

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
Ярославский филиал**

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

*Сборник научных трудов VIII Национальной
научно-практической конференции
научно-педагогических и практических работников
с международным участием*

Ярославль 2025

УДК 330.101
ББК 65.050
Э 48

*Печатается по решению Ученого совета
Ярославского филиала Финансового
университета при Правительстве
Российской Федерации*

Э 48 Экономика и управление: теория и практика / Сборник научных трудов VIII Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием / кол. авторов; под ред. А.Д. Бурыкина и А.В. Юрченко. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2025. – 294 с.

ISBN 978-5-6051630-9-1

УДК 330.101
ББК 65.050

В сборник включены научные труды участников VIII Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика».

Тематика докладов: экономика и финансы; кредит и банковское дело; государственное и муниципальное управление; менеджмент и маркетинг; учетные и аналитические системы; гуманитарные и общественные науки; правовое регулирование деятельности бизнеса и органов власти.

Статьи участников конференции представлены в авторской редакции по материалам, представленным в электронном виде.

© Коллектив авторов, 2025
© Ярославский филиал
Финуниверситета, 2025

ISBN 978-5-6051630-9-1

Содержание

Секция 1. Актуальные проблемы развития российской экономики в современных условиях	7
<i>Волков А.Ю., Фирулев Д.Н.</i> Анализ динамики цен на автомобили с пробегом на российском рынке в периоды до и после введения санкционных ограничений (2022 г.)	7
<i>Колесов Р.В., Гельмашина В.С., Лаврентьева В.В.</i> Принципы и методические основы построения системы комплаенс-контроля в организации	10
<i>Колесов Р.В., Забелина А.С.</i> Роль туристической деятельности в развитии регионов России	14
<i>Колесов Р.В., Невидина В.С.</i> Характеристика социально-экономической ситуации	19
<i>Краснова Г.Н.</i> Роль молодежи в развитии современной экономики	26
<i>Кузнецова С.О., Карасев А.П., Садикова С.А.</i> Ключевые аспекты моральных проблем в этике бизнеса	31
<i>Неклюдов В.А., Хованская П.П.</i> Трудовые мигранты и российский рынок труда на современном этапе	36
<i>Неклюдов В.А.</i> Особенности развития экономических отношений между Россией	41
<i>Патрушева Е.Г., Шадрина Н.Ю.</i> Процессный подход в управлении бизнесом как инструмент роста	46
<i>Патрушева Е.Г., Трубникова А.А.</i> Цели и задачи проектов модернизации производства в сфере производства железобетонных изделий	50
<i>Райхлина А.В., Круглов К.А.</i> Роль традиции в инновационном развитии регионов РФ	54
<i>Юрченко А.В., Бурыкин А.Д.</i> Экономическая эффективность: основные подходы к ее определению	59
Секция 3. Современные аспекты развития менеджмента и маркетинга	64
<i>Бурыкин А.Д., Юрченко А.В.</i> Факторы, влияющие на эффективность системы обучения персонала организации	64
<i>Громова М.В., Яблокова Е.С.</i> Роль профессиональных стандартов для управления современной организацией	68
<i>Карасев А.П., Белова А.Д., Забелина А.С.</i> Продвижение компании и ее услуг путем рекламы сообщества ВКонтакте	73
<i>Карасев А.П., Беляевская У.Е., Грунт Т.В.</i> Качественные маркетинговые исследования в сфере агротуризма	77

<i>Карасев А.П. Использование искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях.....</i>	<i>82</i>
<i>Кваша В.А., Бурыкин А.Д. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации.....</i>	<i>86</i>
<i>Кваша В.А., Бурыкин А.Д. Методы обучения персонала в организации ...</i>	<i>90</i>
<i>Колесов Р.В., Бурыкин А.Д. Современные методы повышения эффективности деятельности организации</i>	<i>95</i>
<i>Колесов Р.В., Бурыкин А.Д. Методы оценки эффективности системы обучения персонала организации</i>	<i>99</i>
<i>Русинова О.Ю. Выбор между Tilda и Python: какой инструмент оптимален для повышения эффективности управления проектами?.....</i>	<i>104</i>
<i>Турбан Г.В. Развитие интеграции Беларуси в транспортное пространство стран-участниц ЕАЭС.....</i>	<i>108</i>
<i>Цветкова О.Л., Кужахметова К.К. Особенности PR-деятельности компаний на рынке HoReCa.....</i>	<i>113</i>
<i>Цветкова О.Л. Особенности формирования организационной идентичности</i>	<i>117</i>
Секция 4. Современные проблемы и тенденции развития финансов, кредита и банковского дела	121
<i>Батракова Л.Г. Развитие финансового мошенничества в России и в мире</i>	<i>121</i>
<i>Логинова Т.В. Принципы исполнения бюджета: мировой подход.....</i>	<i>124</i>
<i>Сироткин С.А., Намазова Ж.А. Влияние санкционного давления на рынок долговых ценных бумаг</i>	<i>130</i>
<i>Тарасова А.Ю., Михайлов И.С. Дробление налоговой базы: сущность, проблемы и возможности</i>	<i>134</i>
Секция 5. Развитие учетных и аналитических систем национальной экономики.....	139
<i>Векишина О.И., Никитина А.А. Внутренний финансовый анализ деятельности компаний</i>	<i>139</i>
<i>Карташева О.В. Работа с нейронными сетями на платформе Loginom .</i>	<i>142</i>
<i>Куручкина И.П., Корелин Е.А. К вопросу эффективного управления учетными рисками в условиях аутсорсинга консолидированной группы компаний</i>	<i>147</i>
<i>Логинова Т.В. Анализ финансового состояния торговой компании</i>	<i>151</i>
<i>Мотоланец М.В., Путкова К.А. Совершенствование классификации основных средств для повышения эффективности внутреннего аудита в машиностроении</i>	<i>157</i>
Секция 6. Гуманитарные и общественные науки: современное состояние и перспективы развития.....	161

<i>Bondarchuk D.I. Factors impacting modern aspects of communication</i>	<i>161</i>
<i>Бородкин А.В. К вопросу о создании в Ярославском крае службы безопасности дорожного движения в 1800–1917 гг.</i>	<i>162</i>
<i>Бородкин А.В. К вопросу о создании в Ярославском крае службы безопасности дорожного движения: исторический аспект</i>	<i>167</i>
<i>Бурыкина Н.М. Воспитательная деятельность в вузе как фактор повышения социальной активности студентов.....</i>	<i>171</i>
<i>Грачева Ю.В. Основные тренды в обучении иностранным языкам</i>	<i>178</i>
<i>Громова М.В., Мамонтова В.Д., Пугачева Е.Е. Симулякры как новая социальная реальность.....</i>	<i>183</i>
<i>Кабанова Л.В. Современные технологии обучения для поколения Y и Z в военном вузе</i>	<i>188</i>
<i>Кольшикина Т.Б., Шустина И.В. Коммуникативная компетенция как основа профессиональной подготовки студентов направления 42.03.05 Медиакоммуникации</i>	<i>192</i>
<i>Логинова И.Н. Стилистические особенности рекламных текстов</i>	<i>197</i>
<i>Мильто А.В., Виноградова Е.С. Исторические особенности развития экологического предпринимательства в России</i>	<i>200</i>
<i>Тихонова О.А. Тенденции изменения новостных материалов на примере региональных СМИ.....</i>	<i>205</i>
<i>Цветкова О.Л., Данилова Е.И. Трансформация стратегии информирования массовой аудитории</i>	<i>208</i>
<i>Шустина И.В., Еремина А.Ю. Обратная связь как способ формирования лояльности общественности к органам исполнительной власти</i>	<i>212</i>
<i>Шустина И.В., Молочкова С.А. Современные средства медиакоммуникации, которые способны влиять на формирование лояльности молодежи к деятельности органов власти.....</i>	<i>215</i>
<i>Шустина И.В., Рыбакова А.А. Трансформация публичной коммуникации губернатора Ярославской области в социальных сетях</i>	<i>218</i>
Секция 7. Актуальные проблемы и пути развития правового регулирования деятельности бизнеса и органов власти ...	223_Тос201653756
<i>Азеева М.А., Гераскин И.В. Особенности приватизации неэксплуатируемых объектов недвижимого имущества.....</i>	<i>223</i>
<i>Азеева М.А., Охинцева С.Н. Изъятие как один из инструментов сохранения объектов культурного наследия.....</i>	<i>227</i>
<i>Азеева М.А., Чемармазович И.О. Проведение отдельными юридическими лицами закрытых конкурентных закупок</i>	<i>231</i>
<i>Волков А.Ю., Волков М.А. О теории соразмерного присуждения наказаний за преступления</i>	<i>235</i>

<i>Девятковская И.А., Мизонов А.В.</i> Реализация интеллектуальной собственности при невозможности продолжения хозяйственной деятельности в банкротстве	240
<i>Кваша О.В., Захарова С.А.</i> Правовое регулирование сопровождения инвестиционных проектов по принципу «одного окна» (на примере Ярославской области).....	245
<i>Кваша О.В., Мазитова Д.О.</i> Правовое регулирование договоров, заключаемых в электронной среде (на примере правового регулирования смарт-контрактов).....	249
<i>Кваша О.В., Манаева Е.А.</i> Институт банкротства: соотношение добросовестности	253
<i>Кваша О.В., Третьякова Е.Д.</i> Главный бухгалтер как «контролирующее должника лицо»:.....	256
<i>Кольшикина Т.Б., Бортяков В.Р.</i> Пути развития правового регулирования взаимодействия органов власти со средствами массовой информации ..	263
<i>Кольшикина Т.Б., Петренко А.П.</i> Основные тематические группы обращений граждан в социальных сетях по проблемным вопросам работы органов исполнительной власти (на примере территориальных администраций г. Ярославля)	267
<i>Кузнецова С.О., Бухаркина С.С.</i> Проблемы защиты прав потребителей туристических услуг	272
<i>Кузнецова С.О., Гребенщикова Е.С.</i> Возникновение права муниципальной собственности на земельные участки в процессе разграничения и перераспределения: проблемы и перспективы.....	276
<i>Кузнецова С.О., Корякина А.В.</i> Проблемы совершенствования законодательства Российской Федерации в системе социального обеспечения	280
<i>Кузнецова С.О., Намазов Р.А.о.</i> Актуальные вопросы социального предпринимательства в России.....	284
<i>Кузнецова С.О.</i> Обязательственное право и обязательственные правоотношения	288

**Секция 1. Актуальные проблемы развития российской экономики
в современных условиях**

УДК 336.228

**Анализ динамики цен на автомобили с пробегом на российском
рынке в периоды до и после введения санкционных ограничений
(2022 г.)**

Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент

Фирулев Д.Н.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Исследование раскрывает, как санкции 2022 года трансформировали российский рынок подержанных автомобилей. Анализ данных (Avito, Auto.ru, Autostat, Росстат) показывает не только беспрецедентный скачок цен (30–100%), но и фундаментальные изменения в структуре спроса и предложения. Ключевыми драйверами стали дефицит новых машин, ограничение импорта и ослабление рубля, что привело к "старению" автопарка, буму спроса на отечественные марки и формированию рынка "серого" импорта.

Ключевые слова: вторичный авторынок, ценовой шок, санкции

**Analysis of the dynamics of prices for used cars in the Russian market in
the periods before and after the introduction of sanctions restrictions
(2022)**

Volkov A.Y., doctor of economics sciences, associate professor

Firulev D.N.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The study reveals how the 2022 sanctions transformed the Russian used car market. Data analysis (Avito, Auto.ru, Autostat, Rosstat) shows not only an unprecedented price jump (30-100%), but also fundamental changes in the structure of supply and demand. The key drivers were the shortage of new cars, import restrictions and the weakening of the ruble, which led to an "aging" of the fleet, a boom in demand for domestic brands and the formation of a market for "gray" imports.

Keywords: secondary car market, price shock, sanctions

Российский рынок подержанных автомобилей, жизненно важный для миллионов граждан, столкнулся в 2022 году с тектоническим сдвигом [1]. Санкции, обрушившиеся на автопром, спровоцировали не просто кризис, а коренную перестройку всего сегмента [2]. Цель данной работы – проследить, как экстремальные условия повлияли на ценовую динамику и структуру рынка автомобилей с пробегом, выявив глубинные причины и долгосрочные последствия этих изменений. Особое внимание уделяется сравнению "досанкционной" стабильности (2019 – начало 2022 гг.) и новой реальности, сформировавшейся после марта 2022 года.

Понимание произошедшего требует опоры на микроэкономические принципы. Санкции выступили классическим негативным шоком предложения, резко нарушив рыночное равновесие. Это спровоцировало инфляцию, подпитываемую дефицитом и обвалом рубля, при этом специфика товара длительного пользования усилила ценовую неэластичность в краткосрочном периоде. Для анализа использовались:

- сравнение ключевых показателей до и после шока;
- статистический анализ динамики средних цен;
- выделение и оценка вклада основных факторов роста цен;
- описание качественных изменений в рыночной структуре.

Досанкционный период характеризовался предсказуемостью. Рынок демонстрировал устойчивую ликвидность и разнообразное предложение. Цены росли умеренно (5–15% в год), в основном под влиянием общей инфляции и доступности кредитов. Сезонные колебания (весенний подъем) и кратковременное замедление во время пандемии (2020) не нарушали общего тренда. Важную роль играл стабильный импорт, особенно подержанных автомобилей из Японии, а относительная макроэкономическая стабильность и предсказуемый курс рубля создавали благоприятный фон.

Трансформация произошла под санкционным прессом (март 2022 – наст. время). Внешнеполитический шок мгновенно парализовал ключевые отрасли: иностранные производители ушли, заводы остановились, поставки новых иномарок прекратились, а доступ к запчастям и комплектующим резко усложнился. Обвал рубля в марте-апреле 2022 года стал катализатором ценового взрыва. Март-май 2022 года запомнились ажиотажем: цены на популярные модели взлетели на 30–60%, а на дефицитные и доступные автомобили – до 100% и выше. Покупатели, спасая сбережения от инфляции и столкнувшись с исчезновением новых машин, бросились на вторичный рынок. К лету 2022 года цены стабилизировались, но на уровне, вдвое превышающем докризисный. Последующие годы (2023-наст. время) принесли умеренный, но

устойчивый рост, подпитываемый инфляцией, сохраняющимся дефицитом бюджетных моделей и резко возросшей стоимостью ремонта. Появление "серого" импорта из Китая, ОАЭ и Кореи лишь частично сдерживало этот тренд. Параллельно заметно подорожали и отечественные автомобили (ВАЗ, УАЗ).

Санкции не просто подняли цены – они изменили сам ландшафт рынка. Спрос сместился в сторону практичности: вырос интерес к российским маркам, старым (10+ лет) иномаркам с простой и ремонтпригодной конструкцией, а также к автомобилям с высоким клиренсом. Спорткары и роскошные модели потеряли привлекательность. Предложение ответило сокращением "свежих" (3–5 лет) иномарок и увеличением среднего возраста автомобилей на рынке. Значительную долю занял "параллельный" импорт, часто сопровождающийся юридическими и техническими рисками. Критически выросла стоимость владения из-за скачка цен на запчасти, шины и ремонт.

Главной причиной ценового бума стал острый дефицит новых автомобилей, переключивший основной спрос на вторичный рынок. Ситуацию усугубили:

- фактическое прекращение легального импорта подержанных авто из традиционных источников (Европа, Япония);
- ослабление рубля и общая инфляция, удорожавшие импорт запчастей и "параллельных" машин;
- резкий рост расходов на обслуживание и ремонт, снижавший привлекательность сложных иномарок;
- изменение потребительских приоритетов в сторону надежности и ремонтпригодности;
- логистические сложности и риски "серого" импорта.

Досанкционная умеренность (5–15% годового роста) сменилась постсанкционным шоком: одномоментный скачок на 30–100% с последующей "стабилизацией" на высоком плато и продолжающимся ростом на 10–25% годовых. Волатильность цен резко возросла.

Пострадали практически все значимые сегменты рынка:

- бюджетные иномарки (Logan, Rio, Solaris): пострадали сильнее всего в процентном выражении, лишившись поддержки ушедших производителей;
- массовый сегмент (VW, Toyota): показал значительный рост цен при сохраняющемся высоком спросе;
- премиум (BMW, Mercedes): рост в процентах был менее выражен из-за высокой базы, но ликвидность и спрос упали заметнее из-за запределельной стоимости содержания;

- отечественные авто (ВАЗ, УАЗ): существенно подорожали, особенно относительно новые модели, ставшие вынужденной альтернативой;
- старые автомобили (10+ лет): цены выросли, особенно на "легендарные" и легкоремонтируемые модели (Corolla E12, Pajero II). В целом минимальная цена за работоспособный автомобиль поднялась, отражая новые рыночные реалии.

Таким образом санкции 2022 года стали точкой невозврата для российского рынка подержанных автомобилей. Они вызвали не только взрывной рост цен (30–100%) и их консолидацию на уровнях, вдвое превышающих докризисные, но и глубинные структурные изменения. Дефицит новых автомобилей стал главным катализатором, переключившим спрос на вторичный рынок. Однако устойчивость высоких цен обеспечивается комплексом факторов: от ограничений импорта и ослабления рубля до резко возросшей стоимости владения. Рынок "постарел", сместился в сторону отечественных марок и простых старых иномарок, а "серый" импорт стал его неотъемлемой частью [3; 4; 5]. Эта трансформация подтверждает исключительную чувствительность вторичного авторынka к внешним шокам и его роль как индикатора инфляционного давления и потребительских настроений в кризис.

Библиографический список

1. Аналитические отчеты: Автостат (АЕВ, РРК, Sollers данные до 2022; оценки после). URL: <https://www.autostat.ru/>.
2. Росстат (индексы цен, инфляция). URL: <https://rosstat.gov.ru/>.
3. Отраслевые СМИ и экспертные оценки: Авторевю. URL: <https://autoreview.ru/>.
4. Отраслевые СМИ и экспертные оценки: Автоновости дня. URL: <https://avtonovostidnya.ru/>.
5. Отраслевые СМИ и экспертные оценки: "Колеса.ру". URL: <https://www.kolesa.ru/>.

УДК 338.242.2

Принципы и методические основы построения системы комплаенс-контроля в организации

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Гельмашина В.С.

Лаврентьева В.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В научной статье рассматриваются ключевые принципы и методические подходы построения системы комплаенс-контроля в корпоративной среде. Авторы акцентируют внимание на важности интеграции комплаенса в бизнес-процессы, использовании цифровых технологий и применении риск-ориентированного подхода с целью повышения эффективности и устойчивости управления деятельностью экономического субъекта.

Ключевые слова: комплаенс-контроль, корпоративное управление, риск-ориентированный подход

Principles and methodological foundations of building a compliance control system

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Gelmashina V.S.

Lavrentieva V.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The article discusses the key principles and methodology of building a compliance control system in a corporate environment. The authors emphasize the importance of integrating compliance into business processes, the use of digital technologies, and a risk-based approach to improve management efficiency and sustainability.

Keywords: compliance control, corporate governance, risk-based approach

В современных условиях ведения бизнеса корпоративные структуры сталкиваются с необходимостью соблюдения множества законодательных и нормативных требований, как на национальном, так и на международном уровне. Это обусловлено ростом требований к прозрачности деятельности компаний, ужесточением санкций за нарушения и повышением внимания со стороны регуляторов, инвесторов и партнеров.

Комплаенс-контроль становится важнейшей составляющей системы управления рисками, обеспечивая соответствие деятельности организации законодательным требованиям, внутренним регламентам и этическим стандартам. Для эффективного функционирования системы комплаенс-контроля необходимо четко определить ее принципы и методологические основы построения, что позволит интегрировать комплаенс в общую систему корпоративного управления [2]. Он представляет собой систему мероприятий, направленных на предотвращение, выявление и

минимизацию рисков, связанных с несоответствием деятельности компании действующим нормативно-правовым требованиям, внутренним регламентам и стандартам деловой этики.

Разработка системы комплаенс-контроля должна основываться на ряде фундаментальных принципов. Рассмотрим их более подробно:

1. Принцип прозрачности и подотчетности. Комплаенс-процедуры должны быть понятными и доступными для всех сотрудников. Руководство компании несет ответственность за соблюдение норм и их внедрение в корпоративную культуру.

2. Принцип риск-ориентированного подхода. Компании необходимо анализировать и оценивать основные комплаенс-риски, выделяя наиболее критические области: финансовые риски (нецелевое использование средств, уклонение от налогов); юридические риски (несоответствие организации деятельности требованиям законодательства); антикоррупционные риски (использование всевозможных схем взяточничества и откатов). Например, в 2019 году компания Airbus выплатила штраф в размере 4 млрд долларов США за участие в коррупционных схемах, связанных с продажей авиалайнеров в различных странах, что стало результатом ненадлежащей организации комплаенс-контроля в компании.

3. Принцип интеграции в корпоративную структуру. Комплаенс-контроль должен быть встроен в бизнес-процессы компании, а не существовать отдельно. Важна координация работы всех подразделений с комплаенс-службой.

4. Принцип автоматизации и цифровизации. Использование технологий искусственного интеллекта, автоматизированного мониторинга и блокчейн-решений позволяет повысить эффективность контрольных процедур.

5. Принцип непрерывного мониторинга и совершенствования. Система должна быть динамичной и адаптироваться к изменениям в законодательстве и рыночной среде. Регулярные проверки и анализ эффективности комплаенс-процедур должны быть неотъемлемой частью корпоративного управления [1].

Методология разработки системы комплаенс-контроля включает несколько ключевых этапов:

1. Диагностика текущего состояния. На этом этапе проводится анализ существующих процессов и выявление слабых мест. Анализ может показать, что в компании отсутствует единая база данных о проверке контрагентов, что увеличивает риски заключения договоров с ненадежными партнерами. Основные методы диагностики: SWOT-анализ

комплаенс-системы; оценка рисков по матрице вероятности и воздействия.

2. Разработка стратегии комплаенс-контроля. На этом этапе определяются цели и механизмы функционирования системы комплаенс-контроля. Основные элементы стратегии:

- разработка кодекса корпоративной этики;
- введение обязательных комплаенс-тренингов для сотрудников;
- создание внутренней службы комплаенс-контроля.

Например, в организациях нефтегазового сектора в России реализуются программы мониторинга соблюдения антикоррупционных стандартов в соответствии с требованиями Федерального закона от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции».

3. Формирование нормативной базы. На этом этапе разрабатываются внутренние документы: политика по управлению рисками, регламенты проведения проверок, методики оценки эффективности комплаенс-процедур.

4. Внедрение системы мониторинга и отчетности. В организации следует разработать и внедрить современные (предполагающие широкое использование цифровых технологий и элементов искусственного интеллекта) механизмы постоянного контроля, такие как:

- система анонимного информирования о нарушениях, предполагающая, что каждое заинтересованное лицо должно иметь возможность обратиться к руководству и/или собственникам на определенные факты, связанные с деятельностью организации;
- система внутреннего аудита, предполагающая проведение регулярных, в том числе внеплановых проверок деятельности структурных подразделений и отдельных должностных лиц;
- система контроля фактических и потенциальных контрагентов на предмет их финансовой устойчивости, способности исполнения принятых договорных обязательств и приверженности принципу непрерывности деятельности в обозримой перспективе.

Например, в 2020 году компания Siemens внедрила цифровую платформу для оценки рисков, что позволило снизить количество случаев несоблюдения требований комплаенс-контроля на 30%.

Разработка системы комплаенс-контроля требует системного подхода, основанного на принципах прозрачности, подотчетности, риск-ориентированного управления и постоянного мониторинга. Для эффективной реализации системы важно интегрировать комплаенс-контроль в корпоративную структуру предприятия, используя современные методики и цифровые технологии.

Успешная деятельность комплаенс-системы должна учитывать, как

глобальные антикоррупционные нормы, так и национальные требования. Введение эффективного комплаенс-контроля позволяет минимизировать регуляторные, финансовые и репутационные риски, а также повысить доверие со стороны инвесторов и партнеров.

Таким образом, принципы и базовые методические подходы к построению системы комплаенс-контроля в современной организации являются ключевыми факторами успешного управления корпоративными рисками и обеспечения ее устойчивого развития. Разработка и внедрение системы комплаенс-контроля – это комплексный процесс, включающий оценку рисков, формирование стратегии, разработку нормативной базы и внедрение механизмов контроля.

Эффективная комплаенс-система позволяет минимизировать финансовые и юридические риски, повысить доверие инвесторов и регуляторов, снизить вероятность мошенничества и коррупции, обеспечить устойчивое долгосрочное развитие компании.

Библиографический список

1. Особенности создания комплаенс-структуры в компании. [Электронный ресурс]. URL: <https://legal-network.ru>.

2. Гельмашина В.С. Необходимость комплаенс-анализа для малого и среднего бизнеса в условиях региональной экономики / В.С. Гельмашина, В.В. Лаврентьева, Р.В. Колесов // Институциональное обеспечение сбалансированного развития региона: сборник научных трудов IV Национальной (Всероссийской) научно-практической конференции (с международным участием), Ярославль, 14 ноября 2024 года. – Ярославль: Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ), 2024. С. 74–77.

УДК 338.486

Роль туристической деятельности в развитии регионов России

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Забелина А.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается роль туристической деятельности в развитии регионов России, подчеркивается её значение как важного фактора экономического, социального и культурного роста. Кроме того, рассматриваются этапы развития туристической деятельности

в России. Туризм способствует созданию рабочих мест, увеличению доходов местных бюджетов и развитию инфраструктуры. Особое внимание уделяется влиянию туризма на сохранение культурного наследия и экологическое состояние регионов.

Ключевые слова: туризм, Россия, экономический рост, развитие

The role of tourism activities in the development of Russian regions

Kolesov R.V., candidate of economics, associate professor

Zabelina A.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the role of tourism activity in the development of Russian regions, emphasizing its importance as an important factor of economic, social and cultural growth. In addition, the stages of development of tourism activity in Russia are considered. Tourism helps create jobs, increase local budget revenues, and develop infrastructure. Special attention is paid to the impact of tourism on the preservation of cultural heritage and the ecological state of the regions.

Keywords: tourism, Russia, economic growth, development

Туризм представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, способствующую не только экономическому росту, но и социальному прогрессу регионов. В России, обладающей богатым культурным наследием, разнообразными природными ландшафтами и уникальными историческими памятниками, туристическая деятельность играет ключевую роль в развитии отдельных регионов. Она способствует созданию новых рабочих мест, привлечению инвестиций и развитию инфраструктуры, что, в свою очередь, повышает качество жизни населения.

В условиях глобализации и растущей конкуренции на мировом туристическом рынке, регионы России имеют все шансы занять достойное место благодаря своим уникальным возможностям. Однако для достижения устойчивого развития в этой сфере необходимо учитывать не только экономические, но и экологические, культурные и социальные аспекты. В работе мы рассмотрим основные направления туристической деятельности в России, ее влияние на развитие регионов, а также вызовы и перспективы, стоящие перед туристической отраслью.

Туристическая деятельность – это деятельность, связанная с перемещением людей из одного места в другое с целью отдыха, познания новых культур, занятий спортом или лечения [4].

Рассмотрим этапы развития туристической деятельности в России:

1. Просветительский этап. До 1890-х годов интерес путешественников к экскурсиям, походам и длительным путешествиям носил специфический характер и состоял в сборе и систематизации научной географической и краеведческой информации о различных территориях государства, как правило, ранее мало изученных или не изученных совсем.

2. Предпринимательский этап. Начал развиваться с конца 1980-х годов – в момент начала бурного становления капиталистических отношений в России. В этот период растёт туристская инфраструктура и формируется туристический рынок, разделённый на две категории: элитарный и рекреационный. Однако Первая мировая война, обострившая социально-экономические противоречия в нашей стране, существенно ограничили перспективы развития туристической отрасли.

3. Послереволюционный этап. Начался в 1920-х годах и завершился к началу 1960-х годов. Для данного периода характерно доминирование идеологической составляющей над экономической целесообразностью, в том числе и сфера туризма была идеологизирована. Туристические маршруты во многом были сопряжены с тематикой строительства общества нового типа.

4. Организационно-централизованный этап. Это период, охватывающий 1970–1980 годы. Он характеризуется созданием социально-экономических условий для развития массового социального туризма, а также организованным становлением и развитием в стране экскурсионной деятельности [3].

Исторические события также влияют на формирование туристической инфраструктуры. Так, в средние века важными составляющими туризма являлись духовные факторы – религиозность, стремление к образованию, что стимулировало паломничество, появление «ходоков за знаниями». В конце XVII века, начиная с периода правления Петра I, когда насаждаемые им новые веяния западной культуры постепенно проникали в русский быт, стали практиковаться поездки за границу с целью приобретения знаний и для расширения кругозора (аналог современного образовательного туризма). Международная и внутрисполитическая обстановка (Первая и Вторая мировые войны, экономическая депрессия, а применительно к России – революции 1917 года, гражданская война и иностранная интервенция) оказала в целом негативное влияние на развитие туризма [2].

В современных условиях туризм играет важную роль в экономике российских регионов, способствуя их развитию и процветанию. Во-первых, развитие туризма способствует росту оборотов организаций, что ведёт к увеличению объемов валового регионального продукта, росту налоговых платежей в бюджеты всех уровней, увеличению уровня средней заработной платы в регионе. Во-вторых, туризм является весьма трудоёмкой отраслью, что позволяет создавать новые рабочие места в туристическом секторе и смежных секторах экономики. Это особенно важно для регионов с высоким уровнем безработицы. Кроме того, туризм способствует привлечению значительных инвестиций в развитие инфраструктуры региона. В пиковые периоды туристического сезона именно туристы становятся основными потребителями местной продукции и услуг.

Однако, с учетом глобальных вызовов, таких как изменение климата и потеря биоразнообразия, становится особенно важным осознание влияния туризма на окружающую среду. Из-за большого количества туристов природные ресурсы, такие как вода, растения и животные, подвергаются негативному воздействию и истощению. Это может привести к уменьшению биоразнообразия и ухудшению ландшафта. Отходы, оставляемые туристами, включая пластик, стекло и другие материалы, могут загрязнять почву и водные источники. Шумовое загрязнение также является значительной проблемой, особенно в местах, где животные чувствительны к изменениям в своей окружающей среде. Помимо этого, туристическая деятельность, осуществляемая в непродуманных объемах, а также теневой нерегулируемый, а порой и граничащий с преступной деятельностью рынок туристических услуг могут нарушать естественные процессы в экосистемах, приводить к безвозвратному исчезновению отдельных видов представителей флоры и фауны.

Агротуризм становится все более популярным направлением мировой туристической индустрии, привлекая людей, желающих отдохнуть от городской суеты и погрузиться в мир природы, народных традиций и аутентичных вкусов. В настоящее время агротуризм стремительно развивается и в России, предлагая уникальные возможности для знакомства с культурным наследием регионов нашей страны. Агротуризм, сочетающий в себе сельское хозяйство и туризм, все больше набирает популярность, поскольку предлагает туристам уникальный опыт проживания на фермах и погружения в сельскую жизнь. Это направление туризма способствует развитию местной экономики и сохранению культурного наследия. Согласно Всемирной туристической организации, агротуризм является ключевым трендом развития, отражающим растущий

спрос на подлинные путешествия и стремление избегать переполненных туристических мест [1, с. 77].

В качестве положительных трендов в сфере современного туризма в России, на развитии которых следует сосредоточить ключевые усилия и ресурсы на региональном уровне в силу их нацеленности не только на получение экономического эффекта, но и на сбережение и приумножение природных ресурсов и культурного наследия, следует отметить:

1. Создание и поддержку заповедников и национальных парков. Орган власти обеспечивают создание инфраструктуры и реализацию природоохранных мероприятий, чтобы люди наслаждались красотами и чувствовали себя комфортно.

2. Стандартизацию и сертификацию в туристической отрасли. Государство разрабатывает стандарты и сертифицирует туристические объекты и услуги, организует постоянный контроль деятельности субъектов туристической отрасли в целях выявления тех, кто не придерживается установленных правил.

3. Финансовая поддержка и субсидии. Власти предоставляют субсидии на развитие добросовестных игроков на рынке туристических услуг, софинансируют совместно с ними перспективные и значимые для развития территорий инфраструктурные проекты, помогают проводить маркетинговые кампании.

4. Законодательное регулирование. Государство принимает нормативные акты, которые регулируют туристическую деятельность, например, ограничивают периоды посещения и количество посетителей заповедных территорий, утверждают правила поведения в заповедниках, предъявляют специфические требования к обеспечению экологической безопасности [5].

Таким образом, туристическая деятельность играет ключевую роль в становлении значительного числа регионов России, содействуя экономическому росту, созданию рабочих мест и сбережению культурного и экологического наследия. Грамотное управление туристическими потоками и вовлечение местного населения в туристическую деятельность способны значительно повысить уровень жизни во многих регионах, а также сберечь все то уникальное, что создавалось веками для будущих поколений. Ключевой задачей современной науки должна стать всесторонняя, в том числе финансово-экономическая и правовая проработка вопросов развития туристической деятельности не только как источника получения доходов, но и как эффективного инструмента сохранения экологического и культурного наследия территорий, являющегося фундаментом для их устойчивого и гармоничного развития в

интересах населения, которое проживает на них в настоящее время и будущих поколений.

Библиографический список

1. Карасев А.П. Маркетинговое исследование спроса на агротуристические услуги / А.П. Карасев, А.Д. Белова, А.С. Забелина // Экономика и управление: теория и практика: VII Национальная научно-практическая конференция научно-педагогических и практических работников с международным участием, посвященная 105-летию Финансового университета, Ярославль, 21 июня 2024 года. – Ярославль: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2024. – С. 77–82.

2. История развития туризма в России: основные этапы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=480461> (дата обращения 28.05.2025).

3. Особенности развития туризма в России [Электронный ресурс]. URL: https://spravochnick.ru/turizm/osobennosti_razvitiya_turizma_v_rossii/ (дата обращения 29.05.2025).

4. Что такое туризм и путешествия? [Электронный ресурс]. URL: <https://sky.pro/wiki/lifestyle/chto-takoe-turizm-i-puteshestviya/> (дата обращения 29.05.2025).

5. Экологический туризм [Электронный ресурс]. URL: <https://spborbita.ru/guide/ekologicheskij-turizm/> (дата обращения 30.05.2025).

УДК 332.145

Характеристика социально-экономической ситуации в Ярославской области

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Невидина В.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В работе анализируется социально-экономическая ситуация в Ярославской области, складывающаяся по состоянию на текущий момент. Рассматриваются демографические тренды, как базис развития экономики в среднесрочной перспективе, экономические показатели основных отраслей, состояние рынка труда и социальной сферы, а также степень развития инфраструктуры. Целью научной работы

является разработка основ комплексной характеристики региона, выявление ключевых проблем и перспектив развития.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, демография, инфраструктура, экономические показатели

Characteristics of the socio-economic situation in the Yaroslavl region

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Nevidina V.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article analyzes the socio-economic situation in the Yaroslavl region. Demographic trends, economic indicators of the main industries, the state of the labor market, as well as social and infrastructural spheres are considered. The purpose of the article is to compile a comprehensive description of the region, identify problems and determine the prospects for its development.

Keywords: socio-economic development, demography, infrastructure, economic indicators

Ярославская область, расположенная в сердце европейской части России, занимает стратегически важное положение в Центральном федеральном округе (далее – ЦФО). Этот регион с богатой историей и уникальным географическим положением является не только крупным промышленным и культурным центром, но и значимым игроком в экономическом развитии страны. Понимание текущей социально-экономической ситуации в Ярославской области крайне важно для оценки её потенциала, выявления ключевых проблем и определения перспектив дальнейшего развития.

Ярославская область выгодно расположена в северо-восточной части Центрального федерального округа, на пересечении крупных транспортных магистралей. Её территория богата водными ресурсами, включая значительную часть Волги и множество озер, что исторически способствовало развитию судоходства и промышленности. Из полезных ископаемых здесь присутствуют запасы торфа, песка, глин и известняков, используемых в строительстве и сельском хозяйстве. Лесные ресурсы также играют важную роль, обеспечивая сырьё для деревообрабатывающей промышленности. Площадь территории Ярославской области составляет 36177 км² [4].

Административным центром области является город Ярославль, один из древнейших городов России и крупный транспортный узел. Вторым по значимости является Рыбинск, известный своим промышленным потенциалом и гидроэнергетическими объектами. Область делится на муниципальные районы и городские округа, каждый из которых имеет свои особенности в социально-экономическом развитии.

Как и многие другие районы Центральной России, Ярославская область сталкивается с вызовами в демографической сфере. По данным Росстата на 1 января 2025 года численность постоянного населения Ярославской области составляла 1180,2 тыс. человек [4]. Численность населения имеет тенденцию к снижению, что обусловлено как естественной убылью (превышение смертности над рождаемостью), так и миграционными процессами. Эти показатели необходимо анализировать в сравнении с общероссийскими трендами и показателями ЦФО для выявления региональных особенностей.

Характерной чертой является старение населения, что выражается в увеличении доли лиц старше трудоспособного возраста и относительно невысокой доле молодых групп населения. Доля населения старше трудоспособного возраста на начало 2024 года составляла около 26% от всего населения региона, из которых 84 тыс. человек – мужчины и 226 тыс. человек – женщины. Подавляющая часть населения старше трудоспособного возраста проживает в городской местности (78%) [4]. Такое положение создаёт существенную нагрузку на социальную сферу.

Несмотря на общую убыль населения, миграция играет двоякую роль. С одной стороны, она может частично компенсировать естественную убыль, привлекая население из других регионов или государств. С другой стороны, отток молодёжи в расположенные рядом крупные агломерации, такие как Москва и Санкт-Петербург, является серьёзной проблемой, лишаящей регион активных трудовых кадров. Чистый миграционный приток в 2024 году превысил отток: в регион прибыли 25,8 тыс. человек, а покинули его — 23,4 тыс. человек [1].

Большинство населения области проживает в городах, особенно в Ярославле и Рыбинске, что характерно для индустриально развитых регионов. Доля городского населения на 1 января 2025 года составляла 80,7%, что требует внимания к развитию сельских территорий и их инфраструктуры [4].

Динамика валового регионального продукта (далее – ВРП) Ярославской области отражает общеэкономическую ситуацию в стране, а также специфику региональной экономики. По итогам 2024 года ВРП достиг 912,8 млрд рублей (102,5% к уровню 2023 года) [4]. Структура ВРП

показывает преобладание определенных отраслей, что позволяет судить о специализации региона.

Промышленность является основой экономики Ярославской области. Здесь исторически сильны такие отрасли, как машиностроение и металлообработка (двигателестроение, судостроение), химическая и нефтехимическая (шины, лакокрасочные материалы), пищевая промышленность и активно развивающаяся фармацевтика. Крупные предприятия, такие как НПО «Сатурн», Ярославский шинный завод, Ярославский нефтеперерабатывающий завод, формируют значительную часть промышленного потенциала и обеспечивают занятость населения. Индекс промышленного производства в апреле 2025 года по сравнению с соответствующим периодом прошлого года составил 102,6% [4].

Несмотря на промышленную направленность, сельское хозяйство также представлено в экономике региона. В основном это животноводство (молочное и мясное скотоводство) и растениеводство (зерновые, картофель, овощи). Объёмы производства сельскохозяйственной продукции за 2024 год составили 70,3 млрд рублей [3].

Объём и динамика инвестиций в основной капитал – важный показатель привлекательности региона для бизнеса. Объём инвестиций в основной капитал по полному кругу организаций Ярославской области в январе-июне 2024 года составил 64,2 млрд рублей, что на 15,4% выше, чем в аналогичном периоде 2023 года [2]. Привлечённые инвестиции, особенно прямые иностранные, свидетельствуют о доверии к экономике области. Ярославская область активно работает над улучшением инвестиционного климата, реализуя ряд крупных инвестиционных проектов в различных секторах.

Развитие сектора торговли и услуг отражает уровень потребительского спроса и качество жизни населения. Оборот розничной торговли в 2024 году составил 424,3 млрд рублей [4].

Анализ сальдированного финансового результата организаций, а также доходов и расходов областного бюджета позволяет оценить финансовое благополучие региона и его способность к реализации социальных и экономических программ. К сожалению, консолидированный бюджет Ярославской области по итогам 2023 года был исполнен с дефицитом в размере 4,5 млрд рублей [4]. Отметим, что ученые Ярославского филиала Финуниверситета в своих работах самое пристальное внимание уделяют разработке мер, направленных на обеспечение эффективного и ответственного управления средствами региональных и муниципальных бюджетов [5; 6; 7].

Уровень регистрируемой безработицы в Ярославской области обычно ниже среднего по стране, но важно также учитывать фактическую безработицу, которая может быть выше. По данным на конец 2024 года, уровень регистрируемой безработицы в Ярославской области составляет 0,38% [4]. Соотношение вакансий и численности безработных показывает напряженность на рынке труда и потребность в кадрах. Определённые отрасли могут испытывать дефицит квалифицированных специалистов.

Среднемесячная начисленная заработная плата является одним из ключевых индикаторов уровня жизни. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по организациям Ярославской области в феврале 2025 года составила 65950 рублей, за январь-февраль 2025 года - 66596 рублей. Её динамика и сравнение с инфляцией позволяют судить о реальных располагаемых денежных доходах населения. Реальные располагаемые денежные доходы населения за 2024 год выросли на 2,9% по сравнению с 2023 годом [2].

Ярославская область располагает развитой сетью образовательных учреждений, от дошкольных до высших. На территории области функционирует 15 крупных ВУЗов и 52 учреждения среднего профессионального образования. Сеть медицинских учреждений обеспечивает оказание медицинской помощи населению. Число больничных коек в 2024 году на 10 тыс. человек составило 91,2 [2].

Ярославская область обладает богатым культурным наследием, являясь частью Золотого кольца России. Множество исторических памятников, музеев и культурных событий привлекают туристов. Ежегодно Ярославскую область посещают более 12 миллионов туристов. Развитие туристического потенциала, включая создание новой инфраструктуры и маршрутов, является одним из приоритетных направлений.

Объёмы ввода жилья в эксплуатацию и динамика этого показателя свидетельствует об уровне развития строительной отрасли и возможностях для улучшения жилищных условий населения. Объём введенного в эксплуатацию жилья в 2024 году составил 953,1 тыс. м² [4].

Ярославская область имеет развитую транспортную сеть, включающую федеральные и региональные автомобильные трассы, железнодорожное сообщение, а также речной порт на Волге. Наличие аэропорта расширяет транспортные возможности региона. Протяжённость автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием в области составляет около 18,5 тыс. км [2].

Ярославская область, как и многие другие регионы России, сталкивается с рядом вызовов. Основные из них включают

демографические проблемы (снижение численности и старение населения), структурные проблемы в экономике (необходимость диверсификации и снижения зависимости от традиционных отраслей), а также экологические вопросы. Отток молодежи в крупные города также является серьёзной проблемой, требующей разработки мер по удерживанию и привлечению молодых специалистов.

