивают использование современных технологий, инновационных проектов и прогрессивных методов работы, чтобы привлечь квалифицированных специалистов [3].

Российский кадровый рынок претерпевает значительные трансформации в связи с изменением модели занятости и развития новых инструментов рекрутинга. В последние годы наметилась устойчивая тенденция к автоматизации HR-процессов, обусловленная необходимостью повышения эффективности работы с кандидатами и оптимизации внутренних ресурсов компаний. Большинство российских компаний используют цифровые HR-инструменты, включая рекрутинговые платформы, системы управления наймом и аналитические модули для оценки эффективности рекрутинга.

Одним из ключевых направлений трансформации является переход от универсальных HR-решений к более специализированным платформам, адаптированным под конкретные отрасли, профессии или уровни квалификации. Это связано с растущей потребностью работодателей в точечном доступе к релевантным кандидатам и более глубокой аналитике поведения соискателей. В условиях растущей конкуренции за таланты, особенно в сфере IT, медицины и машиностроения, такие ресурсы обеспечивают лучшие результаты поиска. В частности, более 40% работодателей отмечают повышение качества найма при использовании специализированных платформ [4].

Интеграция искусственного интеллекта и машинного обучения в процессы подбора персонала набирает обороты. Современные HR-ресурсы все чаще используют алгоритмы, способные анализировать резюме, прогнозировать поведение кандидатов и ранжировать отклики на вакансии. По данным исследования Российской ассоциации электронных коммуникаций, более 30 % крупных работодателей в России уже внедряли или тестируют ИИ-решения в рекрутинге [5]. Это позволяет значительно сократить время закрытия вакансий и повысить точность соответствия кандидатов заявленным требованиям.

Развитие мобильных решений в HR также становится важным трендом. Увеличение доли пользователей, совершающих действия с помощью смартфонов, способствует адаптации интерфейсов платформ к мобильным устройствам. Соискатели просматривают вакансии и откликаются на них преимущественно через мобильные приложения, что требует от HR-ресурсов высокой скорости, интуитивно понятной навигации и персонализированного контента.

Еще один значимый тренд — повышение роли HR-аналитики. Современные платформы предоставляют работодателям доступ к данным о поведении кандидатов, динамике рынка труда и эффек-

тивности рекламных кампаний. В таких реалиях аналитические данные можно рассматривать как ключевой инструмент стратегического управления персоналом. Это способствует более точному планированию найма, управлению воронкой рекрутинга и снижению затрат на подбор персонала.

Одна из крупнейших онлайн-платформ для поиска работы и подбора персонала в России и странах СНГ — HH.ru (HeadHunter). За время своего существования платформа заняла лидирующие позиции на российском кадровом рынке, став универсальным инструментом как для соискателей, так и для работодателей [6].

Основная функция HH.ru — обеспечение эффективного взаимодействия между кандидатами и компаниями. Платформа предоставляет обширную базу резюме и вакансий, а также инструменты для фильтрации, отбора, откликов и обратной связи.

Для работодателей HH.ru предлагает широкий спектр услуг, включая таргетированную рекламу вакансий, инструменты HR-аналитики и интеграцию с внутренними системами управления персоналом. Это позволяет компаниям не только находить подходящих кандидатов, но и оптимизировать стратегию подбора, управлять брендом работодателя и анализировать поведение соискателей. С точки зрения соискателей, HH.ru выполняет функцию поиска работы. Дополнительно предлагает услуги тестирования и рекомендации по составлению резюме.

Учитывая тенденции развития HR-сферы на российском рынке, крупная платформа HH.ru постепенно вытесняется специализированными и нишевыми решениями, ориентированными на узкие профессиональные сегменты, высокую точность подбора и расширенные аналитические возможности. Это связано с растущим спросом работодателей на более точный доступ к релевантным кандидатам, ускорение процессов найма и снижение затрат на рекрутинг. Современные HR-технологии развиваются в сторону автоматизации, персонализации и гибкости, что делает универсальные платформы менее эффективными для решения конкретных бизнес-задач.

Новые ресурсы дают компаниям возможность более точно управлять наймом с помощью поведенческой аналитики, скоринга кандидатов, интеграции с CRM и адаптации к мобильным устройствам. По данным исследований, доля альтернативных HR-каналов в структуре рекрутинга в крупных городах России уже превышает 30 % и продолжает расти [5]. Это свидетельствует о формировании многоуровневой HR-инфраструктуры, в которой универсальные платформы теряют свои монопольные позиции, уступая место гибким и технологичным инструментам.

Так, свое развитие и спрос получают сервисы развития карьеры, среди которых можно выделить «Эйч» и «Буду» [8, 9]. Они отличаются от HH.ru тем, что предлагают специализированные инструменты, а не традиционные объявления о работе:

1. Экспертное наставничество: соединяет пользователей с профессионалами в 50+ сферах для развития карьеры (например, переход в IT) и трудоустройства за рубежом.
2. Индивидуальный коучинг: оптимизация резюме, симуляция собеседований и анализ недостатков навыков в соответствии с индивидуальными целями.
3. Корпоративные решения: фокусируются на удержании сотрудников с помощью тренинга эмоционального интеллекта для руководителей и стратегий внутренней мобильности.
4. Послеконсультационное сопровождение: в отличие от транзакционного подхода HH.ru к подбору вакансий, обеспечивает постоянную поддержку после консультаций.
5. Долгосрочное развитие навыков: курсы или сертификаты для развивающихся отраслей.
6. Картирование карьеры на основе искусственного интеллекта: инструменты прогнозирования для согласования навыков пользователя с тенденциями рынка.

Акцент сервисов на наставничестве и удержании заполняет пробелы традиционных досок объявлений о работе. Они нацелены на перспективное развитие карьеры — потребность, которую HH.ru структурно не удовлетворяет.

В силу ряда причин, включая меняющиеся требования рынка труда, эволюцию ожиданий соискателей и трансформацию самой HR-функции, для бренда работодателя получается выгоднее и эффективнее использование новых сервисов по развитию карьеры, чем размещение вакансий на универсальных площадках вроде HH.ru.

Долгосрочное взаимодействие между работодателями и сотрудниками становится все более важным на современном российском рынке труда, где шансы на карьерный рост, профессиональное раз-

вите и индивидуальная поддержка важны не меньше, чем условия труда. Несмотря на то, что HH.ru в первую очередь функционирует как доска объявлений, новые сервисы представляют собой комплексную экосистему, направленную на внутреннюю мотивацию персонала, карьерное консультирование, развитие навыков и наставничество. Это особенно важно для создания сильного и привлекательного бренда работодателя, направленного как на привлечение, так и на удержание талантов.

HR-специалисты все чаще используют такие платформы, как «Эйч» и «Буду», в качестве стратегических инструментов, поскольку они позволяют создавать индивидуальные карьерные траектории, выявлять и восполнять дефицит навыков, обеспечивать внутреннюю мобильность и развивать культуру непрерывного обучения. Такие решения идеально соответствуют целям современных компаний, стремящихся повысить вовлеченность сотрудников, снизить текучесть кадров и создать лояльную рабочую среду.

Новые платформы, становятся стратегическим инструментом в руках HR-специалистов, поскольку позволяют выстраивать персонализированные карьерные маршруты, выявлять и устранять пробелы в навыках, содействовать внутренней мобильности и формировать культуру непрерывного обучения. Такие решения полностью соответствуют приоритетам современных работодателей, стремящихся повысить вовлеченность сотрудников, снизить текучесть кадров и создать лояльную рабочую среду. Кроме того, они соответствуют растущему тренду на «мягкий HR» — фокус на наставничестве, эмоциональном интеллекте и лидерстве в корпоративной культуре [10].

С точки зрения HR-бренда, использование карьерных услуг укрепляет репутацию организации как прогрессивного и заботливого работодателя, готового инвестировать в развитие сотрудников. Это помогает сформировать более лояльную аудиторию и привлечь качественных кандидатов благодаря целевым инициативам и профессиональному позиционированию, а не массовым ответам.

Наконец, новые платформы предлагают более полную аналитику и гибкость – интеграцию с системами компании, отслеживание прогресса сотрудников, автоматизацию процессов карьерного роста и разработку стратегии развития персонала, основанной на данных. В отличие от HH.ru, где акцент делается на количественных показателях откликов, карьерные платформы сосредоточены на качестве взаимодействия, глубине вовлеченности и долгосрочной эффективности.

Таким образом, новые карьерные сервисы не просто замещают крупнейшие онлайн-платформы для поиска и размещения работы, а и расширяют саму логику HR-деятельности, способствуя переходу от найма как транзакции к комплексному управлению человеческим капиталом и развитию бренда работодателя на новом уровне.

Библиографический список

1. Кривоносов А. Д. Брендинг как коммуникационная технология XXI века // материалы IX Междунар. науч.-практич. конф.-ии. Санкт-Петербург. 27 февраля – 2 марта 2023 г. СПб., 2023. 311 с.
2. ROMIR, RLO and ANCOR identified the most attractive employers in Russia. URL: <https://romir.ru/news-eng/romir-rlo-and-ancor-identified-the-most-attractive-employers-in-russia> (дата обращения: 12.04.2025).
3. Власова В. К., Дементьева И. А. Цифровизация управления персоналом в условиях трансформации рынка труда // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление. 2021. № 4. С. 58–66.
4. Five key HR trends in Russia. URL: <https://www.internationaltalentpartners.com/five-key-hr-trends-in-russia/> (дата обращения: 12.04.2025).
5. Боровик Е. П. Современные тенденции и перспективы развития HR-аналитики в России. // Экономика. Право. Общество. 2020. № 3. С. 121–124.
6. HeadHunter (HH), biggest recruitment agency in Russia deploys its data at IXcellerate. URL: <https://www.ixcellerate.com/headhunter-hh-biggest-recruitment-agency-in-russia-deploys-its-data-at-ixcellerate/> (дата обращения: 10.04.2025).
7. Top hh.ru competitors & alternatives. URL: <https://ahrefs.com/websites/hh.ru/competitors> (дата обращения: 12.04.2025).
8. H.careers. URL: <https://h.careers/> (дата обращения: 08.04.2025).
9. Буду. URL: <https://budu.jobs/> (дата обращения: 08.04.2025).
10. Федорова И. А. Бренд работодателя как инструмент конкурентоспособности компании // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2021. № 3. С. 56–61.

УДК 659.18

Д. А. Мартынова

магистр кафедры рекламы и современных коммуникаций

К. В. Лосев – доктор экономических наук, профессор – научный руководитель

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РЕКЛАМУ

Историческое развитие рекламы демонстрирует последовательную трансформацию от простых форм коммуникации к сложным цифровым экосистемам. Если в доиндустриальную эпоху реклама существовала в виде устных объявлений и вывесок, то с появлением массовых медиа в XX веке она приобрела принципиально новые масштабы [1].

Телевидение, радио и печатные СМИ долгое время оставались основными каналами распространения рекламных сообщений. Однако эти форматы имели существенные ограничения: невозможность точного таргетинга, высокую стоимость производства и сложность измерения эффективности. Например, телевизионные ролики могли собирать миллионы зрителей, но рекламодатели не могли определить, кто именно из аудитории совершил покупку.

Переломным моментом стало развитие интернета в 1990-2000-х годах. Появление первых баннеров, контекстной рекламы и email-маркетинга заложило основы цифрового маркетинга. Но настоящая революция произошла с возникновением социальных сетей, которые превратили пассивного зрителя в активного участника коммуникации [2].

Социальные медиа предложили принципиально новые возможности – точный таргетинг по демографическим и поведенческим характеристикам, двустороннюю коммуникацию с потребителем, возможность мгновенной обратной связи, разнообразие интерактивных форматов, точные инструменты измерения эффективности. Эта трансформация привела к перераспределению рекламных бюджетов: если в 2010 году на цифровую рекламу приходилось около 20% мировых расходов, то к 2024 году эта доля превысила 60% [3].

Современный ландшафт социальных медиа предлагает разнообразные платформы для продвижения, каждая из которых имеет уникальные особенности и целевую аудиторию.

Meta-платформы (Facebook и Instagram)³ остаются лидерами по охвату и возможностям таргетинга. Facebook¹ с его 2,9 млрд пользователей эффективен для ретаргетинга и привлечения трафика на сайт. Instagram¹, насчитывающий около 1,5 млрд пользователей, идеален для визуального контента и influencer-маркетинга. Единая рекламная система Meta Ads позволяет одновременно охватывать аудиторию обеих платформ [4].

TikTok совершил настоящий прорыв в последние годы, достигнув 1,5 млрд пользователей. Его алгоритмы способствуют вирусному распространению контента, а встроенная функция TikTok Shop революционизировала концепцию социальной коммерции. Платформа особенно эффективна для работы с поколением Z (16-25 лет).

YouTube с его 2,5 млрд пользователей остается главной платформой для длинного видеоформата. Развитие YouTube Shorts сделало его серьезным конкурентом TikTok в сегменте коротких видео. Уникальное преимущество YouTube – интеграция с поисковой системой Google [4].

VK сохраняет позиции на русскоязычном рынке благодаря развитой экосистеме и точным инструментам таргетинга. Платформа особенно эффективна для работы с аудиторией 18-35 лет.

Telegram (800 млн пользователей) стал важной платформой для нишевого продвижения, особенно в IT и финансовом секторе.

Выбор платформ для рекламной кампании должен основываться на демографических характеристиках целевой аудитории, специфике продукта или услуги, маркетинговых целях (узнаваемость, продажи, лояльность) и бюджетных ограничениях.

Для наглядного сравнения эффективности различных рекламных каналов рассмотрим кампанию бренда одежды – «Vefree». Исследование основано на анализе показателей рекламной кампании вес-

³ Признаны экстремистскими организациями и запрещены на территории РФ.

на-лето 2024, включающей цифровую составляющую (Instagram¹, TikTok, ВКонтакте) и традиционные каналы (ТВ, гляцевые журналы, наружная реклама). Для оценки эффективности использовались такие метрики, как: охват (число потенциальных клиентов, увидевших контент за определенный промежуток времени), конверсия (процент тех, кто купил товар), стоимость лида (сумма, которую компания тратит на привлечение одного потенциального клиента), ROI (метрика, которая показывает, насколько выгодны вложения в рекламу) и CTR (соотношение, указывающее, как часто пользователи нажимают на ваше объявление или бесплатно размещенную информацию о товаре после просмотра).

Рассмотрим для начала цифровую составляющую рекламной кампании «Vefree». В социальной сети Instagram¹ основной акцент был сделан на визуальном контенте бренда. Reels с участием инфлюенсеров продемонстрировали эффективность в вовлечении аудитории – охват видео составил 2,1 млн, конверсия в покупку – 5,3%, а ROI – 280%. Особенно результативными оказались shoppable-посты, позволившие сократить путь до покупки без перехода на сайт. В социальной сети TikTok запущенный челлендж #VefreeLook создал эффект виральности – 35 тыс. пользовательских видео принесли охват 4,7 млн. А ВКонтакте показал эффективность таргетированных постов с акциями и рекламы в женских пабликах (тематических сообществах о моде) с охватом в 900 тыс., CTR – 4,2%, а стоимость лида вышла 70 руб. Стоимость интернет-рекламы в среднем составляет 1,2 млн руб. в месяц.

Также обратим внимание на традиционные каналы рекламной кампании бренда. Телевизионная реклама на каналах «ТНТ» и «СТС» обеспечила широкий охват в 5 млн, но не позволила отследить прямую конверсию и оказалось слишком дорогостоящей (стоимость рекламы в среднем составляет более 5 млн руб. в месяц). Печатные СМИ, а именно гляцевые журналы – «Glamour» и «Elle» охватили более 500 тыс. читателей. Но из-за того, что журнал выходит раз в месяц происходит долгий цикл публикации и нет мгновенного отклика. Наружная реклама в метро и торговых центрах охватила более 1,2 млн в месяц, но у покупателей отсутствовала возможность купить вещь сразу, такая реклама больше подходит для запоминаемости и узнаваемости бренда. Также основная проблема наружной рекламы – это в сложности измерить ее эффективность.

Подведем итоги исследования, интернет-реклама в социальных сетях бренда «Vefree» показали высокую конверсию в покупки и в 3 раза дешевле по сравнению с телевизионной рекламой, высокий уровень интерактивности – челлендж в TikTok привлек новых клиентов, быструю окупаемость – ROI составил 280%, измеримость результатов и возможность оперативной корректировки. Традиционная реклама увеличила узнаваемость бренда среди женщин 35+ и создала имидж бренда через гляцевые журналы. Также стоит отметить высокую стоимость офлайн-рекламы по сравнению с интернет-рекламой. Для «Vefree» социальные сети стали главным драйвером продаж, а традиционные каналы – инструментом для укрепления репутации.

Библиографический список

1. История рекламы – от древности до наших дней. URL: <https://signsystem.ru/infostat/istoriya-reklamyi-ot-drevnosti-do-nashih-dney/> (дата обращения: 10.04.2025).
2. Использование социальных сетей в современной рекламе. URL: <https://student39.ru/blog/sovety/ispolzovanie-sotsialnykh-setey-v-sovremennoy-reklame/#:~:text=Реклама%20в%20социальных%20сетях%20позволяет,коррективы%20в%20стратегию%20на%20ленту> (дата обращения: 14.04.2025).
3. Statista. URL: <https://www.statista.com> (дата обращения: 16.04.2025).
4. Как правильно выбрать соцсеть для SMM-продвижения. URL: <https://mygribs.com/post/pjdjortxb1-kak-pravilno-vibrat-sotsset-dlya-smm-pro> (дата обращения: 16.04.2025).

¹ Признан экстремистской организацией и запрещен на территории РФ.

УДК 338.484.6

Е. В. Озеров

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

С. В. Шенелева – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель

ПЕРСПЕКТИВЫ КУРОРТНОГО ТУРИЗМА В КНР НА ОСТРОВЕ ХАЙНАНЬ

Китайская народная республика уже много лет тесно сотрудничает с Россией во многих международных вопросах, в том числе и в туризме. В 2024 году 848 тыс. китайских туристов путешествовали в России. В свою очередь около 1,95 млн российских туристов посетили Китай, что превысило показатель 2023 года в 2,5 раза [1]. Такой значительный рост туризма в КНР связан со множеством факторов, в первую очередь с экономическим сотрудничеством Китая и России, но не менее важным является и культурный аспект. Можно выделить множество причин для поездки в Китай, среди которых богатая культура, многовековая история, китайская народная медицина и кухня [2]. В последние годы туристы стали приезжать и с целью отдыха, в связи с чем остров Хайнань, единственный курортный остров Китая, принял около 500 тыс. туристов [3], из которых до 180 тыс. – граждане России [4]. Несмотря на желание Китая принять огромный поток туристов, множество существенных аспектов было недоработано, что сказалось на комфорте пребывания туристов на острове.

Для наглядности проблем на острове Хайнань было проведено сравнение между туристическим центром острова Хайнань – городом Санья и самым известным курортом России – городом Сочи по следующим критериям:

- доступность жилья для туристов;
- сервис внутри гостиниц;
- количество предоставляемых в отеле услуг;
- количество культурных объектов для туристов;
- доступность культурных объектов;
- качество пляжей;
- языковой барьер для иностранных туристов.

Данное сравнение представлено в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика города Сочи и города Хайнань

Критерий	Город Сочи	Город Санья
Доступность жилья для туристов	<ul style="list-style-type: none"> – 21 отель 5 звезд, средняя стоимость за ночь 25 тыс. руб. – 113 отелей 4 звезды, средняя стоимость за ночь 17 тыс. руб. – Существует возможность аренды виллы в черте города; – Есть более 10 санаториев – Все ведущие туроператоры России (Pegas Touristik, Anex, OneTouch&Travel, Библио-Глобус, Coral Travel, Fun&Sun, Pac Group и др.) и менее популярные туроператоры имеют туры в Сочи [5] 	<ul style="list-style-type: none"> – 110 отелей 5 звезд, средняя стоимость за ночь 16,6 тыс. руб. – 141 отель 4 звезды, средняя стоимость за ночь 9 тыс. руб. – Существует возможность аренды виллы в черте города; – Отсутствуют средства размещения, ориентированные на оздоровительный туризм; – Все ведущие туроператоры России и менее популярные туроператоры предлагают туры на остров Хайнань, однако их разнообразие невелико [6]
Сервис внутри гостиниц	Согласно отзывам на ведущих сервисах бронирования отелей (Островок,	Согласно отзывам на ведущих сервисах бронирования отелей туристы чаще все-

Критерий	Город Сочи	Город Сanya
	<p>101 hotels, TripAdvisor и др.) туристы чаще всего выделяют комплектацию номеров, разнообразие питания в отелях на завтраках и ужинах, а также отзывчивость и вежливость персонала. Основными минусами туристы называют некачественную уборку номеров/ ее отсутствие, некомпетентных работников СПиР и охраны и несоответствие цены за проживание качеству [5]</p>	<p>го выделяют разнообразное питание в отеле, работу горничных в номерах, чистоту внутри отелей и на прилегающей территории. Однако основными недостатками туристы называют старые/плохо отремонтированные здания отелей (отсыревшая штукатурка, ржавчина, нерабочий Санузел и др.), грубый персонал СПиР и попустительское отношение работников к своим обязанностям и практически полное незнание работниками отеля русского языка [6]</p>
<p>Количество предоставляемых в отеле услуг</p>	<p>Все отели соответствуют своему количеству звезд, персонал владеет английским языком и имеются переводчики с китайского. Абсолютно все отели имеют сейфы в номерах, ежедневное обслуживание номеров, места для курения или номера для некурящих. Некоторые отели допускают проживание с питомцами за дополнительную плату. Экскурсии предоставляются туроператором, однако узнать подробности о них и записаться можно на ресепшене у работников отеля</p>	<p>Некоторые отели даже пять звезд не имеют базовых услуг, предоставляемых в отелях. Например, вызов такси (это должен делать туроператор или сами туристы), заказ услуг переводчиков или гидов, внеплановая уборка номера, наличие сейфа в номере. Также не все отели имеют хорошую звукоизоляцию и номера для некурящих. Большинство отелей также не допускают проживания с домашними животными даже за дополнительную плату. Экскурсии оплачиваются отдельно через туроператора и в основном нацелены на рекламу определенной местной продукции, чем на ознакомление с достопримечательностями и культурой</p>
<p>Количество достопримечательностей и их доступность для туристов</p>	<p>Практически все достопримечательности Сочи расположены в черте города и связаны либо с природой Краснодарского края и активным отдыхом, либо с историей и культурой города. Среди основных природных объектов Сочи находятся: Дендрарий, каньон Белые скалы, Тисосамшитовая роща, Воронцовские пещеры и др. Все вышеперечисленные достопримечательности доступны для посещения туристами как в составе групп, так и самостоятельно, однако вход платный и составляет от 200 до 400 руб. за человека. Что же касается исторических достопримечательностей, то это множество храмов и санаториев, но также стоит выделить и особые культурные объекты, а именно Олимпийский парк, Навагинская улица и морской вокзал Сочи. Все эти достопримечательности</p>	<p>Достопримечательности города Сanya в основном связаны с пляжным отдыхом и местной едой, поэтому любимыми местами туристов в городе являются пляжи Дадунхай и Ялонг, а также Ананасовый торговый центр и прилегающий к нему рынок, где туристы могут попробовать традиционные китайские блюда. Однако все наиболее интересные достопримечательности расположены за пределами города и требуют нескольких часов езды. В первую очередь, это храм Наньшань и статуя Гуаньинь, расположенные в двух часах езды от города Сanya. В храм можно зайти и посмотреть на реконструкции древних статуй, а в главную стацию Гуаньинь, расположенную на отдельном острове, можно зайти и поставить благоволие. Плата за вход составляет 150 юаней (около 1700 руб.). Не менее завораживающим и популярным у туристов местом является тропический</p>

Критерий	Город Сочи	Город Санья
	напрямую связаны с жизнью города, его историей и культурой.	парк Янода в трех часах езды от города Санья. Этот парк известен за множество различных видов флоры и стеклянный мост, расположенный в самом центре парка. Вход платный и для взрослого составляет 170 юаней (около 2000 руб.)
Качество пляжей	В России действует ГОСТ 57617-2017 «Национальный стандарт Российской Федерации. Объекты отдыха, развлечения, культуры и спорта на открытой водной поверхности и их инфраструктур» [8], в котором указаны термины и определения, связанные с водным и пляжным туризмом. Согласно данного документа, пляж – участок побережья естественного или искусственного водоема с прибрежными водами (акваторией), оборудованный и пригодный для организованного отдыха, купания и приема оздоровительных и профилактических процедур. Также с 01.09.2024 г. действует приказ «Об утверждении правил классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей» [9], где указан алгоритм классификации пляжей, а также требования к определенным категориям пляжей. Всего их три: «желтый флаг» (III категория), «зеленый флаг» (II категория) и «синий флаг» (I категория). Всего в Сочи 35 «синих флагов», 5 «зеленых флагов» и 5 «желтых флагов»	Основные пляжи города Санья являются муниципальными и отвечают требованиям государства, связанным с экологией, предоставляемыми услугами и безопасностью для отдыхающих. В Южно-Китайском море сильное течение, поэтому правительство Китая сформировало определенную систему флагов, которые отмечают определенные зоны пляжа, безопасные для туристов [7]. Также по всей территории пляжей расположены вышки со спасателями, которые круглосуточно следят за туристами даже в часы закрытия пляжа. Однако стоит отметить тот факт, что даже муниципальные пляжи города не оборудованы базовыми элементами, например душ, кабины для переодевания, спортивные зоны и т.д.
Языковой барьер для иностранных туристов	Сочи является в основном курортом для россиян, что делает знание иностранных языков необязательным, однако большинство работников сферы услуг владеет также английским и иногда китайским языком, а также при некоторых отелях есть переводчики для более комфортного проживания гостей. Меню в ресторанах имеет все три вышеперечисленных языка, а некоторые также предоставляют меню на турецком и хинди	Хотя Санья является курортом в основном для жителей Китая, однако в последние несколько лет остров Хайнань заинтересовал и иностранных туристов. Но в основном туристическом центре острова не достает квалифицированных переводчиков, что приводит к языковому барьеру между туристами и местными жителями. В отелях редко можно встретить работников, знающих иностранные языки, а вся коммуникация происходит с помощью гидов от турфирм. В ресторанах никто из сотрудников не понимает английский или русский язык, а в меню русский искажен неточным переводом, что делает его нечитаемым

Подводя итог сравнительной характеристики курортов, можно сделать следующие выводы:

1. На острове Хайнань очень много вариантов жилья для туристов, однако они все сосредоточены в крупных городах, как и вся инфраструктура острова в целом.

2. Из-за особенностей климата гостиницам острова необходим регулярный ремонт, который проводят только высококлассные отели, а остальные предпочитают экономить на состоянии здания, что сказывается на комфорте туристов и их отзывах.

3. Не смотря на уникальный менталитет китайского народа, отношение к туристам на острове Хайнань в самом деле выходит за рамки приличия из-за негласной установки "моя смена вышла" когда работники сферы услуг перестают работать в ту же минуту, как заканчивается их оплачиваемое время.

4. Как было сказано ранее, Хайнань в первую очередь нацелен на пляжный туризм, однако пляжи в городе Санья плохо оборудованы и из-за того, что они муниципальные, данный вопрос нельзя решить без вмешательства государства.

5. Из-за незнания иностранных языков на острове Хайнань между туристами и местными жителями образуется языковой барьер, который мешает в предоставлении услуг и сильно сказывается на их качестве, а также регулярно приводит к недопониманиям и конфликтам.

Опираясь на выводы, изложенные выше, предлагаются следующие решения данных проблем:

1. Расширение инфраструктуры острова за пределы городов. Многие туристы предпочтут отдых вдалеке от шумных мест в виллах или деревнях острова.

2. Принятие законов, связанных с реконструкцией и ремонтом зданий гостиниц, а также с оборудованием пляжей минимальными удобствами, которые необходимы для комфортного пребывания туристов.

3. Проведение тренингов для работников гостиниц на тему «Особенности общения с иностранными туристами» может решить проблемы, связанные с жалобами гостей на сервис и языковым барьером. Даже беглое знание английского языка и основных фраз поможет разрешить большинство конфликтных ситуаций или вовсе их предотвратить. Также может быть использован электронный настольный переводчик на ресепшене или портативные электронные переводчики от китайских производителей для общения с гостями в ресторанах, на экскурсиях или пляжах.

Библиографический список

1. Туризм в Китае. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Туризм_в_Китае (дата обращения: 15.03.2025)

2. Остров Хайнань. URL: <https://www.pac.ru/guide/china/hainan-island/> (дата обращения: 12.03.2025)

3. Растет популярность острова Хайнань среди иностранных туристов. URL: <http://russian.people.com.cn/n3/2024/0729/c31518-20199355.html> (дата обращения: 11.03.2025).

4. Турпоток из РФ на китайский остров Хайнань вырос в 2024 г. в 11 раз. URL: <https://www.interfax.ru/world/1003752> (дата обращения: 21.03.2025).

5. Отели в Сочи. URL: <https://ostrovok.ru/hotel/russia/sochi/> (дата обращения: 16.03.2025).

6. Отели в Санье. URL: <https://ostrovok.ru/hotel/china/sanya/> (дата обращения: 17.03.2025).