Для преодоления перечисленных вызовов и реализации потенциала региона, Ярославская область активно проводит работу по нескольким стратегическим направлениям:

1. Привлечение инвестиций и улучшение инвестиционного климата.
2. Развитие высокотехнологичных производств и инноваций, особенно в фармацевтике, IT и новых видах машиностроения.
3. Поддержка малого и среднего бизнеса, создание благоприятных условий для его развития.
4. Активное развитие туризма и сферы услуг, использование богатого культурного наследия.
5. Совершенствование социальной инфраструктуры, повышение качества образования и здравоохранения.
6. Реализация рациональных и федеральных программ, направленных на комплексное развитие территории.

Таким образом, анализ социально-экономической ситуации показывает, что Ярославская область является регионом с серьёзным экономическим потенциалом, опирающимся на развитую промышленность, уникальное географическое положение и богатое культурное наследие. Несмотря на демографические и структурные вызовы, активная инвестиционная политика, развитие высокотехнологичных производств и ставка на туризм открывают новые перспективы для роста.

В наших работах уделено существенное внимание реализации инструментов маркетинга в целях повышения эффективности реализации социально-экономического потенциала Ярославской области, включая проработку вопросов разработки маркетинговой стратегии региона на период до 2030 года [8; 9; 10].

Для устойчивого развития региону необходимо продолжать работу по диверсификации экономики, укреплению кадрового потенциала и улучшению качества жизни населения. Успешная реализация намеченных планов позволит Ярославской области не только укрепить свои позиции в ЦФО, но и внести значительный вклад в общее экономическое и социальное развитие России.

Библиографический список

1. Сколько человек покинули Ярославскую область в 2024 году // 76.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://76.ru/text/gorod/2025/04/27/75325967/> (дата обращения: 27.05.2025).
2. Социально-экономическая ситуация // Министерство экономического развития Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://portal.yarregion.ru/depts-usp/org/statistics/> (дата обращения: 26.05.2025).
3. Социально-экономическое положение Ярославской области за 2024 год // Торгово-промышленная палата Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://yartpp.ru/news/detail/sotsialno-ekonomicheskoe-polozhenie-yaroslavskoy-oblasti-2024/> (дата обращения: 27.05.2025).
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: <https://76.rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 26.05.2025).
5. Колесов Р.В. Эффективное и ответственное управление региональными и муниципальными финансами: актуальные проблемы и пути их решения. – Ярославль, 2020. – 160 с.
6. Колесов Р.В., Бурыкин А.Д., Кваша В.А. Пути повышения эффективности механизма межбюджетных отношений в России в целях обеспечения устойчивого экономического роста регионов // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2019. № 3 (44). С. 103–111.
7. Колесов Р.В. Методические подходы к совершенствованию финансово-экономического обеспечения культурообразующей среды Ярославской области // Ярославский педагогический вестник. 2013. Т.1. № 1. С. 94–99.
8. Колесов Р.В., Невидина В.С. Ключевые аспекты разработки маркетинговой стратегии региона (на примере Ярославской области) // Практический маркетинг. 2025. № 3 (333). С. 20–25.
9. Колесов Р.В., Бабаджанян Г.А., Невидина В.С. Разработка методических подходов к оценке эффективности маркетинговой стратегии регионов России // Практический маркетинг. 2024. № 10 (328). С. 28–32.
10. Колесов Р.В., Бабаджанян Г.А., Невидина В.С. Оценка эффективности региональных маркетинговых стратегий на примере Нижегородской и Ярославской областей // Практический маркетинг. 2024. № 11 (329). С. 7–12.

Роль молодежи в развитии современной экономики

Краснова Г.Н., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Современная экономическая система, основанная на применении высоких технологий, требует наличия высококвалифицированных трудовых ресурсов. Молодежь, обладая значительным инновационным потенциалом, играет ключевую роль в формировании перспективной экономики. Будучи наиболее многочисленной и мобильной социально-демографической группой, она способствует обновлению трудового резерва государства. Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью данного аспекта в научной литературе.

Ключевые слова: молодежь, инновационная экономика, динамика развития

The role of youth in the development of the modern economy

Krasnova G.N., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The modern economic system based on the use of high technologies requires highly qualified labor resources. Young people, with significant innovation potential, play a key role in shaping a promising economy. Being the most numerous and mobile socio-demographic group, it contributes to the renewal of the state's labor reserve. The relevance of the study is due to the insufficient knowledge of this aspect in the scientific literature.

Keywords: youth, innovative economy, development dynamics

В условиях глобальных изменений современная российская экономика демонстрирует нестабильную динамику, что оказывает влияние на социально-экономическое положение населения. Молодежь рассматривается как ключевой фактор инновационного развития, однако ее вовлеченность в экономические процессы остается ограниченной, что негативно сказывается на темпах роста.

В современной научной парадигме категория "молодежь" анализируется через систему взаимодополняющих концептуальных подходов: психофизиологический, аксиологический, социально-психологический, стратификационный и социализационный [4].

В соответствии с положениями Федерального закона № 489-ФЗ от 30 декабря 2020 года «О молодежной политике в Российской Федерации», в отечественной правовой системе установлены специфические критерии отнесения граждан к молодежной категории. Российский закон фиксирует нижнюю возрастную границу на отметке 14 лет, верхний предел определен 35 годами.

В контексте международной практики, в частности согласно методологии ООН, применяется иная возрастная классификация. Международные стандарты предусматривают более узкие временные рамки, ограничивая молодежную категорию лицами в возрасте от 15 до 24 лет. Указанное расхождение в возрастных параметрах отражает: особенности национальной социально-демографической политики специфику культурно-исторического развития российского общества различия в методологических подходах к определению социально-возрастных групп.

Данная диспропорция требует учета при проведении сравнительных исследований и разработке международных молодежных программ.

Численность населения с учетом молодежи в России за период 2018–2024 гг. представлена в таблице 1, выполним статистический анализ.

Таблица 1. Динамика численности населения по возрастным группам РФ на 1 января отчетного года за период 2018–2024 гг. [3; 5; 6]

Год	Все население		в том числе в возрасте лет:							
	млн. чел.	Темп роста цеп, %	15-19		20-24		25-29		30-34	
			млн. чел.	Тр, %	млн. чел.	Тр, %	млн. чел.	Тр, %	млн. чел.	Тр, %
2018	146,880	-	6,816	-	7,336	-	11,120	-	12,766	-
2019	146,781	99,9	6,947	101,9	7,114	97,0	10,222	91,9	12,718	99,6
2020	146,749	99,9	7,161	103,1	6,889	96,8	9,427	92,2	12,633	99,3
2021	146,171	99,6	7,272	101,6	6,776	98,4	8,582	91,0	12,423	98,3
2022	146,447	100,2	7,663	105,4	7,292	107,6	7,548	88,0	11,035	88,8
2023	146,488	100,0	7,663	100,0	7,292	100,0	7,548	100,0	11,035	100,0
2024	146,151	99,8	6,425	83,8	7,658	105,0	11,423	151,3	11,295	102,4

Анализ демографических данных за 2018–2024 гг. (табл. 1) показывает, что общая численность населения России снижается на 0,5%,

что составляет 729 тыс. человек. Однако динамика молодежных возрастных групп неоднородна:

15–19 лет: снижение на 5,7%, что составляет 391 тыс. чел.;

20–24 лет: увеличение на 4,4%, что составляет 322 тыс. чел.;

25–29 лет: рост на 2,7%, что составляет 303 тыс. чел.;

30–34 лет: сокращение на 11,5%, что составляет 1,471 млн. чел.

Таким образом, численность молодежи в России за рассматриваемый период имеет тенденцию к снижению, как численность населения.

На государственном уровне молодежь признается стратегическим ресурсом, способным обеспечить технологический прорыв. Однако анализ занятости (табл. 2) выявляет негативные тенденции.

В современном мире проблема безработицы трудовых ресурсов приобретает системный характер, оказывая непосредственное воздействие на уровень и качество жизни населения. Данная проблема занимает центральное место в дискурсе как социально-экономических, так и политических исследований, что обусловлено ее комплексным влиянием на развитие общества.

Экономическая наука предлагает несколько концептуальных трактовок данного феномена:

1. Рыночная интерпретация рассматривает безработицу как дисбаланс на рынке труда, проявляющийся в превышении предложения рабочей силы над существующим спросом со стороны работодателей.

2. Индивидуально-поведенческий аспект акцентирует внимание на невозможности экономически активных индивидов реализовать свой трудовой потенциал в существующих рыночных условиях.

3. Структурно-функциональный подход определяет безработицу как социально-экономическое явление, характеризующееся исключением части трудоспособного населения из процесса создания материальных благ и оказания услуг.

4. Демографическая концепция интерпретирует незанятость как процесс формирования избыточной (невостребованной) части экономически активного населения в структуре общества.

Такая многогранность научных подходов свидетельствует о сложной природе данного явления, требующей комплексного междисциплинарного анализа и разработки сбалансированных мер государственного регулирования [2; 8].

Численность безработных по возрастным группам РФ за период 2018–2023 гг. представлена в таблице 2.

Динамика численности безработных (табл. 2) показывает, что в России за период 2018–2028 гг. существенное сокращение численности

безработных граждан на 1,26 млн человек, что соответствует снижению на 34,4%.

Таблица 2. Динамика численности безработных по возрастным группам РФ за период 2018–2023 гг., тыс. чел. [5; 6, с. 116, 118]

Год	Безработные – всего,		в том числе в возрасте лет:							
			15-19		20-24		25-29		30-34	
	млн. чел.	Темп роста цеп, %	млн. чел.	Тр, %	млн. чел.	Тр, %	млн. чел.	Тр, %	млн. чел.	Тр, %
2018	3,658	-	0,141	-	0,677	-	0,586	-	0,497	-
2019	3,465	94,7	0,115	81,6	0,611	90,3	0,556	94,9	0,500	100,6
2020	4,321	124,7	0,124	107,8	0,661	108,2	0,669	120,3	0,686	137,2
2021	3,631	84,0	0,131	105,6	0,602	91,1	0,491	73,4	0,548	79,9
2022	2,986	82,2	0,107	81,7	0,498	82,7	0,394	80,2	0,447	81,6
2023	2,398	80,3	0,099	92,5	0,394	79,1	0,270	68,5	0,366	81,9

Динамика численности безработных по возрастным группам за весь период имеет тенденцию снижения:

15–19 лет: снижение на 29,8%, что составляет 42 тыс. чел.;

20–24 лет: уменьшение на 41,8%, что составляет 283 тыс. чел.;

25–29 лет: сокращение на 53,9%, что составляет 316 тыс. чел.;

30–34 лет: снижение на 26,4%, что составляет 131 тыс. чел.

Уровень безработицы показан в таблице 3.

Таблица 3. Уровень безработицы по возрастным группам (в % от численности рабочей силы соответствующей возрастно-половой группы) [5; 6, с. 120; 7]

Всего	Годы					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	4,8	4,6	5,8	4,8	4,0	3,2
в т.ч. в возрасте, лет: 15-19	27,6	24,7	27,2	28,6	25,9	19,6
20-24	15,3	14,4	16,2	15,1	13,5	10,4
25-29	5,5	5,6	7,4	5,9	5,2	3,8
30-34	4,4	4,4	6,0	4,8	4,0	3,4

Согласно представленным в таблице 3 статистическим данным, в России за период с 2018 по 2023 год наблюдается общая тенденция к снижению уровня безработицы на 1,6 процентных пункта (п.п.). Однако в допандемийный период (2018–2020 гг.) зафиксирован рост данного

показателя на 0,2 п.п., что может быть связано с экономическими колебаниями и структурными изменениями на рынке труда.

Динамика безработицы среди молодежи характеризуется снижением, а именно:

- 15–19 лет – значительное снижение на 8 п.п.;
- 20–24 года – сильное снижение на 4,9 п.п.;
- 25–29 лет – умеренное уменьшение на 1,7 п.п.;
- 30–34 года – минимальное снижение на 1 п.п.

Таким образом, несмотря на кратковременный рост безработицы в начале периода, в долгосрочной перспективе прослеживается устойчивая положительная динамика, особенно выраженная в младших возрастных группах. Это может свидетельствовать о повышении эффективности государственных программ занятости и адаптации молодежи к требованиям современного рынка труда.

В заключении отметим, что молодежь как ключевой участник рынка труда в условиях инновационной экономики сталкивается с системными вызовами, включая ограниченные возможности профессиональной самореализации. В Российской Федерации данная проблема приобретает особую социально-экономическую значимость, что подтверждается:

- научным дискурсом – многочисленными исследованиями в области социологии труда и экономики человеческого капитала;
- государственной политикой – институциональным закреплением через Федеральный закон № 489-ФЗ, где молодежь определена как стратегический ресурс развития.

Ситуация требует комплексных мер по интеграции молодого поколения в экономические процессы с учетом цифровой трансформации и новых требований к компетенциям.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 30.12. 2020 № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».

2. Батракова Л.Г. Молодежная безработица как одна из проблем современной экономики // Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности. Материалы V Международной научной конференции / под общ. ред. С.В. Беспаловой. - Донецк: Донецкий национальный университет. 2020. С. 316–318.

3. Демография и безработица [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/13/01/2022/61ddb0159a7947ca69615b63> (дата обращения 25.05.2025).

4. Краснова Г.Н. Молодежная безработица в современной экономике // Коммуникация - Общество - Человек: Сборник научных трудов I Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием, Ярославль, 13–15 октября 2022 года / Под редакцией Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустинной. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2022. С. 201–208.

5. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). Стат. сб. / Росстат. - М., 2022. 151 с.

6. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам выборочных обследований рабочей силы). Стат. сб. / Росстат. - М., 2024. 152 с.

7. Трудовые ресурсы, занятость и безработица [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения 28.05.2025).

8. Шелефонтьюк А.М. Безработица среди молодежи Ярославской области / А.М. Шелефонтьюк, Г.Н. Краснова // Экономический потенциал студенчества в региональной экономике: материалы конференции / под науч. ред. Н.Л. Будахиной. - Ярославль: РИО ЯГПУ, 2019. С. 115–118.

УДК 172:330.162

Ключевые аспекты моральных проблем в этике бизнеса

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

Садикова С.А.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В статье авторами рассмотрены наиболее распространенные моральные проблемы, возникающие в процессе функционирования современного бизнеса, такие как конфликты интересов, коррупция, недостаточная прозрачность, нарушение прав потребителей, социальная ответственность и обеспечение устойчивого развития.

Ключевые слова: деловая этика, современный бизнес, мораль в бизнесе

Key aspects of moral issues in business ethics

Kuznetsova S.O., candidate of law sciences

Karasev A.P., candidate of economics, associate professor

Sadikova S.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the most common moral issues arising in the process of functioning of modern business, such as conflicts of interest, corruption, lack of transparency, violation of consumer rights, social responsibility and ensuring sustainable development.

Keywords: business ethics, modern business, morality in business

Этика бизнеса является важной составляющей корпоративного управления, оказывающей сильное влияние на деловую репутацию компании, доверие со стороны клиентов, партнеров и других стейкхолдеров. В условиях глобализации и стремительного развития технологий предпринимательство все теснее переплетается с социальной, экономической и экологической сферами общества, что вызывает новые моральные вопросы.

Моральные проблемы, с которыми сталкиваются компании в процессе принятия управленческих решений, могут касаться конфликтов интересов, жесткого давления на максимизацию прибыли, коррупции, культурных различий, а также отсутствия информационной прозрачности корпоративной деятельности.

При анализе моральных проблем в этике бизнеса можно выделить множество аспектов взаимодействия компании с сотрудниками, клиентами, конкурентами, обществом, государственными органами и другими элементами окружающей среды. Рассмотрим более подробно каждый аспект:

1. Конфликт интересов. Конфликт интересов возникает, когда у сотрудников или руководителей существуют личные или финансовые интересы, которые могут повлиять на их профессиональные решения. В такой ситуации возникает риск, что решения будут приниматься в ущерб интересам компании, ее акционеров или клиентов.

2. Коррупция и взяточничество. Коррупция подрывает доверие как к отдельным компаниям, так и к деловому сообществу в целом, наносит ущерб деловой репутации, нарушает добросовестную конкуренцию.

3. Прозрачность и честность. Недостаточная прозрачность и искажения при предоставлении информации могут привести к

дезинформации клиентов, партнеров и инвесторов, что отрицательно сказывается на имидже организации.

4. Социальная ответственность перед обществом. Современные компании несут ответственность не только перед своими акционерами, но и перед обществом в целом, например, за негативное воздействие на окружающую природную среду.

5. Ограничение конкуренции. Недобросовестные методы конкуренции включают в себя действия по монополизации рынка, ложную рекламу, клевету на конкурентов, подкуп сотрудников конкурирующих фирм (промышленный шпионаж) и другие действия, направленные на устранение соперников неэтичными методами. Это ведет к нарушению принципов справедливой конкуренции и может привести к правовым санкциям.

6. Рабочие условия и права сотрудников. Работники являются важнейшим активом любого бизнеса, и их недовольство может негативно сказаться на производительности и репутации компании.

7. Устойчивое развитие. Определение баланса между краткосрочной прибылью и долгосрочным устойчивым развитием является одной из главных этических и экономических дилемм практически для любой компании.

8. Клиентская информация и конфиденциальность. В условиях цифровизации бизнеса компании собирают и хранят большое количество персональных данных клиентов. Неправильное использование или утечка такой информации может привести к нарушению прав граждан на конфиденциальность, что ведет к юридическим последствиям и потере доверия со стороны клиентов [1].

Каждый из вышеперечисленных аспектов требует разработки эффективных этических норм и механизмов контроля для поддержания высокого уровня деловой этики. Компании, которые стремятся к решению моральных проблем, не только снижают риски финансовых потерь, но и создают устойчивые, социально ответственные бизнес-модели, что способствует их долгосрочному успеху на рынке.

Далее сосредоточим внимание на такой ключевой проблеме современного общества, тесно связанной с этикой бизнеса, как коррупция и взяточничество, и проанализируем ее на примере крупных компаний в разных секторах экономики. Рассмотрим конкретные примеры коррупции и основные направления их последствий:

1. Коррупционные схемы и манипуляции с контрактами. В 2020 году компания «Роснефть» оказалась в центре большого скандала: были выявлены факты коррупции среди высшего руководства компании,

включая манипуляции с тендерами и завышенные цены на поставку оборудования [2]. Этот случай напоминает обвинения, которые появились в 2021 году в отношении ПАО «Сбербанк», когда журналисты и эксперты указывали на непрозрачность тендерных процедур и возможные коррупционные схемы в отношениях с подрядчиками [3]. Оба случая хорошо иллюстрируют, как манипуляции с контрактами и ценами могут негативно повлиять на репутацию компаний и вызвать финансовые потери. Также эти примеры подчеркивают важность внутреннего контроля и повышенного внимания со стороны регулирующих органов, что и произошло после этих скандалов в 2020–2021 годах.

2. Неэффективное использование государственной поддержки. В 2020–2021 годах «Аэрофлот» столкнулся с вопросами по целевому использованию субсидий, выделенных на покрытие убытков, вызванных пандемией COVID-19 [5]. Внимание правоохранительных органов было привлечено к возможному нецелевому расходованию этих средств, что привело к дополнительным расследованиям. Этот случай перекликается с ситуациями и в других отраслях, например, с обвинениями ПАО «Сбербанк» в 2021 году о том, как он неправильно использует государственные ресурсы и поддерживает непрозрачные схемы взаимодействия с подрядчиками [3]. В обоих случаях проблемы с прозрачностью и контролем приводят к репутационным рискам и могут негативно повлиять на конкурентоспособность компаний.

3. Нарушения законодательства о рекламе и защите прав потребителей. В 2023 и 2024 годах крупные банки, такие как «Сбербанк», «Почта Банк», «ВТБ» и другие, были оштрафованы Федеральной антимонопольной службой (ФАС) за нарушения в рекламе [6]. В 2023 году «Сбербанк» был оштрафован на 600 тысяч рублей за рекламу, в которой ставка по кредиту была выделена крупным шрифтом, а важные условия были скрыты в мелком шрифте, что нарушало права потребителей. В 2024 году это нарушение повторилось уже с «ВТБ», который также столкнулся с обвинениями в недостаточной прозрачности условий рекламы вкладов и кредитных карт. Еще раньше, в 2019 году штрафы за недостоверную рекламу были наложены и на «Альфа-Банк». Эти нарушения в сфере рекламы стали настолько частыми, что привели к усилению контроля со стороны ФАС в 2020–2024 годах, что еще раз демонстрирует важность соблюдения норм законодательства о рекламе и честности в отношениях с потребителями.

4. Риски для репутации и конкурентоспособности. Примеры, связанные с «Роснефтью», «Сбербанком» и другими компаниями, показывают, как серьезные нарушения в области

корпоративной этики и финансовой прозрачности могут повлиять на имидж и конкурентоспособность компаний. В 2020–2021 годах, когда публичность вышеописанных скандалов стала очевидной, компании столкнулись с репутационными рисками. Для «Сбербанка» эти обвинения в коррупции в 2021 году имели серьезные последствия для его позиции на финансовом рынке, особенно в условиях растущей конкуренции. Похожие проблемы с репутацией появились и у «Аэрофлота» в 2020–2021 годах, когда возникли подозрения по поводу нецелевого использования государственных субсидий. Эти примеры подчеркивают, как важно для крупных компаний обеспечивать прозрачность своих операций и поддерживать доверие со стороны общественности и клиентов.

5. Ответственность и влияние внешних органов. В 2019–2024 годах ФАС активно работала с компаниями, нарушавшими нормы рекламного законодательства. Например, в 2020 году штрафы были наложены на «Сбербанк» и «Альфа-Банк» за рекламу с неверными процентными ставками, а в 2023 году «Почта Банк» был оштрафован за аналогичное нарушение [6]. В 2024 году были также оштрафованы «ВТБ» и «Яндекс.Маркет» за недостоверную информацию в рекламных материалах [7]. Эти действия ФАС подчеркивают важность соблюдения законодательных требований в рекламе и защите прав потребителей, а также показывают, как внешние органы могут влиять на финансовые результаты и репутацию компаний.

Таким образом, при анализе деятельности крупных российских компаний в 2019–2024 гг. было выявлено достаточно большое количество случаев неэтичного корпоративного поведения. Борьба с коррупцией и взяточничеством требует системного подхода со стороны государства и внедрения комплексных мер. Такие меры могут помочь не только минимизировать риски коррупционных действий, но и будут способствовать созданию здоровой корпоративной культуры внутри компании. Минимальным набором таких мероприятий, по мнению авторов статьи, можно считать следующие:

1. Разработка политики противодействия коррупции, включающей четкое понятие коррупционного поведения и меры ответственности за него.
2. Создание независимых контрольных органов внутри компании для проведения регулярных аудитов и оценки соблюдения антикоррупционных мер.
3. Предоставление возможности для сотрудников анонимно сообщать о случаях взяточничества или коррупции без страха перед репрессиями.

4. Определение и применение строгих дисциплинарных мер для сотрудников, пойманных на коррупционных действиях, вплоть до увольнения и привлечения к уголовной ответственности.

5. Активное сотрудничество с правоохранительными органами и другими государственными учреждениями для обмена информацией и лучшими практиками в борьбе с коррупцией.

Реализация подобных мероприятий поможет компании успешно разрешить многие моральные проблемы в своей деловой практике, что положительно скажется на ее деловой репутации, отношении со стороны клиентов и общества, и в конечном итоге, на финансовых результатах деятельности.

Библиографический список

1. Антикоррупционная политика: учебник для вузов / под редакцией Г.А. Сатарова. - М.: Юрайт, 2025. 396 с.

2. Бахтина О., Свинцова Е. Экс-директора экс-структур Роснефти будут судить за взятки. URL: <https://neftegaz.ru/news/arbitrage/712863-direktora-eks-struktur-rosnefti-budut-sudit-za-vzyatki/>.

3. Вице-президент «Сбера» Ракова подозревается в хищении 50 млн рублей в период работы замминистра просвещения. URL: <https://www.bfm.ru/news/482527>.

4. Канке В.А. Психология бизнеса. Бизнес-этикет: учебник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. 236 с.

5. Жесткая посадка: топ-менеджеры «Аэрофлота» могут получить до 10 лет. URL: <https://iz.ru/1360799/roman-soldatov-irina-chefanova/zhestkaia-posadka-top-menedzhery-aeroflota-mogut-poluchit-do-10-let>.

6. «Почта Банк» заявил о выполнении предписания ФАС о ненадлежащей рекламе. URL: <https://tass.ru/ekonomika/19077695>.

УДК 316.343

Трудовые мигранты и российский рынок труда на современном этапе

Неклюдов В.А., канд. экон. наук, доцент

Хованская П.П.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной статье рассматриваются и анализируются состояние трудовой миграции, основные проблемы рынка труда иностранной рабочей силы на территории Российской Федерации на

современном этапе. Проведен анализ и оценка рисков сокращения иностранной рабочей силы, возникающие проблемы в миграционной сфере и пути их решения.

Ключевые слова: трудовые мигранты, рынок труда, миграция

Migrant workers and the russian labor market at the present stage

*Neklyudov V.A., candidate of economic sciences, associate professor
Khovanskaya P.P.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. Annotation. This article examines and analyzes the state of labor migration, the main problems of the labor market of foreign labor in the territory of the Russian Federation at the present stage. The analysis and assessment of the risks of reducing the foreign labor force, emerging problems in the migration sphere and ways to solve them are carried out.

Keywords: labor migrants, labor market, migration

Экономическая ситуация, сложившаяся в России на фоне специальной военной операции и экономических санкций со стороны недружественных стран в отношении нашего государства, на современном этапе формирует новые тенденции. На сегодняшний день Российская Федерация проводит миграционную политику в интересах безопасности нашего государства и общества в целом [1]. В современной России тема миграции и использование трудовых мигрантов является актуальной и по себе проблемной. Безусловно здесь сыграли трагические события 22 марта 2024 года в Подмоскowie и начало Специальной военной операции от 24 февраля 2022 года на территории Украины. В настоящее время в нашей стране проживает 6174000 иностранных граждан. Из них по официальным данным МВД России около 670 тыс. мигрантов находятся на нелегальном положении, более половины из них женщины и дети. Законодательство нашей страны внесло определенные поправки в существующие законы для мигрантов в сторону ужесточения. С 5 февраля по 30 апреля 2025 года в России вступило в силу так называемая «амнистия» в отношении иностранных граждан.

За этот период времени иностранные граждане должны были легализоваться на законных основаниях. Однако Президентом Российской Федерации принято решение о продлении до 10 сентября 2025 года срока действия Указа № 1126, предоставляющего возможность иностранным

гражданам урегулировать свой правовой статус. В первую десятку стран по числу своих граждан в России входят Узбекистан, Таджикистан, Кыргызстан, Беларусь, Армения, Азербайджан, Казахстан, Китай и Туркменистан.

Немаловажное значение имеет в сфере миграции поручение главы российского государства в рамках Указа № 309 от 07.05.2024 года, где Президент страны поставил конкретную задачу перед профильными министерствами об увеличении иностранных студентов к 2030 году на территории России до 500 тысяч человек [2]. В целом интерес к российскому высшему образованию у иностранных граждан стабильно высок. Они поступают как на платные, так и по квотам правительства. По официальным данным, в 2024 году в российских вузах обучались 389 тысяч иностранцев.

На 2025 год ожидаемая цифра - 410 тысяч. Не секрет, что часть студентов указанной категории после завершения учебы остаются в России с целью трудоустройства. Трудовые ресурсы являются одним из основных факторов, обеспечивающих эффективное развитие экономического потенциала регионов и страны в целом. Реализация государством мер активной экономической политики способствует увеличению потребности в трудовых ресурсах. Одним из решений дефицита рабочей силы, может стать увеличение числа иностранных работников.

В 2024 году увеличилось количество иностранных граждан, прибывающих в Российскую Федерацию в визовом порядке с целью осуществления трудовой деятельности на 42,4%, наибольшее количество рабочих виз оформлено гражданам Китая, Вьетнама, Индии и Турции. Увеличилось количество выданных разрешений на работу на 23,6%; 99,1 тыс., патентов на 3,6%; 2,3 млн [4]. Действующим законодательством предусмотрено квотирование привлечения трудовых мигрантов. В 2024 году в масштабе страны при трудоустройстве трудовых мигрантов размер квот увеличился и составляет 155929 приглашения на въезд и разрешения на работу (в 2023 году - 123943). При определении квоты учитываются региональные предложения, кроме того, анализируется ситуация на рынке труда.

Например, определенные ограничения по использованию иностранной рабочей силы введены в Амурской области (запрет на приглашение иностранцев по добыче руды и песков драгметаллов), а в Калужской области региональными властями наоборот, принято решение об увеличении иностранных работников в сфере обработки и утилизации отходов [3, с. 27]. Регулирование визовой трудовой миграции

осуществляется на региональном и федеральном уровнях. Статистика квот на привлечение внешней трудовой миграции отражена в таблице 1.

Таблица 1. Российская Федерация: соотношение плановой и итоговой численности квоты визовых трудовых мигрантов, 2022–2024 гг.

2022-итог		2023-план		2023-итог		2024-план	
чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
78653	63	82629	67	99498	80	103953	67

В таблице 2 приведены цифры динамики визовой трудовой миграции по федеральным округам в период с 2022 по 2024 гг.

Таблица 2. Российская Федерация: динамика визовой трудовой миграции по федеральным округам, 2022–2024 гг. (чел.)

Федеральные округа	2022–итог		2023–план		2023–итог		2024–план	
Северо-Кавказский	24	0%	5	0%	229	0%	211	0%
Южный	309	0%	518	0%	927	1%	1311	1%
Приволжский	1984	2%	1192	1%	2813	2%	2281	1%
Уральский	4697	4%	5619	5%	6554	5%	4782	3%
Сибирский	6794	5%	7124	6%	7586	6%	8997	6%
Северо-Западный	11122	9%	23495	19%	14205	11%	22387	14%
Центральный ФО	26995	22%	18634	15%	30563	25%	27057	17%
Дальневосточный	26728	22%	26042	21%	36621	30%	36927	24%
Резерв квоты РФ	45354	37%	41314	33%	24445	20%	51976	33%
Всего по РФ	124007	100%	123943	100%	123943	100%	155929	100%

Проводимая на современном этапе миграционная политика властями ярославского региона играет немаловажную роль в дальнейшем экономическом развитии. Миграционная ситуация на сегодня в регионе отмечается как стабильная. Власти и правоохранительные органы постоянно контролируют в свою очередь приток иностранных граждан в наш регион. Наибольшее количество граждан, работающих в Ярославской области, составляют представители Узбекистана и Таджикистана, Белоруссии, Армении и Киргизии.

На 01.01.2025 года действительные патенты имели 7328(+10,4%) иностранных граждан, из них: 4251(+56,2%) для работы у юридических лиц, 3077(-21,5%) для работы у физических лиц [5]. На рисунке 1 отражены цифры за последние 5 лет по данной линии миграции.

Безусловно на сегодняшний день Ярославская область испытывает потребность в привлечении трудовых мигрантов в различные отрасли экономики региона. Прежде всего это сферы строительства и транспорта, предприятия и организации региона. Ряд российских регионов на

сегодняшний день в том числе и соседние регионы, граничащие с нашей областью, ввели определенные запреты на использование иностранной рабочей силы на местах. К примеру, Тверская область ввел полный запрет в торговле с лекарствами, ограничения в сфере общественного питания, образования, подборке персонала, бытовых услуг, спорта и здравоохранения.

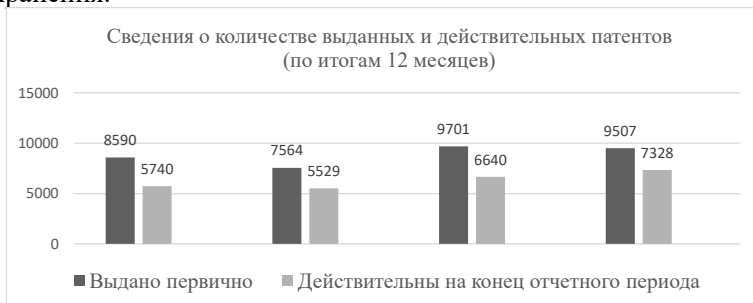


Рисунок 1. Сведения о количестве выданных и действительных патентов в регионе (по итогам 2024 года)

Вопрос о полном или частичном запрете использования иностранной рабочей силы активно обсуждается в средствах массовой информации. При этом на территории Ярославской области на сегодня каких-либо полных или дополнительных мер ограничительного характера для иностранной рабочей силы не вводились и в ближайшее время не планируется. Нехватку рабочих сил в ярославском регионе испытывают такие отрасли, как сельское хозяйство, промышленные организации, строительство и др. И по этой причине власти региона считают введение каких-либо ограничений на сегодняшнем этапе в отношении трудовых мигрантов нецелесообразным. В таблице 3 приведены сведения по отраслям экономики, в которых используются трудовые мигранты.

Таблица 3. Отрасли экономики, в которых используются мигранты в Ярославской области в 2024 году

№ п/п	Отрасль экономики	Кол-во человек
1	Производство обуви	1146
2	Подбор персонала	369
3	Разведение крупного молочного скота	348
4	Производство пластиковой упаковки	233
5	Разведение с/х птицы	211
6	Строительство зданий	183
7	Производство металлоконструкций	106
8	Строительство дорог	74

Трудовая миграция на современном этапе играет немаловажную роль в сфере трудовых отношений на территории страны и в свою очередь требует правового регулирования с учетом спроса на рынке труда.

Таким образом, совершенствование миграционной политики Российской Федерации в целях укрепления национальной безопасности является важной задачей, требующей комплексного подхода. Ужесточение контроля за миграционными потоками, улучшение системы регистрации мигрантов, разработка программ интеграции, совершенствование правовой базы и сотрудничество с международными организациями - все эти меры помогут создать безопасную и стабильную среду для граждан и мигрантов в условиях глобальных вызовов.

Библиографический список

1. Указ Президента Российской Федерации от 19.12.2012 года № 1666 «О стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 года № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года».

3. Попова С.М. Трансформация миграционной политики России: этапы, особенности, проблемы (1989–2023) / С.М. Попова, А.А. Яник, С.Ф. Карпова //Административное и муниципальное право. 2023. № 4. С. 24–51.

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://ssl.rosstat.gov.ru>.

5. Статистические данные о миграционной ситуации на территории Ярославской области за 12 месяцев 2024 года.

УДК 339.9

Особенности развития экономических отношений между Россией и Китаем на современном этапе

Неклюдов В.А., канд. экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности развития российско-китайских экономических отношений на современном этапе. Проанализированы и отражены развития взаимодействия совместного партнерства и дальнейшее сотрудничество двухсторонних отношений.

Ключевые слова: товарооборот, Россия, Китай, экономические отношения

Features of the development of economic relations between Russia and China at the present stage

*Neklyudov V.A., candidate of economic sciences, associate professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This article examines the specifics of the development of Russian-Chinese relations at the present stage. The development of the interaction of the partnership and the further cooperation of bilateral relations are analyzed and reflected.

Keywords: trade turnover, Russia, China, economic relations

Сотрудничество между Россией и Китаем на современном этапе обусловлено геополитическими условиями их существования в мировом пространстве. Оба государства являются лидерами по их специфическим страновым признакам (территория и численность населения). Кроме того, благоприятным фактором для построения политических и экономических взаимоотношений является то, что страны имеют общую границу, что способствует их добрососедским отношениям.

Обострение международной обстановки и многочисленные экономические санкции со стороны стран Евросоюза и США по отношению России в связи с проведением специальной военной операции на территории Украины, стимулировали новый виток российско-китайского взаимодействия. Подобные нападки испытывает на себе и Китай. Взаимодействие России и Китая пережило несколько достаточно резких поворотов.

Преодолев многие проблемы, касающиеся урегулирования вопроса с границами и товарооборотом, долгие годы мешающие нормализации связей между странами, их лидеры Владимир Владимирович Путин и Си Цзиньпин в ходе неоднократных деловых встреч, путем подписания ряда двусторонних соглашений пришли к выводу о необходимости развивать отношения равноправного доверительного партнерства, направленного на стратегическое взаимодействие в 21 веке. На сегодняшний день российско-китайские отношения в сфере экономики и партнерских отношений безусловно выходят на новый уровень.

Сотрудничество России и Китая преследует стратегические цели, направленные на укрепление позиций государств в глобальном управлении на современном этапе. В настоящее время на официальном уровне руководством обеих стран разрабатываются совместные инвестиционные проекты, реализация которых поможет значительно укреплять национальную экономику.

В последнее время Китай является основным экономическим партнером для российского государства. Направления сотрудничества двух стран включают сферы освоения космоса, военного сотрудничества, транспорта, энергетики, промышленности, продовольствия, сельского хозяйства и др. С 2010 года Китай остается крупнейшим торговым партнером для нашей страны. На рисунке 1 приведена динамика товарооборота между Китаем и Россией в период с 2015–2024 гг. За этот промежуток времени товарооборот вырос на 123% и по итогам 2024 года составил 245 млрд долларов [5]. Объем взаимной торговли продолжает расти. К 2030 году они должны составить 300 млрд долл.

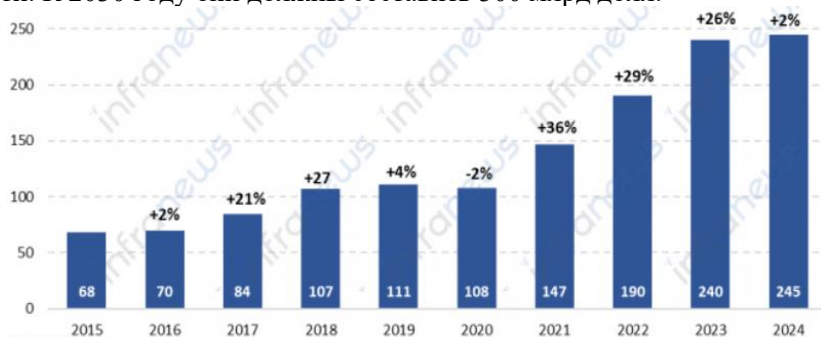


Рисунок 1. Динамика товарооборота Китая и России с 2015–2024 гг.
(млрд долларов)

В непростых условиях, когда ряд государств-партнеров отрекся от нашей страны, несмотря на двусторонние экономические отношения, закреплённые в договорах, Китай остается надежным союзником. Темпы товарооборота между двумя странами наращиваются, невзирая на всевозможные угрозы о введении новых экономических санкций, в первую очередь со стороны США. У партнеров на современном этапе появилось больше возможностей и перспектив для углубления и расширения стратегического партнерства не только в сфере экономики, но и по другим направлениям.

По итогам 2024 года Россия сохранила статус ведущего экспортера сырой нефти в Китай, объем поставки составило 108,47 млн тонн, на сумму 62,42 млрд долларов, что на 2,8% больше, чем в 2023 году. Это наибольший

объем за всю историю взаимной торговли. Совокупный объем поставок сырой нефти всеми видами транспорта, включая трубопроводный, за 12 месяцев 2024 года оказался на 1% больше, чем в 2023 году.

На сегодняшний день ПАО «Газпром» остается крупнейшим поставщиком трубопроводного газа в Китай. Также в 2023 году российская сторона увеличила объем поставки сжиженного природного газа в Китай на 3,3%, что составляет 8,3 млн тонн на сумму 4,99 млрд долларов.

Самый главный товар китайского импорта в Россию – поставка автомобилей на сумму более 23 млрд долларов за 2024 год. В топе лидеров такие китайские бренды, как Geely, Haval и др. Экспорт из России растет быстрее, чем импорт из Китая. Российско-китайская дружба крепнет из года в год.

Практически на 100% проводятся взаиморасчеты по торговым операциям между экономическими партнерами в рублях и юанях. В настоящее время между сторонами реализуется более 80 совместных инвестиционных проектов на сумму 20 трлн долларов [3].

Одним из наиболее ярким примером сотрудничества России и Китая является проект по строительству восточной ветки Российско-Китайского газопровода под названием «Сила Сибири» разработанного при поддержке российской компании «Газпром» и китайской корпорации CNPC [2].

Помимо этого примера совместные усилия государств направлены на реализацию проекта «Новый шелковый путь», подразумевающего строительство нового железнодорожного моста, что позволяет упростить логистическое взаимодействие между странами и укрепить их торгово-экономические взаимоотношения.

В ближайшем будущем РЖД планирует расширить возможности БАМа и Транссиба. Также руководство обеих стран рассматривает перспективу налаживания морского сухопутного сообщения, последнее из которых стало возможным благодаря строительству моста между российским Благовещенском и китайским городом Хэйхэ. Китай охотно стал вкладывать в проработку проекта строительства завода свинцово-цинкового месторождения на Новой Земле. Российская сторона планирует привлечь Китай к проекту по строительству СПГ-завода в Усть-Луге (Ленинградская область), которые ведут «Газпром» и «Русгаздобыча». Комплекс должен стать самым мощным по объему переработки газа в России и крупнейшим по объему производства СПГ в Северо-Западной Европе. Также Россия и Китай заинтересованы в финансировании иных крупных проектов в экономической сфере, которые могут существенно повлиять на модернизацию и стабилизацию их экономик.

Отдельного внимания заслуживает сотрудничество между странами в области туризма. Турпоток между странами по итогам 2024 года превысил 2 млн человек. Немаловажное значение между сторонами играет и военное сотрудничество. Главной целью укрепления взаимоотношений между Россией и Китаем в сфере военного сотрудничества является совместное противостояние агрессивной политике США, отношения с которыми крайне нестабильны у обеих стран [1]. Стратегическое значение между Россией и Китаем играет сотрудничество в сфере освоения космоса на современном этапе.

Подписанное соглашение в феврале 2025 года между двумя странами о развитии лунной базы и укреплении сотрудничества в области космических исследований открывает новые возможности для обеих стран в освоении космического пространства.

Исследованию Луны и дальнего космоса, сотрудничество в сфере использования навигационных спутниковых систем ГЛОНАСС и Бейдоу. Строительство МНЛС (Международной научной лунной станции) должно полностью завершиться к 2035 году. Последние встречи лидеров двух стран Владимира Владимировича Путина и Си Цзиньпина в 2024-2025гг показывают об углублении отношений всеобъемлющего партнерства и стратегического взаимодействия и укрепления сотрудничества в различных сферах, вступающих в новую эпоху в контексте указанных встреч.

И это далеко не весь перечень между экономическими партнерами на современном этапе. Имеющая политическая основа двусторонних отношений на сегодняшний день между Россией и Китаем способна и далее наращивать темпы экономического роста на современном этапе.

Таким образом, в условиях нынешней реальности сотрудничество России и Китая представляется выгодным в дипломатических и экономических аспектах, так как проведенные в рамках него мероприятия и заключенные договоренности позволяют представителям обоих государств получать финансовую выгоду от партнерства и значительно укреплять свои позиции на международной арене [4].