7. Китайский национальный институт стандартизации (CNIS). Стандартизация и применение флагов безопасности на пляже. URL: https://www.cnis.ac.cn/bydt/kydt/202112/t20211213_52463.html (дата обращения: 27.03.2025).

8. ГОСТ 57617-2017 «Национальный стандарт Российской Федерации. Объекты отдыха, развлечения, культуры и спорта на открытой водной поверхности и их инфраструктур» (дата обращения: 27.03.2025).

9. Приказ Минэкономразвития России от 09.01.2024 N 9 «Об утверждении Правил классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей» (дата обращения: 27.03.2025).

УДК 338.484.6

А. А. Смирнова

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

С. В. Шепелева – кандидат экономических наук, доцент – научный руководитель**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА РЫНКЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

Туризм быстроразвивающаяся отрасль, играющая большую роль в экономике многих стран мира. Одним из видов туризма является деловой туризм. Деловой туризм – это организованная поездка, совершаемая сотрудниками компаний, предприятий или корпораций для решения рабочих вопросов. В последние несколько лет он начал свое стремительное развитие и в современных условиях имеет все шансы, чтобы стать одним из самых высокодоходных направлений. Чаще всего причиной таких поездок становятся обучение, встречи с партнерами, заключение сделок, посещение конференций, семинаров или других мероприятий [1].

Развитие и рост товарно-денежных отношений с давних времен подталкивали людей к дальним путешествиям. Так еще в 7-10 веке первые купцы отправлялись в заграничные походы с целью продажи своих товаров, что можно считать началом формирования делового туризма. В это время появились первые средства размещения, которые давали ночлег и питание путешественникам. Деловой туризм, как самостоятельная сфера, начал формироваться во второй половине 20 века. Число бизнес-поездок выросло благодаря распространению и развитию технологий, а также глобализации экономики. Тогда же были основаны первые ассоциации делового туризма (АСТЕ и GBTA), а компании начали регламентировать деловые поездки в корпоративной культуре. В некотором роде деловой туризм существовал и во времена СССР, несмотря на командную экономику страны. Тогда предприятия одного региона (республики) ездили к другим с целью обмена опытом, но в таких условиях потенциал развития данного туристического направления был очень ограничен, поэтому с переходом на рыночный тип экономики деловой туризм получает новый толчок к развитию [2–4].

Компании отправляют своих сотрудников в деловые поездки по разным причинам, и каждая из этих поездок имеет свою цель. На сегодняшний день основными целями деловой поездки могут являться:

- переговоры;
- заключение контрактов;
- обслуживание и ремонт, производимой продукции;
- обучение сотрудников и сплочение коллектива;
- выставки, научные форумы и конгрессы.

Имея четкую цель и задачи деловых поездок, можно выделить их основные виды:

- частные поездки – это поездки небольших делегаций или нескольких представителей топ-менеджмента с целью выстроить деловые коммуникации с потенциальными партнерами;
- событийный деловой туризм – это посещение выставок, форумов, конференций в интересующих компанию областях, организуемые для сотрудников с целью повышения их знаний, насмотренности, квалификации и так далее;
- интенсивы – это стимулирующие и мотивационные поездки для сотрудников, один из видов тимбилдинга.

Таким образом, деловые поездки могут носить не только профессиональный характер, но и развлекательный, сплачивающий коллектив. Константой является то, что в независимости от цели и вида командировки, все расходы на себя берет работодатель. Наиболее точно специфику делового туризма передает английская аббревиатура «MICE», где «M» – meetings, то есть деловые встречи, «I» – incentive – стимулирующие поездки для сотрудников, «C» – conference – услуги по организации конференций и семинаров и «E» – exhibitions – организация и участие в выставках для привлечения партнеров. MICE-индустрия одна из наиболее перспективных отраслей, так как полностью отвечает запросам современного бизнеса. Наличие MICE услуг стало неотъемлемой частью гостиничных предприятий [1–4].

Деловой туризм оказывает большое влияние на экономику как страны в целом, так и ее отдельных регионов. Примером такого влияния является Санкт-Петербург. В последние несколько лет наблюдается стремительный рост деловых поездок в данный город. Связан такой интерес к региону в связи с развитием бизнес-сферы и проведением крупных, чаще всего международных форумов, а также с закрытием границ и недоступности зарубежных аналогов. К тому же Петербург является одним из мировых туристических центров благодаря своей богатой истории и культурному наследию. На туристический рынок города ежегодно выходят десятки новых средств размещения, а номерной фонд на конец 2024 года составлял более 55 тысяч мест, что позволяет ежегодно размещать миллионы туристов в том числе и деловых. Согласно рейтингу Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA), Санкт-Петербург уже третий год подряд занимает первое место среди российских городов по деловому туризму. Северная столица после пандемии восстанавливает объемы в этом секторе активнее, чем другие регионы страны [5–7].

В последние несколько лет Санкт-Петербург начинает формировать новый бренд, теперь это не только культурная столица, но и центр делового туризма, визитная карточка которого – ПМЭФ. Деловые мероприятия укрепляют свое место в экономике города и входят в тройку причин для визита в Петербург, а развитая инфраструктура города позволяет привлекать все больше и больше подобных мероприятий. В городе построено несколько экспоцентров и площадок международного уровня для проведения крупных мероприятий. Для более камерных переговоров к услугам компаний многочисленные конференц-залы при отелях. Данный вид туризма не подвержен сезонному фактору, что является огромным плюсом как для площадок, так и для гостиничного бизнеса города.

В низкий сезон, с октября по декабрь и с февраля по апрель, отели стараются забрать как можно больше компаний, чтобы заполнить корпоративными клиентами свой номерной фонд. Что касается самих компаний здесь они предпочитают выбирать отели с удобным расположением в центре города и широким спектром предоставляемых услуг. Последний фактор становится решающим если целью поездки являются мотивация или обучение. В таких случаях потребуется бронирование не только номеров, но и конференц-залов отеля. Поэтому большинство гостиничных предприятий стремится создавать пространство для проведения мероприятий даже если концепция отеля не направлена на бизнес-сектор. Отели, имеющие широкий спектр MICE услуг, точно останутся в плюсе. Согласно статистике по Санкт-Петербургу, деловой турист в 2022 году занимал 12% от общего числа гостей, спустя 2 года этот показатель вырос до 20%. К тому же в 2024 году увеличилось число зарубежных деловых туристов: из 1,2 млн иностранцев около 35% прибыли в Санкт-Петербург в командировку (рис. 1) [5, 7].

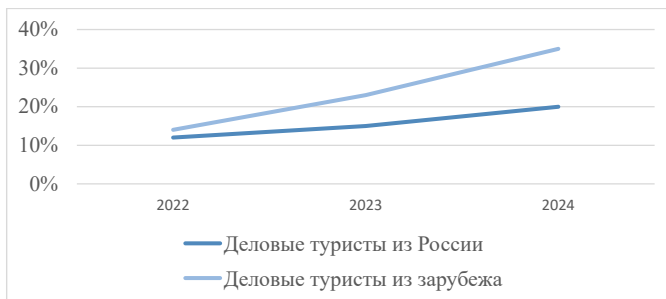


Рис. 1. Динамика пребывания деловых туристов в Санкт-Петербурге в 2022–2024 г.

Рост делового туризма – хорошая тенденция, позволяющая развивать туристический рынок города. Многие гости, приехавшие в командировку, по ее окончании продлевают свое проживание в отелях для ознакомления с Санкт-Петербургом, как с культурной столицей. Особенно если командировка заканчивается в пятницу и впереди выходные, тогда вероятность продления и переход от делового туриста к обычному увеличивается в разы.

Перспективы развития сферы делового туризма в Санкт-Петербурге определены. Из-за увеличивающегося числа мероприятий возникает потребность в новых площадках. ЭКСПОФОРУМ – одна из самых масштабных площадок региона, располагается в пригороде и требует хорошо развитой системы общественного транспорта и шаттлов, которую необходимо улучшать. Также стоит развивать площадки непосредственно на территории города. Одним из вариантов является перестройка старых заводов и фабрик, которых в черте Санкт-Петербурга большое количество, в современные многофункциональные выставочные комплексы, улучшение конференц-залов и открытие новых, современных бизнес-отелей. Гостиничной отрасли стоит уделять больше внимания деловому туристу, так как это стабильный вариант для получения прибыли даже в месяцы низкой загрузки номерного фонда. Ассортиментная группа MICE услуг не должна стоять на месте, а наоборот увеличиваться и соответствовать последним тенденциям в данной сфере. Это поможет привлечь как можно больше корпоративных клиентов в конкретные отели. В целом спектр услуг отеля, принимающего деловых туристов, должен быть довольно разнообразным, ведь в свободное от работы время, гости хотят расслабиться и снять накопившийся за рабочий день стресс. В идеале гостиница должна обеспечить гостя вариантами отдыха так, чтобы ему не пришлось искать их за ее пределами. Поэтому spa-комплексы при бизнес-отелях набирают большую популярность. Комбинация MICE и Wellness услуг еще одна из перспектив развития в сфере делового туризма. Санкт-Петербургу есть куда стремиться и что улучшать, но он уже ничем не уступает в проведении масштабных деловых мероприятий столице.

Таким образом, можно сделать вывод, что деловые поездки – одна из быстроразвивающихся отраслей в туризме на данный момент. Начиная со второй половины 20 века и до сегодняшнего дня командировки востребованы не только среди компаний, но и среди отельеров, которые готовы предоставить свой номерной фонд корпоративным клиентам. Деловой туризм зафиксировался в экономике отдельных городов и даже целых стран. Санкт-Петербург за достаточно короткий срок привлек к себе миллионы деловых туристов. Перспективными направлениями развития делового туризма в культурной столице, являются увеличение количества площадок для мероприятий в черте города и расширение MICE и Wellness услуг в средствах размещения. Благодаря развитию и совершенствованию сферы делового туризма Санкт-Петербург готов стать деловой столицей России.

Библиографический список

1. Деловой туризм. URL: <https://automototravel.com/avtoturizm/delovoj-turizm/> (дата обращения: 22.02.2025).
2. Деловой туризм в России в 2025. URL: <https://www.kp.ru/russia/delovoj-turizm-v-rossii/> (дата обращения: 22.02.2025).
3. Современный деловой туризм: структура, особенности, развитие. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremenny-delovoy-turizm-struktura-osobennosti-razvitiye/viewer> (дата обращения: 25.02.2025).
4. Христов Т. Т., География туризма: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Изд-во Юрайт, 2024. 254 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-534-18715-1. URL: <https://urait.ru/bcode/545421/p.34> (дата обращения: 22.02.2025).
5. В Питер по делам. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/01/19/vpiterodelam/> (дата обращения: 16.03.2025).
6. Номерной фонд Санкт-Петербурга. URL: <https://hoteliernews.ru/nomernoy-fond-sankt-peterburga-v-2024-godu-velichilsya-na-332-nomera/> (дата обращения: 22.03.2025).
7. Официальный сайт Правительства Санкт-Петербурга. URL: <https://www.gov.spb.ru/helper/culture/> (дата обращения: 27.02.2025).

УДК 640.4:728.5

А. А. Смирнова

студент кафедры рекламы и современных коммуникаций

Е. А. Шеховцова – кандидат филологических наук, доцент – научный руководитель

ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ ИСПАНИИ: СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

Испания – государство с большим географическим разнообразием (от солнечных побережий и шумных городов до заснеженных гор), расположена на Пиренейском полуострове. На туристическом рынке позиционируется как страна для пляжного отдыха, культурно-познавательного и событийного туризма. Комфортный климат, обустроенные пляжи, культура и архитектура делают ее одной из самых популярных в Европе среди туристов. Поэтому Испанию в 2024 году посетило около 90 млн человек, что является рекордным показателем. Туризм в Испании является одним из основополагающих элементов экономики, на него приходится около 12-13% ВВП страны, это стабильно высокий показатель. Почти 17% всех инвестиций приходится на туристическую инфраструктуру. Данный сектор экономики обеспечивает работой около 3 миллионов человек [1].

В большинстве государств мира принята система «звездности» отелей, которая определяет класс средства размещения и является привычной для российского туриста. Испания не является исключением и обладает основанной на общеевропейских стандартах классификацией, однако имеются собственные национальные особенности. Свое влияние на ее формирование оказывает форма государственного устройства страны. Территория Испании делится на 17 автономных регионов, которые вправе принимать свои уникальные для каждого региона стандарты, данные различия от региона к региону все-таки не большие и имеют достаточно много общих характеристик. В Испании нет как таковой единой государственной классификации гостиниц. При этом используются и стандартные критерии, большинство которых соответствует требованиям Всемирной Туристической Организации (ВТО). Государственный контроль в сфере туризма осуществляется Министерством экономики, торговли и предпринимательства, которому подчиняется генеральный секретарь по туризму, он в свою очередь сотрудничает с Turismo España – Институтом туризма Испании и органом по его продвижению за границей. Каждые три года институтом разрабатывается стратегический план, на основании которого государство стимулирует продвижение наиболее важных программ. В 2022 году Министерством экономики, торговли и предпринимательства была разработана стратегия развития туризма страны до 2030 года. Можно выделить основные аспекты данного плана развития:

- Обеспечение сохранности культурных и природных объектов Испании;
- приспособление туристической отрасли к новым технологиям, мировым трендам и изменениям в обществе;
- финансирование и развитие эко и сельского туризма;
- создание системы совместного регулирования туристической сферы страны между государством и органами местного самоуправления [2–5].

Средства размещения Испании помимо привычных звезд имеют категории. Технические требования, определяющие категорию, диктуются специальным указом короля. Гостиницы и апарт-отели имеют 5 категорий (от 1 до 5 звезд), с 1983 года введена дополнительная категория «гостиницы высокого уровня обслуживания». Кемпинги имеют 4 категории: от 1 до 3 звезд и 3 звезды «люкс». Мотели же в свою очередь имеют только одну категорию. Требования к каждой из категорий определяются Постановлением кабинета министров Испании. Специальные постановления регулируют функционирование и категории апартаментов и бунгало. В каждой из 17 автономий Испании разработана собственная процедура, согласно которой и определяется порядок присвоения разряда тому или иному средству размещения. Однако, Министерство экономики, торговли и предпринимательства стремится к унификации правил классификации отелей, так как зачастую то, что в одной автономии классифицируется как, например, 4 звезды, в другой может быть отнесено к категории трех звездочных отелей [6–8].

Туристическая инфраструктура Испании хорошо развита и на начало 2024 года насчитывает около 12 тысяч отелей, из которых почти 2 тысячи имеет от 4 до 5 звезд. На отели приходится 86% всех мест размещения страны, что соответствует 1,2 млн мест в номерном фонде Испании. На другие средства размещения такие как кемпинги, пансионаты и так далее, приходится 125 тысяч мест (рис. 1).