Библиографический список

1. Ли Сюйян. Военное сотрудничество КНР с Россией на современном этапе// Молодой ученый. 2021. № 48. С. 67–77.
2. Нго Ле Зиу Хьонг. Экономическое сотрудничество России и Китая // Молодой ученый. 2021. № 2. С. 262–264.
3. Тураева М.О., Яковлев А.А. Сотрудничество России и Китая в новых условиях // Россия и современный мир. 2024. № 3(124). С.10-12.

4. Черных Е.О., Ефимова И.А. Перспективы социально-экономического сотрудничества России и Китая // Экономические отношения. 2024. Том 13. № 4. С. 831–844.

5. Динамика товарооборота Китая и России. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/attach/0/20/RCEBFpresentation_2024.pdf.

УДК 338.24

Процессный подход в управлении бизнесом как инструмент роста его эффективности

Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор

Шадрина Н.Ю.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассматриваются виды бизнес-процессов, раскрывается роль и методы процессного подхода в управлении бизнесом. Кроме того, обозначена возможность процессного подхода в повышении финансовых результатов и эффективности работы бизнеса.

Ключевые слова: бизнес-процессы, процессный подход, экономический результат

The process approach in business management as a tool for increasing its effectiveness

Patrusheva E.G., doctor of economics, professor

Shadrina N.Y.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the types of business processes, reveal the role and methods of the process approach in business management. In addition, the possibility of a process approach in improving financial results and business efficiency is outlined.

Keywords: business processes, process approach, economic result

Каждую организацию можно представить как совокупность бизнес-процессов, т.е. набор различных видов деятельности, «на входе» каждого из которых используется один или более видов ресурсов, а «на выходе»

создается продукт, представляющий ценность для потребителя [1]. Бизнес–процессы организации подразделяются на следующие основные группы: основные; сопутствующие; вспомогательные; обеспечивающие; процессы управления и процессы развития.

Процессный подход в управлении требует описания бизнес–процесса. Для этого сначала составляют описание его окружения, с указанием поставщиков и клиентов. Поставщики и клиенты процесса могут быть не только внешними, но и внутренними, т.е. подразделения и сотрудники компании, с которыми рассматриваемый бизнес–процесс взаимодействует [2]. При описании окружения бизнес–процесса его входы и выходы делят на два типа: первичные и вторичные. Их характеристика приведена в таблице 1.

Таблица 1. Характеристика первичных и вторичных входов и выходов бизнес–процесса

Элемент	Характеристика
Первичный вход	Поток объектов, инициирующий «запуск» бизнес-процесса – заказ клиента, план закупок и т. д.
Первичный выход	Основной результат, ради которого существует бизнес-процесс. Определяется целью, назначением бизнес-процесса.
Вторичный вход	Потоки объектов, обеспечивающие нормальное протекание бизнес-процесса – стандарты, правила, механизмы выполнения действий, оборудование и пр.
Вторичный выход	Побочный продукт бизнес-процесса, который может быть востребован вторичными клиентами. Не является основной целью бизнес-процесса.

В управленческой практике процессный подход применяется наравне с проектным и функциональным. Согласно стандарту ИСО 9001:2008, данный метод предполагает управленческий цикл, включающий четыре этапа [3]:

1. Планирование – определение целей и разработка процедур для достижения результатов с учетом требований клиентов и стратегических ориентиров компании.

2. Реализация – выполнение запланированных процедур в установленной последовательности.

3. Контроль – мониторинг процессов, оценка их эффективности, фиксация изменений и их документирование.

4. Совершенствование – внедрение корректирующих мер для оптимизации процессов на основе данных, полученных на этапе контроля.

Такой подход способствует постепенной рационализации бизнес-процессов, помогает организациям реагировать на изменения рыночных условий, что способствует росту эффективности хозяйствования.

Процессный подход, описанный в стандарте ИСО 9001:2008, применяется для построения, внедрения и совершенствования системы менеджмента качества. Его основная задача – соответствовать ожиданиям конечных потребителей.

Стандарт требует, чтобы организации выделяли ключевые виды деятельности, преобразующие исходные ресурсы («входы») в готовые продукты или услуги («выходы»).

Этот подход предполагает работу с системой взаимосвязанных процессов: их выявление, координацию и управление для достижения поставленных целей. Это обеспечивает одно из его значимых преимуществ процессного подхода – согласованное управление взаимодействиями между отдельными процессами. Такой механизм помогает выстроить систему, в которой каждый процесс вносит вклад в создание ценности для потребителя, а их взаимосвязь обеспечивает последовательное выполнение задач организации [4].

Процессный подход включает разработку регламентов, определяющих:

- распределение обязанностей между участниками процессов;
- порядок взаимодействия между структурными подразделениями;
- принципы работы с внешними контрагентами;
- формы отчетности и механизмы обратной связи.

В итоге выстраивается согласованная система управления, где процессы направлены на достижение запланированных результатов при эффективном взаимодействии всех элементов.

Внедрение процессного подхода предполагает разработку системы показателей для оценки принимаемых управленческих решений. В такую систему обычно входят четыре группы критериев [4]:

1. Результативные показатели - фиксируют итоги выполнения отдельных процессов и деятельности организации.
2. Эффективные показатели - отражают соотношение между использованными ресурсами и достигнутыми результатами.
3. Качественные показатели - описывают характеристики выпускаемой продукции или оказываемых услуг.
4. Потребительские показатели - оценивают соответствие результатов работы компании запросам клиентов.

Подобная система оценки помогает анализировать деятельность организации, находить области для улучшения и корректировать бизнес-процессы на основе фактических данных.

Процессный подход к управлению может способствовать улучшению экономических показателей организации за счет:

- более рационального распределения ресурсов, что приводит к сокращению затрат;
- уменьшения административных расходов благодаря четкому разграничению функций между подразделениями;
- потенциального роста объема продаж при совершенствовании ключевых процессов;
- сокращения времени выполнения операций, что влияет на оборачиваемость активов.

Экономические последствия процессного подхода обусловлены тем, что его применение, позволяющее организациям выявлять узкие места в рабочих процессах, оценивать и наращивать эффективность процедур, выявлять вносить корректировки в проблемные области, обеспечивает уменьшение текущих расходов, увеличение выручки, повышение рентабельности деятельности.

Таким образом, применение процессного подхода позволяет создать систему управления, которая:

- ориентирована на повышение потребительской ценности продукции/услуг;
- способствует повышению эффективности операционной деятельности;
- создает условия для стабильного функционирования компании;
- помогает реализовывать бизнес-задачи с оптимальным использованием ресурсов.

Перечисленные результаты процессного подхода должны приниматься во внимание при экономической оценке планируемых мер совершенствования бизнес-процессов и выборе вариантов их совершенствования.

Библиографический список

1. Кириллина Ю.В. Управление бизнес-процессами: учебное пособие. – М.: РТУ МИРЭА, 2022. 159 с.
2. Варзунов А.В., Торосян Е.К., Сажнева Л.П. Анализ и управление бизнес-процессами. Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. 112 с.

3. Бизнес-планирование: учебник / Э.М. Лубкова, Г.С. Ермолаева, С.А. Шелковников [и др.]. – Кемерово: КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2023. 170 с.

4. Бояркин Г.Н. Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие / Г.Н. Бояркин, К.В. Кравченко. – Омск: Омский государственный технический государственный технический университет, 2020. 94 с.

УДК 330.322.21

Цели и задачи проектов модернизации производства в сфере производства железобетонных изделий

Патрушева Е.Г., д-р экон. наук, профессор

Трубникова А.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам модернизации промышленных предприятий, с акцентом на производство железобетонных изделий. Рассматриваются основные цели и задачи модернизации, этапы её реализации, а также влияние инвестиций в основной капитал на обновление технического уровня предприятий.

Ключевые слова: модернизация промышленности, железобетонные изделия, инвестиции, техническое обновление

Objectives and tasks of production modernization projects in the sphere of reinforced concrete products production

Patrusheva E.G., doctor of economics sciences, professor

Trubnikova A.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This article is devoted to the issues of modernization of industrial enterprises, with an emphasis on the production of reinforced concrete products. The main goals and objectives of modernization, the stages of its implementation, as well as the impact of investments in fixed capital on the renewal of the technical level of enterprises are considered.

Keywords: industrial modernization, reinforced concrete products, investments, technical renewal

Модернизация является важной формой повышения технического уровня российских предприятий промышленного комплекса в настоящее время. Она представляет собой ограниченный во времени процесс управляемых преобразований, предусматривающий качественное изменение его технико-экономического, организационного и управленческого уровней на основе обновления выпускаемой продукции и основных фондов с приведением основных показателей деятельности предприятия до уровней, определяемых стратегическими целями его развития.

Модернизация не может быть постоянным, непрерывным процессом, она всегда выполняется за определенное, заранее запланированное время и ориентирована на решение строго определенных задач. Целью модернизации является изменение качественного состояния предприятия, а именно переход на более высокую, качественно иную ступень его различных характеристик. Модернизация также тесно связывает промышленное предприятие с обновлением продукции и основных фондов, их активной частью, машинами и оборудованием.

Обновление основных фондов требует значительных инвестиционных затрат и большого интервала времени реализации, определяя тем самым в значительной степени затраты и сроки осуществления модернизации предприятия.

Согласно данным Росстата, объем инвестиций в основной капитал в 2023 г. составил около 34038,9 млрд. руб., что больше 2022 г. на 5625 млрд. руб. или на 19,79%. Если рассматривать статистику именно по Ярославской области, то в 2023 г. размер инвестиций в основной капитал достиг 135818,6 млн. руб., увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 16,45%. При этом в общем объеме инвестиций именно вложения в модернизацию в условиях санкционного давления и ограниченности финансовых ресурсов носят преобладающий характер. Так, объемы инвестиций на модернизацию (оборудование, машины, здания и сооружения) в 2022 и 2023 гг. имели наибольший удельный вес, равный 75% [1].

Данная информация показывает важность исследования данного направления инвестирования, т.к. процесс модернизации является наиболее выгодным путем совершенствования технического уровня производства и повышения эффективной деятельности по сравнению с полным обновлением производства.

Модернизация всегда ориентирована на преобразования с целью достижения определённого качественного состояния, обозначенного в стратегии развития предприятия [2].

В качестве целей проекта модернизации могут служить:

- повышение эффективности парка технологического оборудования;
- выпуск новой продукции и/или продукции с улучшенными характеристиками;
- освоение новых видов технологий, снижение доли тяжелого ручного труда, сокращение длительности производственного цикла изготовления продукции;
- сокращение трудоемкости производственных процессов;
- повышение надежности систем оборудования и безопасности процесса производства;
- сокращение потерь (производственных и непроизводственных);
- расширение возможностей производства одновременно с его ростом;
- сокращение себестоимости изделия (за счет применения прогрессивных технологий, материалов, экономии энергетических и трудовых ресурсов).

Для успешного осуществления проекта модернизации в организации необходимо проводить [3]:

- организационно-технологический аудит с целью выбора правильного направления проведения модернизации предприятия;
- подготовку исходных данных для проведения модернизации объектов предприятий;
- разработку проектной документации;
- разработку программ инновационного развития и модернизации действующих предприятий;
- подготовку технико-экономических обоснований модернизации производства;
- оптимизацию действующих и разработку новых прогрессивных технологий производства изделий;
- подбор оборудования под конкретные задачи предприятия;
- подготовку технических требований на разработку специального оборудования;
- поставку и запуск в производство современного высокотехнологичного оборудования;
- обучение персонала.

В результате реализации проектов модернизации организация достигает нового уровня качества продукции, более рационального использования ресурсов, сокращения сопутствующих затрат и тому подобное.

Важным вопросом при модернизации производства является оценка предполагаемой экономической эффективности мероприятий, которая, в свою очередь, зависит от технико-технологической и логистической проработки вопросов [4]:

- наличия и необходимости модернизации логистической инфраструктуры (агрегатов, технологических линий, складов, путей и пр.);
- выбора новой технологии или модернизации существующей;
- выбора состава технологического оборудования;
- проектирование и изготовление специальных устройств.

В частности, модернизация является востребованной формой повышения технического уровня производства на предприятиях железобетонных изделий (ЖБИ), которые являются незаменимыми элементами в строительстве жилых, промышленных и инфраструктурных объектов. Развитие технологий не стоит на месте, и за последние годы производство ЖБИ претерпело значительные изменения. Например, внедряется автоматизация и роботизация производственных процессов.

Автоматизация является одним из ключевых трендов в сфере производства ЖБИ. Современные заводы оснащены роботизированными системами дозирования, перемешивания и заливки бетонных смесей. Это снижает риск ошибок, повышает точность и ускоряет производственный цикл. Вибропрессование и вибролитье позволяют добиться более высокой плотности и равномерности структуры бетона, что положительно сказывается на его эксплуатационных характеристиках. Чтобы добиться таких возможностей, организации необходимо своевременно разрабатывать и реализовывать стратегию, с помощью которой будет возможно усовершенствовать, обновить оборудование и повысить квалификацию работников. Тем самым, организация сможет сохранить и увеличить свою прибыль и долю на рынке.

Также важной задачей современного производства является снижение энергозатрат и минимизация воздействия на окружающую среду. Использование новых методов теплоизоляции форм, переработка отходов бетона и снижение выбросов углекислого газа позволяют сделать производство ЖБИ более экологичным. Многие заводы переходят на энергоэффективное оборудование и используют альтернативные источники энергии, что не только уменьшает затраты, но и соответствует современным экологическим стандартам [5].

Итак, следует вывод, что модернизация на промышленных предприятиях охватывают все уровни деятельности предприятия — от технического оснащения до управленческих структур, что требует системного подхода и координации различных направлений работ. Также

процессы модернизации нуждаются в значительных объемах инвестиций в обновление оборудования, обучение персонала и развитие инфраструктуры. Все эти действия должны привести к повышению производительности, качества продукции, снижению издержек и повышению конкурентоспособности предприятия.

Проекты модернизации производства железобетонных изделий, как и в других промышленных сферах, направлены на повышение производительности, снижение издержек и улучшение качества продукции. Задачи, такие как автоматизация процессов, экологическая безопасность, обучение персонала и внедрение инновационных технологий, способствуют реализации этих целей. В результате обеспечивается достижение высоких показателей эффективности, качества и финансовой устойчивости.

Все это позволяет предприятиям оставаться конкурентоспособными на рынке, отвечая современным требованиям и стандартам.

Библиографический список

1. Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации по видам основных фондов [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Tab_inv-vf.htm.

2. Определение экономической эффективности модернизации производства [Электронный ресурс]. URL: <https://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/142222/vkrladimirova.pdf?sequence=1>.

3. Модернизация предприятий [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--clardr.xn--plai/modernizatsiya-predpriyatij>.

4. Эффективная модернизация производства [Электронный ресурс]. URL: https://uppro.ru/library/modernization/modernization-technology_upgrade/effektivnaya-modernizaciya-proizvodstva/.

5. Современные технологии производства ЖБИ [Электронный ресурс]. URL: <https://block-gbi.ru/articles/elementy-zhelezobetonnykh-konstruktsiy/sovremennye-tehnologii-proizvodstva-zhbi-cto-izmenilos/>.

УДК 330.101

Роль традиции в инновационном развитии регионов РФ

Райхлина А.В., канд. экон. наук, доцент

Круглов К.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены взаимосвязи между укорененными традиционными ценностями и инновационными целями в развитии субъектов РФ. Проанализированы примеры инновационных регионов, которые остаются приверженцами ярких национальных обычаев и при этом, показывают значимые инновационные результаты.

Ключевые слова: традиции, государственное управление, инновации, социально-экономическое развитие, регион

The role of tradition in the innovative development of the regions of the Russian Federation

*Rajkhlina A.V., candidate of economic sciences, associate professor
Kruglov K.A.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the relationship between rooted traditional values and innovative goals in the development of the subjects of the Russian Federation. The examples of innovative regions that remain committed to vibrant national customs and at the same time show significant innovative results are analyzed.

Keywords: traditions, public administration, innovations, socio-economic development, region

Современное региональное развитие определяется взаимодействием глобализации, государственной политики и местной специфики. Традиция выступает глубинным фактором, влияющим на его траекторию и успешность. В обыденном понимании традиция связывается с уходящими вглубь веков и укорененными в привычках представлениями. Иначе говоря, традиция – противоположность инновации. В этой связи изучение роли традиции в реализации национальных целей инновационного и технологического развития регионов РФ представляется актуальным.

Традиция (лат. *traditio* – передача) – динамический процесс передачи социокультурного наследия (норм, ценностей, практик), обеспечивающий преемственность и идентичность. Важнейшая функция – снижение транзакционных издержек через нормы доверия и взаимопомощи [1].

В широком смысле традиция – это совокупность правил и норм (институтов), которые добровольно соблюдаются большинством населения той или иной местности и познаются посредством коммуникаций, формируя уникальную среду [2].

Укорененностью традиции определяется ее роль в политике, а именно:

- легитимация власти (ссылки на "исконные" порядки);
- формирование политической культуры (патернализм, иерархия);
- стабилизация и интеграция (формирование сообщества);
- создание институциональных рамок (официальных институтов из неформальных практик);
- ресурс мобилизации (защита земли, веры).
- ограничение неопределенности, за счет чего купирование рисков.

Специалисты относят к ключевым чертам политической традиции России следующие особенности:

1) этнокультурное многообразие (тюркские, кавказские и др. традиции);

2) синкретизм (сплав дохристианских/доисламских верований, мировых религий, советских практик);

3) централизм и автономистские устремления (напряжение между имперской/советской централизацией и традициями самоуправления в республиках);

4) значимость неформальных практик (кланы, землячества, "понятия");

5) патернализм (ожидание инициативы "сверху");

6) ценностная динамика (влияние внешних ценностей, ведущее к "институциональным ловушкам недоверия") [3].

Для инновационного развития наиболее значимы культурные традиции, которыми обуславливается инновационная восприимчивость регионов (IS), т.е. способность региональной системы интегрировать изменения. По IS регионы делятся на типы:

1. HIS (высокая восприимчивость, индекс $>0,45$): развитая инфраструктура, высокая инновационная активность, значительные затраты на НИОКР: Москва (0,61), СПб (0,60), Татарстан (0,58). Традиции (доверие, кооперация) – ресурс, катализирующий инновации.

2. MIS (средняя восприимчивость, индекс 0,25–0,45): умеренная активность, потенциал развития (Якутия (0,26), Красноярский край (0,32)). Успех зависит от адаптивной интеграции традиции.

3. LIS (низкая восприимчивость, индекс $<0,25$): слабая инфраструктура, низкая инновационная активность (Тыва (0,20), Адыгея (0,22). Архаичные традиции – фактор, консервирующий привычные практики и "ловушки недоверия" [4].

В таблице 1 представлены прогрессивные и тормозящие аспекты традиции для инновационного развития региона.

Таблица 1. Традиция как барьер и как ресурс инновационного развития

Традиция как БАРЬЕР (особенно в LIS-регионах)	Традиция как РЕСУРС (особенно в HIS-регионах)
– консервация привычных практик (неэффективных моделей); – социальная напряженность (сложившаяся социальная иерархия); – ограничение индивидуальной инициативы (доминирующий уклад на коллективные действия); – пассивное сопротивление инновациям (недоверие к "новому"); – ценностные конфликты (традиционной солидарности и рыночной конкуренции); – высокие социальные издержки перехода к новым моделям.	– источник социального капитала: (доверие, взаимопомощь); – основа идентичности и брендинга (уникальность – база для туризма, культурных индустрий); – фактор стабильности: обеспечивает преемственность; – механизм адаптации: традиционные знания (экология, с/х) актуальны для устойчивого развития [5]; – легитимация реформ: увязка новых практик с привычными ценностями ("модернизация без разрыва"); – моральный фундамент перемен.

Таким образом, значение традиции для инновационного развития региона не однозначно. Проследим ее влияние на примерах из разных географических территорий нашей страны.

Республика Татарстан на протяжении последних лет неизменно входит в топ-5 рейтинга инновационного развития субъектов РФ. В 2024 году регион стал в нем лидером по значению индекса «Инновационная деятельность» благодаря высокому уровню активности инновационного бизнеса. Татарстан отличается опорой на историческую государственность (Волжская Булгария, Казанское ханство), исламскую этику и традиции торговли. Эти факторы способствуют развитию халяльной индустрии (доверие снижает издержки), этнотуризма (Казань, Болгар). Традиции поликультурности определяют восприимчивость к новому.

Самобытность Якутии определяют традиции взаимодействия с природой (культ Айыы), кочевничества, общинности, эпического наследия. В инновационном развитии проверенные поколениями знания об окружающем мире ложатся в основу программ экомониторинга и адаптации к изменениям климата, способствуют формированию этнофутуризма и "зеленой" экономики в Арктической зоне. Специфика вечной мерзлоты становится полигоном для инноваций в строительстве, материаловедении, криогенетике, природоохранной биологии и других наук о взаимодействии человека и природы.

Для Республики Карелия также характерно сакральное отношение к природе и ее дарам, позиционирование "мест силы" для эко-активного и духовного туризма, продвижение брендов традиционных экологически чистых продуктов. Традиционные отрасли хозяйствования выступают базисом для исследований в геологии, тектонике, переработке шлаков,

мелиорации, лесном деле, рыбоводстве, этнографии, гидрологии (изучение Белого моря, Ладожского и Онежского озёр, озерно-речных систем, подземных вод).

Таким образом, традиция – сложный, динамичный элемент в многообразной палитре факторов инновационного развития региона [6]. Она в ней может выступать как барьером, так и ресурсом. В цифровой экономике трактовка традиций во многом зависит от информационного сопровождения, событийности, представленности в медиа, поскольку социум, пронизанный виртуальными связями, реальными считает только те объекты, о которых имеется цифровой контент [7]. Немаловажной является и позиция органов управления, их внимание к традициям и оценки, которые приходят с их стороны и транслируются от их имени по отношению к традициям [8].

Традиция не должна замыкать регионы в прошлом, но может стать фундаментом для инновационного будущего, если превратить её нормы доверия и кооперации в конкурентное преимущество. По сути, «традиции и инновации являются частью общего механизма реализации процессов воспроизводства культуры, сопровождаемых наслоением, постоянным соприсутствием, сопряжением и взаимодействием» [9]. Зачастую их рассматривают как разнонаправленные векторы социально-политической динамики, по отдельности, исходя из их несовместимости. Вместе с тем диалектика взаимоборства, с одной стороны, и взаимного усиления традиций и инноваций с другой, и заключает в себе тот потенциал для преодоления неопределенности и системной нестабильности, который так необходим в изменяющихся условиях. Инновации, произрастая из традиции, в органической связи с прошлым, определяют прогресс. Традиции, обогащенные инновациями, преодолевают статичное состояние и приобретают динамику, а также статус укрепляющих и стабилизирующих инновации звеньев. Тем самым складывается общее эволюционное поступательное движение непрерывного обновления, суть которого есть развитие.

Библиографический список

1. Доржиева Э.Л. Этика и доверие как инструменты минимизации транзакционных издержек в инновационной деятельности // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2016. № 2. С. 61–64.
2. Райхлина А.В. Значение коммуникаций в формировании и развитии инновационной среды региона / В сборнике: Коммуникация - общество - человек. сборник научных трудов III Национальной научно-

практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием. - Ярославль, 2024. С. 176–181.

3. Сазанова С.Л. Место и роль ценностей и стимулов хозяйственной деятельности в структуре факторов, влияющих на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства в России // Вестник университета. 2017. № 3. С. 31–36.

4. Перский Ю.К., Завьялов А.Ю. О роли инновационной восприимчивости в управлении инновационной адаптацией региональной социально-экономической системы (на примере субъектов РФ) // Ars Administrandi (Искусство управления). 2014. № 1. С. 27–36.

5. Райхлина А.В. Умный город vs устойчивое развитие: антагонизм и синергия концепций / В сборнике: Коммуникация - общество - человек. Сборник научных трудов II Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием. - Ярославль, 2023. С. 199–202.

6. Факторы ускорения роста региональной экономики в условиях современных вызовов / А.Е. Веденеев, М.О. Ермоленко, А.П. Карасев [и др.]. - Ярославль, 2024. 192 с.

7. Райхлина А.В., Панасенко А.О., Сенопалова А.В. Современные тенденции развития маркетинга в информационной среде / В сборнике: Экономика и управление: теория и практика. - Ярославль, 2020. С. 200–204.

8. Санеева Д.А., Райхлина А.В. Особенности построения системы информационного обеспечения деятельности органов государственной власти в РФ / В сборнике: Актуальные вопросы современной науки и образования. - Киров, 2023. С. 522–528.

9. Семененко И.С. Традиция и инновация как концепты политической науки и ориентиры политики развития: диалектика совместимости // Полис. Политические исследования. 2023. № 5. С. 45–65.

УДК 64.011.44

Экономическая эффективность: основные подходы к ее определению

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассматривается понятие эффективность деятельности предприятия как комплексная оценка

достижения целей предприятия с учетом ресурсов и адаптации к изменениям внешней среды, а также рассмотрены различные классификации видов эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: эффективность, деятельность, предприятие, внешняя среда

Economic efficiency: the main approaches to its definition

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the concept of enterprise efficiency as a comprehensive assessment of the achievement of enterprise goals, taking into account resources and adaptation to changes in the external environment, and also consider various classifications of types of enterprise efficiency.

Keywords: efficiency, activity, enterprise, external environment

Понятие «эффективность» широко распространено в экономической литературе, но его трактовка на сегодняшний день является размытой. Множество научных трудов и исследований посвящены этому понятию, предложены различные методы измерения. Первоначально понятие было использовано для оценки результативности действий правительственных и частных структур. Термин «эффективность» стал популярным благодаря развитию экономики и теории менеджмента. Давид Рикардо использовал этот термин для оценки действий и капитала. «Эффективность по Парето определяет состояние экономики, где изменения в пользу одного не ухудшают положение другого» [1, с. 234]. Современные ученые также исследуют эту категорию, различая ее от понятия «эффект». В таблице 1 приводится определение сущности понятия «эффективность деятельности предприятия» разными авторами.

Таким образом, на основании данных таблицы 1 можно сформировать собственное мнение о сущности понятия «эффективность деятельности предприятия» – это комплексная оценка достижения целей предприятия с учетом имеющихся ресурсов, включая финансовые и производственные ресурсы, а так же адаптацию к изменениям внешней среды, направленной на устойчивое развитие предприятия, удовлетворение нужд потребителей и социальных обязательств.

Таблица 1. Определение сущности понятия «эффективность деятельности предприятия»

Автор	Трактовка	Недостатки	Как улучшить
Ю.А. Зуенкова	Отношение полученного результата (выручки, прибыли) к затратам (ресурсам, вложениям) на его достижение	Игнорирование нематериальных факторов, таких как удовлетворенность сотрудников и клиентов	Включить в анализ и другие показатели, такие как уровень удовлетворенности, качество продукции и инновационные достижения
Н.В. Климова	Определяется как способность достигать стратегических целей при минимальных затратах ресурсов	Может сосредоточиться исключительно на краткосрочных результатах, оставляя в стороне долгосрочные цели	Разработать систему показателей, учитывающую долгосрочные стратегии и устойчивое развитие бизнеса
О.В. Бережная	Оптимальное использование ресурсов для достижения максимальных производственных и экономических результатов	Может не учитывать внешние факторы, такие как конкуренция и изменения в экономической среде	Включение в анализ внешних факторов и адаптация производственных процессов к изменяющимся условиям
Г.В. Савицкая	Степень достижения поставленных целей с минимальным количеством издержек и максимальной выгодой	Сосредоточение на финансовых аспектах может приводить к игнорированию социальных и экологических последствий	Внедрить практики корпоративной социальной ответственности, оценивать эффективность с учетом социального воздействия
Е.В. Орлова	Соотношение фактических результатов деятельности предприятия к запланированным показателям	Механический подход к сравнению результатов может не учитывать качество и инновации	Использовать комплексные метрики, включающие качество и инновации в оценку эффективности

Проблема классификации видов эффективности в экономической литературе обсуждается постоянно.

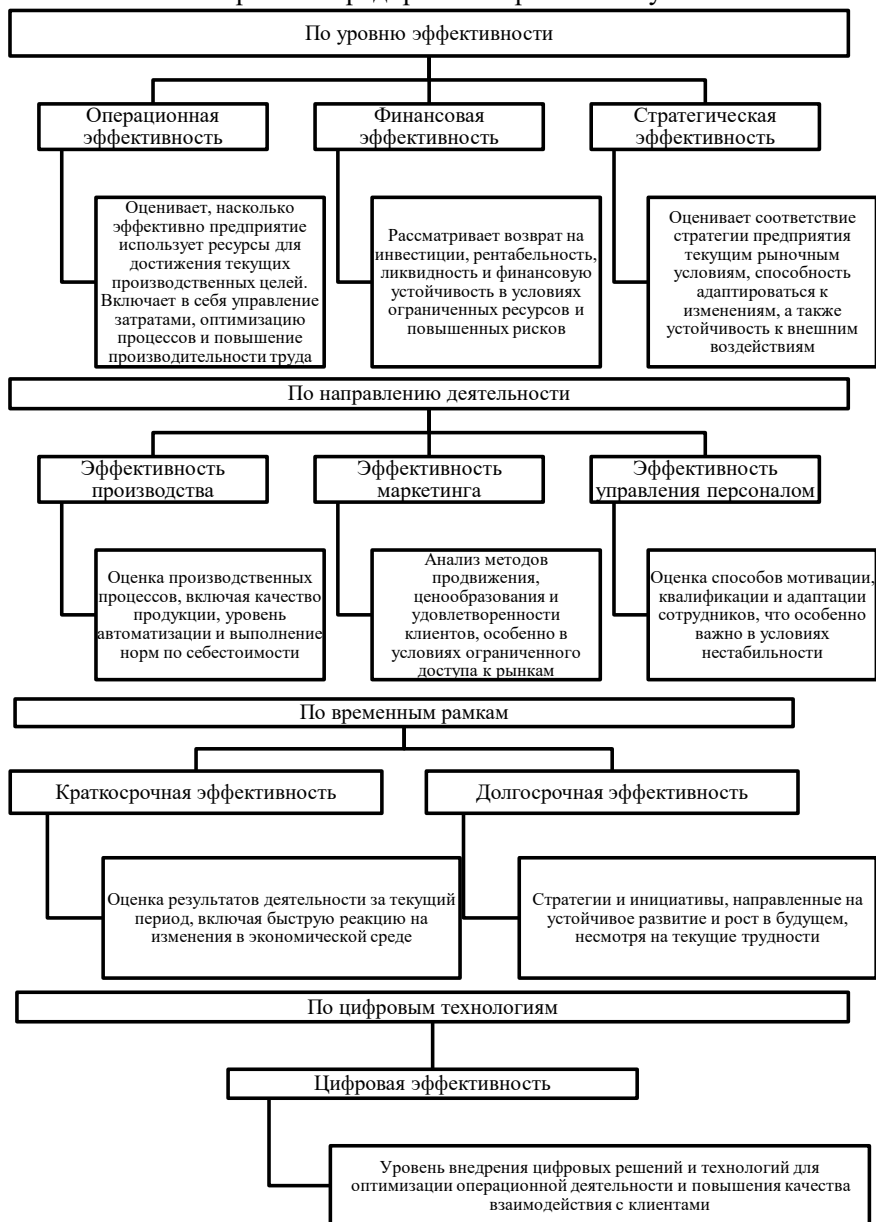
Так В.А. Кваша «классифицирует эффективность по компонентам, выделяя целевую, технологическую и экономическую эффективность» [2, с. 62].

При этом целевая эффективность оценивает соответствие функционирования системы ее целям, технологическая - интенсивность использования ресурсов, а экономическая - учет рыночного спроса и цен.

Предложенная авторами классификация поможет разобраться в понятии «эффективность деятельности предприятия» и показать сложность данного термина (рис. 1).

Экономическая эффективность определяется отсутствием других более ценных способов использования ресурсов. Деятельность считается неэффективной, если затраты превышают прибыль или если ресурсы могут быть использованы более выгодно. Результативность оценивается по

достижению поставленных целей. Оценка эффективности становится неотъемлемой частью работы предприятия в рыночных условиях.



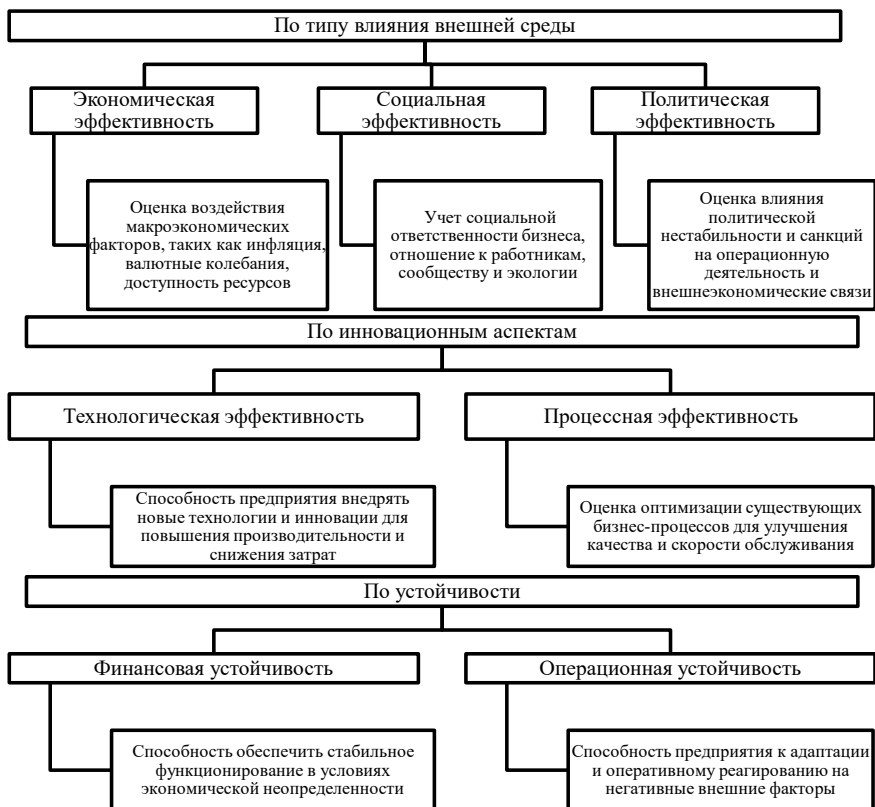


Рисунок 1. Авторская классификация видов эффективности деятельности предприятия

Эта классификация поможет предприятиям эффективнее оценивать свою деятельность, выявлять слабые места и разрабатывать стратегии их улучшения в условиях кризисов и санкций. Повышение экономической эффективности возможно через увеличение объемов продаж или сокращение затрат.

Библиографический список

1. Дяковский П.Н. Критерии оценки эффективности управления предприятием в кризисной ситуации // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона. 2018. С. 233–237.
2. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55–64.

Секция 3. Современные аспекты развития менеджмента и маркетинга

УДК 64.011

Факторы, влияющие на эффективность системы обучения персонала организации

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

Юрченко А.В., канд. воен. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В настоящей статье авторы рассматривают факторы, влияющие на эффективность системы обучения персонала организации. В результате проведенного исследования авторы приходят к выводу, что потребность в развитии профессиональных навыков сотрудников может возникать под влиянием внешних факторов, таких как появление конкурентов, изменения в экономической обстановке внутри страны и за рубежом, а также законодательные нововведения. Кроме того, внутренние аспекты, такие как внедрение новой техники, оптимизация производственных процессов, реорганизация структуры предприятия и создание новых должностей, также играют важную роль.

Ключевые слова: система обучения, персонал, организация, внешние факторы, внутренние факторы

Factors affecting the effectiveness of the organization's personnel training system

Burykin A.D., doctor of economics, professor

Yurchenko A.V., candidate of military sciences, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In this article, the authors consider the factors influencing the effectiveness of the organization's personnel training system. As a result of the conducted research, the authors conclude that the need to develop professional skills of employees may arise under the influence of external factors, such as the emergence of competitors, changes in the economic situation at home and abroad, as well as legislative innovations. In addition, internal aspects such as the introduction of new technology, the optimization of production processes,

the reorganization of the company's structure and the creation of new positions also play an important role.

Keywords: training system, personnel, organization, external factors, internal factors

Персонал является ключевым элементом производственной и управленческой системы организации, определяющим её функциональную устойчивость, уровень операционной эффективности и способность к достижению стратегических целей. Совокупность трудовых ресурсов представляет собой основу человеческого капитала, который, в отличие от прочих факторов производства, обладает способностью к саморазвитию, накоплению опыта и формированию уникальных компетенций, критически важных для реализации конкурентных преимуществ.

В современных условиях экономической трансформации и цифровизации все большая значимость придается не только количественным, но и качественным характеристикам персонала, включая уровень профессиональной подготовки, степень вовлеченности и мотивации, а также способность к инновационной деятельности.

Рациональное и научно обоснованное управление персоналом представляет собой комплекс мероприятий, направленных на оптимизацию использования трудового потенциала, обеспечение соответствия между целями организации и индивидуальными интересами работников, а также формирование эффективной организационной культуры. Применение современных методов управления, основанных на принципах стратегического кадрового планирования, оценки компетенций, мотивационного моделирования и управления результативностью, позволяет формировать продуктивную поведенческую модель внутри коллектива, минимизировать транзакционные издержки и повысить общую эффективность хозяйственной деятельности.

Интеграция системы управления персоналом в общий механизм корпоративного управления способствует достижению синергетического эффекта, выражающегося в согласованности действий различных структурных подразделений, повышении уровня внутренней координации и снижении организационных рисков. Эффективные управленческие практики в сфере трудовых ресурсов обеспечивают рост организационной гибкости, способствуют снижению текучести кадров, формируют основу устойчивого развития и повышают инвестиционную привлекательность компании. Таким образом, персонал и методы его управления

представляют собой неотъемлемую часть экономического потенциала организации, определяя её способность к долгосрочному функционированию и адаптации к внешним вызовам.

В настоящее время роль управления персоналом становится всё более значимой. Одним из основных аспектов, определяющих эффективность труда, является повышение стандартов качества выполнения рабочих задач и улучшение профессиональных навыков сотрудников.

Обучение сотрудников играет ключевую роль в карьерном росте работников компании. Данный процесс нацелен на передачу и освоение новых знаний и навыков, которые компания предлагает своим сотрудникам для обеспечения качественного выполнения служебных обязанностей.

Термин «обучение персонала» включает в себя систематический и планомерный процесс, который целенаправленно организован и связан с изменением поведения и установок работников.

Ключевые предметы обучения представлены на рисунке 1.

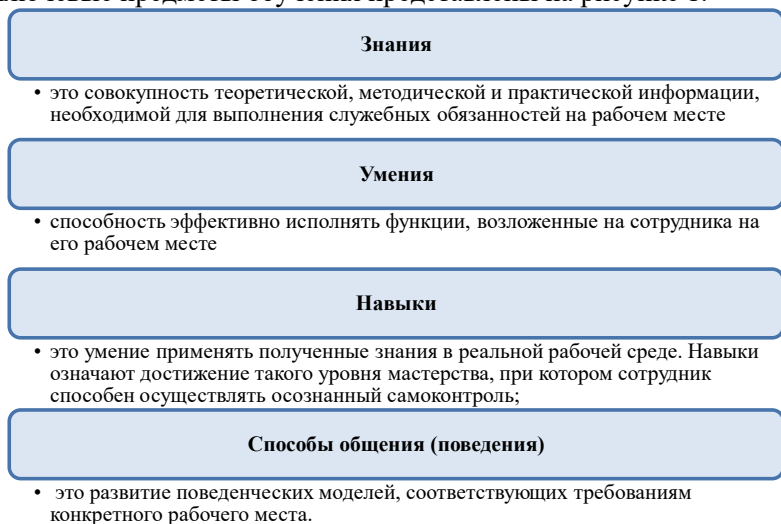


Рисунок 1. Ключевые предметы обучения персонала [2, с. 61]

Кроме того, обучение влияет на моральный климат в коллективе. Сотрудники, ощущающие поддержку со стороны руководства в вопросах их профессионального роста, более вовлечены в рабочий процесс и демонстрируют высокий уровень удовлетворенности своей работой. Это создает атмосферу, которая стимулирует креативность и инициативность, необходимые для достижения стратегических целей компании.

Таким образом, систематическое обучение персонала нельзя рассматривать только как затрату, а как инвестицию в будущее, которое напрямую влияет на эффективность и устойчивость организации на рынке.

Рассмотрим, каким образом трактуют понятие «обучение персонала» различные авторы в таблице 1.

Таблица 1. Определение обучения персонала различными авторами [1, с. 222]

Автор	Определение
Т.А. Кузнецова	Обучение персонала - целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов, руководителей и т.п.
И.Н. Попова	Обучение - любой систематический процесс, используемый организациями для развития знаний работников, их навыков, изменения поведения или установок, чтобы повысить вклад в достижение организационных целей
К.В. Скалиух	Профессиональное обучение - процесс непосредственной передачи новых профессиональных навыков или знаний сотрудникам организации
Н.Н. Трофимова	Обучение персонала — это процесс подготовки сотрудника к выполнению новых для него производственных функций, переходу на новые должности, решению новых задач.
Е.В. Швеньк	Обучение персонала - кадровая программа развития персонала, ориентированная на передачу новых «знаний по важным для организации направлениям, умений разрешать конкретные производственные ситуации и опыта поведения в профессионально значимых ситуациях»

Анализ представленных определений позволяет выделить ряд структур и характерных характеристик, отражающих сущностное содержание понятия «обучение персонала» в научных статьях. Все авторы подчёркивают системный и организованный характер обучения, что указывает на его интеграцию в краткосрочную кадровую организацию. В трактовке Т.А. Кузнецовой акцент сделан на методологическом аспекте – изучение вопроса как процесса, ответственного под руководством квалифицированных субъектов, что подчёркивает возникновение наставничества и институционального сопровождения.

И.Н. Попова раскрывает обучение через свою функциональную направленность – развитие знаний, навыков и поведенческих установок, титулов с повышением вклада работника в достижение организационных целей. Это определение акцента направляет внимание на целевые и

поведенческие аспекты процесса. К.В. Скалиух дает более узкую интерпретацию, комплексную по передаче профессиональных навыков и знаний, что приводит к практико-ориентированному характеру обучения. Е.В. Швеньк делает акцент на обучении кадровой программе, связанной с навыками профессионального поведения и уровнем производственной ситуации, что подчёркивает прикладную и контекстную специфику процесса.

Таким образом, обучение персонала представляет собой важнейшую составляющую системы управления человеческими ресурсами, направленную на формирование, развитие и обновление профессиональных компетенций работников в соответствии с актуальными и перспективными потребностями организации.

В условиях усиливающейся конкуренции, цифровизации экономики и ускоренного технологического прогресса именно уровень квалификации трудовых ресурсов становится ключевым фактором устойчивого развития и повышения экономической результативности хозяйствующего субъекта.

Таким образом, обучение персонала выступает как экономически обоснованный механизм повышения эффективности функционирования организации, формируя основу её конкурентных преимуществ и стратегической гибкости.

Библиографический список

1. Колосова О.Г. Обучение и развитие персонала в российских и зарубежных организациях // Управление развитием персонала. 2023. № 3. С. 222.
2. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55–64.

УДК 006.44

Роль профессиональных стандартов для управления современной организацией

Громова М.В., старший преподаватель

Яблокова Е.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается роль и значение профессиональных стандартов для управленческой практики современных

организаций, проанализирован опыт применения профессиональных стандартов в отечественном и зарубежном менеджменте.

Ключевые слова: профессиональный стандарт, оценка персонала, международный опыт, квалификация работника

The role of professional standards for managing a modern organization

Gromova M.V., senior lecturer

Yablokova E.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the role and importance of professional standards for the management practice of modern organizations, analyzes the experience of applying professional standards in domestic and foreign management.

Keywords: professional standard, personnel assessment, international experience, employee qualifications

Оценка персонала является ключевой фигурой в системе управления. В самом общем значении под оценкой можно понимать соотнесение, какого-либо объекта с эталоном, образцом, стандартом, нормой. В современных условиях основой такого образца может выступать профессиональный стандарт, в котором определены обобщенные трудовые функции (ОТФ) и трудовые функции по каждой ОТФ. В настоящее время предусмотрено два основных варианта применения профессиональных стандартов работодателями: обязательное и рекомендательное. Обязательное применение профессиональных стандартов законодательно предусмотрено в организациях любой организационно-правовой формы и формы собственности (коммерческие, государственные, муниципальные), когда выполнение работы предполагает компенсации, льготы либо ограничения, установленные Трудовым кодексом Российской Федерации или иным федеральным законом. В остальных случаях применение профессиональных стандартов носит рекомендательный характер, то есть ответственность, и полномочия по принятию данного кадрового решения предоставлены работодателю [1].

В Федеральном законе «О внесении изменений в Трудовой кодекс РФ и статью 1 Федерального закона «О техническом регулировании» профессиональный стандарт определяется как характеристика

квалификации, необходимой работнику для осуществления определенного вида профессиональной деятельности, в том числе выполнения определенной трудовой функции [2].

В определении профессионального стандарта используется такое понятие, как «квалификация работника». Под квалификацией работника трудовое законодательство подразумевает уровень знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работника [3]. По информации на февраль 2024 года, в России разработано и утверждено более 1,6 тыс. профессиональных стандартов, которые охватывают 80% работников [4].

В России действуют профессиональные стандарты, которые регулируют требования к квалификации работников в различных отраслях. Профессиональные стандарты разрабатываются и утверждаются Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации. На данный момент существует несколько сотен профессиональных стандартов, охватывающих различные профессии и специальности. Сфера образования включает более 30 стандартов, здравоохранение около 40 стандартов, спорт и физкультура 11 стандартов, телекоммуникации 41 стандарт, экономика и финансовая деятельность 32 стандарта, строительство и ЖКХ 136 стандартов, бытовое обслуживание 23 стандарта и т.д. [5].

Применение профессиональных стандартов в России сталкивается с рядом сложностей. Во-первых, это недостаточная осведомленность: многие работодатели и работники не знают о существовании профессиональных стандартов или не понимают их значения и применения. Во-вторых, разные уровни подготовки кадров: в отдельных регионах страны уровень подготовки специалистов может существенно различаться. Это создает трудности в применении единых стандартов, так как не все учреждения образования могут обеспечить необходимый уровень подготовки. В-третьих, отсутствие механизма внедрения: на практике часто отсутствуют четкие механизмы и процедуры внедрения профессиональных стандартов на уровне организаций, что затрудняет их реализацию. Не стоит игнорировать и сопротивление изменениям со стороны, как работодателей, так и сотрудников: некоторые работодатели могут быть не готовы к изменениям в управлении персоналом и обучении сотрудников, что может вызвать сопротивление внедрению новых стандартов. Также сложность состоит в том, что, внедрение профессиональных стандартов требует дополнительных ресурсов на обучение, аттестацию работников и модернизацию учебных программ, что может быть затруднительно для многих организаций. Эти сложности

требуют комплексного подхода и активного взаимодействия между государственными органами, образовательными учреждениями и бизнесом для успешного внедрения и применения профессиональных стандартов.

Применение профессиональных стандартов имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Среди основных преимуществ можно выделить повышение качества образования и подготовки специалистов, так как стандарты задают четкие требования к знаниям и навыкам, необходимым для выполнения определенных профессиональных функций. Это способствует более эффективному соответствию квалификации работников требованиям рынка труда и улучшает конкурентоспособность специалистов. Кроме того, профессиональные стандарты помогают работодателям в формировании четких критериев для оценки сотрудников, что упрощает процесс подбора и аттестации кадров.

Одной из главных проблем является недостаточная осведомленность о профессиональных стандартах среди работодателей и работников, что может привести к их игнорированию. Также существует риск, что стандарты не всегда учитывают специфику отдельных отраслей или регионов, что может затруднить их применение. Кроме того, внедрение стандартов требует дополнительных ресурсов на обучение и модернизацию учебных программ, что может быть сложно для многих организаций, особенно в условиях ограниченного финансирования. В итоге успешное применение профессиональных стандартов требует комплексного подхода и активного взаимодействия всех заинтересованных сторон.

Применение профессиональных стандартов за границей варьируется в зависимости от страны и отрасли. Во многих странах, таких как США, Великобритания и страны ЕС, существуют четкие профессиональные стандарты, разработанные профессиональными ассоциациями или государственными органами, которые помогают обеспечить качество и безопасность услуг. Наличие сертификатов, подтверждающих соответствие этим стандартам, часто является обязательным для профессий в медицине, инженерии и образовании. Профессиональные стандарты также используются для разработки учебных программ, что позволяет выпускникам соответствовать требованиям рынка труда. В некоторых отраслях применяются международные стандарты (например, ISO¹), что способствует унификации требований и облегчению признания квалификаций между странами. Однако многие страны адаптируют общие

¹ ИСО (ISO, International Organization for Standardization) — это международная организация по стандартизации.

стандарты к своим культурным и социальным условиям, что может включать изменения в требованиях к квалификации или процедурам сертификации. Профессиональные стандарты влияют и на трудовую миграцию, так как наличие определенных квалификаций может быть условием для получения рабочей визы. В некоторых странах правительства активно поддерживают внедрение профессиональных стандартов через финансирование программ обучения и сотрудничество с бизнесом. В целом, применение профессиональных стандартов за границей способствует повышению качества труда, улучшению конкурентоспособности работников и обеспечению безопасности в различных отраслях.

Если сравнивать практику применения профессиональных стандартов за границей и в России, есть как отличия, так и сходства. Из основных сходств можно отметить, что в обеих системах профессиональные стандарты направлены на обеспечение качества, безопасности и эффективности услуг и работ, а также на защиту прав потребителей. Так же в обеих системах наличие определённого уровня образования и квалификации является важным аспектом для получения лицензий и сертификатов.

Основные различия применения профессиональных стандартов на практике в России и за границей заключается в том, что в некоторых странах (например, в США или Великобритании) профессиональные стандарты более формализованные и обязательные для определённых профессий. В России же стандарты могут быть менее строго обязательными и больше зависят от конкретной отрасли. В зарубежных странах процесс разработки стандартов часто включает широкое обсуждение с участием представителей бизнеса, образовательных учреждений и профессиональных ассоциаций. В России этот процесс может быть менее прозрачным и инклюзивным. Также многие страны активно интегрируют международные стандарты (например, ISO) в свои профессиональные стандарты. В России такая интеграция происходит, но может быть ограничена различиями в законодательстве и практике.

В целом, хотя цели профессиональных стандартов схожи, их реализация и степень воздействия на рынок труда могут значительно различаться между Россией и другими странами.

Профессиональные стандарты играют ключевую роль в управленческой практике, обеспечивая основу для оценки и повышения качества работы сотрудников, а также для оптимизации процессов внутри организаций. Они помогают формализовать требования к квалификации и компетенциям работников, что способствует более эффективному подбору

кадров и снижению текучести персонала. Профстандарты также служат основой для разработки программ обучения и повышения квалификации, что позволяет компаниям адаптироваться к изменениям на рынке и внедрять новые технологии. Внедрение профессиональных стандартов способствует улучшению взаимодействия между различными уровнями управления, повышая прозрачность и предсказуемость процессов. Кроме того, стандарты обеспечивают единые критерии оценки эффективности работы, что облегчает мониторинг и контроль за достижением организационных целей. В результате профессиональные стандарты становятся важным инструментом для достижения конкурентных преимуществ, повышения производительности и обеспечения устойчивого развития организаций в условиях динамичного рынка.

Библиографический список

1. Канаков А.С. Внедрение профессиональных стандартов как элемент кадровой политики // Парадигма. 2019. № 2. С. 44–48.
2. Федеральный закон от 03.12.2012 № 236-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статью 1 Федерального закона «О техническом регулировании».
3. Профстандарты: нормативные документы, обязательность применения и вопросы соответствия [Электронный ресурс]. URL: <https://kontur.ru/articles/4473?ysclid=malcys8vm535289840>
4. В России разработали более 1,6 тыс. профстандартов за 10 лет [Электронный ресурс]. URL: https://sfr.gov.ru/press_center/z_news/~2024/02/16/260655.
5. Профстандарты включенные в реестр Минтруда РФ на 2025 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://classinform.ru/profstandarty.html>.

УДК 659.1

Продвижение компании и ее услуг путем рекламы сообщества ВКонтакте

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

Белова А.Д.

Забелина А.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается такое перспективное и эффективное направление Интернет-рекламы, как реклама сообщества

ВКонтакте. На основе проведенного анализа разработаны и сделаны предложения и рекомендации по повышению эффективности рекламных кампаний в социальной сети ВКонтакте по таким направлениям, как определение целевой аудитории, формирование уникального торгового предложения (УТП), создание рекламного объявления, настройка рекламного кабинета ВКонтакте, подготовка сообщества ВКонтакте.

Ключевые слова: Интернет-реклама, уникальное торговое предложение, социальная сеть ВКонтакте

Promotion of a company and its services by advertising a VKontakte community

Karasev A.P., candidate of economics, associate professor

Belova A.D.

Zabelina A.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines such a promising and effective area of Internet advertising as advertising a VKontakte community. Proposals and recommendations have been developed and made to improve the effectiveness of advertising campaigns in the VKontakte social network in such areas as defining the target audience, forming a unique selling proposition (USP), creating an advertisement, setting up a VKontakte advertising account, and preparing a VKontakte community.

Keywords: Internet advertising, unique selling proposition, VKontakte social network

В современном цифровом мире реклама, прежде всего в сети Интернет, играет важнейшую роль в продвижении брендов и продуктов. Одной из наиболее востребованных платформ для рекламного продвижения в России является социальная сеть ВКонтакте (ВК), которая объединяет миллионы пользователей и предоставляет уникальные возможности для взаимодействия с нужной аудиторией. Эффективная реклама сообщества ВКонтакте позволяет не только привлечь новых подписчиков, но и укрепить лояльность уже имеющихся, а также увеличить узнаваемость бренда, что положительно сказывается на продажах и финансовых результатах компании.

В данной статье будут рассмотрены основные аспекты рекламы сообществ ВКонтакте, включая выбор способов продвижения,

определение целевой аудитории и инструментов аналитики на примере организации, занимающейся услугами по кератину, окрашиванию и наращиванию волос. Перед запуском рекламной кампании ВКонтакте нужно создать и подготовить сообщество (группу) по следующим пунктам:

1. Определить цель сообщества: требуется просто привлекать подписчиков, либо нужны именно продажи продуктов и услуг, например записи на процедуры/обучение.

2. Проверить заполненность всех важных блоков сообщества перед запуском. Если сообщество новое, то необходимо, чтобы в нем было не менее 5 постов.

3. Проверить контактные данные, указанные в сообществе. Если у организации есть uclient или аналогичные сервисы записи на процедуры, то нужно привязать ссылку к разделу меню «записаться».

Следующим шагом продвижения является определение целевой аудитории. Здесь организатору рекламной кампании нужно ответить на следующие вопросы про целевую аудиторию: пол; возраст; место проживания; семейное положение и количество детей; сфера занятости и уровень заработной платы; должность; потребности, желания, фобии.

Получить характеристики представителей целевого сегмента в Интернет-пространстве можно при помощи систем web-аналитики, таких как Яндекс.Метрика и Google Analytics [2].

Понимая социально-демографический портрет целевого клиента, можно более точно влиять на его принятие решений о покупке услуг через рекламные сообщения и различные креативные идеи.

Также ключевую роль при продвижении в ВКонтакте играет УТП (уникальное торговое предложение). При его разработке следует соблюдать основные принципы УТП: уникальность; конкретность; необходимость [1].

УТП — это главное конкурентное преимущество, отражающее ценности для клиентов относительно ваших конкурентов. Формирование УТП необходимо для создания привлекающих и эффективных рекламных объявлений. Только после формулирования УТП можно перейти к формированию текста объявлений с призывом к действию. И тут поможет портрет целевой аудитории (ЦА), который был составлен ранее.

В рекламных объявлениях целесообразно обращаться к ЦА на основе их портрета, потребностей и «болей». Рекомендуемое количество символов для основного текста в объявлении составляет 90.

При создании дизайн-креатива для того, чтобы рекламное объявление прошло проверку, и реклама запустилась, следует учитывать следующие параметры:

- не использовать много красного цвета на креативе;
- текст не должен превышать 20% от всего креатива. Проверить это можно на сервисе Robbi.Ai;
- основная цель креатива: пробить баннерную слепоту, он должен быть цепляющим и запоминающимся;
- каждый креатив должен быть выполнен в 3-х размерах: 600x600 px, 1080x1350 px, 1080x607 px.

Далее разберем моменты, на которые следует в первую очередь обратить внимание перед запуском рекламной кампании:

1. Прежде всего, перед запуском рекламной кампании очень важно определить ее цель. Например, могут использоваться следующие цели:

- увеличить количество подписчиков сообщества на 1000 человек в месяц;
- повысить продажи на 15% в текущем периоде.

Четко поставленные цели помогут предпринимателю придерживаться заданного курса и отключать рекламные кампании, если они не приносят нужного результата.

2. Чтобы рекламные кампании были успешными и эффективными важно, чтобы они не только приносили заявки, но и окупались. Для этого необходимо еще на старте определить оптимальную стоимость одного подписчика или заявки (либо сообщения в группу).

3. Рекомендуемый минимальный бюджет на месяц для запуска рекламы в случае самозанятого предпринимателя, оказывающего потребительские услуги, составляет 15000–20000 руб.

4. На тест рекламной кампании нужно заложить минимум одну неделю. Первые два-три дня алгоритмы рекламной кампании будут обучаться и совершенствоваться.

Кроме того, авторами статьи был разработан чек-лист для проверки готовности сообщества ВКонтакте к запуску рекламы. Здесь нужно положительно ответить по всем нижеперечисленным пунктам:

- в сообществе заполнены все основные блоки, указаны контакты и настроено приветственное сообщение;
- для запуска рекламы собраны все основные УТП и подготовлены соответствующие объявления;
- рекламные баннеры соответствуют требованиям площадки и правильно отражают сущность услуги;
- создан рекламный кабинет и заполнена необходимая маркировка;

- рекламная кампания создана и на нее выставлен максимальный дневной лимит;
- в кампании установлены ограничения по полу, возрасту и региону;
- в кампании выбрана целевая аудитория по ключам, сообществам или интересам (каждая аудитория используется в отдельной группе);
- рекламные материалы загружены корректно и не содержат ошибок.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что реклама сообществ в социальной сети ВКонтакте — мощный метод для достижения маркетинговых задач. Правильный подход к созданию рекламных кампаний и сообщений, хорошее понимание целевой аудитории и применение доступных аналитических инструментов способны значительно увеличить эффективность такого продвижения. В условиях непрерывного роста конкуренции в Интернет-пространстве важно подстраиваться к новым трендам и применять все возможности, которые предоставляет платформа ВКонтакте, чтобы добиться успеха и выделиться на фоне других компаний.

Библиографический список

1. Белова А.Д., Забелина А.С. Уникальное торговое предложение (УТП) как эффективный маркетинговый инструмент // Коммуникация – общество – человек / Сборник научных трудов III Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием / кол. авторов; под ред. Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустиной. - Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2024. С. 269–275.

2. Карасев А.П. Использование web-аналитики в маркетинговых исследованиях // Коммуникация – общество – человек / Сборник научных трудов II Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием / кол. авторов; под ред. Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустиной. - Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2023. С. 189–194.

УДК 339.138

Качественные маркетинговые исследования в сфере агротуризма

Карасев А.П., канд. экон. наук, доцент

Беляевская У.Е.

Грунт Т.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена роли качественных маркетинговых исследований в развитии агротуризма. На примере глубинных интервью с представителями разных возрастных групп выявлены ключевые мотивации и ожидания туристов. Показано, как методы качественного анализа позволяют адаптировать услуги под запросы молодежи и взрослой аудитории. Результаты исследования могут быть использованы для разработки дифференцированных агротуристических программ.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, агротуризм, глубинные интервью

Qualitative marketing research in agritourism

Karasev A.P., candidate of economics. sciences, associate professor

Belyaevskaya U.E.

Grunt T.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article focuses on the role of qualitative marketing research in agritourism development. Using in-depth interviews with representatives of different age groups, key motivations and expectations of tourists are identified. The study demonstrates how qualitative methods help adapt services to the needs of youth and adult audiences. The results can be used to design differentiated agritourism programs.

Keywords: marketing research, agritourism, in-depth interviews

В современных условиях высокой нестабильности экономики и усиления конкуренции на многих рынках продуктов и услуг маркетинговые исследования становятся важнейшим инструментом для принятия эффективных управленческих решений в сфере маркетинга. Их актуальность также обусловлена необходимостью постоянного анализа изменяющейся бизнес-среды и потребительских предпочтений [2].

Основные причины высокой востребованности маркетинговых исследований включают два аспекта. Во-первых, они позволяют более глубоко понять потребности клиентов: их ожидания, проблемы и предпочтения, что даёт возможность создавать действительно востребованные продукты и услуги. Во-вторых, исследования помогают компаниям своевременно выявлять формирующиеся рыночные тренды и оперативно адаптировать свои маркетинговые стратегии и товары к изменяющимся условиям.

Особое значение имеет анализ конкурентной среды. Маркетинговые исследования раскрывают стратегии позиционирования конкурентов, их ценовую политику и методы привлечения клиентов, что способствует выработке эффективных конкурентных преимуществ. Кроме того, маркетинговые исследования служат надёжным инструментом для тестирования новых идей перед их коммерческой реализацией, что позволяет минимизировать рыночные риски [3].

Таким образом, в современной бизнес-реальности маркетинговые исследования являются обязательным элементом успешной стратегии. Они обеспечивают компаниям конкурентные преимущества за счёт принятия более обоснованных управленческих решений, помогают компаниям лучше понимать потребности рынка, оценивать спрос и прогнозировать его изменения, позволяют создавать более качественные и востребованные продукты и услуги, а также эффективно адаптироваться к постоянным изменениям рыночной среды.

Все методы маркетинговых исследований можно разделить на две основные категории - количественные и качественные, каждая из которых решает свои задачи и применяется в зависимости от целей исследования.

Цель количественных исследований - получение точных статистических данных, измерение рыночных показателей и выявление количественных закономерностей. Например, они позволяют оценить узнаваемость бренда, определить характеристики ключевых сегментов и проанализировать спрос.

Основные инструменты количественных исследований:

- онлайн-опросы: анкеты, предоставляемые потребителям в электронном виде, которые можно заполнить на любом электронном устройстве;
- личные опросы: проводятся в магазинах при покупке товара, на улице или в общественных местах;
- телефонные опросы: опрос респондентов по телефону.

Сложность количественных опросов заключается в том, что далеко не все покупатели готовы отвечать на анкеты, особенно при личном контакте или по телефону.

Качественные маркетинговые исследования направлены на более глубокое понимание мотивов, поведения и восприятия потребителей. Они помогают раскрыть механизмы принятия решений (вопрос «как?»), мотивы (вопрос «почему?») и цели (вопрос «зачем?») покупок, что важно для более точного понимания характеристик и поведения целевой аудитории [4].

Основные методы качественных исследований:

- фокус-группы: обсуждение проблемы по заранее разработанному сценарию в группе людей с похожими характеристиками;
- нейромаркетинговые исследования: анализ подсознательных реакций на маркетинговые раздражители;
- глубинные интервью: индивидуальные беседы в свободном формате для получения развернутой информации.

Одним из наиболее популярных качественных методов сбора информации является глубинное интервью, которое и использовалось в практической части данной статьи. Глубинное интервью — это качественный метод исследования, представляющий собой неформальную беседу между интервьюером и респондентом для выявления глубинных мотивов и личного потребительского опыта. В отличие от стандартизированных опросов, этот метод более гибок и индивидуален, что позволяет получить уникальные данные.

Проведение глубинного интервью обычно включает три этапа: подготовка интервью (определение целей, составление списка вопросов и подбор респондентов), сама беседа (установление доверия, активное слушание, использование открытых вопросов) и аналитика (транскрибация, кодирование, интерпретация). Интервью обычно длится 30–40 минут и может включать проективные методики (специальные психологические приемы) для выявления скрытых установок.

Преимущества глубинного интервью: гибкость, глубокое понимание мотивов и более серьезное отношение респондента к процедуре исследования. В отличие от фокус-групп, глубинное интервью — индивидуальное, что способствует большей откровенности [1].

Для лучшего изучения методики проведения глубинного интервью и апробации его на практике в рамках практического исследования был выбран российский рынок агротуристических услуг. Для сельскохозяйственных предприятий, занимающих агротуристическими услугами, это отличный способ узнать впечатления гостей, выявить возможные проблемные моменты и улучшить сервис. Например, при анализе результатов глубинных интервью можно понять важность Wi-Fi или развлечений для детей.

Авторы статьи решили изучить различия в отношении к агротуристическим услугам потребителей двух поколений: студентов и молодежи (до 30 лет) и людей среднего возраста (30–50 лет), которые могут оказаться целевыми сегментами в данной отрасли. Для этого было опрошено несколько респондентов, относящихся к каждой возрастной когорте. При проведении глубинного интервью использовался гайд из следующих вопросов:

1. Часто ли путешествуете? Что для Вас значит туризм?
2. Какими видами туризма Вы пользуетесь?
3. Что для Вас важно при выборе туристической услуги?
4. Коротко расскажите про свою последнюю поездку.
5. Что для Вас главное при выборе направления туризма?
6. Слышали ли Вы про агротуризм?
7. Какие виды агротуризма Вас привлекают?
8. Какие активности в агротуризме Вам интересны?
9. Какие критерии при выборе агротура для Вас наиболее важны?
10. Какие регионы Вас привлекают?
11. С кем бы Вы хотели поехать в агротур?
12. Какой бюджет Вы готовы выделить на агротур?
13. Как Вы думаете, что повысит Ваш интерес к агротуризму?
14. Готовы ли Вы рекомендовать агротуризм своим знакомым и друзьям?

Анализ результатов глубинных интервью показывает, что интерес к агротуризму есть у обеих возрастных групп, но при этом их мотивация совершенно различна. Молодёжь видит агротуризм как доступный, экологичный отдых с новыми впечатлениями, активным участием и обучением, при этом ориентируется на бюджетный вариант. Для таких людей важны фермерская работа и взаимодействие с природой.

Взрослые, скорее воспринимают агротуризм как культурно-гастрономический опыт с обеспечением необходимого комфорта и удобств, и конечно без физического труда. Им важна хорошая организация и эстетика маршрута.

Таким образом, агротуризм как новое и перспективное направление туризма при учёте потребностей потребителей будет привлекать разные категории клиентов: при этом для молодёжи важны доступность и участие, а для зрелых людей — комфорт и содержание. Развитие данного направления туризма требует большой гибкости и предполагает создание различных новых продуктов: от волонтёрских программ до авторских туров для взыскательной аудитории.

Подводя итоги, следует указать, что качественные маркетинговые исследования в сфере агротуризма позволят сформировать эффективную стратегию продвижения и обеспечат устойчивое развитие данного направления. Они позволяют глубже понять потребности потребителей, мотивацию и предпочтения целевой аудитории, выявить скрытые барьеры и возможные точки роста, а также адаптировать агротуристические предложения под реальные ожидания клиентов. Использование метода глубинного интервью помогает получать неформализованную, но ценную

информацию, которую нельзя собрать количественными способами. В результате качественные исследования становятся неотъемлемым инструментом принятия обоснованных управленческих решений и повышения конкурентоспособности как агротуристических проектов, так и любых других продуктов и услуг, в условиях растущей конкуренции и изменяющихся потребительских трендов.

Библиографический список

1. Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов. – М.: Юрайт, 2025. 286 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. - М.: Вильямс, 2020. 800 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2021. 454 с.
4. Страусс А. Основы качественных исследований / А. Страусс, Дж. Корбин. – М.: Либроком, 2019. 256 с.

УДК 339.138

Использование искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях

***Карасев А.П.,** канд. экон. наук, доцент*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются возможности и перспективы использования искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях. Выделены четыре основные области применения данных программ в маркетинговых исследованиях: разработка технологии маркетингового исследования, сбор вторичной информации, разработка анкет и проведение классификации объектов. Показаны преимущества и проблемы использования технологий генеративного искусственного интеллекта.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, искусственный интеллект, сбор и анализ маркетинговой информации

Use of artificial intelligence in marketing research

***Karasev A.P.,** candidate of economics, associate professor*

Abstract. The article examines the possibilities and prospects of using artificial intelligence in marketing research. Four main areas of application of these programs in marketing research are identified: development of marketing research technology, collection of secondary information, development of questionnaires and classification of objects. The advantages and problems of using generative artificial intelligence technologies are shown.

Keywords: marketing research, artificial intelligence, collection and analysis of marketing information

Маркетинг и маркетинговые исследования играют ключевую роль в деятельности любого предприятия. Именно благодаря маркетинговым исследованиям компания может лучше узнать потребности своих клиентов, адаптировать к ним производимые продукты и услуги, и как следствие увеличить свой объем продаж и добиться более высоких финансовых результатов. В связи с появлением и все более широким распространением сети Интернет, большая часть маркетинговых исследований сместилась в эту сферу, а при их проведении все чаще стали использоваться специальные прикладные программные продукты.

В настоящее время в маркетинговых исследованиях широко используются различные программное обеспечение, прежде всего сервисы Web-аналитики, которые позволяют автоматически наблюдать за поведением потребителей в сети Интернет, собирать и анализировать в режиме прямого времени собранную информацию. Наибольшую известность приобрели такие сервисы Web-аналитики, как Google Analytics и Яндекс.Метрика [2]. Но прогресс не стоит на месте и сейчас все большую популярность приобретают различные программы искусственного интеллекта, которые также могут использоваться в маркетинговых исследованиях.

«Искусственный интеллект – это математическая структура, имитирующая определенные аспекты работы человеческого мозга и демонстрирующая такие его возможности, как способность к неформальному обучению, обобщению и кластеризации неклассифицированной информации» [1]. Ключевой особенностью искусственного интеллекта от других информационных технологий является то, что он не основывается на заранее заданной математическо-статистической модели, а сам строит ее, основываясь на информационных базах. Именно поэтому искусственный интеллект широко применяется в

научных сферах, где требуется решать сложные и неоднозначные задачи прогнозирования и классификации, нельзя использовать четкие и стандартизированные алгоритмы решения задач.

В настоящее время искусственный интеллект уже широко используется в маркетинге, для решения различных задач таких как: создание контента для маркетинговых коммуникаций, анализ отзывов и оценок клиентов, автоматизация процесса обслуживания покупателей, динамическое ценообразование и многое другое [4]. Но большую пользу технологии искусственного интеллекта могут принести и в таком направлении маркетинговых технологий, как маркетинговые исследования.

Напомним, что согласно мнению автора статьи, следует дать следующую дефиницию этого понятия: «Маркетинговые исследования – это сбор, регистрация, интерпретация, обработка и анализ информации по различным аспектам маркетинговой деятельности» [3, с. 12]. Ключевым аспектом в этом определении является слово «информация», а искусственный интеллект является разновидностью современных информационных технологий, поэтому можно утверждать, что программы искусственного интеллекта могут успешно использоваться в маркетинговых исследованиях.

Следует выделить следующие основные направления и возможности использования искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях:

1. Разработка технологии проведения и подготовка плана маркетингового исследования. Для решения этой и двух последующих задач наилучшим образом подойдет Генеративный искусственный интеллект (ГИИ) – программы, которые в ответ на текстовые запросы создают нужный пользователю контент. Так, генеративный искусственный интеллект может помочь маркетологу разработать технологию маркетингового исследования: определить цели и задачи исследования, составить список необходимой для решения проблемы маркетинговой информации, выявить перспективные источники сбора информации, предложить методы сбора первичной информации, подобрать методы анализа маркетинговой информации и многое другое. Безусловно, данный план маркетингового исследования потребует определенной доработки и корректировки непосредственно специалистом по маркетингу, но наличие уже готового предварительного плана в качестве отправной точки значительно сократит трудозатраты времени, длительность проведения маркетингового исследования и повысит его эффективность.

2. Сбор вторичной информации для маркетингового исследования. ГИИ имеют огромное преимущество перед поисковыми системами (типа Google или Яндекс) при сборе вторичной маркетинговой информации. Искусственный интеллект не просто использует огромное количество информационных источников, но и сразу же, почти мгновенно систематизирует и анализирует полученные из них данные. Однако здесь может возникнуть серьезная проблема – «галлюцинации»: ситуация, когда искусственный интеллект не может найти нужную информацию, особенно в открытых источниках и начинает генерировать («выдумывать») несуществующую, но правдоподобную информацию. Поэтому при использовании ГИИ для подобных целей всегда нужно требовать от программы делать ссылки на источники и в случае появления сомнений, сверять полученную информацию первоисточниками.

3. Разработка инструментов для проведения маркетингового исследования, прежде всего, анкет и вопросников. Генеративный искусственный интеллект может успешно разрабатывать не только тестовые вопросы для проверки результатов обучения в сфере образования, но и целые анкеты для проведения маркетинговых исследований потребительского спроса на различные продукты и услуги. Такая анкета также потребует дополнительной доработки непосредственно маркетологом, но уже сама программа может предложить большое количество интересных и важных идей и гипотез, до которых маркетолог сам мог бы и не додуматься.

4. Классификация объектов, например потребителей, компаний, товаров. Здесь можно вспомнить широкоизвестный пример с самообучающейся программой FlowerNet, использующей для многоклассовой классификации цветов исходный набор данных Iris [5]. Безусловно, программы искусственного интеллекта ушли далеко вперед от первых нейросетей, которые появились полвека назад, и могут гораздо лучше обучаться и проводить классификацию объектов. В маркетинговых исследованиях требуются различные виды классификации, наиболее известным из которых является сегментирование рынка. Классификации потребителей, продуктов и конкурентов широко используются на этапе анализа собранных данных, и математические программы искусственного интеллекта могут оказать большую помощь в этом.

Таким образом, в данной статье были рассмотрены возможности и основные направления использования искусственного интеллекта при проведении маркетинговых исследований. При этом следует отметить, что подобные программы позволяют снизить расходы и повысить

эффективность маркетингового исследования на всех этапах его проведения.

Библиографический список

1. Калиновская И.Н., Дунец Н.В., Масейко М.С. Использование искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях поведения потребителей // Молодой ученый. Витебск: ООО «Издательство Молодой ученый». 2018. № 33 (219). С. 42–45.

2. Карасев А.П. Использование web-аналитики в маркетинговых исследованиях // Коммуникация – общество – человек / Сборник научных трудов II Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием / кол. авторов; под ред. Т.Б. Колышкиной и И.В. Шустинной. Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2023. С. 189–194.

3. Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2025. 286 с.

4. Трегубов В.Н. Перспективные направления исследований использования генеративного искусственного интеллекта в маркетинге // International journal of open information technologies. 2024. Том 12. № 5. С. 23–32.

5. Knarwal Aman. Iris Flower Classification with Machine Learning // Amanxai. October 17, 2021.

УДК 64.011.44

Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации

Кваша В.А., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами представлены результаты анализа эффективности деятельности предприятия, необходимого для повышения уровня конкуренции предприятия на рынке, проводимого на всех уровнях экономической политики для принятия надежных управленческих решений, а также рассмотрены различные факторы, влияющие на эффективность.

Ключевые слова: эффективность, деятельность, предприятие, конкуренция

Factors affecting the effectiveness of the organization

Kvasha V.A., candidate of economic sciences, associate Professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors present the results of an analysis of the effectiveness of an enterprise, necessary to increase the level of competition of an enterprise in the market, conducted at all levels of economic policy to make reliable management decisions, and also consider various factors affecting efficiency.

Keywords: efficiency, activity, enterprise, competition

Повышение эффективности деятельности предприятия является ключевой задачей для конкуренции на рынке. Факторы, влияющие на эффективность, могут быть положительными или отрицательными.

Мы выделяем следующие факторы, которые могут повлиять на изменение эффективности предприятия (рис. 1).

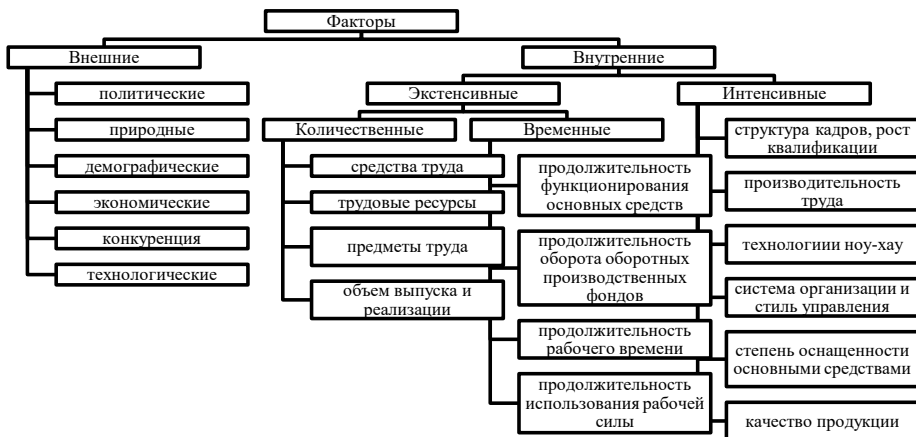


Рисунок 1. Классификация видов эффективности [3, с. 60]

Фактор человеческих ресурсов включает в себя показатели, связанные с состоянием, безопасностью и эффективным использованием рабочей силы, такие как количество сотрудников, затраты на рабочую силу, структура персонала и другие. Технологический фактор зависит от научно-технического прогресса и потребностей рынка, включая стоимость

основных средств, уровень износа, производительность и другие показатели. Данная категория условий, включая стратегические аспекты, влияет на конкурентоспособность и результативность компании. Эти условия должны учитываться при стратегическом планировании, производстве и сбыте, а также при финансовом анализе.

Внешние факторы, такие как стоимость, качество продукции и рыночные условия, также оказывают влияние на деятельность компании. Изучение этих факторов позволяет определить внутренние резервы и повысить эффективность коммерческой деятельности (рис. 2).

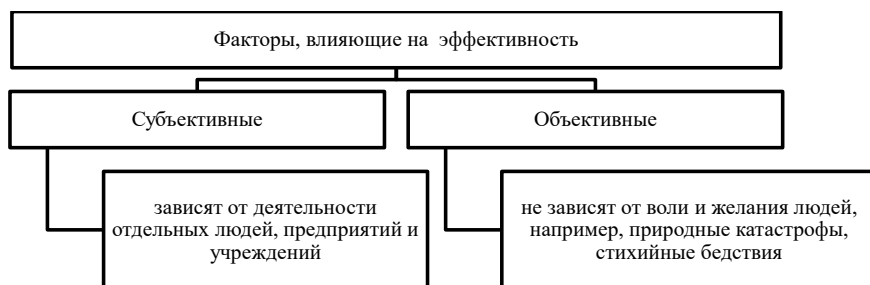


Рисунок 2. Иные факторы, влияющие на эффективность коммерческой деятельности [1, с. 234]

Костоевой Ш.Х. выделены несколько иные факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия (рис. 3) [2, с. 113].



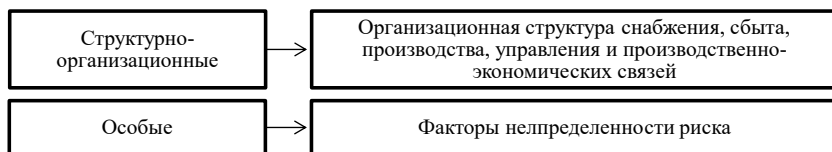


Рисунок 3. Факторы эффективности деятельности

Факторы эффективности коммерческой работы делятся на общие и частные, общие влияют на все сектора экономики, а конкретные на определенные компании. Классификация факторов позволяет лучше оценить деятельность компаний и отраслей. Анализ экономической эффективности помогает понять причины и тенденции развития. Имеющиеся факторы оказывают существенное влияние на экономическую эффективность предприятия. Создана классификация для более полного понимания исследуемых факторов и эффективности производства.

Таким образом, на основании всех перечисленных критериев в таблице 1 приведем собственное видение факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия в условиях кризиса экономики и санкций.

Таблица 1. Описание факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия в условиях кризиса экономики и санкций

Фактор	Описание
Адаптивность стратегии	Способность компании быстро изменить стратегию, адаптироваться к новым условиям и рынкам
	Оценка и перераспределение ресурсов для соответствия текущим требованиям
Управление финансами	Оптимизация бюджета, контроль за расходами и эффективное использование денежных потоков
	Диверсификация источников финансирования и работа с внешними кредитными организациями
Инновации и технологии	Внедрение новых технологий и использование цифровых решений для повышения эффективности процессов
	Инвестиции в исследования и разработки для создания конкурентоспособной продукции
Качество управления	Наличие квалифицированного менеджмента и способность к принятию быстрых решений
	Эффективная организация коммуникации внутри компании
Анализ рисков	Оценка и управление рисками, связанными с кризисом и санкциями
	Формирование антикризисных планов и тактик реагирования на изменения во внешней среде
Гибкость производственных процессов	Возможность быстро настраивать производственные линии и изменять ассортимент в ответ на изменения спроса
	Разработка и внедрение альтернативных поставок сырья и материалов
Клиентская ориентация	Углубленное понимание потребностей клиентов и адаптация продуктов под их запросы
	Установление и поддержание эффективного взаимодействия с клиентами

Сетевое взаимодействие	Сотрудничество с другими компаниями, включая контролируемые государством организации, для оптимизации цепочек поставок
	Создание альянсов и партнерств для выхода на новые рынки и сегменты
Кадровая политика	Обучение и переподготовка сотрудников для повышения их квалификации и вовлеченности
	Поддержание корпоративной культуры, способствующей инновациям и эффективной работе в условиях стресса
Маркетинг и коммуникация	Эффективные маркетинговые стратегии, включая использование digital-технологий для достижения целевой аудитории
	Прозрачная коммуникация с общественностью и заинтересованными сторонами для поддержания репутации

Источник: составлена авторами

Таким образом, экономические кризисы и санкционное давление могут серьезно повлиять на устойчивость и адаптацию предприятия.

Библиографический список

1. Дяковский П.Н. Критерии оценки эффективности управления предприятием в кризисной ситуации / П.Н. Дяковский, А.Д. Бурыкин // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона. 2018. С. 233–237.

2. Костоева Ш.Х. Интеллектуальная собственность как фактор эффективного управления предприятием // В сборнике: Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона. Сборник материалов международной научно-практической конференции. 2016. С. 110–116.

3. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55–64.

УДК 64.011

Методы обучения персонала в организации

Кваша В.А., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В данной статье авторы анализируют методы обучения персонала, как способ управленческого воздействия со стороны субъекта управления, а также дана классификацию методов обучения.

При этом авторами особое внимание уделено характеристике новых методов обучения, связанных с приходом цифровизации во все сферы жизнедеятельности общества.

Ключевые слова: методы обучения, персонал, организация, субъект управления

Methods of personnel training in the organization

Kvasha V.A., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In this article, the authors analyze the methods of personnel training as a way of managerial influence on the part of the management entity, as well as a classification of training methods. At the same time, the authors pay special attention to the characteristics of new teaching methods associated with the advent of digitalization in all spheres of society.

Keywords: training methods, personnel, organization, management entity

Обучение персонала — это сложный процесс, который проводится систематически комплексно и целенаправленно в зависимости от возможностей, целей и ресурсов работодателей и работников. Обучение персонала является важным механизмом укрепления конкурентоспособности организации, поэтому руководство фирмы должно инвестировать в свой персонал. Руководство организации может получить позитивный результат от обучения в том случае, если используются эффективные методы обучения.

К.Г. Соловьев в своей работе «Принципы, формы и методы обучения персонала организации» «выделяет три основные группы методов обучения персонала:

- классические: лекции, семинары, мастер-классы, практические занятия, симуляции, тренинги и т.д.;
- электронные: мобильное обучение, вебинары, Web-конференции, онлайн обучение, дистанционное обучение;
- неформальные: коучинг, рефлексия, обратная связь» [2, с. 145].

Мы предлагаем иную классификацию методов обучения (табл. 1).

Д.А. Джумабоева считает, что все методы обучения персонала в организации необходимо разделить на две большие группы: обучение на

рабочем месте и обучение вне рабочего места. На рисунке 1 представлена типология данных методов. Рассмотрим данные методы более подробно.

Таблица 1. Методы обучения персонала в организации [1, с. 62]

Признак	Методы
По степени активности	- активные - требуют непосредственного участия в обучении; - пассивные - не требуют непосредственного участия в процессе обучения (пассивные слушатели).
По числу слушателей	- индивидуальные - нацелены на конкретного человека с учетом его индивидуальных особенностей или предпочтений; - коллективные – нацелены на формирование конкретных знаний, умений и навыков.

Инструктаж – это специально организованное мероприятие по ознакомлению, разъяснению и демонстрации основных приемов работы на рабочем месте.

Ротация представляет собой горизонтальное или вертикальное перемещение сотрудника на другую должность. Это делается для того, чтобы работник приобрел новые знания и навыки в случае планирования его перевода на эту должность или в случае планирования совмещения ряда должностных обязанностей.

Наставничество – это вид обучения нового работника профессионалом из числа сотрудников компании для передачи ему профессиональных знаний и опыта работы. Как правило, наставничество осуществляется во время прохождения адаптации новым работником, а его продолжительность формально ограничивается тремя месяцами. Данный вид обучения относится к традиционным и применяется в организациях, где необходим практический опыт для выполнения своих функций.

Наставничество может осуществляться индивидуально или коллективно. Этот выбор зависит от следующих факторов: сложности труда; уровня подготовки новичков; целей адаптации, определенных в индивидуальном плане адаптации.

В отличие от множества других методов обучения, процесс наставничества контролируется специалистами кадровых служб и оценивается, как минимум, два раза (через месяц после начала адаптации и за две недели до ее окончания). В результате применения данного метода обучения процесс адаптации проходит быстрее и качественнее.