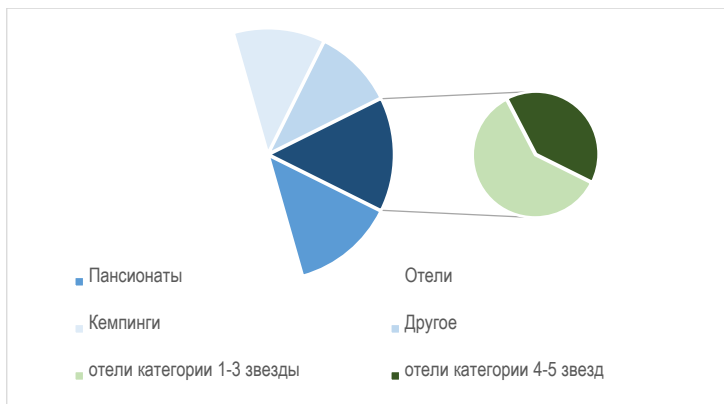


Рис. 1. Номерной фонд Испании

Географическое расположение Испании позволяет строить различные туристические дестинации начиная от пляжных комплексов и заканчивая горнолыжными курортами. Однако, отели не могут иметь собственного пляжа, вся береговая зона является муниципальной. Также отели должны иметь звездный рейтинг, отвечающий требованиям ВТО. Именно отели пользуются наибольшим спросом среди туристов, которые отдают свое предпочтение сетевым гостиничным предприятиям. Кроме этого, в стране сохранилось большое количество аналогов гостиниц, которые отличаются от привычного понятия отеля, но они определены на государственном уровне и пригодны для проживания туристов. Одним из таких средств размещения является «рефухиос» (refugios), что в переводе с испанского – пристанище или убежище. Данный тип размещения приравнивается к хостелам и представляет собой дешевое размещение на несколько ночей в общей комнате на 5-7 человек. Более комфортным средством размещения, чем рефухиос, будет «фондас» (fondas), как правило – это небольшие гостиницы в черте города на 6-8 номеров. Их можно отличить по синей букве «F» на белом фоне. Фондас представляет тип проживания, который раньше называли постоялым двором и могут предоставлять услуги питания для своих гостей. Они также чаще всего являются семейным бизнесом. Похожим на

фондас является средство размещения под названием «каса рураль» (casa rural) или в переводе на русский «сельский дом». Это жилье в сельской местности, сдаваемое в аренду на долгий срок для туристов или местных путешественников, не включающее в себя питание. В одном таком доме может проживать сразу несколько групп туристов. Чаще всего это традиционные сельские дома Испании, имеющие свой колорит и культуру. Альберге (Albergue) – так называются основные места ночевки паломников на пути в Сантьяго де Компостела (Santiago de Compostela) в Испании. Обычно это государственные или частные хостелы, предоставляющие паломнику кровать, возможность помыться, постирать одежду и приготовить еду. Стоимость проживания зависит от уровня и количества предлагаемых услуг. Пенсионес (Pensiones) – это классический вариант проживания в Испании по системе Bed&Breakfast. Они предлагает туристам традиционный испанский быт в условиях, наиболее приближенных к термину «отель». У пенсионес предусмотрена собственная классификация, которая предполагает определенные стандарты, которые значительно менее строги, чем в отелях. Пенсионес могут быть как сельской гостиницей, так и бывшим отелем, утратившим свой прежний статус и рейтинг [4, 6].

Еще одно средство размещения – это парадорес (paradores) – один из самых эксклюзивных вариантов проживания не только в Испании, но и в мире. Данный вид размещения существует с 1928 года, почти на протяжении ста лет они предоставляют уникальный опыт проживания. Парадорес располагаются в исторически значимых местах: особняках, имениях, дворцах, замках и зачастую такие отели параллельно имеют статус национальной достопримечательности. В наши дни в Испании открыты для приема гостей 99 отелей-парадорес и каждый из них в среднем рассчитан на 65 мест. Более половины отелей располагаются в

исторических зданиях, а другие представляют собой возможность для отдыха на территории национальных парков или в окружении уникальной природной среды Испании. Это модель управления, которая всегда отдает предпочтение защите исторического и культурного наследия. Парадорес находятся в государственном управлении. В России есть свой аналог парадорес – это программа «Рубль за метр», которая позволяет брать в аренду на льготных условиях объекты культурного наследия, находящиеся в неудовлетворительном техническом состоянии. Большинство объектов по данной программе были отреставрированы и переделаны в средства размещения различного класса. Например, в Калининградской области есть отель, построенный на базе крепости XIII века, в Сочи есть бутик-отель «Усадьба Хлудова», размещенный в имении XIX века, в Москве открылся премиальный отель в Петровском путевом дворце и санаторий «Валуево» на территории усадьбы рубежа XVIII и XIX веков, в Санкт-Петербурге отели «Талион» и «Lion Palace», также располагаются в исторических зданиях. Это лишь немногие примеры преобразования исторических зданий в средства размещения [3, 9–11].

Туристы в Испании, как и в любой другой стране, могут снять жилье, например, через известный каждому путешественнику сайт – Airbnb. Однако тут есть свои особенности, как и гостиничные предприятия, они регулируются местными органами автономных сообществ, а значит правила и стандарты предоставления услуг проживания разные по всей стране. Это связано с тем, что регионы имеют широкий круг полномочий в сфере жилищного строительства и городского планирования, чтобы адаптировать средства размещения под потребности каждой отдельной автономии. Также стоит различать жилье для туристического использования – это недвижимость, сдаваемая в аренду частными лицами на периодической основе и не в профессиональных целях, чаще всего через онлайн платформы и туристические апартаменты – это недвижимость, управляемая компаниями с целью постоянного получения прибыли и требующая полного соответствия всем стандартам. Региональные нормативные акты часто проводят различие между этими двумя видами размещения и устанавливают более высокие требования ко второму виду, так как это уже профессиональная деятельность юридических лиц. Общим для всех автономий является наличие туристической лицензии и сертификата соответствия жилья, которые подтверждают, что туристические апартаменты соответствует всем нормам и зарегистрирована в реестре туристической недвижимости [12].

В табл. 1 приведена краткая сводка всех вышеописанных средств размещения Испании и их краткая характеристика.

Таблица 1

Характеристика средств размещения Испании

Наименование средства размещения	Характеристики
Рефухио (refugio)	Аналог хостела, предоставляют кровать в общей комнате на 5-7 человек
Фонда (fonda)	Небольшая гостиница в черте города (примерно на 7 номеров) с возможностью предоставления питания
Каса рураль (casa rural)	Жилье в сельской местности (чаще всего традиционные испанские дома), сдаваемое туристам.
Альберге (Albergue)	Гостиницы, предназначенные для любителей пешего туризма и паломников
Пенсион (pension)	Аналог гостиницы с системой Bed&Breakfast
Парадор (parador)	Отели, расположенные в исторических зданиях или на территории национальных парков
Жилье для туристического использования (alojamiento para uso turístico)	Недвижимость, сдаваемая в аренду частными лицами
Туристические апартаменты (apartamentos turísticos)	Недвижимость, сдаваемая в аренду юридическими лицами
Отель (hotel)	Классический отель с развитой внутренней инфраструктурой и множеством сервисов для туристов

Таким образом, гостиничные услуги Испании имеют свои отличительные особенности от общепринятых норм. Так средства размещения помимо звездности дополнительно имеют категории, получение которых происходит по средствам выполнения стандартов каждой отдельно взятой автономии. На сегодняшний день наблюдается тенденция на унификацию и соблюдение правил и стандартов Всемирной Туристической организации, поэтому многие средства размещения приравниваются к отелям различной звездности. В Испании представлены различные туристические дестинации начиная привычными для всех отелями и заканчивая уникальными парадорес, которые позволяют окунуться в историю страны. Туристы все чаще ищут уникальные и индивидуальные впечатления, поэтому испанские отели адаптируют свои предложения под возникающий спрос. Испания была и остается одной из самых привлекательных стран Европы для совершения туристических поездок.

Библиографический список

1. Шеховцова Е. А. Туристская индустрия Испании в условиях перехода к модели устойчивого развития // Научная сессия ГУАП: сб. докл. Научной сессии, посвященной Всемирному дню авиации и космонавтики, Санкт-Петербург, 08–15 апреля 2024 года. – СПб.: ГУАП, 2024. С. 97–100. EDN GBWKYE (дата обращения: 18.03.2025).
2. Шеховцова Е. А., Талецкая К. А. Панкова Ю. К. Гостиничная сеть Catalonia Hotels & Resorts на рынке услуг индустрии гостеприимства // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства: сборник научных статей по итогам XIX Межд. научно-практ. конференции, Санкт-Петербург, 27 сентября 2023 года. СПб.: СПбГЭУ, 2024. С. 134–139. EDN ZSCVQX (дата обращения: 17.03.2025).
3. Классификация отелей Испании. URL: https://www.workle.ru/publications/TOURISM_Around_the_World/24538.html (дата обращения: 25.02.2025).
4. Официальный сайт Министерства туризма Испании. URL: <https://www.mintur.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx> (дата обращения: 06.03.2025).
5. Ушакова А. О. Анализ современного опыта развития сферы туризма и гостеприимства на примере Испании // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremenного-опыта-razvitiya-sfery-turizma-i-gostepriimstva-na-primere-ispanii> (дата обращения: 03.03.2025).
6. Категории гостиниц в Испании и Португалии. URL: <http://tourfaq.net/hotel-business/kategorii-gostinic-v-ispanii-i-portugalii/> (дата обращения: 03.03.2025).
7. Официальный сайт Министерства экономики, торговли и предпринимательства Испании. URL: <https://portal.mineco.gob.es/en-us/Pages/index.aspx> (дата обращения: 27.02.2025).
8. Филимонова, И. Ю. Организация международного туризма: учеб. пособие. Оренбург: Оренбургский гос. ун-т, 2011. 73 с. URL: https://tourlib.net/books_tourism/filimonova-omt.htm (дата обращения: 03.03.2025).
9. Официальный сайт Paradores de Turismo. URL: <https://paradores.es/es/paradores> (дата обращения: 06.03.2025).
10. Официальный туристический портал Испании. URL: <https://www.spain.info/ru/samyepopularnyuerochetmu-otpusk-turizm-ispanii/> (дата обращения: 25.02.2025).
11. Программа «Рубль за метр». URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_govcontrol/obrasneniya-grazhdan/faq/6260/ (дата обращения: 06.03.2025).
12. Idealista/news. URL: <https://www.idealista.com/news/vacacional/mercado-vacacional/2024/05/04/816363-la-normativa-de-apartamentos-turisticos-en-espana-por-ccaa> (дата обращения: 19.03.2025).

УДК 796

М. О. Афонин

студент кафедры аэрокосмических компьютерных и программных систем

В. М. Башкин – доктор педагогических наук, профессор

ПРОБЛЕМАТИКА ВЫБОРА НАПРАВЛЕНИЯ СЕКЦИИ ЕДИНОБОРСТВ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ СПОРТСМЕНОВ

В современном мире, в эпоху бурного развития коммерческих спортивных организаций, а также государственных программ по популяризации спорта перед каждым из нас, независимо от возраста, открывается колоссальное количество возможностей для начала спортивного пути. Одним из самых популярных направлений среди многих видов спорта является сфера единоборств, которая включает в себя огромное множество различных видов и стилей [см.: 1]. Единоборства пользуются популярностью, потому что одной из главных потребностей человека является потребность в безопасности и защите. Человек занимающийся единоборствами полностью закрывает эту потребность, поскольку владение навыком самообороны явно приходит на помощь в ситуациях, когда необходимо защитить себя от каких-либо проблем на улице. Но все ли виды единоборств закрывают эту потребность? Чем еще полезны занятия этим видом спорта и что лучше выбрать новичку? Об этом и пойдет речь далее.

С Древних времен люди умели драться, защищать себя, а искусство рукопашного боя применялось на протяжении нескольких тысячелетий в самых разных войнах, и применяется до сих пор. Ту потребность в безопасности, которую испытывал рядовой житель древнего Рима, испытывает и сейчас рядовой житель нашей страны. Однако сейчас обучение единоборствам стало доступнее, чем в предыдущие годы за счет экспоненциального роста количества секций единоборств с каждым годом. Но, увы, вместе с популяризацией спорта пришла и коммерциализация. Появились новые виды единоборств, которые фактически не приспособлены к реальной уличной обстановке, либо намеренно ограничены в использовании тех или иных техник ради увеличения зрелищности того или иного вида спорта, с целью извлечения большей прибыли. Так, например в тхэквондо не используются ударная техника рук и бросковая техника, а в классическом боксе не используется техника ног. Подобные ограничения зачастую играют злую шутку с представителями данных видов спорта в уличной схватке, однако, стоит отметить, что боксеру или тхэквондисту все равно будет гораздо проще в уличной схватке, нежели абсолютно неподготовленному человеку. Что же тогда может действительно пригодиться на улице?

Наиболее оптимальным видом единоборств для уличной схватки являются смешанные единоборства, или, как их еще называют – "ММА", Свободный стиль, универсальный бой, Все стиливое каратэ ПКСЗ (полный контакт в средствах защиты), армейский рукопашный бой или же боевое самбо. Этот вид спорта характерен тем, что он включает в себя самый широкий спектр техники из всех возможных: ударная техника рук и ног, бросковая техника, болевые и душающие приемы как в стойке, так и в партере. Поэтому, если человек хочет научиться постоять за себя в реальных уличных условиях, где нет правил, запрещенных техник и рефери, то ему однозначно стоит заняться именно смешанными единоборствами, так как этот выбор будет оптимален. Однако, увы, это понимают далеко не все.

К сожалению, многие люди мыслят стереотипами, и выбор секции единоборств в данной ситуации не является исключением. Многие начинающие спортсмены идут в тот вид единоборств, который наиболее популярен. Так в данный момент происходит с тхэквондо. Секции для детей и взрослых открываются практически на каждом шагу. Это безусловно имеет положительный эффект, так как популяризирует спорт и продвигает его в массы, но также это несет за собой и негативные последствия. А именно: люди годами изучают искусство самообороны под искаженным углом восприятия, ввиду явных ограничений и отдалений от реальной схватки. Тхэквондо безусловно зрелищно, а тхэквондисты поражают своей феноменальной растяжкой. Но, кроме этого, им нечего предложить. Они стоят в стойках с опущенными руками, что в принципе недопустимо и абсолютно не бьют руками, что ставит их в заве-

домо проигрышное положение в уличной схватке, по отношению к человеку, владеющему этим аспектом единоборств. Если же говорить про бокс, то на улице классический боксер тоже может испытать некоторые трудности, связанные с низкой стойкой, практикуемой в боксе, против которой отлично срабатывают подсекающие и подбивающие движения, приводящие к падению соперника из-за того, что в боксе отсутствуют удары ногами, и, как следствие передняя нога не является целью для соперника по спортивному поединку. Чего не скажешь про технику Муай-тай или Кикбоксинга. Представителям этих видов единоборств будет существенно проще в уличной ситуации за счет того, что на тренировках и в спаррингах они отрабатывают как удары руками, так и удары ногами, что определенно дает им преимущество против условных боксеров или тхэквондистов. Однако помимо ударной техники есть еще и техники борьбы, которые также активно применяются на улице. Но здесь стоит внести очень важную ремарку, сказав, что в большинстве поединков бой начинается с ударной техники, а уже потом переходит к технике борьбы. Исходя из этого можно заключить, что представители таких видов спорта, как классическое САМБО, Дзюдо или Бразильское Джу-джитсу автоматически находятся в проигрышном положении относительно ударника в самом начале схватки, так как не владеют ударной техникой в виду ограниченности своей спортивной дисциплины. Чего нельзя сказать про представителей смешанных единоборств, которые комфортно чувствуют себя как в стойке, так и в захвате или в партере.