Делегирование полномочий — это передача сотрудникам компании части полномочий руководителя в рамках определенно сформированной задачи. При этом необходимо помнить, что делегировать необходимо

только рутинные вопросы, не связанные со стратегическими целями компании или принятием управленческих решений.

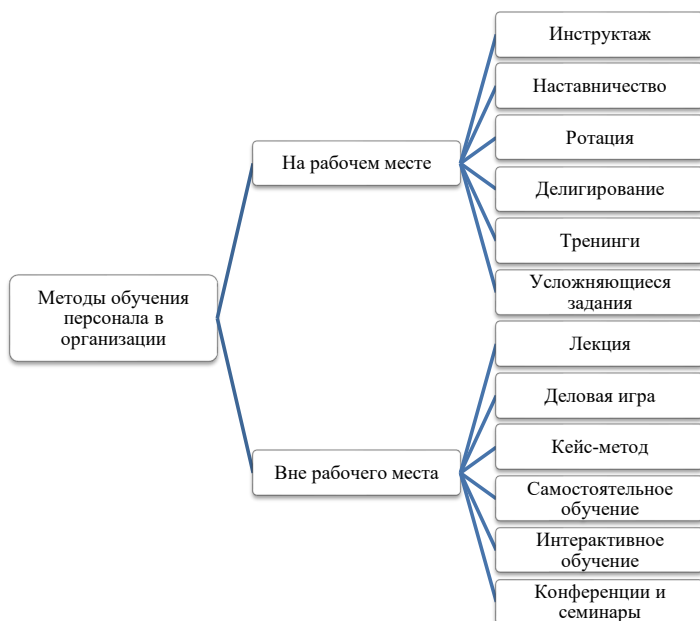


Рисунок 1. Виды методов обучения персонала в организации

Метод «копирование» или «делай как я» предполагает повторение действий более опытного работника для овладения навыками выполнения определенной работы. Часто применяется как вспомогательный метод обучения в системе наставничества.

Метод усложняющихся заданий предполагает постепенный переход от менее сложных и менее важных заданий к более сложным и более важным. Также применяется в синтезе с методом наставничества.

Тренинги — специально организованные занятия с целью совершенствования умений и навыков в различных профессиональных сферах.

Традиционным и, пожалуй, основным методом обучения вне рабочего места является лекция. Лекция — это системное и последовательное изложение определенного теоретического материала для ознакомления с большим объемом информации. В современной науке существует множество видов лекций, которые подразумевают не только пассивное, но и активное участие обучающихся в процессе изложения материала.

Кейс-метод представляет собой метод обучения, активно использующий описание реальных проблемных ситуаций, непосредственно связанных с работой обучающихся. При использовании данного метода необходимо не только разобраться в сути проблемы, но и предложить пути ее решения, аргументировав свои рекомендации.

Самообучение — это элемент персонального менеджмента, который предполагает обучение с использованием персональных компьютеров или специальной литературы самостоятельно по собственному графику обучения. При этом обучающийся самостоятельно определяет темы для обучения, выбирает режим обучения и набор заданий для выполнения.

Моделирование процессов предполагает моделирование различных ситуаций, процессов придуманной организации для прогнозирования возможных результатов развития фирмы при различных исходных данных.

Конференции и семинары — это метод обучения, основанный на дискутировании по определенной профессиональной теме. Основной недостаток данного метода заключается в том, что его использование требует высокого уровня знаний у участников обучения, а также требует умения аргументировать свои взгляды и теории, защищая их от оппонентов.

С приходом цифровизации во все сферы жизнедеятельности общества, появились новые методы обучения. Это не означает, что традиционные методы обучения отменяются или считаются устаревшими. Это означает, что цифровизация расширила выбор методов обучения.

Рассмотрим новые методы обучения персонала, дав им характеристику.

Мобильное обучение — это новая форма обучения с использованием мобильных гаджетов. Оно позволяет не посещать учебные занятия лично, формировать собственный график обучения в удобное время и в удобном режиме.

Важную роль в современных технологиях обучения играет цифровой контент. Он расширяет доступность обучения, предполагает выбор уровней обучения, а также является экономически более выгодным и не требует личного присутствия.

Вебинары представляют собой особую форму онлайн-семинара, который проходит в режиме реального времени. Данный вид семинара не только позволяет обучить персонал, но и быстро получить обратную связь. Также следует отметить, что вебинары проще и дешевле подготовить.

Каждый человек хочет, чтобы при обучении учитывались его интересы, уровень знаний и пожелания. Все это реализует персональное обучение, где работники обучаются по составленному персонально для

него учебному плану. Как правило, такой вид обучения используется для подготовки узких специалистов и руководителей.

Микрообучение — это небольшое занятие, продолжительность которого может быть не более 20 минут.

Метод обратной связи представляет собой своеобразную консультацию, в результате которой обучающийся может тут же дать обратную связь. Этот метод позволяет быстро корректировать процесс обучения, подстраивая его под обучающегося.

Использование технологий дополненной и виртуальной реальности позволяет более качественно усвоить необходимую информацию, погружаясь в «реальный мир» профессиональной деятельности.

Социальное обучение предполагает коллаборацию обучающихся, педагогов и других заинтересованных лиц для совместного проекта. Этот вид обучения способствует развитию коммуникационных навыков, формирует толерантность, умение работать в команде.

Неформальное обучение — это тренд современного общества. При этом виде обучения знания получают в неформальной обстановке (на специально созданных платформах), где обучающиеся могут свободно высказать свое мнение, обменяться знаниями.

Таким образом, методы обучения — это способы взаимодействия в обучающей среде между слушателями и педагогами посредством чего формируются профессиональные компетенции для качественного выполнения сотрудниками организации своих обязанностей.

Библиографический список

1. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55–64.

2. Соловьев К.Г. Принципы, формы и методы обучения персонала организации // Символ науки: международный научный журнал. 2023. № 5–2. С. 145.

УДК 64.011.44

Современные методы повышения эффективности деятельности организации

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Рассматривая понятие эффективность деятельности предприятия авторы пришли к выводу, что при совершенствовании бизнес-процессов важно обеспечить анализ и диагностику финансово-хозяйственной деятельности организации. Это важно для обеспечения стабильной работы предприятия и предотвращения негативных ситуаций.

Ключевые слова: эффективность, финансово-хозяйственная деятельность, организация, негативные ситуации

Modern methods of increasing the effectiveness of the organization

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. Considering the concept of enterprise efficiency, the authors came to the conclusion that when improving business processes, it is important to ensure the analysis and diagnosis of the financial and economic activities of the organization. This is important to ensure the stable operation of the enterprise and to prevent negative situations.

Keywords: efficiency, financial and economic activity, organization, negative situations

Главная цель любого предприятия - максимизация прибыли при минимальных издержках. Для этого необходимо постоянное улучшение качества продукции и услуг, а также процессов их создания. Прибыль является ключевым критерием эффективности коммерческой деятельности, поэтому организации, стремящиеся к конкурентоспособности, должны следовать стратегии увеличения прибыли и сокращения издержек.

На рисунке 1 представлены современные причины совершенствования эффективности деятельности предприятия.

При совершенствовании бизнес-процессов важно обеспечить анализ и диагностику финансово-хозяйственной деятельности организации. Это важно для обеспечения стабильной работы предприятия и предотвращения негативных ситуаций. На этом этапе необходимо определить модель оптимизации бизнес-процессов, например, через бенчмаркинг для анализа соответствия нормативных и фактических показателей. Метод перепроектирования процессов, известный как реинжиниринг, предполагает радикальную перестройку бизнес-процессов для адаптации к

изменениям на рынке. Часто используется параллельно с бенчмаркингом для оптимизации деятельности предприятия. Инжиниринг включает в себя внедрение автоматизации и информационных технологий для более быстрой и точной реакции на изменения внешней среды. Этот метод помогает организации выживать в различных сценариях.

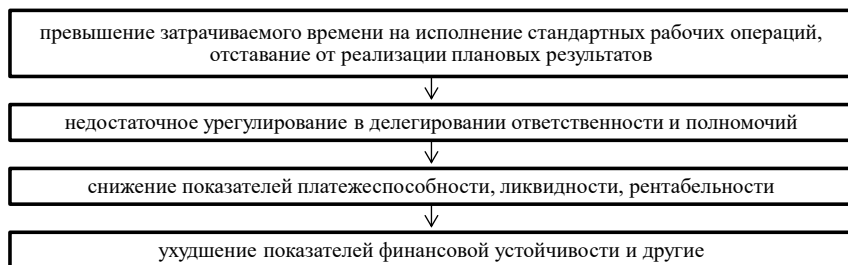


Рисунок 1. Причины ухудшения деятельности предприятия [1, с. 335]

Также отдельно стоит определить причины оптимизации стратегических целей предприятия (рис. 2).



Рисунок 2. Причины оптимизации стратегических целей предприятия [2, с. 63]

Метод постоянного совершенствования (CPI) используется для адаптации предприятия к изменяющимся условиям внешней среды, повышения качества бизнес-процессов и продукции. Рекомендации по улучшению деятельности разрабатываются, создается план действий, который затем реализуется и оценивается. В рыночной экономике оптимизация деятельности предприятия необходима для повышения эффективности бизнеса и обеспечения успешного развития в долгосрочной перспективе. Необходимость улучшения бизнес-процессов также обусловлена нестабильным положением компании во время негативных обстоятельств. Таким образом, совершенствование деятельности предприятия может быть вызвано как негативными факторами, так и стратегическими целями развития и роста. В таблице 1 представлена

характеристика наиболее часто используемых в практической деятельности современных предприятий методов для повышения эффективности деятельности.

Таблица 1. Методы повышения эффективности деятельности предприятия

Метод	Сущность	Преимущества	Недостатки
Метод бережливого производства	Бережливое производство направлено на минимизацию потерь без ущерба для производительности. Это достигается за счет оптимизации процессов, сокращения времени ожидания, излишних запасов и ненужных движений	Увеличение производительности. Снижение издержек. Улучшение качества продукции. Повышение удовлетворенности клиентов	Необходимость значительных изменений в корпоративной культуре. Риск сопротивления со стороны сотрудников. Требуется времени для внедрения и обучения
Шесть сигм	Это метод, основанный на управлении качеством, который использует	Значительное улучшение качества продукции и услуг	Может быть затратным на этапе внедрения
	Статистические методы для уменьшения дефектов и вариаций в процессах	Снижение затрат за счет уменьшения дефектов. Повышение удовлетворенности клиентов	Требуется высокой квалификации работников. Фокус на количественных показателях может игнорировать важные качественные аспекты
Метод управления проектами	Представляет собой систему планирования, организации, исполнения и контроля проектов с целью достижения конкретных целей в установленный срок	Улучшение координации и коммуникации в команде. Эффективное распределение ресурсов. Увеличение вероятности успеха проекта	Может потребовать значительных временных и финансовых затрат на подготовку и обучение. Необходимость строгого следования плану, что может ограничивать гибкость
Автоматизация процессов	Внедрение технологий и программных решений для автоматизации рутинных задач и операций на предприятии	Снижение человеческого фактора и ошибок. Увеличение скорости выполнения задач. Сокращение операционных затрат	Высокие начальные инвестиции. Возможная текучесть кадров из-за сокращения рабочих мест. Необходимость в техническом обслуживании и обновлении технологий
SWOT-анализ	Метод стратегического анализа, который позволяет выявить сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы для компании	Позволяет получить полное представление о текущем состоянии предприятия. Упрощает разработку стратегий на основе реальных данных	Субъективность оценок. Не дает конкретных рекомендаций по действию. Требуется постоянного обновления данных

Источник: составлена авторами

Эти методы могут быть использованы отдельно или в комбинации в зависимости от целей и специфики предприятия. Повышение эффективности предприятия - постоянный процесс, требующий итераций для повышения рентабельности, снижения затрат и улучшения качества. Эффективность бизнеса измеряется через рентабельность инвестиций, эффективность процессов, операционную эффективность, экологическую и энергетическую эффективность, производительность труда и финансовую эффективность.

Таким образом в современных условиях экономическая эффективность предприятия является ключевым показателем, который требует оценки, включая не только финансовые результаты, но и нефинансовые аспекты.

Повышение эффективности делает бизнес более продуктивным, позволяя снизить затраты, увеличить объем производства и развивать бизнес. Повышение эффективности деятельности компании - постоянная работа, требующая регулярного пересмотра процедур и привлечения консультантов. Руководство и менеджеры должны искать способы улучшения работы, вовлекая все уровни управления. Использование новейших технологий, таких как предиктивный искусственный интеллект и машинное обучение, может повысить эффективность бизнеса.

Библиографический список

1. Попкова Д.В. Теоретические основы совершенствования деятельности предприятия / Д.В. Попкова, Е.С. Ковыршина // Мировые научные дискуссии в эпоху цифровизации: от теории к практике: Материалы XVI Международной научно-практической конференции, Рязань, 29 декабря 2023 года. Рязань: ООО «Издательство "Концепция"», 2023. С. 335–336.

2. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55–64.

УДК 64.011

Методы оценки эффективности системы обучения персонала организации

Колесов Р.В., канд. экон. наук, доцент

Бурыкин А.Д., д-р экон. наук, профессор

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной статье авторы анализируют традиционные методы оценки эффективности обучения персонала, которые представляют собой системные подходы, направленные на анализ результативности обучающих мероприятий, при условии если их применяют профессиональные сотрудники и они направлены на достижение конечных бизнес-показателей организации.

Ключевые слова: эффективность обучения, персонал, организация, педагогика, менеджмент

Methods for evaluating the effectiveness of the organization's personnel training system

Kolesov R.V., candidate of economic sciences, associate professor

Burykin A.D., doctor of economics, professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In this article, the authors analyze traditional methods of evaluating the effectiveness of staff training, which are systematic approaches aimed at analyzing the effectiveness of training activities, provided that they are used by professional employees and they are aimed at achieving the final business performance of the organization.

Keywords: effectiveness of training, personnel, organization, pedagogy, management

Традиционные методы оценки эффективности обучения персонала представляют собой системные подходы, направленные на анализ результативности обучающих мероприятий, их применяют профессиональные сотрудники для достижения конечных бизнес-показателей организации. Эти методы основаны на проверенных временных рамках принципов педагогики и менеджмента, включая анализ научных достижений, оценку поведенческих изменений и измерение экономического эффекта.

Одним из наиболее известных подходов является модель, разработанная в 1959 году. Она включает четыре уровня оценки:

- 1) реакция участников на обучение;
- 2) изучение знаний;
- 3) изменения в поведении;
- 4) влияние на бизнес-результаты [5, с. 47].

В рамках данной модели первый уровень измерения осуществляется с помощью опросов, анкетирования и интервью, позволяющих определить удовлетворенность сотрудников процесса обучения. Второй уровень предполагает тестирование знаний, проведение экзаменов или практических заданий, позволяющих оценить уровень освоения учебных материалов. Третий уровень направлен на анализ того, что работник окончательно изменил свое поведение в результате обучения, для чего использовалось наблюдение на рабочем месте, интервью с руководителями и анализ изменений в результативности труда. Четвертый уровень обучения влияет на основные бизнес-метрики, включая производительность, текучесть кадров и удовлетворенность клиентов.

Дополнением к данной модели является модель (возврат инвестиций). Она включает пять уровней оценки, добавляя к первой модели анализ возврата инвестиций в обучение. В рамках данной ситуации складываются экономические выгоды, которые организации получают в результате образовательных мероприятий, что позволяет обосновать лидерские вложения в развитие персонала. Этот метод требует детального расчета затрат на обучение и оценки его финансовых показателей компании, что делает его одним из наиболее простых, но при этом объективных инструментов оценки эффективности [3, с. 56].

Еще одним методом является анализ производственных показателей до и после обучения. В данном подходе проводится сравнительный анализ ключевых показателей, таких как скорость выполнения рабочих операций, количество ошибок, производительность труда и уровень брака. Данный метод позволяет достоверно оценить эффективность выполнения трудовых обязанностей.

К рассмотрению традиционных методов относятся также оценки на основе ключевых показателей эффективности. В данном случае обучение проводится с точки зрения его результатов для достижения запланированных бизнес-результатов. Например, если цель обучения была повышением уровня продаж, измерение изменяет объем продаж до и после прохождения курса. Если обучение направлено на снижение уровня брака в производстве, анализируется динамика показателей качества продукции [4, с. 18].

Методы экспертной оценки также широко применяются в традиционной системе оценки обучения. В данном подходе квалифицированные специалисты или руководители проводят анализ эффективности обучения на основе субъективных и объективных факторов, таких как поведение сотрудников, применение новых навыков в работе и общая результативность выполнения трудовых обязанностей. В

рамках данного метода могут использоваться интервью, оценочные листы и рейтинговые критерии.

Важную роль играет метод самооценки, при котором сотрудники самостоятельно оценивают свою профессиональную подготовку, уровень начальных знаний и уверенность в применении методов анализа в рабочей среде. Этот метод помогает выявить заметные аспекты эффективности обучения, такие как степень мотивации сотрудников к профессиональному развитию.

Распространенным методом возникновения является анализ затрат и выгод, при котором сравниваются затраты на обучение с выгодами, полученными в результате его проведения. Этот метод позволяет определить эффективность образовательных программ и их влияние на стратегические цели организации.

Таким образом, традиционные методы оценки эффективности обучения персонала основаны на системном анализе образовательного процесса, включающем количественные и качественные подходы. Они демонстрируют степень развития знаний, анализ изменений в руководящем составе и рекомендации экономических руководителей, направленные на обучение. Эти методы продолжают оставаться актуальными, несмотря на появление новых технологий, и используются в мировой практике вместе с современными инструментами оценки профессионального развития.

Современные методы оценки эффективности обучения персонала основаны на международных количественных и качественных показателях, использовании аналитических моделей, использовании технологий искусственного интеллекта и машинного обучения, а также на концепциях адаптивного обучения и предиктивной аналитики. Основное их назначение заключается в участии программ обучения на уровне компетенций сотрудников, их поведенческих изменениях, производственных показателях и, следовательно, результатах организации.

Одним из наиболее передовых подходов является использование адаптивных системных оценок, основанных на анализе больших данных. Такие системы позволяют в режиме реального времени анализировать научные достижения руководителей, выявлять закономерности в создании материалов и автоматически подстраивать образовательные траектории. Инструменты предиктивной аналитики применяются для прогнозирования будущей эффективности персонала на основе статистических данных о предыдущих образовательных инициативах, что позволяет организовать оптимизацию инвестиций в обучение [2, с. 251].

Важную роль в оценке эффективности играет применение нейросетевых алгоритмов и искусственного интеллекта, которые анализируют поведенческие модели обучающихся, выявляют проблемные зоны и персонализируют процесс обучения. Одним из таких методов является анализ глубины после того, как сотрудники, которые включают в себя изучение их активности на научных платформах, определяют взаимодействие с материалами, скорость тестирования и уровень обработки. Использование технологии естественной обработки языка позволяет оценить качество обратной связи, получаемой от участников обучения, и сформировать объективные отчеты о его эффективности [1, с. 114].

Цифровые экосистемы для управления обучением представляют собой еще одно направление в эффективности образовательных программ. Они интегрируют различные формы обучения (онлайн-курсы, видеолекции, симуляции, кейс-методы) и проводят управляемый анализ эффективности обучения на основе комплексных данных. В сопровождении таких мероприятий наблюдаются не только формальные методы, но и индивидуальный опыт сотрудников, их обработка и мотивация к обучению, что обеспечивает более точный эффект воздействия на обучение программ в профессиональной деятельности.

Среди современных методов оценки широко используется концепция оценки на основе ключевых показателей эффективности, но с учетом когнитивных и поведенческих факторов. В отличие от традиционных моделей, ориентированных исключительно на измерение количественных показателей, новые методики включают анализ изменений компетенций, социальной активности сотрудников, а также их способности применять полученные знания в существующих рабочих условиях. В этом случае все большую популярность приобретает применение комбинированных индексов эффективности обучения, которые объединяют количественные и качественные показатели. Например, индекс корреляции между определением пройденного обучения и динамикой производительности труда позволяет определить реальное влияние на инициативу в бизнес-процессах.

Важное место в современной системе занимает анализ сетевых взаимодействий, изучающий уровень сотрудничества между сотрудниками в образовательном процессе. В этом случае применяется социальная аналитика, ведущая роль ведущих участников образовательных сетей, а также оценка их влияния на коллективное развитие знаний. Это особенно актуально во внешних структурах, где

обучение часто проходит в формате проектной работы и командных симуляций.

Таким образом, современные методы оценки эффективности обучения персонала представляют собой интеграцию традиционных подходов с цифровыми технологиями, анализом больших данных и прогнозной аналитикой. Они ориентированы не только на измерение непосредственных результатов образовательных программ, но и на долгосрочное прогнозирование профессионального обучения по развитию сотрудников и их профессиональной продуктивности.

Следовательно, обучение персонала — это важнейшее звено в повышении эффективности компании. Ведь именно люди отвечают за успех, которого достигает бренд.

Библиографический список

1. Гизатуллина Р.Р. Методы обучения персонала организации: традиционные и нетрадиционные / Р.Р. Гизатуллина, С.И. Насырова // Актуальные вопросы современной экономики. 2024. № 10. С. 258.

2. Игнатьева И.С. Инновационные методы обучения персонала в условиях цифровизации экономики // Вестник науки. 2023. № 11. С. 441.

3. Кваша В.А. Организационная структура управления предприятием и факторы, влияющие на ее эффективность / В.А. Кваша, А.Д. Бурыкин // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 7. С. 55–64.

4. Кизлевич Е.Е. Исследование основ международного опыта и проблем внутрифирменного профессионального обучения // Международный научный журнал. 2024. № 2(95). С. 25.

5. Магарамова Д.Т. Направления совершенствования обучения и профессионального развития персонала / Д.Т. Магарамова, П.Р. Алиева // Журнал монетарной экономики и менеджмента. 2024. № 8. С. 99.

УДК 004.4

Выбор между Tilda и Python: какой инструмент оптимален для повышения эффективности управления проектами?

Русинова О.Ю., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья рассматривает сравнение двух популярных решений — конструктора сайтов Tilda и программирования на языке Python, оценивая их преимущества и недостатки с точки зрения

проектного менеджмента. Рассмотрены преимущества и недостатки каждой платформы, их применимость в различных ситуациях и влияние на развитие профессиональных компетенций студентов.

Ключевые слова: веб-разработка, Tilda, Python, конструктор сайтов, язык программирования, сравнительный анализ

Choosing between Tilda and Python: which tool is optimal for improving project management efficiency?

Rusinova O.Y., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines a comparison of two popular solutions — Tilda website builder and Python programming, assessing their advantages and disadvantages from the point of view of project management. The advantages and disadvantages of each platform, their applicability in various situations and their impact on the development of students' professional competencies are considered.

Keywords: web development, Tilda, Python, website builder, programming language, comparative analysis

Создание веб-сайтов является важным аспектом современного образования, поскольку навыки разработки и дизайна помогают студентам лучше понимать принципы построения цифровых продуктов и способствуют развитию критического мышления. Среди множества инструментов, используемых в учебных заведениях, выделяются две платформы — Tilda и Python. Каждая из них предлагает уникальные возможности и подходит для разных целей и уровней подготовки студентов.

Tilda представляет собой визуальную конструкторскую платформу, позволяющую создавать красивые и функциональные сайты без глубоких технических знаний. Она идеально подходит для начинающих пользователей, позволяя сосредоточиться на креативной стороне процесса, не углубляясь в технические аспекты программирования [3, с. 20].

Python, напротив, представляет собой мощный инструмент для изучения основ программирования и веб-разработки. Этот язык позволяет глубже погрузиться в процесс создания сайта, изучив основы HTML, CSS и JavaScript [1, с. 94], а также освоив серверную сторону разработки с использованием фреймворков вроде Django или Flask.

С целью сравнительного анализа характеристик двух рассматриваемых платформ представляется целесообразным осуществить процедуру SWOT-анализа, позволяющую объективно оценить их конкурентные достоинства и ограничения, перспективные направления развития и существующие внешние факторы риска.

Начнем с проведения SWOT-анализа платформы Tilda, сосредоточившись на выявлении её сильных сторон. Простота использования обеспечивается благодаря интуитивно понятному визуальному редактору и блочной системе, позволяющим создавать сайты без знания кода. Продукт фокусируется на дизайне и визуале, предлагая высокое качество готовых шаблонов и блоков, уделяя особое внимание типографике и адаптивности. Это позволяет быстро собирать лендинги, портфолио и простые сайты, значительно сокращая время разработки.

Наряду со сильной стороной платформы Tilda стоит выделить и её возможности, такие как, создание лёгких и быстрых сайтов, появление новых функций, позволяющие сделать интернет-магазин сложнее и удобнее, добавление искусственного интеллекта, который помогает с дизайном, созданием контента и улучшением сайта, а также платформу можно использовать для обучения дизайну и разработке сайтов.

Конструкторы сайтов предлагают удобство и простоту разработки веб-ресурсов, однако имеют ряд слабых сторон, особенно заметных при работе над сложными проектами, таких как использование конструктора ограничивающую свободу настройки внешнего вида и добавления особых функций, которые легко реализовать в популярных системах вроде WordPress [2]. Если понадобится перенести сайт на другой сервис, придется почти заново создавать ресурс, тратя много времени и усилий.

Проведенный анализ сильных и слабых сторон, возможностей платформы Tilda позволяет сделать вывод, что особое внимание следует уделить угрозам, таким как, высокая конкуренция с другими популярными конструкторами сайтов (Wix, Squarespace, Webflow, Зуго и другие), угрозы технического сбоя, которые могут привести к проблемам работы Tilda затронув все созданные на ней сайты, изменение тенденции моды, блоки-шаблоны приходится оперативно обновлять, развитие соцсетей позволяет решать задачи прямо там, без отдельного сайта, бюджеты мелких компаний и фрилансеров сокращаются, что уменьшает спрос на разработку сайтов.

Рассмотрев особенности платформы Tilda, приступим к проведению SWOT-анализа языка программирования Python, акцентируя внимание на определении его ключевых преимуществ и сильных сторон. *Легкость в изучении и написании программы, многофункциональная платформа* — от

создания сайтов до анализа данных, разработки моделей искусственного интеллекта, расчетов и автоматизаций, поддержка сообщества опытных разработчиков, богатая экосистема библиотек и фреймворков: индекс пакетов PyPI содержит тысячи модулей для самых разных задач (NumPy, Pandas, SciPy, Django, Flask, TensorFlow, PyTorch и др.).

Среди возможностей Python важно отметить следующие аспекты: удобство применения для реализации сложных алгоритмов, широкая востребованность среди новичков и учащихся благодаря простоте синтаксиса, непрерывная оптимизация производительности (например, проекты вроде PyPy значительно ускоряют выполнение приложений).

Изучив преимущества и функциональные особенности среды разработки Python, перейдем теперь к рассмотрению его недостатков и возможных рисков, которые способны оказать влияние на принятие решения о выборе именно этой среды программирования. Python, будучи интерпретируемым языком, обычно уступает в быстродействии таким компилируемым языкам, как C++ или Java, особенно там, где важна высокая скорость выполнения. Несмотря на наличие различных инструментов и библиотек, Python редко выбирается в качестве основного инструмента для разработки нативных мобильных приложений. Стандартная реализация CPython также имеет ограничение в виде глобального интерпретатора блокировки (GIL), которое снижает производительность многопоточных программ при интенсивном использовании центрального процессора. Для достижения эффективного распараллеливания чаще применяется мультипроцессинг.

Итак, проведенный анализ показал, что выбор между платформой Tilda и средой разработки Python для создания веб-сайтов обучающимися зависит от конкретных целей и задач. С одной стороны, Tilda является оптимальным выбором для студентов, которым необходимо быстро создать визуально привлекательный и функциональный веб-сайт без необходимости глубокого погружения в программирование. С другой стороны, для студентов, специализирующихся в области информационных технологий и стремящихся к глубокому освоению программирования и веб-разработки, Python представляет собой наиболее привлекательный и перспективный выбор.

Преподавателям рекомендуется учитывать различные уровни подготовки студентов и предлагать им выбор между Tilda и Python в зависимости от целей учебного курса. В некоторых случаях, целесообразно использовать Tilda для ознакомления с основами веб-разработки, а затем переходить к изучению Python для более глубокого понимания и расширенных возможностей.

В конечном итоге, оптимальная платформа определяется осознанной оценкой её возможностей и ограничений, а также тем, насколько хорошо она помогает развивать ключевые компетенции обучающегося, отвечает его академическим запросам и обеспечивает эффективное взаимодействие с преподавателем.

Библиографический список

1. Янцев В.В. Web-программирование на Python: учебное пособие для вузов. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. 180 с.

2. Создайте впечатляющий сайт на Tilda для бизнеса и медиа [Электронный ресурс]. URL: <https://tilda.cc/ru/> (дата обращения 12.05.2025).

3. Молчаков В.П. Создание сайтов на Tilda с использованием искусственного интеллекта. Самоучитель. - СПб: БХВ-Петербург, 2021. 352 с.

УДК 339.97

Развитие интеграции Беларуси в транспортное пространство стран-участниц ЕАЭС

Турбан Г.В., канд. экон. наук, доцент

Белорусский государственный экономический университет

Аннотация. Показана роль транспортно-экспедиторских услуг Республики Беларусь в экономике страны, их доля в ВВП. Проанализированы показатели развития и экспорта транспортных услуг республики по видам транспорта. Отмечен существенный рост перевозок грузов в направлениях Беларусь-Россия, но снижение грузооборота Республики Беларусь на территории ЕАЭС. Представлены данные о переориентации транспортных маршрутов Беларуси в азиатском направлении.

Ключевые слова: транспортно-логистические услуги, интеграция, ЕАЭС

Development of Belarus integration into the transport space the EEC member states

*Turban G.V., candidate of economic sciences, associate professor
Belarus State Economic University*

Abstract. The role of freight forwarding services of the Republic of Belarus in the economy of the country, their share in GDP are shown. The indicators of development and export of transport services of the republic by types of transport are analyzed. There was a significant increase in cargo transportation in the Belarus-Russia directions, but a decrease in the cargo turnover of the Republic of Belarus on the territory of the EAEU. Data on the reorientation of transport routes of Belarus in the Asian direction are presented.

Keywords: transport and logistics services, integration, EAEU

Сложившаяся в течение последних трех десятилетий мировая транспортная система кардинально меняется в современных условиях, что обусловлено, прежде всего, процессами реглобализации и реструктуризации экономик стран, санкционной политикой и развитием международной экономической интеграции. Изменения в международном разделении труда приводят к сближению стран на основе развития новых устойчивых хозяйственных связей. Эффективности данных процессов в значительной степени способствуют международные грузоперевозки, которые также подвержены кардинальным изменениям. Из разрозненных видов транспорта они превратились в систему с высоким уровнем интеграции в условиях формирования единых межстрановых и межконтинентальных транспортных пространств.

Транспортно-экспедиторские услуги занимают важное место в экономике Республики Беларусь. В 2023 г. они составляли 4,9% в валовом внутреннем продукте республики и около 50% в общем объеме экспорта услуг [2]. Для республики, как страны с открытой экономикой, эффективное развитие и функционирование системы международных грузоперевозок является важнейшим фактором экономического роста и конкурентоспособности на мировом рынке.

В 2024 г. доля валовой добавленной стоимости транспортной деятельности в структуре ВВП республики возросла до 5,1% [2]. При этом наиболее высокие темпы роста характерны для экспедиторских услуг в сравнении с транспортно-логистическими. Наибольший удельный вес транспортно-экспедиторских услуг в Беларуси приходится на автомобильный вид транспорта. В 2023г. он составлял 50,4% от общего объема грузоперевозок. На втором месте – железнодорожные перевозки грузов с долей 38,8 %.

В 2024 г. экспорт транспортных услуг Республики Беларусь достиг 4,5 млрд долл. США, что на 19,6% больше, чем в 2023 г. Анализ по видам транспорта показал, что наибольший прирост экспорта транспортных услуг был характерен для железнодорожных перевозок (+33,8% к уровню

2023 г.), затем следовали воздушные (+13,4%) и автомобильные (+12,4%) перевозки [2].

В период 2022–2024 гг. во внешней торговле транспортно-экспедиторскими услугами Республики Беларусь произошли существенные изменения обусловленные, прежде всего, санкционной политикой зарубежных стран, а также процессами развития интеграционных отношений со странами ЕАЭС и участием республики в инициативе Китая «Один пояс один путь». Грузоперевозчики Беларуси все в большей степени ориентируются на азиатское направление.

Анализ по данным Евразийской комиссии показал, что несмотря на рост экспорта транспортных услуг Республики Беларусь, грузооборот (по всем видам транспорта) существенно сократился. Если в 2020 г. он составлял 123,2 млрд тонно - км, то в 2023 г. всего 72,7 млрд тонно - км, то есть всего за три года уменьшился на 41% (табл. 1). В 2020 г. доля грузооборота Республики Беларусь в общем грузообороте ЕАЭС составляла 2,06%, в 2023 г. – всего 1,19% [3].

Таблица 1. Грузооборот по всем видам транспорта Республики Беларусь в ЕАЭС

Показатели	2020	2021	2022	2023
Грузооборот Республики Беларусь, млрд тонно - км.	123,2	118,8	88,6	72,9
Грузооборот ЕАЭС, млрд тонно - км.	5975,1	6322,8	6158,5	6135,2
Доля грузооборота Республики Беларусь в ЕАЭС	2,06	1,88	1,44	1,19

Анализ за последние пять лет показал, что, начиная с 2019 г. наметилась тенденция сокращения грузооборота Республики Беларусь в грузоперевозках на пространстве ЕАЭС. Наибольшее падение было характерно для 2022 г. – 74,6% к уровню 2021 г. (рис. 1) [3].

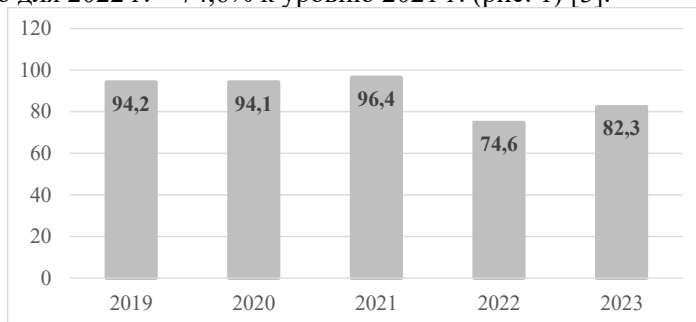


Рисунок 1. Грузооборот Республики Беларуси по всем видам транспорта в общем грузообороте стран-членов ЕАЭС (% к предыдущему году)

В 2023 г. нивелирование негативного воздействия внешних факторов удалось достигнуть за счет, во-первых, наращивания грузоперевозок автомобильным видом транспорта в направлении Беларусь-Россия, во-вторых, роста экспорта «транспортных услуг в такие страны, как Бразилия - объемы выросли в 4,9 раза, Пакистан - в 4,2 раза, Туркменистан - в 3,6 раза, Египет - в 2,5 раза, Китай - в 2,3 раза, Индонезия - в 2,2 раза» [1]. При этом в 2023 г. грузооборот Республики Беларусь на территории ЕАЭС сократился и составил 82,3% к уровню 2022 г.

Создание общего рынка транспортных услуг является одной из основных задач скоординированной транспортной политики стран ЕАЭС. Это позволит более эффективно использовать транспортный и транзитный потенциал стран-участниц, повысить качество транспортных услуг, скорость их предоставления и интегрироваться в мировую транспортную систему. Принятие согласованных мер обеспечит общие преимущества в сфере международных грузоперевозок.

Современные вызовы в мировой экономике, санкционная политика в отношении России и Беларуси вызвали необходимость в перераспределении потоков товаров и активизации внешнеторговых отношений со странами «дальней дуги», что вызвало потребность в разработке новых, часто более сложных и дорогостоящих маршрутов. В трансформирующихся условиях для Республики Беларусь важное значение имеет активное участие в международных транспортных коридорах, проходящих по территории республики, таких как «Западная Европа – Западный Китай» и «Скандинавия – Балканы».

Существенный вклад в развитие международных грузоперевозок в странах ЕАЭС вносит проект Китая «Один пояс – один путь». Рост грузооборота в торговле Беларусь – Китай вызвал увеличение экспортных контейнерных перевозок почти в 1,6 раза в 2023 г. в сравнении с 2022 г. Проект Китая цифрового шелкового пути создает новые возможности в развитии внешнеторговых отношений со странами ШОС и БРИКС. С участием Китая, России Белорусская железная дорога последние три года разработала порядка 40 маршрутов доставки белорусской продукции более чем в 20 стран мира. Из Республики Беларусь отмечался наибольший рост грузоперевозок в Азербайджан, Грузию, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Россию (в том числе российские порты). Это свидетельствует и о том, что с помощью этих стран компенсируется потеря европейских грузов.

В Беларуси осуществляют работу 5 бирж грузоперевозок, которые позволяют эффективно организовать грузоперевозки. В том числе и международные:

- Roolz – платформа для организации внутренних и международных B2B грузоперевозок;
- CMR24 – поиск груза и транспорта по установленным требованиям;
- Transinfo – сайт грузоперевозок по Беларуси;
- Перевозка24 – агрегатор для поиска услуг спецтехники и грузоперевозок;
- GRUZon – биржа грузоперевозок по Беларуси для поиска лучших предложений.

В Республике Беларусь принята Концепция развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2030 г., реализация которой направлена на развитие транспортно-логистических услуг республики. Данная Концепция учитывает приоритетные цели комплексного развития экономики страны и эффективного продвижения товаров на национальном и зарубежных рынках, задачи инновационного развития транспортного комплекса республики.

Значительное внимание в Беларуси придается расширению внешнеторговых потоков с Китаем, что сопровождается ростом транспортно-логистических услуг.

Особое внимание следует уделить развитию логистических технологий для обработки больших объемов данных. Использование искусственного интеллекта может значительно повысить эффективность маршрутизации, прогнозирования спроса и управления запасами. Внедрение блокчейн-технологий, автоматизация складских операций и использование систем мониторинга в реальном времени являются важными элементами углубления интеграции стран ЕАЭС.

Библиографический список

1. Беларусь нарастила экспорт транспортных услуг в Бразилию, Пакистан, Египет, Китай, Индонезию и Туркменистан: <https://belta.by/society/view/belarus-narastila-eksport-transportnyh-uslug-v-braziliju-pakistan-egipet-kitaj-indoneziju-i-614804-2024/> (дата обращения 23.03.2025).
2. Как сработала транспортная сфера в Беларуси в 2024 году: <https://thinktanks.pro/publication/2025/02/15/kak-srabotala-transportnaya-sfera-v-belarusi-v-2024-godu.html> (дата обращения 23.03.2025).
3. Об основных социально-экономических показателях Евразийского экономического союза: https://eec.eaeunion.org/upload/files/dep_stat/econstat/analytics/indicators2023_12.pdf (дата обращения 12.04.2025).

Особенности PR-деятельности компаний на рынке HoReCa

Цветкова О.Л., канд. пед. наук, доцент

Кужахметова К.К.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья исследует особенности PR-деятельности в сфере HoReCa, анализируя современные инструменты продвижения (медиа-рилейшнз, UGC, кризисные коммуникации) и их влияние на потребительское поведение. На основе case-стади и экспертных данных предложены рекомендации по оптимизации PR-стратегий для ресторанов и отелей.

Ключевые слова: PR-стратегии, HoReCa, репутационный менеджмент, цифровой маркетинг

Peculiarities of PR activities of companies in the HoReCa market

Tsvetkova O.L., candidate of pedagogical sciences, associate professor

Kuzhakhmetova K.K.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the specifics of PR activities in the HoReCa sector, analyzing modern promotion tools (media relations, UGC, crisis communications) and their impact on consumer behavior. Based on case studies and expert data, recommendations are offered for optimizing PR strategies for restaurants and hotels.

Keywords: PR strategies, HoReCa, reputation management, digital marketing

Сфера HoReCa (гостиничный и ресторанный бизнес) является одной из наиболее динамичных и конкурентных отраслей, где эффективные PR-стратегии играют ключевую роль в формировании имиджа и привлечении клиентов. В условиях цифровизации и роста влияния социальных медиа традиционные методы продвижения уступают место комплексным коммуникационным подходам. Актуальность исследования обусловлена необходимостью адаптации PR-инструментов к быстро меняющимся

запросам потребителей и новым вызовам, таким как управление онлайн-репутацией и работа с цифровыми платформами. Цель статьи — выявить ключевые особенности и современные тенденции PR-деятельности в HoReCa, а также разработать практические рекомендации для повышения эффективности коммуникаций. В качестве методов исследования использованы анализ case-studies, контент-анализ соцсетей и экспертные интервью с представителями индустрии.

PR в индустрии гостеприимства представляет собой систему стратегических коммуникаций, направленных на построение долгосрочных отношений с целевой аудиторией. Специфика отрасли заключается в необходимости сочетания B2B (взаимодействие с поставщиками, партнерами) и B2C (работа с конечными потребителями) коммуникаций. Среди ключевых инструментов PR можно выделить:

1. Медиа-рилейшнз: системное взаимодействие с гастрономическими СМИ (журналы, специализированные порталы) и инфлюенсерами через пресс-релизы о новых меню/событиях; организацию пресс-туров и дегустаций; подготовку экспертных комментариев шеф-поваров.

Этот метод формирует восприятие заведения как "медийно признанного" (эффект социального доказательства). У 68% посетителей доверие к ресторану повышается после публикации в авторитетном СМИ (по данным Nielsen, 2023) [4].

Воздействие на бизнес:

- рост узнаваемости: 1 упоминание в топовом гастро-СМИ приносит увеличение трафика в 15–20% в первые 2 недели;
- риски: негативные отзывы критиков могут снизить выручку на 10–15%.

2. UGC-маркетинг (пользовательский контент) – стимулирование гостей к созданию контента через хештег-кампании (#МойБургерКинг); фотоконкурсы с призами; выделение «лучших отзывов недели».

UGC-контент повышает уровень доверия к бренду по сравнению с корпоративным контентом. Пользователи считают такой контент более аутентичным и заслуживающим доверия, доверяют «реальным фото» из заведения больше, чем профессиональным снимкам. 53% покупателей поколения миллениалов доверяют пользовательскому контенту, и на 72% поколения зумеров пользовательский контент имеет большее влияние [1].

Воздействие на бизнес:

- снижение затрат на контент: один UGC-пост в 5–7 раз дешевле профессиональной съемки;

- рост вовлеченности: потребители с большей вероятностью взаимодействуют с брендом, когда видят контент, созданный реальными людьми.

3. Кризисные коммуникации – трехуровневая система реагирования:

1. Мониторинг (Brand24, Youscan).

2. Шаблоны ответов на типовые жалобы.

3. Персонализированная работа с «ярыми негативщиками».

Оперативный ответ на негатив увеличивает вероятность повторного визита. Таким образом компания проявляет участие и показывает, что мнение клиентов важно. Также пользователи меняют негативное мнение при получении компенсации. Компенсация необходима в случае серьёзной ошибки или недовольства клиента, чтобы восстановить доверие [3].