Сложнее всего в уличной схватке приходится представителям таких видов спорта, как Винь-Чунь и Айкидо в виду крайней ограниченности техник данных видов единоборств. Однако, как бы абсурдно это не звучало, но не все люди приходят в единоборства, чтобы научиться драться. Поэтому советы начинающему спортсмену явно будут зависеть от его целей в мире единоборств, а также от его умений. Если человек хочет получить самооборону, применимый к любым ситуациям в любой обстановке, то ему бесспорно лучше всего подошла бы секция смешанных единоборств, ММА, боевого самбо или же всестилевого каратэ.

Если человек категорически не хочет постигать техники борьбы, то ему однозначно подойдет секция бокса или же кикбоксинга. Если перед человеком стоит задача научиться хорошо бороться и постичь бросковую технику, техники болевых и удушающих приемов, то ему явно подойдут такие виды спорта, как дзюдо, классическое самбо, в котором, в отличие от боевого самбо нет ударной техники, или же Бразильское Джу-джитсу. Если же перед человеком стоит задача улучшить свою растяжку и координацию, то ему прекрасно подойдет Тхэквондо. Однако стоит отметить, что независимо от выбора направления, человек приходящий в мир единоборств определенно станет сильнее как в физическом, так и в моральном плане, быстрее, выносливее, улучшит свою координацию и станет более уверенным в себе. Поэтому занятия единоборствами, независимо от направления, являются крайне полезным делом. Что же именно выбрать – каждый должен решать самостоятельно, но, прочитав эту статью сделать выбор, возможно, будут сделать несколько проще.

Библиографический список

1. Воронов Д. И. Факторы мотивации к занятию спортом у юных спортсменов // О взаимоотношениях психического и телесного в норме и патологии: сб. науч. трудов по материалам национ. науч.-практ. конф.-ии. СПб., 2024. С. 207–218.

УДК 796

А. А. Гусева

студент кафедры информационной безопасности

Г. И. Васильева – ведущий инженер – научный руководитель

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИГРОВЫХ ВИДОВ СПОРТА В ТРЕНИРОВОЧНОМ ПРОЦЕССЕ БАДМИНТОНИСТОВ

Целесообразность и необходимость включения в тренировочный процесс бадминтонистов игровых видов спорта (ИВС) не вызывает сомнения и является актуальной задачей. При правильной организации и стратегии игры многие технические элементы ее участников будут более эффективны, чем при выполнении обычных упражнений из выбранного вида спорта [1]. Данная статья посвящена рассмотрению доступных ИВС, способствующих развитию основных двигательных навыков и физических способностей спортсменов-бадминтонистов. Из рассмотрения исключаем ИВС, требующих использования сложного, дорогостоящего инвентаря (например, хоккей на льду и т.п.) и тех, которые затруднительно использовать в качестве разминки в тренировке бадминтонистов (например, водное поло и т.п.).

К отличительным особенностям функциональных навыков бадминтонистов относятся следующие признаки:

- взрывной характер движений и быстрота передвижений;
- скоростно-силовой характер выполнения технических действий;
- выносливость;
- максимальное сокращение времени на подготовительные действия;
- высокий уровень концентрации на действия во время розыгрыша волана, гейма, встречи и соревновательного дня в целом;
- высокий уровень зрительной концентрации на действиях соперника и движение волана;
- быстрота мышления и принятия игровых решений;
- умение прогнозировать и предвидеть действия соперника;
- высокий уровень развития двигательных и координационных навыков и умений, физических качеств и способностей.

Подбираем ИВС, в локомоциях которых присутствуют основные способы передвижения, используемые в бадминтоне — это бег, ускорение, выпады, рывки и остановки.

Ориентируясь на вышеперечисленные требования, чаще всего в тренировочном процессе бадминтонистов предпочтение отдается таким ИВС, как волейбол, большой и настольный теннис, сепак-такрау, хуптакрау и флорбол.

Волейбол – это активная игра, развивающая высокий уровень выносливости в связи с многократными прыжками и силовыми ударами по мячу, схожими с ударами ракеткой по волану в бадминтоне. Также укрепляется мышечная система, увеличивается взрывная сила ног, а постоянное изменение положения мяча на поле помогает улучшить стартовую скорость и маневренность. Ограничение в использовании волейбола – малоэффективно его включение в тренировочный процесс небольшой группы спортсменов и проведения индивидуальной тренировки.

Большой теннис близок к бадминтону по структуре игры, что делает его очень эффективным в отношении совершенствования способностей бадминтонистов. Удары по мячу с разными траекториями оттачивают кистевые и предплечевые движения, что важно при игре в бадминтон, где точность, сила и вариативность действий напрямую зависят от умений работать кистью. К тому же, благодаря большому теннису улучшается владение ракеткой, что помогает избежать лишних действий и снижает риск технических ошибок. Помимо этого, занятия теннисом повышают скорость реакции и способность к концентрации внимания на отдельных объектах. Эффективная работа ног помогает правильно выбрать позицию и выполнить удар наиболее продуктивно, легко преодолевать корт и улучшить координацию ног спортсмена с другими частями тела. Также улучшение работы ног укрепляет мышцы, что еще больше способствует повышению работоспособности. К недостаткам тенниса можно отнести отличия в технике работы кистью теннисиста и бадминтониста, что приводит к ограничению движения в лучезапястном суставе.

Настольный теннис развивает зрительно-моторную координацию, скоростную реакцию, тренирует внимательность и ловкость. Максимальный уровень концентрации помогает вовремя и точно направить шарик в нужное место. Для бадминтониста данный вид спорта полезен именно в этом, поскольку волан перемещается в разные углы площадки с высокой скоростью, и спортсмен должен не только успеть его принять, но и проанализировать, где находится соперник в данный момент и куда лучше всего направить волан. Бадминтон – это тактический вид спорта, где важно выбирать правильные моменты для атаки и обороны. В этом аспекте он схож с теннисом и теннисом настольным, где тактика играет важную роль.

Сепактакрау является одной из наиболее технически сложных спортивных игр, которая при этом является идеальным средством для развития координационной устойчивости, точности движений и позиционирования на площадке, умения управлять и балансировать своим телом в различных ситуациях [2].

Основная задача хуптакрау – обучение умению постоянного контроля мяча глазами, развитие внимания в условиях быстроизменяющегося действия и самое главное умение – точно определять расстояние до объектов, перемещающихся с большой скоростью на высоте [см.: 3].

Ограничение применения сепактакрау и хуптакрау как ИВС в тренировке бадминтонистов вызваны слабой ориентированностью этих видов спорта на развитие силы и выносливости, недостаточной акробатической подготовкой спортсменов-бадминтонистов (что провоцирует травмы), а также необходимостью использовать специальный инвентарь.

Флорбол, как ИВС, позволяет развивать и совершенствовать основные способы передвижения бадминтонистов, повышает выносливость и ловкость, помогая эффективнее действовать на площадке. В ходе игры спортсмену приходится совершать много коротких рывков в разных направлениях. Отрабатывается реакция, скорость, а также развиваются навыки координации. Наличие такого технического приема во флорболе как кистевой бросок развивает кисть, что является для бадминтонистов крайне важным. Особенная ценность в данном ИВС – бюджетный и доступный инвентарь, игра не требует специального навыка или опыта, а также возможно организовать игру с небольшим количеством спортсменов разного возраста и пола. Относительным плюсом можно считать возможность играть на площадке любого размера, но, так как флорбол относится к контактному виду спорта, то вовлеченность в игровой процесс спортсменов зачастую приводит к ослаблению контроля за своими действиями и, как следствие, к травмам [см.: 4].

Постоянное стремление к адаптации известных и разработке новых ИВС в тренировочном процессе бадминтонистов, воплотилось в изобретение сотрудниками Кафедры Физической культуры и спорта ГУАП нового игрового вида спорта фловотена [5]. Фловотен объединяет в себе элементы флорбола, большого тенниса и волейбола. Разработаны правила, максимально привлекательные для использования данного вида спорта в тренировке бадминтонистов разного пола и уровня спортивной подготовленности. Польза фловотена для бадминтонистов заключаются в возможности гармоничного развития как нижних, так и верхних конечностей. Выполнение сильных и амплитудных ударов клюшкой по мячу повышает не только силовые возможности рук и спины, но и укрепляет мышцы и связки, а также улучшает подвижность в суставах верхнего плечевого пояса [см.: 6]. Кроме того, интенсивное перемещение по площадке и усиление ударов за счет активной работы ног развивает скорость, выносливость и взрывную силу, что особенно важно для динамичных передвижений в игре в бадминтон.

Видео обзор техники ведущих фловотенистов, как юношей, так и девушек показывает, что именно вектор приложения усилий в комплексе с активными и скоординированными движениями верхних конечностей с максимальной амплитудой имеют в игре важное значение с точки зрения нанесения сложного для соперника удара по мячу.

Фловотен объединяет все достоинства рассмотренных в статье ИВС. Игра имеет гибкие, подстраиваемые под конкретный контингент участники правила, которые можно легко изменить в соответствии с текущими условиями: изменить размеры площадки, варьировать количеством играющих от 2 до 8 человек, а также допускать проведение игр с нечетным числом игроков в неравных составах без снижения качества и структуры игры, что в реалиях организации тренировочного процесса в Университете является немаловажным фактором [6]. Неоспоримый плюс фловотена в отсутствии возможности физического контакта с соперником, что позволяет считать данный вид игрового спорта малотравматичным.

В настоящее время данная игра обрела популярность среди сотрудников, преподавателей и студентов Университета и в этом году проведен уже VII Кубок ГУАП по фловотену.

Таким образом, использование всех достоинств, рассмотренных в статье ИВС в тренировочном процессе спортсменов, способствует усилению развития ключевых физических и тактических качеств бадминтонистов. Каждый из рассмотренных ИВС по-своему улучшает те или иные показатели, помогая спортсменам совершенствоваться и развиваться в различных направлениях, демонстрируя многогранность своих умений.

Библиографический список

1. Сидоренко А. С. Интеграция игрового контента в рамках занятий по физической культуре студентов вуза // Практические рекомендации. СПб.: ГУАП, 2022. 44 с.
2. Сидоренко А. С. Сепактакрау – новая спортивная игра студентов // Ценности, традиции и новации современного спорта: материалы II Междунар. науч. конгр., Минск, 13–15 окт. 2022 г. в 3 ч. Минск: БГУФК, 2022. Ч. 3. С. 205–208.
3. Сидоренко А. С. Включение элементов хуптакрау в учебный процесс вуза по дисциплине «Физическая культура» // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2023. Т. 8, № 1. С. 58–63.
4. Сидоренко А. С. Повышение координационных способностей студентов вуза при обучении основам игры во флорбол // Научная сессия ГУАП: гуманитарные науки. Сб. докл. трад. Научной сессии, посвященной Всемирному дню авиации и космонавтики. СПб., 2020. С. 128–129.
5. Сидоренко А. С. Философия фловотена // Сборник материалов Междунар. науч.-практич. конф-ии «Философия и культура информационного общества». СПб.: ГУАП, 2022. С. 439–441.
6. Пашина К. Н. Фловотен как одно из средств укрепления верхнего плечевого пояса студенток на занятиях в черлидинге // Физическая культура и спорт в системе образования: сб. мат. Всерос. науч.-практ. конф. СПб.: СПбГУ, 2023. С. 238–247.

УДК 796.325

К. Н. Казбанов

студент кафедры управления в технических системах

А. В. Башкина-Габруская – преподаватель – научный руководитель

ЭЛЕКТРОННОЕ СУДЕЙСТВО В ВОЛЕЙБОЛЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Введение

Что подразумевается под «электронным» судейством в волейболе?

Электронное судейство в волейболе – это использование специальных технологий, таких как видеоповторы или системы видео арбитража, для принятия решений судьями по спорным ситуациям во время матчей. Данная система в волейболе называется VCS (video challenge system). Апробацию VCS пошел в 2012 году в российской Суперлиге, а после судебных скандалов на Олимпийских играх – 2012 было решено, что данная система необходим. Так с 2014 года система VCS была введена во всех крупных волейбольных турнирах. А с 2016 года видео челлендж был введен и в пляжном волейболе.

В условиях нынешнего спортивного мира, где любая мелочь играет важнейшую роль в принятии решения, обеспечения дополнительных мер контроля судей становится все более важным. Таким образом внедрение электронного судейства в волейболе повысит стандарты судейства и в целом повысит уровень контроля спорных ситуаций на площадке.

Принцип работы VCS и его правила запроса

Система VCS устроена следующим образом: на площадке располагаются 8 (количество камер может меняться в зависимости от категории соревнований) высокоскоростных камер таким образом, что 4 камеры фиксируют границы площадки по периметру (2 камеры направлены на лицевые линии и 2 на боковые), 2 камеры фиксируют линию нападения (3х метровую линию), одна камера установлена на уровне сетки и последняя на судейском столике (для съемки общего плана).

Команды могут запросить видеопросмотр как во время игры, так и в конце розыгрыша, когда игроки хотят пересмотреть решение судей по последнему игровому моменту. Если запрос команды был удовлетворен, она сохраняет право на запрос видеоповтора, а в случае сохранения изначального решения судьи, команда теряет одну попытку. Количество неудачных запросов в партии ограничено двумя. [1, с. 51-60].

Видеопросмотр может быть запрошен любым игроком или судьей в следующих ситуациях:

- Определение "in" или "out" для боковых и лицевых линий.
- Запрос на касания блока – включая контакт игрока с мячом, приземление мяча после блока, оставшийся мяч в игре, и "последнее касание" после одновременного контакта через сетку.
- Определение касания сетки в пределах антенн в процессе игры.
- Определение касания антенны игроком или мячом.
- Проверка заступа при подаче лицевой линии, при заступе центральной линии при атаке с первой линии и заступ при атаке трехметровой линии при атаке со второй линии. [1, с.28-37].