Воздействие на бизнес:

- предотвращение репутационных потерь: своевременная реакция снижает охват негатива;

- снижение текучести: грамотная работа с жалобами уменьшает отток клиентов.

4. Ивент-маркетинг – организация тематических мероприятий, например, кулинарные мастер-классы; гастрономические фестивали; закрытые ужины с шеф-поваром.

Такой метод создает эмоциональную привязанность. Интерактивные зоны и фотозоны позволяют посетителям почувствовать себя частью бренда [4].

Воздействие на бизнес:

- коллаборации и совместные мероприятия с другими брендами позволяют снизить затраты на организацию и расширить охват. Например, фестиваль, организованный несколькими компаниями, может привлечь больше участников, чем одно брендированное событие;

- долгосрочный эффект: ивенты помогают брендам выстраивать личные отношения с аудиторией, что увеличивает шанс возвращения клиента вновь.

5. Digital-инструменты (соцсети, чат-боты): вовлекающий контент-план:

- повседневный пользовательский контент;
- обучающий контент;
- опросы в Stories;
- чат-боты для бронирования.

Интерактивность увеличивает время взаимодействия с брендом на 63%. Увеличение продаж на 20%. Высоким уровнем привлекательности обладают Telegram-каналы с ежедневным легким контентом [2].

Воздействие на бизнес:

- регулярные розыгрыши участия в образовательных онлайн-программах повышают активность аудитории в социальных сетях;
- снижение нагрузки на сотрудников: чат-боты сокращают звонки.

Особое значение в HoReCa имеет эмоциональный компонент коммуникаций, так как выбор заведения часто обусловлен личными впечатлениями и рекомендациями.

Например, Coca-Cola активно использует массовые мероприятия для продвижения своих продуктов [2]. В цифровой среде наиболее эффективными оказались:

- UGC (user-generated content): вовлечение гостей через хештеги (например, #МойЧеркизово от сети "Вкусно — и точка");
- микровлияние: коллаборации с локальными блогерами вместо дорогостоящих контрактов со «звездами».

Проблемные зоны: фейковые отзывы. Рестораторы сталкивались с накрутками отрицательных отзывов от конкурентов, а также некоторые владельцы бизнесов прибегают к накрутке высоких оценок и фейковых положительных отзывов.

На основе исследования предложены следующие решения:

1. Персонализация контента: использование данных CRM для таргетированных рассылок (например, предложения по дням рождения гостей).

2. Геймификация: запуск конкурсов с участием пользователей. Для сетевых заведений критически важно разрабатывать единые стандарты коммуникаций, сохраняя адаптацию под локальные аудитории.

Таким образом, исследование подтвердило, что эффективный PR на рынке HoReCa требует интеграции цифровых технологий с традиционными методами. Ключевые тренды:

- рост роли вертикальных коротких видеоформатов (TikTok, Reels);
- смещение фокуса с «продвижения бренда» на «строительство сообщества».

Проведенное исследование позволило выявить ключевые тенденции и эффективные PR-стратегии в сфере HoReCa, которые адаптированы к современным вызовам цифровой эпохи. Анализ case-studies, контент-анализа социальных сетей и экспертных интервью подтвердил, что успешные коммуникации в индустрии гостеприимства требуют комплексного подхода, сочетающего традиционные медиа-рилейшнз с инновационными digital-инструментами.

Таким образом, исследование демонстрирует, что современный PR на рынке HoReCa — это динамичная система, требующая гибкости,

интеграции цифровых технологий и ориентации на эмоциональную вовлечённость потребителей. Дальнейшие исследования могут быть направлены на анализ эффективности новых форматов, таких как метавселенные и AI-генерируемый контент, в контексте индустрии гостеприимства.

Библиографический список

1. Ильиченко П.В. Влияние UGC-контента на поведение потребителей и принятие решений о покупке // *Economy and Business: Theory and Practice*. 2024. Т. 4, № 2 (110). С. 46–48.

2. Усманова З.И. Ивент-маркетинг как средство создания и продвижения бренда / З.И. Усманова, Д. Абдухакимов // *Journal of Marketing and Management*. 2024. Vol. 3, Issue 8 (January). P. 116–119.

3. Как повысить лояльность к компании с помощью негативных отзывов [Электронный ресурс]. URL: <https://netology.ru/blog/07-2024-negative-reviews> (дата обращения 15.04.2025).

4. Nielsen Annual Marketing Report [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nielsen.com/insights/2023/need-for-consistent-measurement-2023-nielsen-annual-marketing-report/> (дата обращения 15.04.2025).

УДК 331.103

Особенности формирования организационной идентичности

Цветкова О.Л., канд. пед. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье исследуется процесс формирования организационной идентичности. Рассматривается дуализм идентичности, который, с одной стороны, стабилизирует организацию, а с другой — обеспечивает её адаптацию к изменениям. Особое внимание уделяется роли разделяемой идентичности в повышении эффективности лидерства, мотивации персонала и устойчивости организации в условиях кризисов.

Ключевые слова: организационная идентичность, разделяемая идентичность, лидерство

Features of organizational identity formation

Tsvetkova O.L., candidate of pedagogical sciences, associate professor

Abstract. The article examines the process of forming organizational identity as a result of the interaction of objective manifestations of activity (actions, behavior of employees) and subjective interpretations ("collection of understandings"). The dualism of identity is considered, which, on the one hand, stabilizes the organization, and on the other hand, ensures its adaptation to changes. Special attention is paid to the role of shared identity in improving leadership effectiveness, staff motivation, and organizational resilience in times of crisis.

Keywords: organizational identity, shared identity, leadership

Организационная идентичность формируется в результате взаимодействия между объективными проявлениями деятельности и субъективными интерпретациями этих процессов («коллекция пониманий»). Этот дуализм позволяет рассматривать идентичность как динамический процесс, который одновременно стабилизирует организацию и адаптирует ее к изменениям [2].

В организационном контексте идентичность рассматривается через две взаимодополняющие концепции.

Первая. «Социальный актор» – организация как субъект, обладающий устойчивыми характеристиками во времени (институциональные нормы, структура, поведенческие паттерны).

Вторая. «Коллекция пониманий» – совокупность интерпретаций сотрудников, определяющих, «кто мы есть как организация» [3].

Эти подходы подчеркивают, что идентичность актуализируется в момент выбора, когда сотрудники переосмысливают свою принадлежность к организации.

Формирование смысла внутри организации позволяет выполнить интегративную функцию, связывая индивидуальные и групповые представления о деятельности организации. Это проявляется в трех взаимосвязанных процессах. Первый. Переход от «Я» к «Мы» – сотрудник начинает воспринимать себя как часть группы, что влечет за собой принятие ее ценностей и норм. Второй. Формирование групповой самооценки – коллективная идентичность повышает мотивацию и вовлеченность [4]. Третий. Маркировка границ идентичности – осознание различий между «Я внутри группы» и «Я вне группы» укрепляет организационную принадлежность.

Современные исследования показывают, что успех лидерства и организационной эффективности зависит от степени разделяемой идентичности. Компании, где сотрудники действуют на основе общих ценностей, демонстрируют более высокую устойчивость в кризисах и лучшую адаптацию к изменениям [4].

Подтверждено, что разделяемая идентичность (shared identity) является ключевым фактором успешного лидерства и организационной устойчивости. Согласно теории социальной идентичности Г. Тэджфела и Дж. Тернера, люди склонны определять себя через принадлежность к группам, а лидеры, способные укреплять идентичность, повышают сплоченность и мотивацию коллектива [5].

Лидеры, которые позиционируют себя как часть группы (а не как внешние управленцы), усиливают доверие и вовлеченность сотрудников. Например, исследования Google (Project Oxygen) показали, что эффективные руководители создают атмосферу единства, где сотрудники чувствуют себя частью общего "Мы".

По данным Gallup, команды с высокой степенью разделяемой идентичности демонстрируют на 30% выше вовлеченность и на 22% выше продуктивность. Это связано со следующими двумя факторами.

1. Эмоциональный интеллект и резонансное лидерство. Лидеры с развитым эмоциональным интеллектом (по модели Д. Гоулмана) способны "входить в резонанс" с коллективом, синхронизируя свои цели с групповыми ценностями. Это активирует зеркальные нейроны у сотрудников, усиливая чувство общности [1].

2. Кризисная устойчивость. Организации с разделяемой идентичностью быстрее адаптируются к изменениям, так как сотрудники воспринимают вызовы, связанные с неопределенностью, как общие, а не навязанные сверху. Исследование А. Хаслама (2001) показало, что во время реструктуризаций, такие компании сохраняют на 48% более высокую лояльность персонала [4].

На практике формировать разделяемую идентичность можно при помощи самых разных механизмов, в том числе через символические практики, прозрачность внутренних коммуникаций, инклюзивное лидерство (когда сотрудники вовлечены в принятие решений). Таким образом, разделяемая идентичность трансформирует организацию из набора индивидов в единый организм.

В условиях цифровой экономики такой подход становится критическим, так как гибридные форматы работы требуют еще большей сплоченности. Организационная идентичность является ключевым фактором стабильности и развития организации. Интеграция

индивидуального и коллективного уровней идентичности способствует повышению вовлеченности сотрудников и несомненно укрепляет организационную культуру.

Библиографический список

1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 285 с.
2. Сидоренков А.В. Организационная идентичность и организационная идентификация: содержание и соотношение понятий // Организационная психология. 2021. Т. 11. № 3. С. 120–152.
3. Ashforth B.E., Harrison S.H., & Corley K.G. Identification in organizations: An examination of four fundamental questions, 2008.
4. Haslam S.A. Psychology in Organizations: The Social Identity Approach, 2001.
5. Tajfel H. Social identity and intergroup behaviour // Social Science Information, 1974. 13(2), 65-93.

**Секция 4. Современные проблемы и тенденции развития финансов,
кредита и банковского дела**
УДК 343.725

Развитие финансового мошенничества в России и в мире

Батракова Л.Г., *д-р экон. наук, профессор*
Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского

Аннотация. Финансовое мошенничество занимает особое место. В статье показана специфика мошенничества, затрагивающая финансовую сферу. Признаки мошенничества прослеживались на протяжении веков и имели место в разных странах. В цифровой экономике финансовые мошенники активизировались, этому способствовало развитие новых технологий. Во всем мире растет число мошеннических операций на финансовом рынке, с вкладами населения и использованием пластиковых карт и др. Широкое развитие получило интернет-мошенничество.

Ключевые слова: мошенник, финансовое мошенничество, виды мошенничества, финансовые пирамиды, ответственность за финансовые махинации

The development of financial fraud in Russia and in the world

Batrakova L. G., *doctor of economics, professor*
Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

Abstract. Financial fraud occupies a special place. The article shows the specifics of fraud affecting the financial sector. Such crimes have occurred over the centuries and in different countries. Financial fraudsters have become more active in the digital economy, which has been facilitated by the development of new technologies. The number of fraudulent transactions in the financial market, involving deposits of the population and the use of plastic cards, etc., is growing all over the world. Internet fraud has become widespread.

Keywords: fraudster, financial fraud, types of fraud, financial pyramids, responsibility for financial fraud

Мошенничество является одним из видов преступлений. Вне зависимости от исторического периода оно являлось преступлением сложным, т.к. было основано на обмане людей, которые не осознают

преступных намерений злоумышленника. В настоящее время мошенничество ориентировано на психологические особенности человека. Для этого мошенники применяют современные психологические методики.

Под *мошенничеством* подразумевают факт изъятия различных ценностей у одного человека в пользу другого обманным путем. Финансовое мошенничество — это противоправное действие, совершаемое с целью завладения денежными средствами, имуществом или другими материальными ценностями. Его опасность определяется быстрым распространением, появлением все новых форм, а также огромной суммой материального ущерба потерпевших.

Слово *мошенник* используется в русском языке, начиная с XVI века. Изначально под словом «*мошенник*» (или *мошонник*) понимался ремесленник по изготовлению мошён. Это слово произошло от древнеславянского «моха» (кошелек). Так как одежда в средневековой Руси карманов не предусматривала, то деньги хранили в небольших мешочках со специальными завязками, который привязывали к поясу под верхней одеждой. Эти мешочки и называли мошной. Есть русские пословицы и поговорки про мошну: «В мошне густо, так и дома не пусто», «Из чужой мошны не жаль и подать». Затем слово *мошенник* приобрело новое значение. Людей, которые срезали мешочки, стали называть карманниками или мошенниками, то есть похищавшими кошелек.

Первое, с чем столкнулось общество, это подделка денежных знаков, деньги подделывались буквально с момента их появления. Впервые запустили монеты в обращение в VII веке до нашей эры в древнем царстве Лидии (Турция). Мошенники делали заготовку из недорогоценного металла и помещали ее в золото, поэтому сердцевина монеты стала фальшивой. Мошенники, наряду со слитками, подделывали и такие экзотические виды денег, как какао-бобы. Они доставали зерна какао-бобов и наполняли пустоты глиной. Легенда гласит, что подделкой монет занимался даже древнегреческий философ Диоген (около 412 до н.э. — 323 до н.э.), который после разоблачения был отправлен в тюрьму, где и умер.

В Древней Греции финансовое мошенничество в виде страховых махинаций появилось в 300 г. до н.э. Тогда греческий купец Гегестрат оформил крупный страховой полис — «боунтри». Он занял деньги и согласился вернуть их с процентами после доставки груза.

В России, мошенничество, как преступление, появилось в период активного развития рыночных отношений, но его признаки отмечали задолго до этого времени. Первое зафиксированное упоминание о фальшивомонетчиках в России относится к 1447 году: в летописи

говорится, что некий литейщик Федор Жеребец в течение многих лет «деньги резати и злой примес и серед класти». Мошенничество, как отдельная категория преступления, впервые появилось в истории России в «Судебнике Ивана Грозного» (1550), затем в «Судебник царя Федора Михайловича» (1589). В «Соборном уложении» (1649) мошенничество было отнесено к одной из форм хищения.

Через 200 лет после первого упоминания законодателем о мошенничестве в России, в Указе от 3 апреля 1781 г. «О суде и наказании за воровство различных родов и о заведении работных домов», было раскрыто понятие «мошенничество». По данному Указу выделяли три формы воровства: воровство – мошенничество; воровство – кража; воровство – грабеж. В 1845 году «Уложения о наказаниях уголовных и исправительных» выделило из мошенничества карманную кражу и ненасильственный грабеж. Как отдельный состав преступления, мошенничество появилось в 1903 года, с подписанием Николаем I «Уголовного уложения». Значительные изменения в Российском уголовном праве произошли в 1992 году, с принятием Уголовного Кодекса РСФСР.

С появлением первых банков мошенники брали кредиты на других лиц, подделывая подписи и искажали данные о суммах [1; 2]. Традиционные виды мошенничеств существуют до сих пор, например уличные мошенники (наперсточники, лохотронщики и др.).

В настоящее время известны виды мошеннических действий в финансовой сфере разнообразны, их принципы часто основываются на психологических эффектах. К финансовым мошенническим схемам можно отнести: мошенничество с использованием банковских карт, кредитные аферы, мошенничество с наличными купюрами, финансовые пирамиды, инвестиционные махинации на финансовых рынках, мошенничество на рынке недвижимости и др. С развитием новых технологий развитие получило интернет-мошенничество [4].

Одним из самых крупных видом мошенничества, вовлекающим большое количество людей, является финансовая пирамида. Ее суть заключается в обещании вкладчикам высокой прибыли, до 1000% годовых, которая получается от новых участников, пока вся эта система не рухнет из-за отсутствия новых вкладчиков. Среди наиболее известных в истории финансовых пирамид мира можно назвать «схему Понци», действовавшая в начале 1920-х годов, пирамиду Бернарда Мэдоффа, «Муравьиные фермы» Ван Фэна, Stanford International Bank и др. [3]. Примером такого мошенничества в России 1990-х годов является масштабная пирамида Сергея Мавроди — МММ. Мавроди был осужден по статье 159 УК РФ —

мошенничество в крупном размере. Другими примерами финансовыми пирамидами, от которой пострадали миллионы людей, являются «Русский дом Селенга», «Хопер-инвест», «Властилина» и др. Финансовые пирамиды являются схемой мошенничества и могут иметь разрушительные финансовые последствия для тех, кто в них участвует.

В заключении отметим, что все финансовые мошенничества имеют общую черту: злоумышленники без принуждения, с согласия самих людей получают их денежные средства.

Библиографический список

1. Батракова Л.Г. Экономико-статистический анализ кредитных операций коммерческого банка [учебное пособие] для студентов высших учебных заведений, получающих образование по направлениям (специальностям) "Финансы и кредит" и "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Сер. Новая университетская библиотека. – М.: Логос, 2008. 214 с.
2. Батракова Л.Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка. Учебник. – М.: Логос, 2007. 368 с.
3. Крупные финансовые аферы в истории [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/companies/sberbank/articles/912878/>.
4. Финансовое мошенничество: виды и признаки [Электронный ресурс]. URL: <https://nipkef.ru/about/blog/finansovoe-moshennichestvo-vidy-i-priznaki/?ysclid=mbqtf7zqp850325825>.

УДК 336

Принципы исполнения бюджета: мировой подход

Логинова Т.В., старший преподаватель

*Финансовый университет при правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В современном мире эффективное управление государственным бюджетом становится все более важной задачей для любой страны. В условиях постоянно меняющейся экономической и политической ситуации необходимо иметь эффективные механизмы и инструменты контроля исполнения бюджета. Исследование по теме является актуальным, так как позволяет углубить понимание механизмов и инструментов, которые используются в зарубежных странах для эффективного управления государственным бюджетом.

Ключевые слова: бюджет, исполнение бюджета, принципы, контроль

Principles of budget execution: a global approach

Loginova T.V., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In today's world, effective management of the state budget is becoming an increasingly important task for any country. In a constantly changing economic and political situation, it is necessary to have effective mechanisms and tools for monitoring budget execution. Research on the topic is relevant, as it allows us to deepen our understanding of the mechanisms and tools that are used in foreign countries for effective management of the state budget.

Keywords: budget, budget execution, principles, control

Цель данной статьи - проанализировать системы исполнения бюджета в зарубежных странах, таких как США, Япония и Великобритания, и выявить их особенности и преимущества.

Задачи исследования:

- рассмотреть основные принципы и этапы исполнения бюджета в мировой практике;
- проанализировать организацию работы исполнительных органов в системе исполнения бюджета;
- рассмотреть механизмы контроля в процессе исполнения бюджета;
- сравнить системы исполнения бюджета в США, Японии и Великобритании, выявить их сходства и различия.

Системы исполнения бюджета в зарубежных странах, таких как США, Япония и Великобритания, хорошо разработаны и имеют свои особенности.

В США бюджет формируется и исполняется в соответствии с федеральным законодательством. Процесс формирования бюджета включает широкий спектр участников, включая президента, конгресс и исполнительные органы. Важным является то, что федеральный бюджет подлежит обсуждению и одобрению конгрессом. Однако, несмотря на процесс формирования бюджета, США имеют долговой баланс, который указывает на проблемы в его исполнении. Ряд факторов, включая высокий уровень военных расходов и социальных программ, а также налоговую политику, оказывают влияние на состояние федерального бюджета. Это может влиять на общий уровень долга страны и вызывать беспокойство относительно финансовой устойчивости.

Япония – одна из ведущих стран мира по исполнению бюджета, которая характеризуется дисциплинированностью и прозрачностью своих государственных финансов.

Одной из основных стратегий Японии является контроль за расходами государственного бюджета. Для этого была разработана система двухуровневого контроля за расходами. На первом уровне назначены сотрудники Министерства финансов в каждом министерстве, которые контролируют и руководят расходами. На втором уровне расходы должны быть утверждены высшим советом министров Министерства финансов, а также руководителей бюджетных комиссий.

Процесс формирования бюджета в Японии является очень прозрачным и демократическим. Бюджет разрабатывается на год и составляется на основе предложений министерств, которые подвергаются обсуждению в законодательном собрании. После обсуждения бюджета он утверждается в парламенте.

Япония активно использует технологии для улучшения исполнения бюджета. Например, уже с 2003 года была введена централизованная база данных о доходах и расходах каждого министерства. Эта база данных позволяет быстро и эффективно контролировать расходы и получать полную и точную информацию о государственных финансах.

Опыт Великобритании по исполнению бюджета представляет собой интересный объект анализа, учитывая строгую финансовую систему и длительную историю бюджетного управления в стране. В Великобритании бюджет составляется правительством и подлежит утверждению и обсуждению в парламенте. Финансовый министр обычно представляет бюджетное планирование, а затем происходит обсуждение и голосование, прежде чем бюджет будет принят.

Важным элементом исполнения бюджета в Великобритании является соблюдение финансовой дисциплины и контроля за государственными расходами. Это удается благодаря строгим бюджетным правилам, которые ограничивают уровень долга и дефицита. После финансового кризиса 2008 года Великобритания ужесточила свою фискальную политику, стремясь к балансировке бюджета и уменьшению долга.

При этом Великобритания сталкивается с рядом проблем в исполнении бюджета, включая постоянные бюджетные дефициты, высокий уровень государственного долга, а также необходимость сокращения расходов на социальные программы. Кроме того, существует ряд структурных проблем, таких как пенсионная реформа и здравоохранение, которые оказывают значительное влияние на бюджетное исполнение.

Общая черта систем исполнения бюджета в этих странах — это акцент на отчетность и контроль расходов. Все три страны имеют процессы контроля и балансировки исполнения бюджета, чтобы гарантировать эффективное использование государственных средств и предотвратить неправомерное использование бюджета. Кроме того, данные системы также предусматривают механизмы ответственности, чтобы обеспечить соблюдение бюджетных ограничений и достижение целей бюджетной политики.

В целом, системы исполнения бюджета в США, Японии и Великобритании являются хорошо разработанными. Они регулярно обновляются и модернизируются, чтобы быть более прозрачными и эффективными. Эти страны активно используют технологии и цифровые инструменты для автоматизации процессов исполнения бюджета и улучшения контроля над расходами.

В каждой стране особое внимание уделяется процессу исполнения бюджета, который играет важную роль в управлении государственными финансами. Принципы исполнения бюджетов в различных странах могут отличаться в зависимости от особенностей их экономики, политики и законодательства.

Например, в США в основе исполнения бюджета лежат следующие принципы:

- принцип федерализма: бюджеты разных уровней, таких как федеральный, штатный и местный, разрабатываются и исполняются независимо друг от друга;
- принцип сбалансированности: идея, что расходы не должны превышать доходы и что бюджет должен быть сбалансирован;
- принцип ответственности: исполнение бюджета должно осуществляться с учетом эффективного использования ресурсов и ответственного расходования денег на достижение стратегических целей;
- принцип открытости и прозрачности: процесс составления и исполнения бюджета должен быть открытым для граждан и заинтересованных сторон, чтобы обеспечить контроль и учет потребностей общества.

Принципы, характерные для Японии:

- принцип гармоничности: бюджетные решения должны быть нацелены на достижение гармоничного социально-экономического развития страны;
- принцип практичности: планирование и исполнение бюджета должны осуществляться с учетом реалий экономической ситуации и финансовых возможностей государства;

- принцип долгосрочности: бюджетные решения должны учитывать долгосрочные потребности страны и быть ориентированы на обеспечение устойчивого развития;

- принцип прозрачности: подробная информация о состоянии и исполнении бюджета должна быть доступна широкой общественности для обеспечения открытости и контроля.

Принципы исполнения бюджета Великобритании:

- принцип гибкости: британский бюджет может быть изменен и адаптирован в течение года в зависимости от изменения обстановки и финансовых потребностей страны;

- принцип прогрессивности: британский бюджет стремится уменьшить разрывы в доходах и социальной справедливости через прогрессивные налоги и социальные программы;

- принцип ответственности: исполнение бюджета должно осуществляться ответственно с учетом эффективного использования ресурсов и достижения стратегических целей;

- принцип прозрачности: процесс планирования и исполнения бюджета должен быть прозрачным и доступным для общественности, чтобы обеспечить открытость и учет потребностей граждан.

Далее рассмотрены основные структурные компоненты систем исполнения бюджета разных стран.

Исполнением расходной части бюджета в США занимаются министерства и ведомства федерального правительства, а исполнением доходной части бюджета – министерство финансов. Контроль за правильностью распределения и расходования бюджетных средств проводит главное контрольное финансовое управление, созданное в 1921г.

Кассовое исполнение бюджета возложено на банки федеральной резервной системы. В основе кассового исполнения бюджета лежит принцип единства кассы. Это означает, что все собранные на территории страны доходы поступают на счет министерства финансов. Это позволяет министерству финансов предотвращать кассовые разрывы, т. е. несоответствие между подлежащим финансированию объемом бюджетных обязательств и имеющимися в распоряжении доходами.

Отчет об исполнении федерального бюджета совместно составляют министерство финансов США с экономическим советом при президенте США [1].

Бюджетная система Японии – это совокупность всех видов бюджетов. Финансовая система Японии состоит из бюджета центрального правительства (общий счет), бюджетов местных властей и специальных счетов, включающих как специальные фонды, так и счета предприятий,

служб, корпораций, принадлежащих центральным и местным органам власти.

Кассовое обслуживание бюджета производит Японский банк и его отделения. Министерства и ведомства в пределах установленных им расходов представляют в Министерство финансов свои платежные сметы, которые министерством рассматриваются и утверждаются. Далее копии смет направляются в Японский банк и последний осуществляет соответствующие операции.

Общее управление государственными финансами осуществляет Министерство финансов. Оно состоит из секретариата и ряда департаментов, (бюджетного, налогового, таможенных сборов, государственного имущества и др.).

Контроль за расходованием утвержденных ассигнований проводится поквартально в форме отчетов министерств и ведомств. Контролеры министерства финансов изучают полученные отчеты, проверяют данные и составляют общий отчет об исполнении бюджета по доходам и расходам [2].

Управление финансами в Великобритании осуществляет Парламент, который утверждает отчеты об использовании государственного бюджета, законы о налогах, устанавливает предельный размер государственного долга, и Министерство финансов, именуемое Казначейством.

Казначейство занимается вопросами разработки, составления и исполнения государственного бюджета, налоговой политики, финансово-экономического прогнозирования, международных финансовых отношений, контролем за расходованием финансовых средств государственными предприятиями. Управление таможенных пошлин и акцизов ведает вопросами акцизных и таможенных сборов, следит за соблюдением законодательства в этой области. Управление внутренних доходов осуществляет контроль за выполнением законодательства, регулирующего взимание прямых налогов [3].

Таким образом, рассмотрение систем исполнения бюджета в зарубежных странах, таких как США, Япония и Великобритания, позволяет увидеть разнообразие подходов к данному вопросу. В каждой из этих стран применяются собственные механизмы и методы, которые нацелены на эффективное управление бюджетными средствами. Однако, независимо от того, какая система используется, главной задачей является достижение фискальной дисциплины и обеспечение прозрачного и ответственного использования государственных ресурсов. Изучение опыта других стран позволяет сформировать представление о возможных

методах реформирования системы исполнения бюджета в собственной стране и определить наиболее эффективные практики.

Библиографический список

1. Особенности организации бюджетного процесса в США [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>.
2. Особенности финансовой системы Японии [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>.
3. Основы правового регулирования бюджетной деятельности в Великобритании [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/>.

УДК 341.655

Влияние санкционного давления на рынок долговых ценных бумаг в России

Сироткин С.А., канд. экон. наук., доцент

Намазова Ж.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности функционирования российского рынка ценных бумаг под действием санкционного давления. Акцент делается на влияние санкций на банковский сектор и рынок ценных бумаг, включая ограничение доступа к иностранным активам российских инвесторов. Также рассматриваются преобразования в нормативно-правовых актах, направленные на стабилизацию финансового рынка в условиях санкций.

Ключевые слова: санкции, ценные бумаги, брокер, фондовый рынок

The impact of sanctions pressure on the debt securities market in Russia

Sirotkin S.A., candidate of economic sciences, associate professor

Namazova J.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the specifics of the functioning of the Russian securities market under the influence of sanctions pressure. The emphasis is on the impact of sanctions on the banking sector and the securities market, including restricting access to foreign assets for Russian investors. It

also examines changes in regulatory and legal acts aimed at stabilizing the financial market under sanctions.

Keywords: sanctions, securities, broker, stock market

Начиная с двадцать второго февраля 2022 года Соединенные Штаты Америка и Евросоюз ввели очередные ограничительные санкции против России.

Российский фондовый рынок за последние годы претерпел значительную перестройку. Под действием санкционного давления произошло снижение объемов и замедление биржевой торговли.

Существенное влияние на спрос касательно ценных бумаг оказывали иностранные инвесторы. Вследствие чего, в условиях некой угрозы инвесторы выводят активы, что влияет на биржевые индексы.

Санкция представляет собой широкий спектр ограничений. В частности, против России были введены несколько десятков тысяч ограничений экономического характера, цель которых – создание условий, способных привести к коллапсу национальной экономики.

При рассмотрении особенностей функционирования рынка ценных бумаг в условиях санкций можно выделить следующие аспекты:

1. Перевод активов конкретного лица другому брокеру. В санкционных условиях депозитарий/брокер имеет право осуществить перевод активов без согласия клиентов с целью снижения негативного влияния. В данной ситуации переход ценных бумаг иностранных эмитентов реализуется согласно временному порядку, установленному решением Совета директоров Банка России от 18 марта 2022 года. Наряду с этим, они обязаны уведомить клиентов о том, куда был осуществлен перевод их ценных бумаг. Также сторона, предоставляющая брокерские услуги, может осуществить передачу операционных обязанностей другому при условии уведомления клиента о данных функциональных изменениях.

2. Ограничения на торговые операции с зарубежными ценными бумагами. Под ограничения также попал счет Национального расчетного депозитария. В таких условиях становится невозможным проведение операций с иностранными ценными бумагами, в связи с ограничениями, наложенными на счета, через которые они проходят.

3. Права нового брокера. Для получения доступа к управленческим инструментам на счету у другого брокера клиенту необходимо подтвердить свою личность с использованием информационных технологий или непосредственно посетить офис.

Делая акцент на нестабильность, постоянно меняющуюся мировую экономику и геополитическую напряженность, особую значимость

приобретает финансовый рынок России в санкционных условиях. Масштабное санкционное давление на Россию и меры, принятые Правительством РФ в ответ на них, стали следствием полного/частичного прекращения своей работы российских финансовых рынков в период с конца февраля по март 2022 года. Подобное решение было допущено с целью стабилизации ситуации, вызванной продажей инвесторами своих активов перед закрытием и минимизацию убытков, которые может претерпеть банковский сектор. Запрет на короткие продажи акций, введенный российским регулятором, и дальнейшее поэтапное возобновление торгов, начиная с конца марта, свидетельствуют о попытках обеспечить устойчивость рынка. 24 марта 2022 года Московская биржа возобновила свою работу, начав торги с ограниченного списка - примерно 30 наиболее ликвидных акций российских компаний. Через пару дней резиденты получили доступ ко всем видам отечественных ценных бумаг, включая корпоративные облигации.

Санкции оказывают значительное влияние на финансовую систему, затрагивая её различные аспекты: банки, фондовый рынок, инвестиционные компании, страховые организации и системы международных платежей и т.д. Наиболее уязвимым звеном является банковский сектор, являющийся ключевым элементом финансовой системы. Санкции могут серьёзно ограничить возможности банков, препятствуя доступу к зарубежному финансированию. Это характеризуется затруднением в осуществлении международных транзакций и в запрете на сотрудничество с определёнными иностранными компаниями и финансовыми учреждениями. Такие ограничения лишают банки возможности участия в международной торговле, что приводит к значительным финансовым потерям и, в некоторых случаях, к банкротствам или серьёзным проблемам с ликвидностью. Рынок ценных бумаг, как и другие сегменты финансового рынка, подвержен воздействию санкций. Ведение ограничений на операции с ценными бумагами компаний и организаций, подпадающих под санкции, существенным колебаниям ценных бумаг и рыночной неустойчивости. Ограничение торговли ценными бумагами различных организаций и учреждений, попадающих под санкции, способствует значительным колебаниям ценных бумаг и может привести к рыночной нестабильности. Тем временем, инвестиционные фонды подвержены ограничениям в части портфельных инвестиций, вследствие чего возникают сложности в диверсификации инвестиционных портфелей и снижается их доходность.

Активы большинства российских инвесторов попали под ограничительные меры после начала «специальной военной операции»

Российской Федерации. По данным Центрального Банка Российской Федерации оценочная стоимость заблокированных финансовых активов граждан составило более пяти трлн рублей.

Из-за большого количества санкций, введенных против российского рынка ценных бумаг необходим пересмотр нормативной базы, которая регулирует работу рынка ценных бумаг.

В связи с введением санкционных ограничений, затрагивающий российский фондовый рынок, возникла потребность в пересмотре действующего законодательства, регулирующая рынок ценных бумаг:

- Федеральный закон от 28.12.2022 № 571-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" [3].

Согласно принятым поправкам:

- агентство по страхованию вкладов имеет право осуществлять открытие и управление банковскими счетами финансовых учреждений.

- закончилось десятимесячное ограничение учета иностранных ценных бумаг на индивидуальном инвестиционном счете в связи с их передачей другому депозитарию не влечет прекращение договора на ведение данного счета;

- один месяц – срок прекращения, ранее заключенного физлицом договора на ведение индивидуального инвестиционного счета, не применяется в отношении договоров на ведение счета, прекращение которых произошло после 24 февраля 2022 г. и до 28 января 2023 г.

- Указ Президента РФ от 09.09.2023 № 665 "О временном порядке исполнения перед резидентами и иностранными кредиторами государственных долговых обязательств Российской Федерации, выраженных в государственных ценных бумагах, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте, и иных обязательств по иностранным ценным бумагам" [2]. Данное президентское распоряжение регламентирует перечень реализации государственных долговых обязательств Российской Федерации. Он определяет возможность открытия рублевых счетов типа "И" в центральной депозитарии на имя иностранных депозитариев для выплат держателям еврооблигаций. Также указ обуславливает порядок создания реестра держателей еврооблигаций и реализацию выплат в рублях или иностранной валюте.

- Указ Президента РФ от 08.11.2023 № 844 "О дополнительных временных мерах экономического характера, связанных с обращением иностранных ценных бумаг" [1]. Указ регулирует сделки с иностранными ценными бумагами, принадлежащими резидентам и учитываемыми в иностранных депозитариях. Он дает возможность осуществлять продажу этих ценных бумаг нерезидентам за счет средств на счетах типа "С". Важно

отметить, что совокупная стоимость продаваемых бумаг одного резидента ограничена суммой в 100 тыс. рублей. Для обеспечения прозрачности и контроля все сделки должны заключаться через торги, условия проведения которых устанавливаются Правительственной комиссией. В свою очередь, Центральный банк отвечает за определение порядка взаимодействия участников рынка, идентификацию покупателей, а также за установление режима специальных счетов депо, используемых для этих операций. Дополнительным стимулом для резидентов является освобождение физических лиц от платы за совершение сделок и организацию торгов.

На сегодняшний день Московская государственная биржа анонсировала запуск внебиржевых торгов иностранными ценными бумагами. В данный перечень включены ценные бумаги компаний, занимающих лидирующие позиции по производству программного обеспечения (Майкрасофт), по предоставлению банковских услуг (Виза, Мастеркард) и т.д. Данный подход Московской государственной биржи позволяет продать ценные бумаги, которые попали под ограничительные действия.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 08.11.2023 № 844 «О дополнительных временных мерах экономического характера, связанных с обращением иностранных ценных бумаг».

2. Указ Президента РФ от 09.09.2023 № 665 «О временном порядке исполнения перед резидентами и иностранными кредиторами государственных долговых обязательств Российской Федерации, выраженных в государственных ценных бумагах, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте, и иных обязательств по иностранным ценным бумагам».

3. Федеральный закон от 28.12.2022 № 571-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

УДК 336.228

Дробление налоговой базы: сущность, проблемы и возможности

Тарасова А.Ю., канд. экон. наук, доцент

Михайлов И.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены сущность процесса дробления налоговой базы и типичные схемы дробления, приведены критерии незаконности процесса дробления налоговой базы в бизнесе с точки зрения ФНС и судов. Кроме того, авторами подчеркнуты основные правила, которых должна придерживаться любая организация, которая дробит налоговую базу естественным путем и не хочет попасть под доначисления.

Ключевые слова: дробление, налоги, организация, бизнес, риски

Fragmentation of the tax base: essence, problems and opportunities

*Tarasova A.Yu., candidate of economic sciences, associate professor
Mikhailov I.S.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the essence of the process of splitting the tax base and typical splitting schemes, provide criteria for the illegality of the process of splitting the tax base in business from the point of view of the Federal Tax Service and the courts. In addition, the authors emphasize the basic rules that any organization that splits its tax base naturally and does not want to be subject to additional charges should adhere to.

Keywords: fragmentation, taxes, organization, business, risks

На современном этапе развития экономики России государство принимает активные меры поддержки развития малого и среднего бизнеса, это делается в том числе и в целях развития конкуренции. Так, в соответствии с Национальным проектом «Эффективная и конкурентная экономика» «будет продолжена поддержка малого и среднего предпринимательства, которая реализовывалась в предыдущие годы. С учетом уже достигнутых количественных показателей сектора МСП (в 2019 – 2024 годах), а также с учетом новых вызовов, с которыми столкнется экономика в целом (дефицит трудовых ресурсов и растущая конкуренция за них, необходимость развития приоритетных секторов экономики), в периоде 2025 – 2030 годов акцент будет смещен с количественных показателей сектора МСП на качественные показатели, отражающие его структурные изменения и формирование экономики предложения. Целевым индикатором таких изменений должен стать реальный рост дохода на одного работника субъекта МСП в 1,2 раз выше, чем рост ВВП» [4]. Необходимо отметить, что поддержка МСП включает

различные льготные условия – льготное финансирование, льготные режимы налогообложения и др. Поэтому у недобросовестных хозяйствующих субъектов возникает соблазн продлить это льготное существование как можно дольше, даже в тех случаях, когда они перестают удовлетворять критериям малого бизнеса. Поэтому в данной работе будет рассмотрен такой феномен как дробление бизнеса.

Естественной целью любой предпринимательской деятельности является достижение максимального финансового результата [2, с. 91]. Одной из ключевых задач в этом процессе является снижение налогового бремени организации. Для ее достижения все чаще предприятиями используется метод дробления бизнеса (налоговой базы).

Так, с 1 января 2025 года применять УСН смогут компании, соответствующие следующим условиям: годовой доход до 450 млн рублей (в 2024 году – до 265,8 млн); стоимость принадлежащих амортизируемых основных средств не больше 200 млн рублей (в 2024 году – не больше 150 млн рублей); численность работников не больше 130 человек (в 2024 году – не больше 100 человек) [5]. Поэтому для того, чтобы продолжать использовать УСН, компания, показатели которой превысят эти критерии, может быть разделена на две или три фирмы.

При таком разделении, по существу, сам бизнес остается единым хозяйственным механизмом, но в целях налогообложения появляется возможность минимизировать налоговое бремя. Для этого совокупная выручка распределяется между компаниями так, чтобы каждая оставалась в рамках льготного налогообложения. Например, вместо одной компании с выручкой 1 500 млн. руб. создают 5 фирм с выручкой по 300 млн. руб., каждая из которых работает на упрощенной системе налогообложения, и, как результат, платит 6% налога на прибыль вместо 20% (25% с 1.01.2025), которые платила бы единая организация при таком объеме доходов.

Зачастую, все «дробленные» фирмы контролируются одними и теми же лицами. Они могут работать с одними контрагентами, арендовать имущество у одного владельца или перераспределять доходы через договоры сотрудничества.

Чаще всего, процесс дробления налоговой базы является нелегальным занятием, за которым тщательно наблюдают налоговые органы. В случае если будет выявлено неоправданное дробление, для бизнеса могут последовать такие санкции, как:

- доначисления налогов – ФНС пересчитает налоги так, будто дробления не было;
- пени и штрафы (от 20 до 40% от недоимки);

- уголовная ответственность (по ст. 199 УК РФ) – если сумма неуплаты превышает 5 млн. руб. за 3 года.

ФНС и суды признают дробление необоснованной налоговой выгодой, если:

1. Наблюдается отсутствие экономического смысла данного решения. Например, если разделение бизнеса не несет под собой разумных хозяйственных причин (таких как оптимизация логистики или выход на новые рынки сбыта), а единственная цель этого процесса — это снижение налогового бремени, суд вполне оправданно может признать эту схему незаконной.

2. Все раздробленные фирмы взаимозависимы и имеют общий контроль. Так, если организации имеют общих учредителей или директора, решения в них принимаются одним лицом (или материнской компанией), а в своей деятельности они продолжают использовать общие активы (офис, склады, персонал), налоговые органы могут уверенно сделать вывод о том, что дробление организации произошло только формально. Федеральная налоговая служба путем проверки цепочек собственников, анализа переписки и трудовых контрактов может легко выявить факт нарушения законодательства организацией.

3. Четко наблюдается пропорциональное распределение выручки или расходов между разделенными фирмами. Чаще всего доходы и затраты искусственно делятся между компаниями так, чтобы каждая оставалась в «льготных» рамках.

При этом, даже если бизнес дробится естественным путем и все делается согласно закону, сам процесс дробления все равно привлечет внимание налоговых органов. Чтобы избежать лишних проверок и проблем, разделившимся организациям необходимо сделать следующее:

1. Разделить виды деятельности. Дробление лучше обосновать тем, что организации ведут самостоятельные виды бизнеса. Например, одна компания занимается производством, а другая — реализацией.

2. Нанимать разных сотрудников. В компаниях не должны работать одни и те же специалисты.

3. Обеспечить каждую компанию собственным оборудованием. Если нет возможности купить собственное оборудование и технику, можно передать имущество через договор аренды или купли-продажи.

4. Открыть отдельные счета, чтобы оплачивать регулярные расходы и налоги.

5. Подготовить документальное подтверждение, что организации разделили для достижения деловых целей, а не для получения необоснованной налоговой выгоды [3].

Таким образом, дробление налоговой базы — опасная схема, если оно искусственное и делается для уклонения от уплаты налогов. На современном этапе ФНС очень легко может выявить такие конструкции с помощью современных технологий и применить различные штрафы и санкции. При этом естественное дробление легально, однако при его проведении лучше сразу подготовить все подтверждающие документы и следовать рекомендациям экспертов, чтобы избежать ненужного внимания налоговых органов.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ. Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Лекарова Е.А. Дробление бизнеса: актуальные вопросы правоприменительной практики // Имущественные отношения в РФ. 2019. № 5 (212). С. 91–97.
3. Дробление бизнеса: типичные ошибки и как их избежать [Электронный ресурс]. URL: <https://www.klerk.ru/blogs/pebguru/582259/>.
4. Минэкономразвития РФ. Национальный проект «Эффективная и конкурентная экономика» [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/np_effektivnaya_i_konkurentnaya_ekonomika/.
5. Новые условия для применения УСН с 2025 года [Электронный ресурс]. URL: <https://buh.ru/articles/navigator-po-nalogovoy-reforme-2025-shpargalka-dlya-bukhgaltera.html>.