Любой игрок команды может запросить видеопросмотр немедленно после возникновения предполагаемой ошибки. Если ошибка произошла во время игры, команда должна произвести соответствующий жест (букву "С"), чтобы судья остановил розыгрыш. В противном случае, команде предоставляется пять секунд после окончания розыгрыша, чтобы запросить видеопросмотр только на последнее действие. Однако запрос нельзя делать после смены сторон.

После окончания розыгрыша предполагаемая ошибка может быть оспорена только в случае, если она произошла во время последнего действия. Действия, произошедшие ранее в розыгрыше, не могут быть пересмотрены после его завершения.

В каждой из вышеперечисленных ситуаций, если прошло 5 секунд, 1-й судья должен:

- Заявить через систему судейской связи запрос на видеопросмотр.
- Сообщить игрокам/команде свое решение.
- Показать официальный жест позднего запроса.

- Сообщить свое решение через систему судейской связи Судье видеопросмотра.
- Обеспечить отображение соответствующей графики на экране.
- В случае технических проблем с экраном или графикой, или по другим причинам, объяснить, почему запрос был отклонен через систему громкой связи.

Возможные аналоги системы VCS

На данный момент не существует рабочих аналогов данной системы, однако существуют потенциальные варианты.

Первым аналогом можно считать внедрения датчиков позиции и точек контакта в мяч и игровую площадку. Однако данные датчики нарушат симметричность и баланс развесовки мяча, что скажется на непредсказуемости полета и траектории отскока мяча.

Вторым аналогом можно назвать внедрение системы лазерной проекции на игровой корт для фиксации места касания мяча и пола, но данная система не сможет фиксировать такие ошибки, как касание при блокировке, касание сетки и ошибки игры в пространстве соперника.

Таким образом ныне не существует более удачных альтернатив системе VCS которые можно было бы применить в волейболе.

Преимущества VCS

Главными преимуществами VCS можно назвать такие пункты, как:

1. Увеличение точности и объективности решений – одно из ключевых преимуществ системы VCS. Она позволяет судьям пересматривать спорные моменты на видеозаписи, что способствует принятию более обоснованных и объективных решений, а также снижает вероятность ошибок.

2. Снижение количества спорных ситуаций и конфликтов. Возможность инициировать видеопросмотр в случае несогласия с решениями судей значительно уменьшает количество спорных моментов на корте. Это, в свою очередь, способствует уменьшению конфликтов между игроками и тренерами, а также повышает общий уровень зрелищности и справедливости в игре.

3. Увеличение доверия к судейскому корпусу. Внедрение системы VCS способствует укреплению доверия к работе судей. Игроки и зрители могут видеть, что решения судей принимаются на основе объективных данных, что снижает вероятность возникновения подозрений в предвзятости или ошибках.

4. Сокращение времени на принятие решений. В большинстве случаев вызов видеопросмотра занимает значительно меньше времени, чем обсуждение спорной ситуации между игроками, тренерами и судьями на корте. Это позволяет более эффективно управлять временем игры и предотвращает затяжные паузы, которые могут негативно сказаться на динамике матча.

Таким образом, система VCS в волейболе представляет собой значимое улучшение для спортивной арены, обеспечивая более справедливую и точную игру, сокращение спорных ситуаций и повышение качества судейства.

Недостатки VCS

Хоть система VCS приносит значительные преимущества, она также имеет некоторые недостатки, которые следует учитывать:

1. Высокие затраты на внедрение и обслуживание. Реализация и поддержка системы VCS требуют значительных финансовых вложений. Это включает покупку специализированного оборудования, его установку и техническое обслуживание. Для некоторых клубов или организаций такие расходы могут оказаться непосильными. Существуют и более доступные решения для повышения точности судейства, например, привлечение дополнительных судей. В дополнение к главному судье можно назначить второго судью, а также 2 или 4 линейных судей, в зависимости от потребностей и категории соревнований.

2. Возможные технические сбои. Несмотря на высокий уровень развития технологий VCS, сбои могут произойти в любой момент игры, что может привести к недоступности системы. Это может быть вызвано проблемами с оборудованием, сетевыми неполадками или другими техническими трудностями.

Такие ситуации могут вызвать дополнительные перерывы в игре и вызвать недовольство как участников, так и зрителей.

3. Утрата человеческого фактора и эмоциональной составляющей игры. Внедрение системы VCS может снизить роль и влияние судей на игровой процесс. Это, в свою очередь, может уменьшить чувство вовлеченности и ответственности у судей, а также устранить элемент неопределенности и эмоционального напряжения, которые являются важными аспектами спортивного опыта.

4. Ограничения на количество вызовов. Существуют ограничения на количество вызовов, которые может сделать каждая команда за матч. Это может ограничить возможности команд в использовании системы VCS и привести к недовольству, если команда исчерпает свой лимит вызовов и не сможет запросить пересмотр важной ситуации в конце матча.

Хотя система VCS приносит значительные преимущества, она также имеет некоторые недостатки. Поэтому внедрение данной системы является необходимостью лишь на чемпионатах высочайшего уровня, так как для турниров среднего и низкого уровня есть более простые и дешевые аналоги.

Электронное судейство в волейболе имеет свои преимущества, такие как увеличение точности решений и снижение спорных ситуаций, однако оно также сопряжено с определенными недостатками, такими как высокие затраты и возможные технические проблемы.

С развитием технологий можно ожидать улучшения систем электронного судейства в волейболе и их более широкого применения на различных уровнях соревнований. Вполне возможно, что уже в скором времени система VCS полностью заменит людей и судейство матчей на чемпионатах высокого уровня полностью ляжет на технику. Однако, для волейбола, как для игры вне крупнейших чемпионатов, система электронного судейства попросту не необходима, так как существуют вполне бюджетные и эффективные решения.

Библиографический список

1. Официальные волейбольные правила 2021–2024 ВФВ (Всероссийская федерация волейбола). URL: https://www.nnvolley.ru/_front/files/filecollection/site/1466455863/1728482401_files_16323869745885.pdf (дата обращения: 10.04.2025).

УДК 796.058

В. А. Керро

студент кафедры радиотехнических и оптоэлектронных комплексов

Д. М. Крылов

студент кафедры электромеханики и робототехники

Е. Б. Хрусталева – ведущий инженер учебной лаборатории кафедры ФКиС – научный руководитель

ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГРЕБЛИ-ИНДОР ДЛЯ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ, СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗОВ

Глобальные проблемы современного мира, в том числе, экономического, политического, экологического и эпидемиологического характера, заставляют приспосабливаться спортсменов и людей, желающих вести активный образ жизни, к своим условиям. Они служат предпосылками активного внедрения различных инноваций, позволяющих адаптироваться к различным внешним вызовам, чтобы продолжать развивать и совершенствовать тренировочный и соревновательный процессы, как для спортсменов профессионалов, так и для всех желающих заниматься физической культурой и спортом. Студенческой молодежи технических вузов, заинтересованной в физической активности, спортивной подготовке и профессиональном совершенствовании, может быть отведена значимая роль в данных процессах. С этой точки зрения, предлагается обратить внимание на такой вид спорта как гребля-индор, рассмотреть предпосылки его формирования, развития и перспективы совершенствования.

Состязания среди гребцов берут начало с древнейших времен. Изображение ритуальных состязаний экипажей гребцов можно увидеть на египетских барельефах XXV века до н.э. Особенно активно различные виды гребного спорта получили свое развитие у народов, проживающих в прибрежных землях. Академическая гребля, как вид спорта начал формироваться в Англии, где гребля была популярным видом спортивных соревнований среди студентов Оксфорда и Кембриджа. С 1952г. академическая гребля вошла в программу Олимпийских игр как отдельный вид спорта.

В России гонки на лодках появились в XVIII в. У истоков, как и у многих других нововведений из Европы, стоял Петр I. Именно по его указу в 1718 году был создан первый в стране гребной клуб «Невский флот». А через пять лет император собственноручно создал чертежи и инструкции по постройке однотипных гребных судов и ввел в Устав моряков обязательные еженедельные занятия по гребле.

Но после смерти самодержца «Невский флот» прекратил свое существование. И лишь в 1846 году в Санкт-Петербурге был создан императорский яхт-клуб, а некоторое время спустя – Петербургский речной яхт-клуб. В уставе организации говорилось, что цель организации клуба – «распространения охоты к плаванию на гребных, парусных и паровых судах, а также улучшения их постройки».

С этого времени академическая гребля стала завоевывать уже всю империю. Первый чемпионат России по академической гребле прошел в городе на Неве в 1892 году, а с 1986 до 1914 года они проходили регулярно. Стали появляться и спортсмены мирового уровня, на Олимпиаде-1912 в Стокгольме Хуго-Максимилиан Куузик занял третье место в одиночке.

После Великой Отечественной войны начала формироваться уникальная отечественная школа, благодаря которой наши гребцы на протяжении более чем полувека составляли мировую элиту.

У истоков зарождения советской методики стояли Петр Пахомов, Александр Шведов, Игорь Демьянов и другие. Они разработали теорию гребки, которую обосновали при помощи законов физики и математики. Это помогало действующим и будущим спортсменам скорректировать подготовку, опираясь не только на физические возможности, но и на научные данные.

В 1952 году Всесоюзная секция гребного спорта вступила в Международную федерацию гребли (ФИСА). И уже на Олимпиаде того же года в Хельсинки наша сборная завоевала второе общекомандное место, уступив американцам только одно очко.

Первым советским олимпийским чемпионом стал ленинградец Юрий Тюкалов, переживший блокаду. Он победил в классе «одиночек».

С тех пор на всех крупнейших мировых соревнованиях – Олимпиадах, чемпионатах мира и Европы – наша сборная до конца 1980-х ни разу не опускалась ниже третьей ступени в общекомандном зачете.

А всего на Олимпийских играх в соревнованиях по академической гребле спортсмены СССР и стран СНГ завоевали 43 медали (12 золотых, 20 серебряных и 11 бронзовых) и до конца 80-х считались лидерами мировой «академки», отставая только от ГДР.

Но время после распада СССР вышло очень тяжелым для отечественной гребли. Спортсмены остались без инвентаря и баз подготовки. Ведь в советский период все центры развития – гребные каналы международного стандарта – находились в республиках бывшего СССР (Узбекистан, Литва, Азербайджан, Белоруссия). В результате гребцам, которые на что-то хотели претендовать на международных соревнованиях, приходилось почти круглогодично тренироваться за границей. Массово закрывались клубы и школы в Москве и Петербурге, а именно эти два города считались основным оплотом российской гребли. Все это не могло не отразиться на результатах наших сборных на мировой арене [1].

На пути к массовой популярности гребных видов спорта стояли: ограниченное количество водных трасс, недостаточное развитие инфраструктуры, экономические и климатические факторы. Активно гребные виды спорта могли развиваться в основном в прибрежных зонах с теплым климатом и развитой инфраструктурой. Невозможность тренировки «на воде» круглогодично ограничивала возможности спортсменов.

Для создания условий, позволяющих спортсменам гребцам тренироваться в период межсезонья, в СССР проектировались и использовались различные тренажеры. Активно тренажеры для гребцов проектировались и использовались в зарубежных странах. По экономико-политическим причинам зарубежные производители первыми освоили рынок спортивного инвентаря, в том числе гребных тренажеров. И сегодня импортные гребные тренажеры используются для соревнований и тренировок.

В зимнее время года спортсмены проводят тренировки в закрытых помещениях на специальных гребных тренажерах – эргометрах. Эргометры – устройства, измеряющие объем работы, выполняемой гребцами. Они оборудованы подвижным сиденьем, а также прочно скрепленными с корпусом упорами для ног, позволяющими имитировать скольжение, сходное со скольжением при гребле в лодке по воде. Они снабжены локальными или удаленным монитором продуктивности, позволяющим производить хронометраж работы гребца. Такие тренажеры являются универсальным оборудованием для выполнения спортивных упражнений, развивающих тело. Также тренажеры могут использоваться для реабилитации, поскольку предусматривается оборудование контролирующее частоту сердечного ритма. Это позволяет точно регулировать степень усилий при выполнении движений гребца и исключить перегрузку организма [2].

Такой вариант тренировок, а потом и соревнований, получил соответствующее название – гребля-индор (гребля внутри помещения). В отличие от гребли «на воде» ее преимуществами стали отсутствие необходимости прямых участков рек, гребных каналов и хорошей погоды [2].

Эти факторы повлияли на то, что гребля в закрытых помещениях переросла из просто тренировочного процесса профессиональных гребцов в самостоятельную спортивную дисциплину, которая сейчас приобретает все большую мировую популярность.

Состязания проводятся на специальных гребных тренажерах компании «Concept2», воспроизводящих греблю в лодках для академической гребли. Вся информация с тренажеров поступает на экран, с которого зрители и участники могут наблюдать ход процесса состязания: какая лодка идет первой, с каким отрывом друг от друга идут участники, какое расстояние ими пройдено и с каким временем они финишируют. Мониторы эргометров показывают точный пробег, время, скорость и количество сжигаемых калорий [2].

Гребля-индор включена в перечень интернациональных состязаний Международной федерации гребного спорта. Сейчас турниры по гребле-индор организуются во многих странах, особенно они популярны в регионах, где невозможны круглогодичные занятия на открытой воде. Самыми знаменитыми являются C.R.A.S.H.-B/Sprints, которые проводятся ежегодно в феврале на большой Эганис арене Бостонского университета. Эти соревнования считаются неофициальным чемпионатом мира. История этих соревнований, инициированных несколькими бывшими гребцами из олимпийской сборной США,

началась в 1980 году, когда возникла идея проводить заезды на гребных эргометрах в помещении. Их идея получила поддержку компании Concept2.

Изначально спортсмены преодолевали на эргометрах расстояние 2500 м, но с 1996 года была введена олимпийская дистанция 2000 м. Начиная с 2008 года международные состязания по гребле-индор организуются в 58 категориях, в которые входят легковесы, тяжеловесы, а также юниоры и ветераны [2].

В России соревнования по гребле-индор проходят с 2016 года. Наиболее популярным стал Кубок России. Он же является отбором в команду для централизованной подготовки к чемпионатам мира и Европы [3].

Официально, как самостоятельная дисциплина гребного спорта, «Гребля-индор» была зарегистрирована Министерством спорта в 2015 году. Для состязаний действуют регламенты вида спорта «Гребной спорт», подготовленные согласно правилам Международной федерации гребных сообществ (ФИСА) [2].

Преимущественно состязания по гребле-индор организуются на отрезке 2000 м –расстоянии, схожем с дистанцией классической регаты по академической гребле. Также практикуются гонки на отрезках 500 м, 6000 м и эстафеты 4 по 500 м или 4 по 250 м.

Популярность гребли-индор в последние годы достигла новых высот благодаря развитию технологий и виртуальных платформ. Современные гребные эргометры, такие как Concept2, позволяют не только проводить индивидуальные тренировки, но и участвовать в онлайн-соревнованиях, что значительно расширяет аудиторию этого вида спорта [2].

В России активное продвижение гребли-индор осуществляется через студенческие лиги и университетские программы, где она позиционируется как доступный и эффективный способ поддержания физической формы.

Начиная с конца 2019 года Студенческая гребная лига (СГЛ) приняла решение проводить данный вид соревнований дистанционно. Студенческая гребная лига объединяет 41 ВУЗ Российской Федерации и количество участников более 1000 человек [4]. Данное решение способствовало сохранению общего количества участников по гребле-индор среди студентов, участвующих в зимних соревнованиях.



Рис. 1. Выступление команды ГУАП на Всероссийском зимнем этапе соревнований СГЛ по гребле-индор, февраль 2025 г.

Согласно регламенту соревнований, каждый ВУЗ самостоятельно подготавливает площадку для своих студентов, а также любителей гребного спорта для прохождения различной длины дистанций (500м, 2000м, 6000м) [4].

Так, в феврале 2025 года на базе ФГАУ ВО ГУАП прошел Всероссийский зимний этап Студенческой гребной лиги по гребле-индор, где наша команда соревновалась со всеми студентами в общем рейтинге СГЛ. В соревнованиях на нашей площадке приняли участие более 100 спортсменов и команд 4 вузов Санкт-Петербурга.

В студенческом спортивном сообществе нашего учебного заведения всегда были представители гребного спорта, они выступали индивидуально. Как команда, студенты ГУАП начали выступать на соревнованиях СГЛ с 2018г., сначала в лодках, а позднее и по гребле-индор. Команду собрал из увлеченных гребным спортом ребят студент ГУАП Боборыкин Егор, назвали команду «Морские Дьяволы». На начальном этапе в составе команды насчитывалось 3-4 спортсмена, но с каждым годом команда росла. Если в 2018 году в команду приходило 2-4 человека, то в 2024г. число новоприбывших спортсменов составило уже 19 человек. В настоящее время команда ГУАП является заметной среди студенческих команд Санкт-Петербурга, в ее составе 42 спортсмена.

Команда ГУАП активно принимает участие в соревнованиях: Студенческая гребная лига (Зимние этапы – гребля-индор, Летние этапы – лодки восьмерки); Кубок ВУЗов СПб; Весенний и Осенние гребные марафоны; Кубок и Чемпионат СПб по академической гребле; Кубок и Чемпионат СПб по гребле-индору; Всероссийские студенческие соревнования по гребному спорту; Всероссийские соревнования среди студентов по гребному спорту (дисциплина гребля-индор).

Успехи спортсменов гребцов ГУАП: Трусев Георгий, МС, призер Чемпионатов России; Боборыкин Егор, КМС, призер России; Тихомиров Дмитрий, МС, призер Чемпионатов России; Ефимова Софья, 1 взрослый, призер Первенства России; Керро Вячеслав, КМС, призер Чемпиона России по народной гребле; Козиков Арсений, КМС, призер Чемпионата России до 19 лет; Шейченко Денис, МС по морскому многоборью.

Очевидно, что студенческую молодежь привлекает гребной спорт. С каждым годом в данный вид спорта приходит заниматься все больше и больше студентов ГУАП. Студенческую команду пополняют как опытные спортсмены из других видов спорта, так и новички-первокурсники. Основной костяк команды составляют спортсмены профессионального уровня, они соревнуются на уровне сборной города. Ребята получают разряды и входят в сборные Санкт-Петербурга и России. Для некоторых СГЛ становится площадкой для хорошего старта в большом спорте. На таких юношах и девушках держится студенческая команда, мотивируя других достигать высоких результатов.

Гребля-индор оказалась востребованным видом гребного спорта. Это обусловлено рядом ее **неоспоримых преимуществ:**

- тренировки и соревнования могут проводиться в закрытых помещениях, что позволяет приспособить тренировочный и соревновательный процессы для любых погодных и временных условий;
- не зависит от близости к воде; экономит время подготовки к тренировкам; позволяет тренироваться при минимальных требованиях к задействованным тренировочным площадкам;
- предполагает низкую травматичность;
- соревнования по гребле-индор могут быть оперативно организованы, могут охватывать очень большое количество участников, в независимости от их территориального положения (в дистанционном формате), при этом они показательны, азартны и зрелищны.
- возможность проводить соревнования в дистанционном формате позволяет не прерывать соревновательную деятельность и в период различных ограничений, в том числе и эпидемиологических.

Занятия гребными видами спорта помогают студентам поддерживать высокий уровень физической подготовки и выносливости, способствуют развитию дисциплины и самоконтроля, развивают волевые качества. Программы тренировок включают как индивидуальные, так и групповые занятия, что способствует социализации и развитию навыков командной работы.

Занятия гребными видами спорта оказывает положительное влияние на весь организм, позволяет развить мышечную силу и выносливость, задействует до 95% мышц тела, что делает ее одной из наиболее комплексных тренировок [2].

Этот спорт не только улучшает физическое здоровье, но и положительно влияет на психическое состояние, способствует повышению эмоциональной устойчивости и уравновешенности, а также помогает снизить уровень стресса и депрессии за счет выработки эндорфинов [2].

К достоинствам Гребли-индор можно отнести и следующие факторы: она оказывает минимальную нагрузку на суставы, что делает ее подходящей, в том числе, для студентов с проблемами опорно-двигательного аппарата, что так же важно для людей, ведущих сидячий образ жизни.

Активное участие молодежи в подготовке и участии в соревнованиях по видам гребли для закрытых помещений может эффективно способствовать пополнению кадров для академической гребли и открывает перспективы для студентов в профессиональном спорте.

Гребля-индор становится с каждым годом все более популярным в кругах российской студенческой молодежи.

Статистика роста популярности гребли-индор в Москве и Санкт-Петербурге (2020–2025 гг.)

- Москва: количество студенческих клубов гребли-индор увеличилось с 8 до 22, а число участников выросло на 40% (с 350 до 490 человек).

- Санкт-Петербург: в рамках программы «Спорт в инженерном образовании» доля вузов, включивших греблю-индор в учебные планы, достигла 65%, а ежегодные студенческие соревнования собрали свыше 1000 участников в 2024 г.

Активное развитие направления связано, в первую очередь с поддержкой со стороны образовательных институтов и переходом на цифровые платформы для онлайн-тренировок и соревнований [5].

Современные технические вузы все чаще включают греблю-индор в программы физического воспитания, что обусловлено ее уникальной способностью сочетать физическую нагрузку с развитием профессионально важных навыков: аналитического мышления, дисциплины и стрессоустойчивости.

Преимущества гребли-индор для студенческой аудитории

1. Универсальность и доступность
 - Гребля-индор подходит для студентов с любым уровнем физической подготовки, так как нагрузку можно регулировать, адаптируя тренировки под индивидуальные цели – от восстановления до профессиональной подготовки.
 - Отсутствие зависимости от погодных условий и водоемов делает ее доступной даже в регионах с суровым климатом или слабой инфраструктурой.
2. Соревновательная мотивация
 - Дистанции, аналогичные классическим регатам, позволяют студентам готовиться к реальным соревнованиям, сохраняя командный дух и азарт.
 - Участие в онлайн-гонках (например, через платформу Concept2) формирует у студентов навыки работы в условиях конкуренции и удаленного взаимодействия.
3. Когнитивные и биомеханические преимущества
 - Координация движений и контроль ритма улучшают межполушарное взаимодействие мозга, что способствует развитию креативности и аналитических способностей.
 - Регулярные занятия корректируют осанку и снижают риски развития сколиоза, что актуально для студентов, длительное время проводящих за компьютером.
4. Инклюзивность
 - Низкие требования к физической подготовке и минимальный риск травм позволяют включать в тренировки студентов с ограниченными возможностями здоровья, например, с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Перспективы развития гребли-индор

- Технологическая интеграция
Современные эргометры (типа Concept2) и онлайн-платформы позволяют проводить виртуальные тренировки и соревнования, что делает греблю-индор еще более доступной.
- Расширение образовательных программ

Включение гребли-индор в дополнительные образовательные программы технических вузов, в том числе как часть курсов по здоровому образу жизни, укрепит ее статус.

- Рост популярности через соревнования

Число студенческих клубов и лиг, таких как в Санкт-Петербурге и Москве, растет на 15–40% ежегодно, что стимулирует интерес к регулярным тренировкам.

Эти факторы, наряду с государственной поддержкой и развитием инфраструктуры, создают основу для превращения гребли-индор в значимый элемент физического воспитания молодежи и спортивной культуры в России [6].

Вызовы стоящие на пути развития гребли-индор

Несмотря на высокий потенциал, развитие направления сталкивается с проблемами, основная из которых – зависимость от импортного оборудования и технологий.

В России отсутствуют аналоги гребных эргометров типа «Concept 2 RowErg», которые позволяют точно контролировать нагрузку и интенсивность тренировок, обладают возможностью онлайн-соревнований, позволяют проводить как индивидуальные, так и групповые тренировки. Это делает вузы зависимыми от импорта, создает риски из-за санкционных ограничений и роста цен на оборудование. Пример: Тренажеры Concept2, используемые в 90% студенческих клубов, стоят от 150 тыс. рублей за единицу, а их сервисное обслуживание требует привлечения иностранных специалистов. Поэтому студенческие спортивные клубы не имеют возможность приобретать их в достаточном количестве.

Российские разработчики не предлагают программное обеспечение для анализа тренировочных данных (мощность, частота гребков, энергозатраты), что снижает эффективность подготовки. Проблема усугубляется низкой локализацией производства спортивного оборудования в РФ. Например, в 2024 году доля отечественных тренажеров на рынке не превышала 5%.

Зависимость от импортных тренажеров, отсутствие доступных отечественных эргометров и программного обеспечения для анализа тренировок, а также недостаточная адаптация программ для людей с ограниченными возможностями – это вызовы, которые стоят на пути развития гребли-индор.

В ситуации ограниченности финансовых ресурсов можно рассмотреть возможность создания аналогов такого рода тренажеров с использованием отечественных разработок и программного обеспечения. К решению этих задач могут подключаться студенческие команды разработчиков, интересующиеся гребным спортом.

Помимо тренировок и соревнований на традиционно используемых гребных тренажерах, для студенческой молодежи технических учебных заведений, сами тренажеры могут стать предметом творческой работы по их совершенствованию, как в части конструкции, так и в части компьютерно-программного обеспечения. Примеры таких проектов как Гребля VR [7] и отечественный гребной тренажер GO2ROW [8] показывают заинтересованность студентов развиваться.

В перспективе, между студентами могут устраиваться конкурсы технического творчества по усовершенствованию и приданию индивидуальности конструкциям тренажеров. Результаты такой работы могут быть полезны, в том числе, для спортсменов-инвалидов, людей с ограниченными возможностями здоровья. Результаты проектирования и апробации подобных тренажеров могут быть востребованы для использования в санаториях и реабилитационных центрах системы здравоохранения, фитнес-клубах, школьных спортивных центрах.

Такие тренажеры могут быть интересны и для индивидуального использования, а наличие у них возможности участия в совместных групповых тренировках и соревнованиях (онлайн), добавление различных программно-виртуальных решений [7] позволит стать еще популярней, сочетая пользу физических тренировок с позитивной эмоциональной составляющей.

Библиографический список

1. Академическая гребля в России и СССР. URL: <https://www.sportmaster.ru/media/articles/akademicheskaya-greblya-v-rossii-i-sssr/> (дата обращения: 20.03.2025).
2. Все о гребле-индор: особенности дисциплины и правила соревнований. URL: <https://alvinalmazov.ru/rules/greblya-ndor-vytesnyat-li-ergometry-olimpijskuu-disciplinu/> (дата обращения: 20.03.2025).

3. Федерация гребного спорта России. URL: <https://rowingrussia.ru/o-greble/distsipliny/indor-greblya/> (дата обращения: 20.03.2025).
4. Студенческая гребная лига. URL: <https://pro100row.ru/>.
5. Программа развития гребного спорта в Российской Федерации до 2020г. URL: <https://rowingrussia.ru/upload/iblock/76d/nokmc61t65c31skj395515ewirpk337k.pdf> (дата обращения: 20.03.2025).
6. Проблемы и перспективы развития Студенческой гребной лиги в России. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-studencheskoj-grebnoy-ligi-v-rossii> (дата обращения: 20.03.2025).
7. VR rowing turns a workout into a vacation. URL: <https://www.engadget.com/2016-06-01-vr-rowing.html> (дата обращения: 20.03.2025).
8. Официальный дистрибьютер крупнейшего мирового производителя кардиотренажеров Concept2. URL: <https://go2row.ru/> (дата обращения: 20.03.2025).

УДК 796

Д. С. Решетников

студент кафедры прикладной информатики

Г. И. Васильева – ведущий инженер – научный руководитель

МИГРАЦИЯ ДАННЫХ В СПОРТЕ: КАК ТЕХНОЛОГИИ ПОМОГАЮТ СПОРТСМЕНАМ ДОСТИГАТЬ НОВЫХ ВЫСОТ

В современном мире спорта данные становятся не просто вспомогательным инструментом, а основным двигателем успеха. Спортивные команды, тренеры и аналитики используют информацию для оптимизации тренировок, анализа производительности и принятия обоснованных решений. Миграция данных – это процесс перемещения и обработки информации, который становится все более актуальным в условиях стремительного развития технологий. В этой статье мы подробно рассмотрим различные аспекты миграции данных в спорте, их виды, примеры использования технологий и влияние на производительность спортсменов.

Данные позволяют командам:

1. Оптимизировать тренировочный процесс.

Анализируя данные о тренировках, тренеры могут адаптировать программы под индивидуальные потребности спортсменов.

2. Управлять рисками травм.

Мониторинг физического состояния атлетов помогает выявить потенциальные проблемы до их возникновения.

3. Повышать конкурентоспособность.

Использование аналитики для оценки соперников и разработки стратегий игры может стать решающим фактором в победе.

Миграцию данных в спорте можно разделить:

1. По типу источника и назначения.

- *Локальная миграция.* Этот процесс включает перенос данных между устройствами или приложениями, например, с фитнес-трекера на компьютер для дальнейшего анализа. Локальная миграция может быть полезна для команд, которые работают с ограниченными ресурсами или предпочитают хранить данные на собственных серверах.

- *Облачная миграция.* Все больше команд выбирают облачные решения для хранения данных. Облачные платформы предоставляют доступ к информации из любой точки мира и позволяют легко делиться данными с другими членами команды. Например, использование Google Cloud или Amazon Web Services для хранения результатов тренировок и мониторинга состояния спортсменов.