Секция 5. Развитие учетных и аналитических систем национальной экономики

УДК 330.101

**Внутренний финансовый анализ деятельности компаний
в сфере информационных технологий**

Векшина О.И., канд. экон. наук, доцент

Никитина А.А.

Ярославский государственный университет имени П.Г. Демидова

Аннотация. В статье раскрыты методы внутреннего финансового анализа ИТ-компаний, направленные на управление финансовыми рисками и оптимизацию затрат на персонал. Рассмотрена взаимосвязь внутренней и внешней отчетности для выявления рисков снижения маржинальности. Предложена методика сопоставления данных, анализа отклонений и прогнозирования.

Ключевые слова: внутренний финансовый анализ, внутренняя отчетность, ИТ-компании

Internal Financial Analysis of Companies in the Information Technology Sector

Vekshina O.I., candidate of economic sciences, associate professor

Nikitina A.A.

Yaroslavl State University named after P.G. Demidov

Abstract. The article explores methods of internal financial analysis for IT companies, aimed at managing financial risks and optimizing personnel costs. The relationship between internal and external reporting to identify risks of margin reduction is examined. A methodology for data comparison, variance analysis, and forecasting is proposed.

Keywords: internal financial analysis, internal reporting, IT companies

Финансовый анализ традиционно подразделяют на внутренний и внешний. Внутренний анализ осуществляется специалистами самой организации и использует всю доступную информацию, необходимую для эффективного управления компанией. Такой анализ включает в себя как контрольные функции, базирующиеся на данных внутренней отчетности и

оперативных сведений, так и прогнозирование дальнейшей деятельности предприятия на основе полученных аналитических данных.

Внутренняя отчетность – совокупность отчетных документов, предоставляемых разным уровням органов управления хозяйствующих субъектов для принятия управленческих решений.

Ее виды и состав определяются руководителем организации [1, с. 19]. Это позволяет руководству принимать обоснованные решения и разрабатывать стратегию развития бизнеса.

В условиях роста спроса на ИТ-продукты и услуги усиливается конкурентная борьба за рыночную долю, что вынуждает компании активно масштабировать операционную деятельность. Данный процесс сопровождается расширением штата сотрудников для выполнения увеличивающегося объема проектов и привлечения новых заказчиков. Однако в условиях высокой конкуренции и ограниченного предложения квалифицированных кадров на рынке труда возникает дополнительный риск роста рыночной заработной платы, что приводит к существенному увеличению расходов на оплату труда.

По данным исследования Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ численность работников ИТ-отрасли ежегодно увеличивалась двузначными темпами. Лишь в мае-июле 2022 г. наблюдался краткосрочный спад, однако, уже к октябрю 2022 г. ИТ-отрасль восполнила незначительные потери и достигла 857 тысяч человек. Средняя заработная плата в ИТ-отрасли (155 тыс. руб.) вдвое превосходит среднюю по экономике. Однако, согласно данным Минцифры, озвученным министром цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации Максудом Шадаевым в декабре 2024 года, ИТ-отрасль в России нуждается в 700 тыс. новых специалистов.

В результате, несмотря на рост выручки, чистая маржа компании сокращается из-за опережающего роста операционных издержек. Это, в свою очередь, негативно влияет на показатели платежеспособности (ликвидность, долговая нагрузка), поскольку снижение маржинальности уменьшает свободный денежный поток (FCF).

Для предотвращения описанного негативного сценария возможно установить корреляцию между методами внутреннего финансового анализа и внутренней отчетностью компании, что позволит выявить ранние признаки риска и принять превентивные меры. ИТ-компаниям особенно важно внедрять внутреннюю отчетность, отражающую загруженность персонала, поскольку интеллектуальный труд сложно измерить количественно. В отличие от производственных процессов, где объем выпущенной продукции легко поддается учету, в ИТ эффективность

работы специалистов оценивается через качественные показатели, такие как время выполнения задач, сложность проектов и соблюдение дедлайнов.

Для интеграции данных внутренней отчетности (учет трудозатрат) с внешней бухгалтерской отчетностью необходимо выделить ключевые показатели, которые отражают расходы на оплату труда и их влияние на финансовое состояние компании.

Ниже представлены подходящие статьи из стандартных форм отчетности:

- отчет о финансовых результатах (ОФР): статья 2120 «Себестоимость продаж». Здесь аккумулируются прямые затраты на выполнение проектов, включая ФОТ (фонд оплаты труда) сотрудников, непосредственно занятых в разработке;
- отчет о движении денежных средств (ОДДС): статья 4122 «Платежи в связи с оплатой труда» (в разделе «Денежные потоки от текущих операций»).

Для эффективного управления финансовыми рисками и оптимизации затрат на персонал предлагается поэтапная методика сопоставления внутренних данных о трудозатратах с показателями внешней бухгалтерской отчетности (табл. 1).

Таблица 1. Методика интеграции и анализа данных внешней и внутренней отчетности

Этап	Действия	Инструменты и данные	Корреляция с внешней отчетностью
1. Сбор данных	Фиксация фактических трудозатрат по проектам (часы, сроки, переработки). Расчет стоимости человека-часа.	Внутренние системы учета (Watcher, Jira, YouTrack). Табели рабочего времени.	Связь с ОФР (ст. 2120 "Себестоимость продаж") – рост затрат на ФОТ → снижение валовой прибыли.
2. Сравнение с планом	Выявление отклонений (факт/план) по проектам. Анализ причин перерасхода (срочные задачи).	Плановые показатели загрузки. Отчеты РМ/руководителей проектов.	Влияние на ОФР (ст. 2200 "Прибыль от продаж") – снижение маржи при росте затрат.
3. Анализ влияния на финансовые показатели	Расчет изменения себестоимости: $\Delta \text{Себестоимость} = \text{Отклонение часов} \times \text{Стоимость человека-часа}$. Оценка динамики рентабельности	Горизонтальный анализ ОФР. Расчет коэффициента влияния: $\text{Квлияния} = (\Delta \text{Себестоимости} / \Delta \text{Отклонение часов}) \times 100\%$	Корреляция с рентабельностью продаж (падение на 2% при росте переработок на 10%).
4. Оценка ликвидности и денежных потоков	Мониторинг задолженности по зарплате (ББ ст. 1520). Анализ платежей по ФОТ (ОДДС ст. 4122).	Коэффициент текущей ликвидности (Ктл = $\frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$).	Рост переработок → кассовые разрывы → снижение Ктл и чистого денежного потока.
5. Сценарное прогнозирование	Моделирование вариантов: - Найм новых сотрудников. - Оптимизация процессов.	Финансовые модели (Excel). Анализ чувствительности.	Прогноз изменения чистой прибыли и

			рентабельности проектов при разных сценариях.
6. Принятие решений	- Корректировка нагрузки. - Пересмотр штатного расписания.	Внутренние отчеты. КРІ по эффективности труда.	Снижение административных расходов (ОФР ст. 2220) и прочих затрат (ст. 2350).

Внутренний финансовый анализ ставит своей целью более глубокое исследование причин сложившегося финансового состояния.

Внутренний анализ использует всю информацию о состоянии дел в организации, в том числе и доступную лишь ограниченному кругу лиц, руководящих деятельностью организации [2, с. 26].

Таким образом, интеграция данных внутренней и внешней отчетности позволяет не только реагировать на потенциальные финансовые риски, но и проактивно оптимизировать финансовую стратегию компании.

Библиографический список

1. Богатырева С. Н. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2025. 515 с.

2. Бескоровайна Н.Н., Гатиятулин Ш.Н., Егорушкина Т.Н., Карабинцева С.А., Кравченко Е.Н., Радионова Е.А. Финансовый анализ: учебное пособие / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова" (ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова"). – М., 2023. 104 с.

УДК 004.89

Работа с нейронными сетями на платформе Loginom

Карташева О.В., канд. пед. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрена технология применения аналитической платформы Loginom при работе с нейронными сетями, приведены основные этапы сценария работы с нейронными сетями и их содержание, параметры, нормализация.

Ключевые слова: нейронные сети, аналитическая платформа, визуализация, нейрон, low-code платформа

Working with neural networks on the Loginom platform

*Kartasheva O.V., candidate of pedagogical sciences, associate professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article discusses the technology of using the Loginom analytical platform when working with neural networks, provides the main stages of the scenario for working with neural networks and their content, parameters, normalization.

Keywords: neural networks, analytical platform, imaging, neuron, low-code platform

В современных информационных системах есть разнообразные аналитические возможности, они позволяют принимать обоснованные решения [1; 3]. Одним из инструментов принятия решений на основе накопленных в информационной системе данных является нейронная сеть. Нейронная сеть представляет собой модель нашей нервной системы. Нейронные сети не программируются, а обучаются на примерах. Во время этого процесса нейронные сети адаптируются и улучшают результат. Примерами для нейронной сети могут быть параметры, которые называются предикторами. Предикаты обрабатываются, и в результате сеть должна определить, к какому из заранее известных классов относится предложенный набор данных.

На этапе обучения алгоритм работает с тренировочным набором данных. Этот набор, или обучающая выборка, состоит из множества строк, каждая из которых содержит информацию о входных параметрах и соответствующее им обозначение класса в выходном поле. Перечень классов, к которым может относиться входной набор данных, определяется обучающим набором данных.

Процесс обучения может потребовать значительного времени и вычислительных ресурсов, но в конечном итоге приводит к созданию модели, способной эффективно решать поставленные задачи. Таким образом, нейронные сети представляют собой мощный инструмент для анализа данных и решения сложных задач, связанных с классификацией. Их способность к адаптации и самообучению делает возможным их применение в различных областях, от бизнеса до образования, где требуется высокая точность и надежность в принятии решений на основе больших объемов накопленных данных.

Технически обучение заключается в нахождении весовых коэффициентов связей между нейронами. В процессе обучения нейронная сеть способна выявлять сложные зависимости между входными и

выходными параметрами, а также выполнять обобщение. Это значит, что в случае успешного обучения сеть сможет вернуть верный результат на основании данных, которые отсутствовали в обучающей выборке, а также неполных и/или «зашумленных», частично искажённых данных.

Работать с нейросетями можно с помощью онлайн-сервисов или настольных приложений [2; 4]. Создание нейросети доступно и тем, кто не обладает навыками программирования. Платформы, которые позволяют это делать, называются low-code платформами. Благодаря развитию технологий искусственного интеллекта и появлению low-code платформ, любой желающий может попробовать себя в роли разработчика нейронных сетей. Одной из таких платформ является платформа Loginom [5]. Платформа значительно упрощает процесс создания нейросетей, понимание основных принципов искусственного интеллекта.

Рассмотрим сценарий работы с нейронной сетью на платформе Loginom. В качестве исходных данных возьмем текстовый файл с данными об абитуриентах. На первом этапе выполняется импорт текстового файла, настройка параметров импорта представлена на рисунке 1.

Импорт из текстового файла

Хранилище файлов: (Посмотреть...)

Имя файла: ...

Кодовая страница: ...

Заголовки в первой строке: ☒ Пропустить строк: ...

Номер	ФИО	Форма обучения	Вид обучения	Поступил
1	Каратунов	зачная	бюджет	да
2	Виноградова	зачная	контракт	нет
3	Персигов	очная	контракт	нет
4	Яблочкина	очная	контракт	нет
5	Яковлева	зачная	контракт	да
6	Николаева	зачная	бюджет	да
7	Захаренко	очная	бюджет	нет
8	Зайцева	зачная	контракт	да
9	Храмова	очная	контракт	да
10	Полеева	зачная	контракт	нет
11	Дмитриев	очная	бюджет	да
12	Дмитриев	зачная	контракт	да
13	Полеева	зачная	контракт	нет
14	Дмитриев	очная	бюджет	да
15	Константинов	очная	контракт	да
16	Смирнов	зачная	бюджет	да
17	Смирнов	зачная	контракт	нет
18	Смирнов	зачная	контракт	нет
19	Смирнов	зачная	контракт	нет
20	Смирнов	зачная	контракт	нет
21	Смирнов	зачная	контракт	нет
22	Смирнов	зачная	контракт	нет
23	Смирнов	зачная	контракт	да
24	Смирнов	зачная	контракт	да

Рисунок 1. Импорт файла

Затем настраивается формат импорта, параметры импорта, соответствия между столбцами. После этого можно получившуюся таблицу с созданной базой данных просмотреть через визуализатор, пример информации в визуализаторе представлен на рисунке 2.

Таблица

№	Номер	Фамилия	Форма обучения	Вид обучения	Поступил
2	2	Виноградова	зачная	контракт	нет
3	3	Персигов	очная	контракт	нет
4	4	Яблочкина	очная	контракт	нет
5	5	Яковлева	зачная	бюджет	да
6	6	Николаева	зачная	бюджет	да
7	7	Захаренко	очная	бюджет	нет
8	8	Зайцева	зачная	контракт	да
9	9	Храмова	очная	контракт	да
10	10	Полеева	зачная	контракт	нет
11	11	Дмитриев	очная	бюджет	да
12	12	Дмитриев	зачная	контракт	да
13	13	Полеева	зачная	контракт	нет
14	14	Дмитриев	очная	бюджет	да
15	15	Константинов	очная	контракт	да
16	16	Смирнов	зачная	бюджет	да
17	17	Смирнов	зачная	контракт	нет
18	18	Смирнов	зачная	контракт	да

Рисунок 2. Представление базы данных

Для настройки входных столбцов (смотри рисунок 3) используется компонента Нейросеть (классификация) блока Data Mining.

Настройка соответствия между столбцами

Таблица

Связи

Фильтрация

Входные

Выходные

Имя

Вид данных

Назначение

98 Номер	98 Номер	COL1	Непрерывн...	Входное
ab ФИО	ab ФИО	COL2	Дискретный	Входное
ab Форма обучения	ab Форма обучения	COL3	Дискретный	Входное
ab Вид обучения	ab Вид обучения	COL4	Дискретный	Входное
ab Поступил	ab Поступил	COL5	Дискретный	Выходное

Рисунок 3. Настройка входных столбцов

Затем необходимо настроить нормализацию, разбиение на множества и задать параметры нейронной сети. Процесс настройки параметров представлен на рисунке 4.

Тестовый data

Нейросеть (к классификации)

Настройка

Настройки нормализации

Состояние ввода

Не активировано

Активировать

Разрешить пропущенные значения

☐

Фильтрация

Нормализатор

Пале	Входные	Выходные
98 Номер	%	Нет
ab ФИО		Индикатор
ab Форма обучения		Индикатор
ab Вид обучения		Индикатор
Выходные		
ab Поступил		Индекс уникального значения

Рисунок 4. Настройка нормализации

Настройка разбиения на множества заключается в указании способа разбиения, размера в процентах и метода разбиения (смотри рисунок 5).

Разбиение на множества

Состояние ввода

Не активировано

Активировать

Общее число записей

Не определено

Множество	Способ	% Размер в процентах	Размер в строках
обучающее	5	100	
Тестовое	95	0	
Итого:		100,00%	Не определено

Метод разбиения

Случайный

Параметры метода

Нет настраиваемых параметров

Метод валидации

Без валидации

Рисунок 5. Окно «Разбиение на множества»

При настраивании параметров нейронной сети указывают количество скрытых слоев, количество нейронов в первом скрытом слое, параметры обучения. Примеры параметров можно посмотреть на рисунке 6.

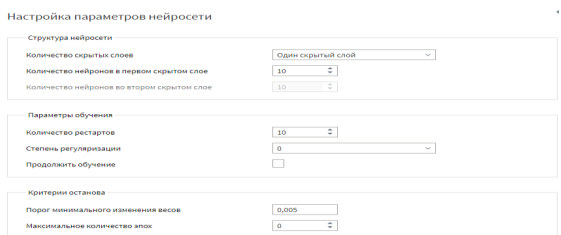


Рисунок 6. Окно «Настройка параметров нейросети»

После настройки параметров нейронной сети нужно переобучить узел. Результат нейросети можно посмотреть через визуализатор «диаграмма» на рисунке 7.

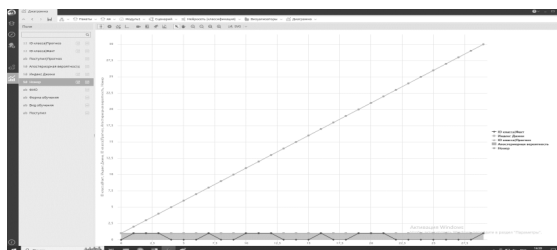


Рисунок 7. Окно «визуализатор отображения»

Платформа Loginom — это аналитическая low-code платформа, которая предоставляет возможность в том числе и работать с нейронными сетями. Эту платформу можно использовать для создания нейронных сетей без навыков программирования.

Библиографический список

1. Баюмова М.В. Аналитические возможности современных информационных систем как инструмент цифровизации корпоративного управления / М.В. Баюмова, О.В. Карташева // Цифровые технологии в социально-экономическом развитии России: взгляд молодых: сборник статей и тезисов докладов XVI национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием, Челябинск, 18 февраля 2020 года. – Челябинск: Издательство "Перо", 2020. – С. 493–496.

2. Всеволодова А.В. Применение облачных сервисов на занятиях по дисциплине "Информационные технологии в туристской индустрии" / А.В. Всеволодова, О.В. Карташева // Современные информационные технологии и ИТ-образование: Сборник научных трудов I Международной научной конференции "Конвергентные когнитивно-информационные технологии" и XI Международной научно-практической конференции "Современные информационные технологии и ИТ-образование", Москва,

25–26 ноября 2016 года / под ред. В.А. Сухомлина. – М.: Лаборатория Открытых Информационных Технологий факультета ВМК МГУ им. М.В. Ломоносова, 2016. – С. 108–113.

3. Исследование развития инновационного потенциала Ярославской области / А.Ю. Тарасова, Д.В. Пикалова, С.О. Кузнецова [и др.] // Мягкие измерения и вычисления. 2024. Т. 76, № 3. С. 58–71.

4. Карташева О.В. Обоснование выбора программных решений для реализации систем оперативной аналитической обработки в бизнесе / О.В. Карташева // Институциональное обеспечение сбалансированного развития региона: Сборник материалов национальной научно-практической конференции (с международным участием) Академии МУБиНТ, Ярославль, 29 ноября 2021 г. – Ярославль: МУБиНТ, 2021. С. 91–96.

5. Крюкова А.А. Работа с аналитической платформой Loginom. Методические указания по выполнению лабораторных работ по дисциплине «Системы поддержки принятия решений». – Самара: ФГБОУ ВО ПГУТИ, 2021. 82 с.

УДК 657.1

К вопросу эффективного управления учетными рисками в условиях аутсорсинга консолидированной группы компаний

Курочкина И.П., д-р экон. наук, профессор

Корелин Е.А.

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Аннотация. В статье систематизированы актуальные учетные риски, возникающие при взаимодействии консолидированной группы компаний и организации-аутсорсера, обслуживающей различные бизнес-процессы, и сформулированы направления эффективного управления данными рисками.

Ключевые слова: аутсорсинг, риски, консолидированная группа компаний, управление, эффективность

On the issue of effective accounting risk management in the outsourcing environment of a consolidated group of companies

Kurochkina I.P., doctor of economic sciences, professor

Korelin E.A.

Abstract. In the article the authors systematize the actual accounting risks arising from the interaction of a consolidated group of companies and an outsource organization serving various business processes and formulate directions for effective management of these risks.

Keywords: outsourcing, risks, consolidated group of companies, management, efficiency

В современной глобальной экономике аутсорсинг бухгалтерских услуг приобретает всё большую популярность. Это, в первую очередь, связано с тем, что он играет ключевую роль в бизнес-операциях, предлагая компаниям экономически эффективные решения и доступ к специализированной экспертизе. Подтверждением данного факта являются последние статистические данные: так, специалисты аудиторской компании Deloitte в своем отчете отметили, что 59% компаний в мире пользуются услугами аутсорсинга, чтобы сократить расходы, 57% – чтобы сосредоточиться на основных бизнес-функциях [3]. В России на сегодняшний день наиболее развиты ИТ-аутсорсинг и аутсорсинг некоторых бизнес-процессов (HR, бухгалтерские услуги), а также аутсорсинг различных вспомогательных процессов, таких как, например, общепит и курьерская доставка. Данные виды аутсорсинга уже показали свою эффективность, однако, к сожалению, рынок аутсорсинга в России всё еще недостаточно развит, а само понятие аутсорсинга не регламентируется нормами ГК РФ [2, с. 4]. Аутсорсинг играет важную роль в современных бизнес-стратегиях и позволяет компаниям повышать эффективность деятельности и быть способными оставаться конкурентоспособными в быстро меняющемся ландшафте мирового и региональных рынков. Отметим, что взаимодействие компаний с аутсорсерами, предоставляющими бухгалтерские услуги, зачастую приводит к возникновению специфических рисков деятельности, которые напрямую влияют на организацию учетной системы.

Эффективное управление учетными рисками предполагает выполнение четырех этапов. На первом этапе необходимо идентифицировать риски на основе анализа бизнес-процессов, классификация и оценка которых определяют дальнейшую работу по их минимизации или устранению. Соотнесение выявленных проблем с существующей в организации классификацией означает их качественную и количественную оценку. На втором этапе разрабатывается стратегия, которая может предполагать составление плана реагирования или

индивидуальной проработки на уровне подразделений или даже отдельных бизнес-процессов. По утверждению общей стратегии она в течение установленного периода реализуется на практике (третий этап). Заключительным этапом является проведение контрольных процедур, которые могут подтвердить наличие эффективности и возникающих экономических эффектов, например, на финансовые результаты деятельности группы компаний.

По нашему мнению, возникновение специфических учетных рисков в действующей практике консолидированных групп компаний чаще всего обусловлено широкой географической распространенностью дочерних компаний или масштабом деятельности. Определим, как могут быть минимизированы данные риски, какие меры могут быть предприняты для устранения их последствий.

Наиболее распространенным является риск несвоевременной сдачи контрагентами документов в бухгалтерскую службу. Вполне очевидно, что в рамках широкомасштабной деятельности компаний данного риска избежать невозможно, даже если вся консолидированная группа расположена в рамках одного часового пояса. Задержки в сдаче первичной документации могут быть связаны с техническими проблемами электронного документооборота, транспортными проблемами или с нарушением договорных условий со стороны контрагентов. Наиболее острым риск становится в период закрытия отчетного периода, поскольку ст. 272 НК РФ требует, чтобы затраты отражались в том периоде, когда они возникли [1]. Чаще всего это касается поставок различных запасов. В данном случае мы считаем, что решением является разработка детального регламента работы с неотфактурованными поставками: сотрудникам бухгалтерской службы необходимо своевременно отражать такие поставки в отчетном периоде, а в периоде после закрытия - отслеживать поступление фактических затрат и соотносить их с ранее проведенными суммами. Не редко возникает ситуация, когда работники, отвечающие за закупки, не могут достоверно определить обязательные аналитические данные той или иной поставки, например вид затрат или точный состав груза. Последующий регулярный контроль позволяет избежать искажения учетных данных и снизить его негативное влияние на финансовые показатели деятельности.

Определенные риски могут быть связаны с разночтениями критериев идентификации конкретных видов договоров или различных положений законодательства. Стоит отметить, что чаще всего это касается комплексных и сложно организованных договоров аренды. Одним из таких критериев, например, может быть определение заменимости объекта

аренды со стороны арендодателя. Так, оценка, предлагаемая бизнесом, может преследовать цель улучшения финансовых результатов от сделки, а оценка аутсорсера – избежание аудиторских рисков. По нашему мнению, минимизации указанных рисков способствует разработка и согласование с бизнесом общих подходов к классификации договоров или их отдельных элементов. В данном случае стоит обратить внимание на то, что бухгалтерская служба обязана учитывать мнение обслуживаемого бизнеса и приспособить возможные решения под его потребности.

Не менее важным риском является недостаток коммуникационных связей. Последствием этого является несоответствие данных, отраженных бухгалтерской службой, и данных первичного учета в обслуживаемой компании. Это также может вести к несвоевременному отражению существенных и критически значимых операций или корректировок, в том числе на уровне группы компаний. Решением данной проблемы может быть организация системы обратной связи на основе CSI- и NPS-опросов, сбор комментариев по удовлетворенности учетными процессами. Не менее важно налаживание технологически развитых и защищенных каналов обмена информацией, содержащей коммерческую тайну, во избежание опасных для репутации компании утечек. Это могут быть внутренние облачные сервисы, мессенджеры, электронная почта, системы регистрации бизнес-запросов, иные каналы коммуникации.

Также ряд рисков порождается недостатком контроля и отсутствием механизмов решения проблем. На наш взгляд, наибольшую популярность и эффективность на сегодняшний день показывает система инцидент-менеджмента, когда учетно-информационная система самостоятельно регистрирует несоответствия и ошибки (например, просрочку по обработке запроса) и классифицирует их по степени значимости. Чаще всего несоответствия идентифицируются как локальные или ошибки, вышедшие за пределы обслуживаемого бизнеса. Внедрение инцидент-менеджмента положительно влияет на взаимодействие с бизнесом и усиливает внутренний контроль за счет, в том числе, внедрения инновационных технологий на базе искусственного интеллекта.

Не менее опасны риски, связанные с искажением данных в отчетах. Сегодня эти риски минимизируются за счет обучения сотрудников, внедрения чек-листов, матриц обязанностей, совершенствования должностных инструкций и расширения инструментария по оперативному обнаружению и устранению возникших ошибок. Регулярная фиксация и проработка крупных кейсов способствует качественному улучшению действующей практики учета.

Взаимодействие работников аутсорсинговой компании с представителями обслуживаемого бизнеса является одним из важнейших факторов укрепления сотрудничества. В связи с этим развитие внутренней (корпоративной) культуры общения должно быть одним из стратегических направлений деятельности компании. Это может быть реализовано путем проведения информационных курсов, масштабной оценки компетенций сотрудников согласно матрице и должностным инструкциям по ряду критериев, например, по направлениям клиентоориентированности, оперативности, безопасности, командной работы и т.д.

Таким образом, аутсорсинг бухгалтерских услуг играет важную роль в современной экономике, предоставляя компаниям, особенно консолидированным их группам, возможность снизить затраты и сосредоточиться на основных бизнес-функциях. Мы считаем, что возникающие в результате взаимодействия с аутсорсером риски требуют эффективного управления и контроля на основе комплексного подхода, включающего как организационные, так и технологические решения, а также тесное взаимодействие между компанией и аутсорсером.

Библиографический список

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации: часть вторая: Федеральный закон № 117-ФЗ. Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Аббасов А.Я. Анализ развития аутсорсинга в России: проблемы и перспективы // Отходы и ресурсы. 2023. Т. 10. № 1. С. 4–12.
3. Elad B. Outsourcing Statistics 2024 – By Country, Industry, Reasons, Benefits And Facts // EnterpriseAppsToday.com. 2024. 9 февр. URL: <https://www.enterpriseappstoday.com/stats/outsourcing-statistics.html>.

УДК 657

Анализ финансового состояния торговой компании

Логинова Т.В., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Актуальность темы статьи не вызывает сомнений, так как финансовое состояние организации зависит от результатов ее производственной, коммерческой и финансовой деятельности и способствует принятию управленческих решений по ее улучшению. Финансовая деятельность должна быть направлена на обеспечение систематического поступления и эффективности использования

финансовых ресурсов, соблюдение расчетной и кредитной дисциплины, достижение рационального соотношения собственных и заемных средств, финансовой устойчивости с целью эффективности функционирования организации.

Ключевые слова: баланс, показатель, анализ, финансовое состояние

Analysis of the financial condition of a trading company

Loginova T.V., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The relevance of the topic of the article is beyond doubt, since the financial condition of an organization depends on the results of its production, commercial and financial activities and contributes to the adoption of managerial decisions to improve it. Financial activity should be aimed at ensuring the systematic receipt and efficient use of financial resources, compliance with accounting and credit discipline, achieving a rational ratio of own and borrowed funds, and financial stability in order to ensure the effective functioning of the organization.

Keywords: balance sheet, indicator, analysis, financial condition

Объектом исследования в статье является финансово-хозяйственная деятельность организации, видами деятельности, которой является оптово-розничная торговля стройматериалами и товарами хозяйственно-бытового назначения и сдача в аренду собственных нежилых помещений. Общество является субъектом малого предпринимательства и составляет упрощенные формы бухгалтерской (финансовой) отчетности.

На основании данных сравнительного аналитического баланса за 2023–2024 годы был проведен анализ финансового состояния общества.

По данным баланса доля объектов основных средств во внеоборотных активах общества составляет 100%, полностью отсутствуют нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения и другие внеоборотные активы. Основные средства составляют объекты недвижимости, которые общество использует в качестве магазинов и складских помещений, а временно свободные объекты сдает в аренду.

Новые основные средства в эксплуатацию за рассматриваемый период не вводились, снижение показателя за 2024 год по сравнению с 2023 годом на 482487 руб. или на 3,73% связано с начислением амортизации. Удельный вес внеоборотного имущества в общей величине активов

сократился с 82,16% до 78,14%, что можно оценить, как положительную тенденцию, так как сокращается доля труднореализуемых активов и повышается ликвидность баланса. При этом в активе оборотные средства увеличились в целом на 674619 руб. или на 24,04%, из них запасы возросли на 1075169 руб. или на 69,94%. Одновременно снизились показатели краткосрочной дебиторской задолженности на 394243 руб. или на 33,22% и денежных средств – на 6307 руб. или на 7,78%. Краткосрочную дебиторскую задолженность составляют текущие задолженности арендаторов и оптовых покупателей за товары.

В результате всех изменений доля оборотных средств в активе выросла с 17,84% в 2023 до 21,86% в 2024 году. Очевидно, что увеличение показателя произошло за счет роста запасов и снижения доли внеоборотных активов.

В составе оборотных средств наибольшую долю занимают запасы, их величина варьируется от 9,78% в 2023 году до 16,41% в 2024 году. Запасы общества состоят из товаров, предназначенных для перепродажи и хранящихся в торговых залах магазинов и в складских помещениях. В целях оценки экономической обоснованности увеличения удельного веса запасов целесообразно соотнести данный показатель с показателями динамики продаж за анализируемый период. На основании показателей торговой выручки, содержащихся в отчете о финансовых результатах общества за 2024 год, темпы роста продаж в 2024 году по сравнению с 2023 годом снизились и составили 64,9% (4563038 руб./7031414 руб.*100%) от базисных показателей. Рост запасов 2024 года не обеспечен ростом продаж, что является отрицательной тенденцией, оказывающей негативное влияние на финансовые результаты и на платежеспособность общества.

Одновременное снижение дебиторской задолженности и денежных средств в 2024 году по сравнению с 2023 годом приводит к уменьшению легкорезализуемых и абсолютно ликвидных активов, что также негативно сказывается на платежеспособности общества. Оптимальным считается удельный вес дебиторской задолженности в составе имущества организации в пределах от 20% до 40% [2, с. 187]. Показатели дебиторской задолженности общества не входят в оптимальный диапазон, и составляют в 2023 году 7,54%, а в 2024 году – не более 5%. Данный факт говорит о нерациональном составе оборотных средств и с точки зрения ликвидности и платежеспособности это является отрицательной тенденцией.

В отношении удельного веса денежных средств и их эквивалентов оптимальным считается диапазон от 10% до 30% [2, с. 187]. У общества данный показатель составлял в 2023 году 0,52%, а в 2024–0,47%, что в 20

раз меньше минимальной границы нормального значения. Данный факт негативно характеризует работу общества и свидетельствует о наличии тенденции к снижению платежеспособности по причине дефицита абсолютно ликвидных активов в составе имущества общества.

В компании нет непогашенных убытков, и общество ведет хозяйственную деятельность с прибылью. По данным бухгалтерского баланса общества, величина накопленной нераспределенной прибыли с учетом 2024 года составила 10 678560 руб.

Среди собственных источников общества остались без изменения абсолютные показатели уставного, добавочного и резервного капитала, а увеличилась нераспределенная прибыль. В частности, в 2024 году собственные средства по сравнению с 2023 годом выросли на 5,61%, что составило 725385 руб., а заемные средства снизились на 533253 руб. или на 19,11%, в том числе краткосрочная кредиторская задолженность – на 148253 руб. или на 6,44%. В результате доля собственных средств выросла с 82,26% до 85,83%, а доля заемных средств сократилась с 17,74% до 14,17%.

По данным структуры пассива видно, что собственные средства в 2024 году составляют более 85% от всех источников финансирования деятельности и менее 15% приходится на привлеченные источники. Подобное соотношение собственного и привлеченного капитала оценивается положительно, и свидетельствует о финансовой независимости общества.

Наблюдается положительная тенденция в составе и динамике пассивов общества: собственные источники за 2024 год возросли за счет нераспределенной прибыли, полученной по результатам деятельности отчетного года, долгосрочные кредиты полностью погашены, а краткосрочная кредиторская задолженность снизилась. Общество по данным учета не имеет просроченной кредиторской задолженности по выплате заработной платы, по платежам в бюджет и внебюджетные фонды, по займам и кредитам. Однако в течение отчетного 2024 года у общества имела место просроченная кредиторская задолженность перед поставщиками товаров. В целях обеспечения платежеспособности и своевременного выполнения обязательств перед контрагентами, своими акционерами обществу был предоставлен краткосрочный целевой заем в размере 102000 руб. Данный факт позволяет сделать предварительный вывод о том, что у общества недостаточно абсолютно ликвидных активов для своевременного исполнения всех краткосрочных обязательств, что приводит к текущей неплатежеспособности и необходимости дополнительного привлечения заемных средств.

В ходе дальнейшего анализа следует, что в 2024 году по сравнению с 2023 годом валюта баланса выросла на 1,22%, в абсолютном значении это составляет 192132 руб. Приток новых источников произошел на 377,55% за счет увеличения собственного капитала общества и на 277,55% произошел отток средств на погашение долгосрочных и краткосрочных заемных обязательств общества.

Собственный капитал в виде нераспределенной прибыли был вложен в оборотные активы в виде товаров, предназначенных для перепродажи (прирост запасов в 2024 году составил 69,94%).

Таким образом, у общества в отчетном году сложилась неоднозначная экономическая ситуация в виде синхронного роста запасов (товаров), снижения краткосрочной кредиторской задолженности и погашения долгосрочных обязательств. Возможно, обусловлено это тем, что арендные платежи, полученные от сдачи в аренду недвижимого имущества, общество перенаправило в расчеты по обязательствам за поставленный товар. На основе этого можно сделать вывод, что с учетом значительного роста запасов в 2024 году по сравнению с 2023 годом, общество не совсем рационально и эффективно распорядилось собственными источниками, вложив их в такой вид оборотных активов как товары.

Обобщая сказанное, можно положительно оценить тот факт, что общество ведет деятельность с прибылью и финансово независимо за счет собственного капитала, им на 82% в 2023 году и на 85% в 2024 году финансировалась деятельность общества.

Отрицательно оценивается ряд следующих фактов: по данным анализа видно, что в 2024 году соотношение внеоборотных активов и оборотных активов общества 78%/22% и в 2023 году 82%/18% не соответствовало рекомендуемым критериям (50%/50% - 60%/40%) [1].

В составе мобильного имущества значительно выросла доля медленно реализуемых активов (с 9,78% до 16,41%) и очень низкая доля абсолютно ликвидных (0,47%–0,52%) и легкорезулируемых активов (4,98%–7,54%), что в совокупности свидетельствует о низкой ликвидности баланса и о проблемах с текущей платежеспособностью.

Проанализировав собственный капитал общества, автор пришел к выводу, что на долю чистой прибыли в структуре собственного капитала, приходится наибольшая доля. Собственный капитал увеличивается за счет чистой прибыли, но показатель чистой прибыли имеет тенденцию к снижению, что оценивается отрицательно, т. к. свидетельствует о снижении рентабельности собственного капитала.

В целом по финансовому состоянию отмечается оперативная и текущая неплатежеспособность, баланс общества неликвиден. Однако

показатель общей платежеспособности превышает установленную норму в семь раз. По итогам анализа можно сделать вывод, что снижается эффективность собственного капитала, материальные, трудовые и финансовые ресурсы общество использует неэффективно, показатель убыточности продаж имеет тенденцию к росту. Обществу на данный момент не грозит несостоятельность, но оно неплатежеспособно, финансово не устойчиво и постепенно приближается к убытку по всей деятельности.

В целях улучшения финансового состояния общества автор предлагает:

- оптимизировать структуру баланса с целью увеличения его ликвидности;

- не допускать необоснованный рост товарных запасов, негативно влияющих на платежеспособность общества;

- не допускать просроченную кредиторскую задолженность, оказывающую неблагоприятное воздействие на финансовую устойчивость;

- повысить долю абсолютно ликвидных активов за счет резервирования на счетах общества денежных средств, необходимых для нормального функционирования общества и для своевременного исполнения краткосрочных обязательств;

- повысить долю быстрореализуемых активов за счет поиска и привлечения новых платежеспособных оптовых покупателей. Не допускать просроченной дебиторской задолженности и усовершенствовать существующую систему расчетов с оптовыми покупателями в виде сокращения периода предоставляемых отсрочек платежа за отгруженный товар;

- стремиться к увеличению продаж за счет обновления или смены ассортимента товара;

- более рационально использовать внеоборотные активы, сократив расходы и повысив прибыль за счет прекращения торговой деятельности в нерентабельных торговых точках, с последующей сдачей высвободившихся площадей в аренду;

- провести инвентаризацию товаров во всех магазинах для установления неликвидных и залежалых товаров, снизить на эти товары цену, вплоть до цены поступления; установить товары с необоснованно завышенной ценой, которые не пользуются покупательским спросом, провести мониторинг цен на аналогичные товары и при необходимости снизить цену до уровня цен, сложившихся на рынке. Дать право магазинам

приобретать тот товар, который, по их мнению, пользуется спросом, изменив параллельно систему оплаты труда с повременной на сдельную.

Воплощение всего комплекса предложенных мероприятий позволит обществу сократить расходы, повысить торговую выручку и постепенно перейти к получению прибыли от продаж, а также обеспечить нормальную платежеспособность и устойчивое финансовое положение и предотвратить негативные моменты, связанные с оценкой финансового состояния компании.

Библиографический список

1. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций (утв. Госкомстатом России 28.11.2002) // СПС Консультант Плюс.

2. Агеева О.А. Бухгалтерский учет и анализ. В 2 ч. Часть 2: учебник для академического бакалавриата / О.А. Агеева, Л.С. Шахматова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. 240 с.

3. Логинова Т.В. Финансовый анализ: теория, методика, практика: учебно-практическое пособие. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2021. 128 с.

УДК 657.6

Совершенствование классификации основных средств для повышения эффективности внутреннего аудита в машиностроении

Мотолянец М.В., канд. экон. наук, доцент

Путкова К.А.

Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Аннотация. В статье авторами выделены недостатки традиционных классификаций основных средств, усовершенствована классификация, учитывающая отраслевые особенности машиностроительной отрасли, а также раскрыто влияние данной классификации на повышение эффективности внутреннего аудита основных средств.

Ключевые слова: основные средства, классификация, внутренний аудит, машиностроительная отрасль

Improving the classification of fixed assets to increase the efficiency of internal audit in mechanical engineering

Motolyanets M.V., candidate of economic sciences, associate professor

Putkova K.A.

Abstract. In the article, the authors highlight the shortcomings of traditional classifications of fixed assets, improve the classification that takes into account the industry-specific features of the mechanical engineering industry, and also reveal the impact of this classification on increasing the efficiency of internal audit of fixed assets.

Keywords: fixed assets, classification, internal audit, mechanical engineering industry

В условиях высокой конкуренции и динамичного развития технологий, машиностроительные предприятия стремятся к увеличению результативности своей деятельности, в том числе путем повышения эффективности внутреннего аудита. Как значительная часть активов машиностроительных предприятий, основные средства требуют особого внимания со стороны внутреннего аудита. Качество и эффективность аудита основных средств с учетом особенностей отрасли в значительной степени зависят от их классификации. Однако существующие классификации, как правило, ориентируются на цели бухгалтерского учёта, что часто оказывается недостаточными по следующим причинам:

- не учитывают взаимосвязь между типами оборудования и производственными процессами;
- не позволяют эффективно планировать аудиторские процедуры, поскольку не предоставляют информации о тех основных средствах, которые требуют особого внимания из-за высокой стоимости, сложности учета и рисков хищений;
- не учитывают отраслевую специфику машиностроения [1].

Таким образом, совершенствование классификации основных средств является актуальной задачей, направленной на повышение эффективности внутреннего аудита в машиностроении. Авторский подход к классификации основных средств, систематизирован в таблице 1.

Предложенная классификация основных средств, основанная на сочетании признаков функционального назначения, степени автоматизации, точности и класса оборудования, а также степени мобильности, представляет собой комплексный инструмент, способствующий значительному повышению эффективности внутреннего аудита основных средств в машиностроительной отрасли. Она позволяет отойти от существующих классификаций, и перейти к более детализированному и адаптивному подходу, учитывающему специфику производственных процессов и технологических особенностей.

Таблица 1. Классификация основных средств в машиностроении

Признаки классификации		
По функциональному назначению	Производственные	станочный парк
		литейное оборудование
		сварочное оборудование
		термическое оборудование
		оборудование для нанесения покрытий
		сборочное оборудование
		оборудование для контрольно-измерительных операций
		транспортные средства производственного назначения
		производственные здания и сооружения
	Непроизводственные	административные здания и офисные помещения
		столовые, медицинские пункты, санитарно-бытовые помещения
		транспортные средства для административных нужд
		офисная мебель и оргтехника
		объекты социальной инфраструктуры
По степени автоматизации	Ручное оборудование (оборудование, требующее непосредственного участия оператора для выполнения операций)	
	Полуавтоматическое оборудование (оборудование, выполняющее часть операций автоматически, но требующее участия оператора для загрузки, выгрузки или контроля)	
	Автоматическое оборудование (оборудование, выполняющее операции полностью автоматически, без непосредственного участия оператора)	
По точности и классу оборудования	Оборудование нормальной точности	
	Оборудование высокой точности	
	Оборудование повышенной точности	
	Оборудование особо высокой точности	
По степени мобильности	Стационарное оборудование (закреплено на фундаменте или полу и не предназначено для частого перемещения. Требует значительных затрат на перестановку)	
	Передвижное оборудование (можно перемещать с помощью специальных приспособлений)	
	Мобильное оборудование (легко перемещать без специальных приспособлений)	

Представленная классификация обладает рядом существенных преимуществ для внутреннего аудита:

- основным преимуществом является учет рисков хищения, неэффективного использования, повреждения и морального устаревания, что позволяет аудитору сосредоточиться на наиболее уязвимых областях;
- комбинирование выделенных признаков позволит аудиторам более эффективно планировать аудиторские процедуры. Например, дорогостоящее оборудование с ЧПУ, которое легко перемещается, требует более тщательной проверки сохранности и использования;

- классификация учитывает особенности производственных процессов и типы оборудования, характерные для машиностроительной отрасли, что позволяет аудитору более точно оценивать риски и разрабатывать эффективные рекомендации по их снижению;

- позволяет оценить эффективность системы внутреннего контроля в отношении основных средств и выявить слабые места, требующие улучшения. Например, можно проанализировать, насколько эффективно контролируются перемещения мобильного оборудования или обеспечивается сохранность дорогостоящих станков с ЧПУ.