- *Гибридная миграция.* Команды могут комбинировать локальные и облачные решения. Например, хранить основные данные локально для быстрого доступа и резервные копии в облаке для повышения безопасности.

2. По направлению миграции.

- *Миграция вверх.* Этот процесс включает перенос данных из устаревших систем в современные платформы с более мощными инструментами анализа. Например, команда может перейти с простого Excel-файла на специализированное программное обеспечение для спортивной аналитики.

- *Миграция вниз.* Иногда командам не нужны все функции современных приложений, и они могут выбрать более простые решения для оптимизации затрат [см.: 1].

- *Горизонтальная миграция.* Распределение данных между несколькими приложениями или устройствами позволяет улучшить управление нагрузкой и доступом к информации.

3. По характеру процесса.

- *Полная миграция.* Этот процесс необходим при переходе на новую систему отслеживания тренировок для конкретного спортсмена. Полная миграция может включать перенос всех данных за определенный период.

- *Частичная миграция.* Полезна при выборочном переносе данных, например, для тестирования нового приложения или сбора статистики за определенный период.

– *Непрерывная миграция.* Важно для команд, которые хотят отслеживать данные спортсмена в реальном времени без перерывов в тренировочном процессе. Это может включать использование носимых устройств для мониторинга физиологических показателей.

4. По источнику данных.

– *Миграция структурированных данных.* Обычно включает работу с данными о результатах соревнований и тренировках, организованными в таблицы (например, результаты забегов).

– *Миграция неструктурированных данных.* Включает перенос видео тренировок, фотографий и других форматов, которые могут помочь в анализе техники и стратегии [см.: 2].

Команды могут использовать, например, Python для обработки и анализа данных своих спортсменов. В качестве примеров:

1. Локальная миграция с использованием pandas.

Библиотека pandas позволяет легко работать с табличными данными [см.: 3]:

```
# Чтение данных о тренировках из CSV файла
data = pd.read_csv('training_data.csv')

# Обработка данных (например, фильтрация по дате)
filtered_data = data[data['date'] >= '2023-01-01']

# Запись обработанных данных в новый файл
filtered_data.to_csv('updated_training_data.csv', index=False)
```

2. Облачная миграция с использованием Google Cloud Storage.

Google Cloud предоставляет мощные инструменты для работы с данными:

```
from google.cloud import storage

# Инициализация клиента
client = storage.Client()
bucket = client.get_bucket('athlete_data_bucket')

# Загрузка файла с данными о тренировках
blob = bucket.blob('training_log.txt')
blob.upload_from_filename('local_training_log.txt')

print("Данные успешно загружены в облако!")
```

3. Непрерывная миграция с использованием Apache Kafka.

Для команд, которые хотят отслеживать данные спортсмена в реальном времени:

```
from kafka import KafkaProducer
import json
import time

# Инициализация Kafka продюсера
producer = KafkaProducer(bootstrap_servers='localhost:9092',
                        value_serializer=lambda v: json.dumps(v).encode('utf-8'))

# Пример отправки данных о пульсе спортсмена каждые 5 секунд
while True:
    pulse_data = {'athlete_id': 1, 'pulse': 150} # Здесь можно добавить логику получения реальных данных
    producer.send('athlete_pulse', pulse_data)
    print("Данные о пульсе отправлены!")
```

В качестве примеров рассмотрим применение технологий в таких видах спорта как футбол, бадминтон и легкая атлетика. В футболе команды используют данные для анализа тактики игры и оценки эффективности отдельных игроков. Например, клубы Премьер-лиги применяют системы отслеживания движения игроков на поле (например, GPS-трекеры), что позволяет собирать информацию о пробегах, скорости и взаимодействиях между игроками. Эти данные затем обрабатываются и визуализируются для тренеров и аналитиков. В бадминтоне тренеры могут использовать технологии для анализа техники ударов и передвижений спортсменов по корту. Системы видеонаблюдения и специальные приложения позволяют записывать и анализировать каждую игру. Данные о скорости ударов, точности и времени реакции игрока могут быть собраны и проанализированы для улучшения его навыков. В легкой атлетике спортсмены могут использовать устройства для мониторинга сердечного ритма и уровня кислорода в крови во время тренировок. Эти данные помогают тренерам разрабатывать индивидуальные планы тренировок и избегать перегрузок.

Примерами успешных команд с их подходом к данным, можно привести следующие команды:

1. FC Barcelona: Этот клуб активно использует аналитику данных для оценки игроков и разработки стратегий игры. Они применяют системы отслеживания движения игроков и анализируют данные о соперниках для оптимизации своих действий на поле.

2. New England Patriots (NFL): Эта команда известна своим инновационным подходом к использованию данных. Они применяют различные технологии для анализа производительности игроков и разработки игровых стратегий.

3. Team Sky (велоспорт): Команда использует данные о мощности, частоте сердечных сокращений и других показателях для оптимизации тренировок и достижения максимальных результатов на соревнованиях.

В заключение отметим, что миграция данных является важным аспектом современного спорта, который позволяет командам эффективно использовать технологии для повышения производительности спортсменов. Благодаря различным подходам к миграции данных и применению инструментов анализа тренеры и аналитики могут принимать более обоснованные решения и помогать своим подопечным достигать новых высот. Внедрение технологий, таких как Python, облачные платформы и системы потоковой передачи данных, открывает новые возможности для оптимизации тренировочного процесса и улучшения результатов в спорте.

В будущем мы можем ожидать еще большего внедрения технологий в спорт: от использования искусственного интеллекта для анализа больших объемов данных до применения виртуальной реальности для тренировки навыков. Миграция данных станет неотъемлемой частью этого процесса, обеспечивая команды необходимой информацией для достижения успеха на мировых аренах.

Библиографический список

1. Миграция данных: Понятие, виды и примеры на Python Хабр. 2025. URL: <https://habr.com/ru/articles/872998/> (дата обращения: 01.03.2025).
2. Ракицкий Ю. С. Импорт и экспорт ролевой политики безопасности в СУБД Oracle // Математические Структуры И Моделирование. 2018. № 4 (48).
3. Открытый курс машинного обучения. Тема 9. Анализ временных рядов с помощью Python. URL: <https://habr.com/ru/company/ods/blog/327242/> (дата обращения: 21.02.2025).

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	3
Экономика высокотехнологических производств	3
<i>Григорьева М. Н.</i> СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМАНДНО-АДМИНИСТРАТИВНОГО И РЫНОЧНОГО ТИПОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ	3
<i>Калитова Д. В.</i> ПРЕОДОЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ В МОНОГОРОДАХ	6
<i>Матвеева О. В.</i> РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	9
<i>Рухмалёва А. Е.</i> ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ	13
<i>Сальков С. В.</i> МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ЦИФРОВЫХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ВАЛЮТ	16
<i>Степанова В. О.</i> КЛАССИФИКАЦИЯ УГРОЗ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	20
<i>Шахуд Ж. Н.</i> ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОЙ РЕФОРМЫ, ПРОВЕДЕННОЙ В РОССИИ В 2025 ГОДУ	24
<i>Эркабоева А. М.</i> ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В IT-СЕКТОРЕ	27
Бизнес-информатика и менеджмент	33
<i>Афанасьев В. И., Беззатеев Н. С., Усиков Н. Э.</i> ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ БИЗНЕСА: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ИНСТРУМЕНТЫ	33
<i>Воронин И. Н.</i> УРОВНИ ПРОЕКТНОЙ ЗРЕЛОСТИ КОМПАНИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ	35
<i>Гороховская В. М.</i> ЦИФРОВОЙ НАПАРНИК ИЛИ НЕВИДИМЫЙ КОНКУРЕНТ: ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА IT- РАЗРАБОТКИ В ЭПОХУ SNAFGRT И ПЕРСПЕКТИВЫ НОВОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА	38
<i>Григорьева Д. А.</i> СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ IT- ПРОЕКТОВ РАЗНОГО ТИПА	41
<i>Демидова Е. Ф.</i> ПАРАДОКС СТОП КНОПКИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА	44
<i>Державин Д. С.</i> ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРОГРАММИРОВАНИИ ДЛЯ БИЗНЕСА	49
<i>Иконникова Д. Р.</i> РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ КОНСТРУКТОРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КВЕСТОВ	52
<i>Калинин А. А.</i> ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ	55
<i>Лапшин А. Е.</i> ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОЕКТНЫХ ОФИСОВ В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И МАТЕРИАЛЬНОЙ СФЕРЕ	58
<i>Милюков А. В.</i> ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ IT-ОТРАСЛИ. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ IT-ПРОЕКТЫ	60
<i>Муллахметов Р. Р.</i> ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В РАЗЛИЧНЫЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ	63
<i>Пекарская Э. В.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ IT-ПРОЕКТОВ НА ОСНОВЕ ФРЕЙМВОРКОВ SCRUM И KANBAN	66
<i>Слоева Е. А.</i> НЕЙРОСЕТИ: ОТ НАУКИ К ИСКУССТВУ И ОБРАТНО	69
<i>Шарков Д. С., Айдуллин А. С.</i> ГРАДИЕНТНЫЙ СПУСК В МАШИННОМ ОБУЧЕНИИ	71
Международное предпринимательство	74
<i>Арсентьева К. Д.</i> ПРАКТИКА И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ОСОБЫХ ПОШЛИН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ	74
<i>Васильев А. С.</i> РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕГО ПРОИЗВОДСТВА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ	77

<i>Голубкова Д. П.</i> МИГРАЦИЯ В КОСМОС: ПЛАНЫ ОАЭ ПО СОЗДАНИЮ «МАРСИАНСКОГО ГОРОДА» И ПРИВЛЕЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКСПЕРТОВ.....	81
<i>Клименко П. Д.</i> ЭКСПОРТ НЕФТИ ИЗ РОССИИ В КИТАЙ: ТЕНДЕНЦИИ, ПЕРСПЕКТИВЫ И ВЫЗОВЫ.....	83
<i>Колянов Е. М.</i> МИГРАЦИЯ ИЗ МЕКСИКИ В США: ПРИЧИНЫ, ВЫЗОВЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ.....	86
<i>Леонтьев Д. А.</i> КОСМИЧЕСКИЕ ПРОГРАММЫ КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ УКРЕПЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ.....	89
<i>Палаш И. А.</i> НОВЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПУТИ В АЗИЮ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ РОССИИ.....	92
<i>Полежаева М. В.</i> КОСМИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ И КИТАЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	96
<i>Полянский А. С.</i> ВЛИЯНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ПОШЛИН НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.....	99
ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ.....	102
История и философия.....	102
<i>Борщ Н. С.</i> ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ В ВОЙНАХ.....	102
<i>Колесникова Л. А.</i> КУЛЬТУРНЫЕ СИМВОЛЫ РОССИИ.....	108
<i>Котов Л. А.</i> ЦАРИ И ПРЕЗИДЕНТЫ: КАК ВЫБРАТЬ ЛУЧШИХ?.....	110
<i>Паласио Б. М. Эскивель.</i> ЭТИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ОБРАБОТКИ ТЕКСТА С ПОМОЩЬЮ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ.....	111
<i>Романов М. С.</i> СТОИЦИЗМ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: АКТУАЛИЗАЦИЯ АНТИЧНЫХ ПРИНЦИПОВ ДЛЯ ЖИЗНИ В ЭПОХУ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.....	114
<i>Третьяков Н. Ю.</i> ФИДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГИИ В НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....	117
Реклама и современные коммуникации.....	119
<i>Астафьев М. И.</i> МОНИТОРИНГ КЛАССИФИКАЦИОННЫХ СИСТЕМ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА.....	119
<i>Астафьев М. И.</i> ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ КУБЫ.....	125
<i>Белошеев А. Р.</i> ОСОБЕННОСТИ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ.....	131
<i>Бонокин Д. Д.</i> СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ НАРКОМАНИИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ.....	135
<i>Бычкова И. В.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В РЕКЛАМЕ.....	140
<i>Грехова Д. С.</i> ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СУБАРЕНДЫ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ, РИСКИ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ СДЕЛОК.....	144
<i>Жалис И. А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕМИОТИЧЕСКИХ КОДОВ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ РЕКЛАМЫ.....	146
<i>Козлова О. Ю.</i> СОЗДАНИЕ КРЕАТИВНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПОСРЕДСТВОМ ИИ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОЕКТАМ.....	149
<i>Короткова Д. А.</i> ТРАНСФОРМАЦИЯ HR-РЕСУРСОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ.....	154
<i>Мартынова Д. А.</i> ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА РЕКЛАМУ.....	157
<i>Озеров Е. В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ КУРОРТНОГО ТУРИЗМА В КНР НА ОСТРОВЕ ХАЙНАНЬ.....	159
<i>Смирнова А. А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА НА РЫНКЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.....	163
	189

<i>Смирнова А. А.</i> ГОСТИНИЧНЫЕ УСЛУГИ ИСПАНИИ: СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ И ИХ ОСОБЕННОСТИ	166
Физическая культура и спорт	170
<i>Афонин М. О.</i> ПРОБЛЕМАТИКА ВЫБОРА НАПРАВЛЕНИЯ СЕКЦИИ ЕДИНОБОРСТВ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ СПОРТСМЕНОВ	170
<i>Гусева А. А.</i> АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИГРОВЫХ ВИДОВ СПОРТА В ТРЕНИРОВОЧНОМ ПРОЦЕССЕ БАДМИНТОНИСТОВ	172
<i>Казбанов К. Н.</i> ЭЛЕКТРОННОЕ СУДЕЙСТВО В ВОЛЕЙБОЛЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ	175
<i>Керро В. А., Крылов Д. М.</i> ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГРЕБЛИ-ИНДОР ДЛЯ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ, СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ТЕХНИЧЕСКИХ ВУЗОВ	178
<i>Решетников Д. С.</i> МИГРАЦИЯ ДАННЫХ В СПОРТЕ: КАК ТЕХНОЛОГИИ ПОМОГАЮТ СПОРТСМЕНАМ ДОСТИГАТЬ НОВЫХ ВЫСОТ	185

Научное издание

СЕМЬДЕСЯТ ВОСЬМАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ
НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ГУАП
(14–18 апреля 2025 г.)

Часть 5

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Сборник докладов

ISBN: 978-5-8088-2060-9



Ответственный за выпуск:
А. В. Бобович

Редакторская подготовка *Л. Ю. Кладовой*
Компьютерная верстка *А. Н. Колешко*

Подписано к печати 04.09.2025. Дата выхода в свет 11.09.2025. Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л. 11,2. Уч.-изд. л. 16,3. Тираж 150 экз. Заказ № 246.

Редакционно-издательский центр ГУАП
190000, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 67, лит А

Распространяется бесплатно