Таким образом, предложенная классификация основных средств для машиностроительной отрасли является инструментом, позволяющим повысить эффективность внутреннего аудита, управление данными активами, снизить возникающие риски, а также повысить прибыльность и конкурентоспособность предприятия [2].

Библиографический список

1. Кобзев В.В., Измайлов М.К. Тенденции использования и обновления основных средств российских машиностроительных предприятий // Организатор производства. 2020. № 3. С. 52–62.

2. Лапшин В.Ю., Худякова Д.А., Ситников А.С. Современные технологии в повышении эффективности управления основными фондами предприятия // Человек и общество. 2019. № 3. С. 42–48.

Секция 6. Гуманитарные и общественные науки: современное состояние и перспективы развития

УДК 316.776.2

Factors impacting modern aspects of communication

Bondarchuk D.I., teacher

Belarusian National Technical University

Communication is beginning to play more and more significant role in our society. This inseparable aspect of our life has always been very important, but in the recent decades it forwarded rapidly due to different factors of society's changes.

First of all, these factors of influence should be listed and described:

- culture. In terms of globalization and mutual influence, this aspect is widely underestimated in our society now and then, but it cannot be ignored completely. Speaking of culture, we cannot deny that such things as language, religion, traditions and customs have had their impact on what our mindset is these days. Of course, cultures are not so isolated and remoted as they could be in the past, but they still may be defined and distinguished.

- geographical location. Depending on what climate conditions and natural resources your country has, communication reflects it one way or another. Life in the South with high humidity rather differs from living in the North, on the outskirts, not being able to get around the city and region whenever you'd like to. Humankind has always been adjusting to the given terms and conditions, and communication provides us with some of the details.

- social group. Job occupation, income level and purchasing power, as well as your family's background could define your social group; these factors given from the very beginning will inevitably influence life of every single individual, whether he wants it or not. Social group gives you ties, gives you acquaintances, beliefs to share and ideas to follow. It moulds your mindset, forges your perception.

- religion. This factor might have been included into the previous one, but it is worth splitting. We must note that religion is one of getting obsolete factors, which influences our communication. It used to be very significant and powerful in the past, but in terms of modern changes of society, it weakens more or less; nevertheless, there are still countries being under a big influence of religious beliefs, especially if we refer to Eastern ones.

Having listed all of the main factors creating modern communication, we should yet understand that they are constantly changing their range of influence,

never keeping the same position for a long time. All of them reflect current social changes. What was of utmost importance in the past, may be of no use nowadays. Religion would be a great example here. Being incredibly powerful throughout all European history, it is gradually moving into the factor of second importance. The same could be told about cultural traits. We do not claim that these aspects is nothing in terms of modern communication, but we cannot deny that they were benched due to rapid social changes.

In conclusion, we can just note that every communication should be properly considered, there is no universal tool to help succeed. Every interlocutor should be perceived as a unique communication figure with a particular set of beliefs, habits and traits.

Reference

1. Gudkov D.B. Theory and Practice of Intercultural Communication. Moscow: ITDGC "Gnosis", 2003. 288 p.
2. Zylevich D.P. Intercultural Communication: a course of lectures for master's students studying in the specialty 1-23 80 05 "Journalism" / author-compiler D.P. Zylevich. Minsk: BSTU, 2019. 86 p.
3. Sadokhin A.P. Introduction to the Theory of Intercultural Communication. - Moscow: Higher School, 2005. 310 p.

УДК 93

К вопросу о создании в Ярославском крае службы безопасности дорожного движения в 1800–1917 гг.

Бородкин А.В., канд. ист. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В разное время этих людей называли: полицейскими, квартальными надзирателями, городовыми, дружинниками революционной охраны патрульно-постовой службы, рабочее – крестьянской милицией, участковыми надзирателями автомобильной инспекции, бойцами отряда регулирования уличного движения, государственными автомобильными инспекторами, государственными инспекторами Министерства охраны общественного порядка, сотрудниками ГИБДД.

Ключевые слова: полицейский, безопасность на транспорте, дорожное движение

On the establishment of a traffic safety service in the Yaroslavl Region in 1800-1917

*Borodkin A.V., candidate of historical sciences, associate professor
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. At various times, these people were called: police officers, neighborhood supervisors, policemen, vigilantes of the revolutionary guards of the patrol and guard service, the workers' and peasants' militia, district supervisors of the automobile inspectorate, fighters of the traffic control unit, state automobile inspectors, state inspectors of the Ministry of Public Order, traffic police officers.

Keywords: policeman, transport safety, traffic

Актуальность настоящей публикации заключается в отсутствии современных комплексных обобщающих исследований по изучаемой проблеме. Поэтому целью настоящей публикации является исследование проблемы создания в Ярославской губернии службы безопасности дорожного движения.

В начале XIX столетия провинциальная служба контроля за безопасностью дорожного движения, по-прежнему, находилась в стадии организационного оформления.

В деле обеспечения порядка на улицах города нужны были немедленные перемены. Попытки регулировать региональное управление внезапными приездами ревизоров, характерные для XVIII века успехом не увенчались [1]. Более того, их результаты стали частью местных юмористических историй [3]. Прежняя система управления устарела, необходимы были преобразования.

В 1803 г. появился Указ Александра I «О средствах к исправлению полиции в городах». Новое министерство объединило все существующие подразделения (политическая и уголовная полиции, служба общественной безопасности, служба контроля дорожного движения и т.д.). В 1803 году Ярославль в полицейском отношении делился на три части и семь кварталов. Был сменен губернский прокурор, назначены новые губернские стряпчие. Кроме того, появились столь милые сердцам горожан «будочники», они же первые участковые.

В 1803 г. в Ярославле построено: каменных будок –1, деревянных –19, кардегардиев – 4. В каждой части было по 2-3 квартальных надзирателя, а находившаяся в городе с 1775 г. «губернская рота» передана в особое

подчинение. 25 июля 1810 г., было образовано Министерство полиции, а 4 ноября 1819 г., Министерство полиции вновь ввели в состав Министерства внутренних дел [5].

«В конце 20-х – начале 30-х годов XIX века в состав ярославской полиции входили полицмейстер, 3 частных пристава, 12 квартальных надзирателей, четыре их помощника, квартальный по пожарной части и секретарь полиции. Рядовой состав насчитывал 12 городских унтер-офицеров, 88 нижних чинов, 100 пожарных и 88 ночных сторожей. Офицеры полиции вооружались шпагой, рядовые – саблей».

В 1867 году изменились форма обмундирования полицейских и вооружение. Они получили, кроме сабли, револьвер.

Великие реформы 60-70 гг. XIX в. так же не обошли стороной ведомство внутренних дел. 25 декабря 1862 г. были приняты «Временные правила об устройстве полиции в городах и уездах губернии». Преобразования затронули практически все сферы местной экономики, в том числе и рынок недвижимости [2].

В 1863 г. В Ярославле и Рыбинске были созданы городские полицейские управления, просуществовавшие до 17 апреля 1917 года. На местах вводились должности полицейских исправников и полицейских приставов. Уездные полицейские управления появляются: в 1863 г. в Мологе, Пошехонье, Ростове, в 1864 г. в Данилове и Любиме, в 1865 г. Романове-Борисоглебске, в 1866 г. в Угличе и Мышкине, в 1867 г. в Переславле.

В 1883 г. Московский Обер-Полицмейстер подписал «Инструкцию городовым Московской полиции». Инструкция состояла из 144 параграфов, 30 из которых были посвящены обязанностям городских «по соблюдению порядка и безопасности на тротуарах, дорогах и бульварах». Это практически первый известный исследователям документ по истории службы безопасности дорожного движения в России.

Новая инструкция была чрезвычайно своевременной, так как уже в 90-х годах XIX века на улицах крупных Российских городов появились первые автомобили с двигателем внутреннего сгорания, способные развивать довольно большую скорость. Поскольку централизованных инструкций на этот счет не поступило, губернские градоначальники самостоятельно распорядились об ограничении скорости движения. Первоначально она была ограничена 12 верстами в час, а с 1907 году скорость была увеличена до 20 верст в час.

В октябре 1897 г., решением Санкт-Петербургской городской управы установлена процедура выдачи извозчичьих знаков и порядок допуска

пользования саними в зимних условиях отдельно для каждого участка города Санкт-Петербурга.

С 1897-1898 гг. номерные знаки стали выдаваться всем Российским извозчикам. В Ярославле местом их «постоянной дислокации» стали Богоявленская площадь, Знаменская башня и железнодорожный вокзал.

Парадоксально, но исследователи имеют весьма приблизительные сведения о том, когда в Ярославле появился первый автомобиль.

Вместе с автомобилем в Россию пришел новый прогрессивный вид общественного транспорта такси, или как их принято было называть таксомотор.

Если верить Российской прессе начала XX века, то первый автомобиль должен был промчаться по улицам Ярославля во второй половине 90 гг. XIX века, а к началу нового этапа в истории России наш город превратился в крупный автомобильный центр. Это подтверждает решение Русского правительства форсированными темпами построить шесть отечественных автозаводов, один из которых, «В.А. Лебедев» планировалось разместить в Ярославле. Сам факт увеличения автомобилей в провинции многие исследователи рассматривают как показатель роста покупательной способности населения [4].

Достоверные известия о революции в столице были получены в Ярославле 28 февраля 1917 г.

29 февраля 1917 г. в городах губернии начались массовые митинги и демонстрации. Ярославским губернским комиссаром стал член губернской земской управы, пошехонский помещик, отставной генерал-майор К. К. Черношвитов».

11 марта 1917 г. вышло постановление Временного Правительства «Об упразднении Департамента полиции и об учреждении Временного управления по делам общественной полиции». После чего начинается уничтожение старой системы. В первые дни марта 1917 г. было ликвидировано Ярославское губернское жандармское управление, а затем и полиция. Смена старых властей в городах губернии была проведена в пределах марта, а в сельской местности - в апреле 1917 г.

В отличие от остальных регионов России в Ярославле уже с 5 марта начала свою работу гражданская милиция. В этом отношении Ярославцы предвосхитили постановления Временного правительства от 14 марта и 17 апреля «Об учреждении милиции». Сыскное отделение при Ярославском городском полицейском управлении в марте было преобразовано в Ярославское уголовно-розыскное отделение.

15 июня 1917 г. вышло постановление Временного Правительства «О переименовании Временного управления по делам общественной

полицейской» в Главное управление по делам милиции. Сознавая необходимость, взять под контроль ситуацию на дорогах страны новый руководящий орган выпустил особую инструкцию для милиционеров городской милиции. Ярославская гражданская милиция, начальником которой стал Чернышев, целиком и полностью подчинялась губернскому комиссару Временного правительства. В задачи ее входила помимо охраны общественного порядка и борьбы с преступностью и борьба с революционным движением. Однако новая милиция не справлялась со своими обязанностями, «тем более что после ликвидации старых полицейских органов в губернии, особенно в городах, резко выросли, уголовная преступность и хулиганство. Заменявшие полицейских милиционеры, большей частью состоявшие из бывших студентов и гимназистов, не могли служить необходимой защитой для населения». Преступность росла, участились разбои, грабежи, хулиганство и спекуляция. Продолжался постоянный рост числа дорожно-транспортных происшествий. Обычным делом стали угон и порча личного и общественного транспорта. Дело дошло до того, что «население было вынуждено создавать отряды самообороны и своими силами защищаться от преступных посягательств».

Сознавая эту печальную истину в октябре 1917 г. Временное правительство России приняло новое постановление «О рабочей милиции». В Постановлении провозглашалась организация действенной рабочей милиции, однако новый законодательный акт имел сугубо декларативный характер.

Библиографический список

1. Бородкин А.В. «Ревизор»: ярославские Хлестаковы и Чириковы XVIII столетия (к вопросу о прототипах литературных героев) / Сборник научных трудов VII-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика», посвященная 105-летию Финансового университета. Ярославль, 2024. С. 218-223.

2. Бородкин А.В. Влияние крепостного права на становление рынка недвижимости в России / Сборник научных трудов VII-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика», посвященная 105-летию Финансового университета. Ярославль, 2024. С. 229-233.

3. Бородкин А.В. Юмор и сатира в Ярославле первой половине XVIII века / Наука и общество: проблемы и перспективы развития. Сборник статей по итогам VI Межрегиональной научно-практической конференции

научно-педагогических и практических работников. Отв. редактор Н.С. Семенова. Ярославль, 2019. С. 149-154.

4. Бородин А.В. История экономической мысли и экономических учений: учебное пособие. Ярославль, ООО «ПФК «СОЮЗ-ПРЕСС». 2021. 154 с.

5. Колесов Р.В., Бородин А.В. Генезис и эволюция органов исполнительной власти в России / Сборник научных статей научно-педагогических работников и магистрантов. Ярославль, 2020. С. 135-141.

УДК 93

К вопросу о создании в Ярославском крае службы безопасности дорожного движения: исторический аспект

Бородин А.В., канд. ист. наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ярославский филиал

Аннотация. В настоящей статье автор исследует историю возникновения и становления Государственной инспекции безопасности дорожного движения.

Ключевые слова: возникновение, полицейский, безопасность на транспорте, дорожное движение

On the issue of establishing a road safety service in the Yaroslavl Region: a historical aspect

Borodkin A.V., candidate of historical sciences, associate professor

Financial University under the Government of the Russian Federation, Yaroslavl branch

Abstract. In this article, the author explores the history of the emergence and formation of the State Road Safety Inspectorate.

Keywords: occurrence, policeman, transport safety, traffic

Актуальность настоящей публикации заключается в отсутствии современных комплексных обобщающих исследований по изучаемой проблеме. Первые сведения о службах контролирующих дорожное движение содержатся в «Русской правде» и относятся к временам Киевского государства.

С присоединением Ярославского княжества к Москве в правоохранительной системе практически ничего не изменилось. Место Ярославского князя занял Московский наместник. С 1460 г. полицейским надзором в Ярославле ведал особый дьяк-пристав. С 1467 г. два приказчика и два судьи, с 1567 г. праведчики и доводчики. Апогеем этого процесса стало правление Ивана IV Грозного. Именно в это время в уезде появляется разветвленный правоохранительный аппарат с множеством самой разной номенклатуры: воеводы с собственной приказной избой, тиуны, стряпчие, урядники, доездчики, сборщики тамги и недоимок, дьяки и подьячие, повыгчики, стражники и стряпчие и т.д.

Местное управление с небольшими изменениями просуществовала до Петровских преобразований. Ярославская Приказная изба в 1692 г. была переименована в палату [4]. Однако Ярославский воевода Л.А. Вельяминов-Зернов не проявил на посту должного усердия и был снят в 1698 г., мало что изменилось и при его преемнике С.Д. Траханиотове.

До начала XVIII века комплексной работой по курированию вопросов дорожного движения в России ни кто не занимался. Сказывалась традиционное разделение ответственности хозяйствующих субъектов. Движением по дорогам в России ведал Ямской приказ, обеспечением безопасного проезда по ним Разбойный, движением материальных ценностей Государева казна, передвижением иностранцев – Иноземный приказ, дворян – Разрядный, людей Даточный, техники – Пушкарский и т.д.

Постройка транспортных путей, надзор за их состоянием, установка верстовых столбов формально находилась в ведении местных воевод и старост, но поскольку проблем в уездах всегда было много до дорог «руки не доходили». Исключение составляли две дороги: «Коломенская», соединявшая Москву с царской загородной резиденцией, здесь в XVII веке были поставлены особые верстовые столбы с двуглавыми орлами и «старая Смоленская», по которой в Россию въезжали иностранцы. Желая «надлежащим» образом себя показать правительство старалось содержать обе магистрали в приличном состоянии, остальные дороги в России снискали довольно мрачную репутацию. Фактически ими не занимались после создания в стране «ямской службы», а «подновляли» только к приезду важных гостей или началу боевых действий.

В нашем крае известны старая и новая Ярославские дороги, Вологодский тракт и др. Они, например, существенно влияли на расположение в Ярославле целого ряда иностранных торговых дворов [3]

Скорее всего, они мало, чем отличались от остальных. Ярославская воеводская изба дела «вела исправно», но в передовых никогда не

числилась. В остальных Российских городах дело обстояло не лучше. За сохранность дороги отвечал домовладелец, мимо участка, которого проходила магистраль, а за безопасность проезда «Российский авось». Скорость проезда по городу определялась только состоянием дорожного покрытия и длиной кнута форейтора, в обязанности которого входила предупреждать прохожих криком о приближающемся «поезде» (так на Руси называли участников дорожного движения) и «стегать их кнутом» в случае угрозы наезда. Разумеется, битье кнутом применялось исключительно для пользы пешехода, так как должно было стимулировать его двигательную активность и тем спасти ему жизнь. Звуковые сигналы Русских ямщиков снискали им славу «разудалых сорви-голов» и по одной из версий способствовали созданию системы оповещения проезжих о приближении транспорта звуком колокольчиков. Для усиления сигнала ямщикам предписывалось петь, так появляется особый Российский песенный жанр.

Регулярную полицейскую службу, как и многое другое создал в России император Петр I.

В 1710 г. в Ярославль был назначен первый полицмейстер. В 1715 г. в Санкт-Петербурге была образована «Главная полицмейстерская канцелярия». В «Регламенте, или Уставе Главного магистрата», утвержденном в 1721 г.: указывалось, что «полиция ... споспешествуя в правах и в правосудии, рождает добрые порядки и нравоучения, всем безопасность подает от разбойников, воров, насильников и обманщиков и сим подобных, непорядочное и непотребное житие отгоняет, и принуждает каждого к трудам и честному промыслу ... полиция есть душа гражданства и всех добрых порядков и фундаментальный подпор человеческой безопасности и удобства». Другими словами регламентации деятельности не было и полицейским чинам вверялось руководство всеми делами, включая и дорожное движение.

Основные структурные подразделения новой службы окончательно сложились к концу XVIII века. Их работа и круг компетенции регламентировалась полицейским «Уставом Благочиния», принятым в 1782 году. Полиция отвечала за «благочиние», т.е. практически за все. В губернских городах создавались Управы Благочиния, ведавшие полицией. В них заседали городничий и приставы уголовных и гражданских дел.

Подобная система существовала и в Ярославле. Город делился на части, в которые входило от 200 до 700 дворов. Каждую из них возглавлял частный пристав, являвшийся офицером полиции. Ярославские части состояли из двух и более кварталов, в каждом из которых насчитывалось от 50 до 100 дворов. Порядком в квартале заведовал квартальный

надзиратель. При необходимости в помощь ему назначался квартальный поручик.

В 1719 году Ярославским воеводой был назначен А.И. Нарышкин. Именно он начинает преобразования в полицейском ведомстве города. Под его началом служили два ассессора и казначей, 12 канцелярских служителей и т.д. Петровские реформы существенно отразились на жизни Ярославского края, затронули они и экономику региона [2]

Для безопасности населения и наведения порядка на улицах регулярно стали совершаться обходы караулами городских районов. В качестве одной из мер предписывалась решительная борьба с городскими лихачами и подгулявшими Ярославскими купцами от «ухарств» которых весьма страдали рядовые пешеходы. Однако существенных успехов достигнуто не было.

«Просвещенный» XIX век начался для Ярославля кадровыми перестановками. Император Павел I сменил несколько губернаторов, практически всех стряпчих и основательно обновил кадры полиции. Однако перемены не сказались на взаимоотношениях горожан с «вышестоящими лицами» [1].

31 декабря 1796 года была создана Канцелярия Ярославского губернатора. Из дорожных нововведений в губернии вводились новые правила по устройству «мостовых со специальной частью для пешеходов», так в Ярославском крае появляется прародитель будущих тротуаров. Еще одним новшеством стали «Екатерининские березы», которыми отмечались коммуникации особого назначения. Указанные преобразования не привели к принципиальным изменениям на Ярославских дорогах. Они по-прежнему были «мощены дурно ... грубым булыжником, а паче без оного». Это не мешало Ярославским ямщикам и конюхам не соблюдать никаких узаконений «разбрызгивать удаль» и грязь на пешеходов. Со временем, в регионе сформировался целый комплекс легенд и преданий, смысл которых заключался в невозможности отремонтировать местные дороги и навести на них хоть какой-нибудь порядок [5].

Библиографический список

1. Бородин А.В. «О бедном солдате замолвите слово». К взаимоотношениям горожан и солдат гарнизона в Ярославле середины XVIII века / Сборник научных трудов VII-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика», посвященная 105-летию Финансового университета. Ярославль, 2024. С. 188–192.

2. Бородкин А.В. Влияние реформ императора Петра Великого на экономику Ярославля / Сборник научных трудов VII-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием «Экономика и управление: теория и практика», посвященная 105-летию Финансового университета. Ярославль, 2024. С. 193–197.

3. Бородкин А.В. Иностранцы торговые дворы в Ярославле: к постановке проблемы / Экономика и управление: теория и практика. Сборник научных трудов V-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием в 2 томах. Ярославль: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2022. С. 5-10.

4. Бородкин А.В., Трубникова А.А. Особенности местного управления Ярославского уезда XVII века / Экономика и управление: теория и практика. Сборник научных трудов V-й Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием в 2 томах. Ярославль: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2021. С. 217-221.

5. Бородкин А.В. Ярославль и ярославцы: городские легенды и предания. Ярославль: ООО «ПФК «СОЮЗ-ПРЕСС». 2024. 326 с.

УДК 37.018

Воспитательная деятельность в вузе как фактор повышения социальной активности студентов

Бурыкина Н.М., канд. пед. наук, доцент

Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского

Аннотация. В статье всесторонне рассмотрена роль воспитательной работы в образовательных организациях высшего образования, которая за последние годы претерпела существенные изменения, появились новые тенденции, направления, подходы. В работе также рассмотрено несколько эффективных способов повышения социальной активности студенческой молодежи. В результате проведенного исследования автор приходит к выводу, что новые веяния в системе воспитательной деятельности порождают и новые вопросы. И от того, насколько качественные ответы на

них будут найдены, будет зависеть эффективность наших взаимоотношений с современной студенческой молодежью.

Ключевые слова: воспитательная работа, вуз, студенты, социальная активность

Educational activities at the university as a factor in increasing the social activity of students

*Burykina N.M., candidate of pedagogical sciences, associate professor
Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky*

Abstract. The article comprehensively examines the role of educational work in educational institutions of higher education, which has undergone significant changes in recent years, new trends, directions, and approaches have emerged. The paper also considers several effective ways to increase the social activity of students. As a result of the conducted research, the author comes to the conclusion that new trends in the educational activity system give rise to new questions. And the effectiveness of our relations with modern student youth will depend on how well answers to them are found.

Keywords: educational work, university, students, social activity

В последнее время о важности воспитательной работы в вузах говорится и пишется очень много. Оно и понятно: в стране раз за разом происходят события, привлекающие внимание к этому сложному, многогранному, во многом противоречивому процессу. Это и разработка федеральных государственных образовательных стандартов с включением в них блока общекультурных компетенций, и попытки вернуть аккредитационный показатель «Воспитательная деятельность», и реализация программ развития деятельности студенческих объединений, и принятие основ государственной молодежной политики до 2030 г. В законе «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ четко зафиксировано, что «образование имеет две составляющие – воспитание и обучение» [1, с. 30].

Важно одно: разговоры о значительной роли воспитательного процесса в становлении компетентного специалиста и повышении качества образования стали очень масштабными, тема поднята на качественно новый уровень.

Студенчество – движущая сила современного общества, настоящая и будущая интеллектуальная элита, на которую опирается и будет опираться государство. Оно отражение социальных процессов, ожиданий, стремлений. Вместе с тем эта категория населения страны также является

достаточно незащищенной, подверженной разного рода влияниям и внушениям. Студенческий возраст – крайне важный этап формирования взрослой личности. Необходимость в качественной, системной воспитательной работе не снижается, более того, она усиливается.

Как показало исследование, проведенное нами на Дефектологическом факультете, в течение последних лет произошло изменение характеристики современного студента. Исследование 2025 г. показало смену ценностных ориентаций, жизненных приоритетов и вообще всей картины в целом. Молодежь изменяется, следовательно, мы должны учитывать это в работе и формировать адекватную воспитательную среду.

Новое студенчество требует новых подходов. Непонимание и непринятие факта изменения портрета современного студента приведет к заметному отдалению профессорско-преподавательского состава от студенчества. Уровень вовлеченности студенчества в процессы воспитательной работы остается невысоким.

Определим основные направления повышения социальной активности студенчества.

Первое – вовлечение студенчества в деятельность объединенных советов обучающихся и в реализацию программы развития деятельности студенческих объединений.

Одним из направлений является популяризация деятельности объединенных советов обучающихся. В соответствии с ФЗ-273 «соответствующие советы должны быть созданы в каждой образовательной организации» [2, с. 178].

Однако принципиально необходимо, чтобы объединенный совет был не формальным органом, а реально работающей студенческой силой. Практика работы объединенного студенческого совета ЯГПУ показала, что именно он смог объединить все студенческие организации университета и создать представительный орган, который занимается реальной работой, еженедельно оперативно обсуждает задачи, формирует портфолио достижений студентов, а главное – его деятельность видна, и это стимулирует студенчество создавать новые студенческие объединения и вводить их в объединенный совет. Студенты ощущают свою причастность к большому и значимому делу, что еще сильнее мотивирует их на активную работу.

Также необходимо работать со студенчеством по вовлечению его в процесс повышения качества образования. Требуется четко понимать, что в трактовке современного закона «Об образовании в Российской Федерации» дана, по сути, формула: образование = воспитание + обучение. То есть фактически государством официально признано, что неотъемлемой

составляющей образования является воспитание, а также обращает на себя внимание тот факт, что понятие «воспитание» стоит на первом месте, а обучение – на втором. Такой подход вполне соответствует мировым трендам, согласно которым необходимо в первую очередь подготовить полноценную личность – члена общества, и затем сформировать ее знаниями для успешного ведения профессиональной деятельности. Такой же позиции придерживаются многие работодатели. Работодатели также считают, что работа в органах студенческого самоуправления положительно сказывается на качествах работника. Таким образом, на систему воспитательной работы возлагается важнейшая задача – создание среды эффективного формирования общекультурных (а в ряде случаев – и профессиональных) компетенций. Время старого понимания «Образование = обучение» прошло. Кроме того, в настоящий момент в стране набирают обороты проекты и движения, созданные самими студентами, направленные на повышение качества образования (движение «За качественное образование», проект «Студенческий контроль» Российского Союза молодежи и другие). На наш взгляд, важно вовлекать студенчество в процесс оценки и повышения качества образования, чтобы эта деятельность строилась системно и имела качественный смысл. Для этого Ярославский государственный педагогический университет (ЯГПУ) регулярно проводит научно-практические и научно-исследовательские конференции о роли студенческих объединений в повышении качества образования.

Полагаем, что принципиально важным является установление полноценных стратегических партнерских отношений между администрацией факультета и университета и студенческим самоуправлением, что значительно повышает социальную активность студенчества. В таком партнерстве нет противоречий, т. к. у обоих участников такого партнерства совпадают цели. Так, например, центральная программа «Студенческое самоуправление» определяет главной целью студенческого самоуправления именно повышение качества образования и создание условий для становления компетентного конкурентоспособного специалиста. При этом с уверенностью можно говорить, что такую же цель преследует и образовательная организация в целом, то есть видно, что противоречия действительно нет. Это очень современное и актуальное понимание, с которым имеются все основания согласиться.

В ЯГПУ между администрацией университета и объединенным студенческим советом установлены именно доверительные партнерские отношения, которые приводят к масштабному участию студентов во

многих аспектах деятельности университета. Объединенный совет является участником программы развития, всех крупных проектов университета, многие проекты реализует собственными силами, становясь той самой упомянутой выше площадкой эффективного формирования компетенций. Средства, выделяемые на работу со студентами, также распределяются при участии объединенного студенческого совета путем открытой защиты проектов, наиболее эффективные из которых получают поддержку и включаются в координационный план.

Очень активно по всей стране развивается волонтерское движение. В Российской Федерации с каждым годом растет количество больших мероприятий федерального и международного значения, среди них уже состоявшиеся Универсиада в Казани (2013 г.), зимние Олимпийские игры в Сочи (2014 г.), чемпионат мира по водным видам спорта в Казани (2015 г.), чемпионат мира по футболу (2018 г.) и многие другие. Ни одно из подобных мероприятий не обходится без участия волонтеров, которые развиваются сами и своей работой делают возможным проведение этих мероприятий. По нашему опыту, эффективным методом работы с волонтерами является создание профильного студенческого объединения, которое курирует всю волонтерскую активность, разрабатывает мотивационные программы для волонтеров. Волонтерское движение ЯГПУ в настоящее время расширилось до регионального формата. Движение имеет свой сайт, систему мотивации, систему учета работы волонтеров и их поощрения, что позволяет говорить об эффективной работе. Студенты очень активно мотивированы к волонтерской деятельности, активность их растет, студенты рады возможности участия в важных для государства мероприятиях. Уверены, что очень эффективным шагом явилось бы создание в ЯГПУ профильного структурного подразделения, отвечающего за поддержку волонтерского движения в образовательной организации. Отдельно ~~определили~~ ^{отметили} необходимость и важность социального волонтерства. На дефектологическом факультете ЯГПУ в настоящий момент работает отряд социальных волонтеров, помогающий людям с ограниченными возможностями, ветеранам и иным категориям лиц. Студенты-активисты участвуют в благотворительных акциях для подшефных детских учреждений.

Вопросы патриотического воспитания студенческой молодежи также становятся все более актуальными. Патриотические проекты – еще один эффективный способ повышения социальной активности студенчества. Важно отметить, что в последние годы вопросам патриотического воспитания в стране уделялось повышенное внимание, что также сыграло значительную роль в положительном изменении восприятия России ее

гражданами. Наш опыт работы показывает, что наиболее эффективными являются массовые проекты, а не небольшие локальные. По статистике, небольшие локальные мероприятия, посвященные патриотической тематике, обычно посещает примерно одна и та же группалюдей с активно выстроенной мотивацией, что не позволяет в полной мере говорить о массовом охвате и серьезной вовлеченности. В связи с этим в ЯГПУ в последние годы делается ставка на большие проекты и практикуется сокращение маломасштабных мероприятий. То же касается и патриотического направления работы.

В направлении патриотического воспитания в ЯГПУ также проводятся научные конференции, например, всероссийская научно-практическая конференция «Патриотизм в современной России: от национальной идеи к практике гражданственности», всероссийская научно-практическая конференция «Технологии формирования толерантного сознания и профилактика проявлений экстремизма в молодежной среде» и другие.

Проведение столь масштабных мероприятий на базе университета способствовало активному вовлечению студенчества в обсуждении тем гражданско-патриотического воспитания, породило обсуждения и дискуссии в социальных сетях и повысило интерес к теме патриотизма в студенческой среде. В 2025 г. университет уделяет максимальное внимание теме 80-летия Великой Победы. Так, в университете проводится месячник мероприятий, посвященных этой годовщине, в рамках которого проходит большое количество акций, в том числе организуется уход за памятниками и мемориалами, посвященным ветеранам, встречи и чествование ветеранов.

Наиболее красочным событием 2025 г. был студенческий патриотический фестиваль «Весна Победы» – комплекс мероприятий, направленных на выявление, создание и продвижение эффективных элементов системы патриотического воспитания в российских вузах, обеспечивающих формирование у студентов прочных основ патриотического сознания, содействие в становлении активной гражданской позиции. Мероприятия фестиваля были поделены на три блока: научно-практический (конференции, научные секции на тему гражданско-патриотического воспитания в вузах), физкультурно-оздоровительный (спортивные мероприятия патриотической направленности), агитационно-патриотический (проведение акций к 70-летию Победы, создание патриотических клубов и др.). Кульминацией фестиваля стала эстафета «Великая Победа» 9 мая 2025 г. Следует отдельно отметить проект «Знаю, помню, дорожу!», проводимый в рамках фестиваля.

Отметим также усиление акцента и повышение интереса к неформальному и информальному видам образования. Эти два вида образования вместе обеспечивают эффективную на сегодняшний день среду формирования компетенций, т. к. лишены недостатков классического образования, и, в первую очередь – его инертности. Дефектологический факультет реализуют целый ряд программ неформального образования для студенческой молодежи: «Право на успех», «Социальные практики молодежи», «Искусство управления жизнью», «Управление проектами», «Тайм-менеджмент», «Образовательная и карьерная навигация».

Эффективным способом повышения социальной активности молодежи является также вовлечение преподавателей в воспитательный процесс через развитие института кураторства, повышение сознательности и необходимости подавать пример студентам. Это серьезная и очень сложная задача, т.к. многие преподаватели до сих пор исповедуют идеологию «Образование = обучение», и эту идеологию необходимо планомерно, изменять на современную, прогрессивную и эффективную. По нашим наблюдениям, у современного студенчества столь сильно стремление к саморазвитию и самосовершенствованию, что часто молодежь намного опережает профессорско-преподавательский состав в этом стремлении. Поэтому времени на раздумья уже практически не осталось. Необходимо активно привлекать к преподавательской деятельности молодежь и доводить до всех преподавателей информацию о тех тенденциях, которые в данный момент имеют место быть.

Таким образом, воспитательная работа в образовательных организациях высшего образования за последние годы претерпела существенные изменения, появились новые тенденции, направления, подходы. В работе нами рассмотрено несколько эффективных способов повышения социальной активности студенческой молодежи. Нужно понимать, что новые веяния в системе воспитательной деятельности порождают и новые вопросы. И от того, насколько качественные ответы на них будут найдены, будет зависеть эффективность наших взаимоотношений с современной студенческой молодежью.

Библиографический список

1. Бурыкина Н.М. Основные задачи по возрождению и сохранению духовно-нравственных традиций семейных отношений // В сборнике: о влиянии государства на развитие демографических процессов. Сборник докладов и тезисов участников конференции. Тринадцатая международная научно-практическая конференция. Под научной редакцией З.К. Кочубей. 2019. С. 29–31.

2. Киселева Т.Г. Пути адаптации детей с особыми потребностями в обычные учебные заведения // В сборнике: о влиянии государства на развитие демографических процессов. Сборник докладов и тезисов участников конференции. Тринадцатая международная научно-практическая конференция. Под научной редакцией З.К. Кочубей. 2019. С. 174–179.

УДК 378.147

Основные тренды в обучении иностранным языкам

Грачева Ю.В., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Активное развитие технологий оказывает влияние на все сферы жизни человека, в том числе и на методы, которые используются при обучении иностранному языку. Наряду с традиционными формами работы всё большую популярность приобретают современные техники. В данной статье рассматриваются основные тренды в обучении иностранному языку и их характеристики.

Ключевые слова: тренды, онлайн-платформы, нейросети, контент, геймификация

Main trends in teaching foreign languages

Gracheva J.V., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl brunch*

Abstract. The active development of technologies influences all spheres of human life, including the methods used in teaching foreign languages. Along with traditional forms of work, modern techniques are becoming increasingly popular. This article examines the main trends in teaching foreign languages and their characteristics.

Keywords: trends, online platforms, neural networks, content, gamification

Изучение иностранных языков — это не только полезный навык, но и возможность расширить горизонты и понять разные культуры. Кто-то изучает язык для саморазвития, кто-то собирается переехать в другую

страну, а кому-то он необходим для работы. При этом сам процесс обучения языкам претерпел в последние годы множество изменений. В первую очередь это связано с активным технологическим прогрессом и с изменяющимися потребностями студентов. В результате возникает необходимость постоянно адаптировать методики преподавания к современным реалиям. Рассмотрим основные тренды в обучении языкам в 2025 году:

1. Виртуальная и дополненная реальность. Виртуальная реальность позволяет нам совершать путешествия в любую точку мира. Студенты могут прогуливаться по традиционной английской улице и слушать исторический рассказ гида о знаменитых достопримечательностях — и все это сидя в аудитории своего университета. Возможности для погружения в мир виртуальной реальности вскоре могут стать безграничными. То же самое относится и к дополненной реальности, где реальный мир сочетается с такими цифровыми элементами как текстом, 3D объектами, картинками и анимацией. Используя AR и VR технологии в процессе преподавания иностранных языков, мы имеем возможность перенести себя в любую локацию за границей и проиграть любую ситуацию, коммуницируя с носителями языка. Это может быть поход в магазин, заселение в гостиницу, прохождение собеседования при устройстве на работу, ведение деловых переговоров и т.д.

2. Преобладание онлайн-платформ над традиционными учебниками. Современные студенты уже не те, какими они были ещё 20-30 лет назад. Огромная часть их времени проходит в мобильных телефонах и компьютерных играх. Поэтому традиционные бумажные учебники становятся для них менее привлекательными. В результате на рынке появилось большое количество интерактивных платформ, которые позволяют сделать процесс обучения более захватывающим и динамичным. Одним из таких предложений является платформа ProgressMe. Эта платформа отличается большой функциональностью. Здесь можно найти всё, что необходимо для проведения занятий. На данной платформе есть возможность разместить задания для аудиторной и домашней работы, а также дополнительные материалы, такие как видео, подкасты, статьи. Для удобства и самоконтроля можно использовать таймер, переводчик, автоматическую проверку и встроенную интерактивную доску.

3. Нейросети как помощники преподавателя и учеников. Искусственный интеллект не может заменить преподавателя, но он способен стать отличным помощником для организации занятий, повышения их эффективности и экономии времени преподавателя.

Наибольшую популярность приобрёл сегодня ChatGPT. По запросу преподавателям он может составлять различные задания для урока: тексты по указанной теме, грамматические упражнения, тесты. Искусственный интеллект может сгенерировать любую картинку и смоделировать ситуацию для разговорной практики. От педагога требуется лишь задать чёткую и подробную инструкцию: что нужно сделать, для какого уровня владения языком, в каком количестве и так далее. Нейросети дают нам возможность учитывать способности каждого студента и создавать задания и упражнения, исходя из его индивидуальных особенностей и уровня знаний, а также отслеживать прогресс и давать рекомендации по улучшению. Искусственный интеллект — это отличный помощник не только для преподавателя, но и для самого учащегося. Студент может создать запрос на проверку и исправление грамматических ошибок, попросить разъяснить то или иное правило, привести аналогичные примеры для закрепления материала. Для практики разговорной речи студенты используют такие голосовые помощники, как Google Assistant или Siri, которые позволяют пользователям практиковать произношение и получать ответы на вопросы в реальном времени.

4. Обучение языку с помощью мессенджеров и социальных сетей. Для того чтобы изучать язык, необходима постоянная практика. Разговаривать самому с собой не всегда интересно и продуктивно. Общение в живом сообществе, даже если оно виртуальное, является более привлекательным и эффективным. Социальные сети и мессенджеры позволяют работать как над письменной, так над устной речью. Например, можно обсуждать различные проблемы в тематических форумах или участвовать в формате видеочатов в разговорных клубах. Всё это не только помогает усовершенствовать знания языка, но ещё активно способствует преодолению языкового барьера. Следуя ключевым хэштегам, например #learnenglish, в социальных сетях легко найти огромное количество сообществ по изучению иностранного языка, видеоматериала, музыки, которые можно внедрить в учебный процесс.

5. Игры, карточки и викторины для вовлечения. Ещё один тренд — это геймификация, то есть внедрение игровых подходов в обучении. Они повышают вовлечённость учеников и приносят соревновательный дух. В игре можно зарабатывать очки, получать бонусы и привилегии, выходить на новый уровень. Таким образом, незаметно для самого учащегося, можно повысить его мотивацию и интерес к учебе. Сегодня существует множество сайтов, где можно найти самые разные обучающие игры, викторины, карточки со словами... Большой популярностью пользуются Quizlet, Quizziz, Kahoot, Wordwall. Рассмотрим, что предлагают некоторые

из них. Например, на сайте Quizlet можно найти огромное количество карточек на самые разные темы. Есть даже карточки по определённым фильмам и сериалам. Они помогают понять значение того или иного слова, а также дают примеры использования этих выражений в контексте. Большим преимуществом данного сайта является то, что можно использовать не только готовые карточки, но и создавать их самостоятельно, если чего-то не нашёл. Ещё одним примером подобных сайтов является Wordwall. Здесь есть огромное количество красочных интерактивных упражнений для отработки грамматического и лексического материала. Задания самые разные: сопоставить, флеш-карты, групповая сортировка, анаграмма, найди пару, закончите предложение, привести в порядок, викторина. Этот сайт также позволяет не только использовать готовые задания, но и создавать свои собственные учебные ресурсы, используя готовые шаблоны.

6. Обучение через аутентичный контент. Изучение сложных грамматических конструкций и отдельных слов с их множеством значений может оттолкнуть учащегося от дальнейшего изучения языка. Исходя из этого, современные подходы делают упор на погружение в контекст. Это схоже с тем, как годовалый ребёнок осваивает родной язык. Он не знает правил, а лишь интуитивно повторяет и понимает сказанное. Исходя из этого, многие преподаватели отказываются от адаптированных текстов и аудио в пользу аутентичных материалов из реальных жизненных ситуаций. Примерами такого контента могут быть фильмы, новостные сюжеты, видео на YouTube, лекции TED Talks. При таком подходе работает метод погружения. Студент сталкивается с живой, не постановочной речью. Он слышит, как говорят носители языка, пытается уловить не отдельные слова, а общий смысл сказанного. После такого погружения в языковую среду полезно закрепить материал уже в своей речи. Студенты могут обсудить друг с другом услышанную проблему, устроить дебаты или проиграть данную ситуацию по ролям.

7. Использование микроконтента и гибких форматов обучения. При данном подходе вместо длинных уроков студенты получают короткие, но интенсивные задания. Для современного человека, у которого день расписан по минутам, часто это становится единственным вариантом для изучения языка. Каждый урок длится всего 5-10 минут. За это время можно выучить несколько новых слов, отработать их произношение, изучить варианты употребления и попробовать самому составить предложения с ними. Это могут быть также короткие уроки по определенной теме, например, “10 фраз для общения в ресторане”, которые легко

интегрировать в повседневную жизнь, небольшие видеоуроки, интерактивные задания, статьи и подкасты.

8. **Перевернутый класс ради акцента на практике.** Очень часто педагог ограничен во времени, поэтому не всегда получается качественно проработать материал на занятиях. Решением данной проблемы является следующий тренд обучения — это перевернутый класс (*flipped classroom*). Согласно данному подходу, студенты самостоятельно изучают дома учебный материал, который даёт им преподаватель, а на занятиях лишь отрабатывают и закрепляют его. Обычно преподаватели задают на дом страницы материала из учебника или указывают интернет-сайты, чтобы студенты прочитали правило и лексику, отработали их в упражнениях. Такой метод позволяет значительно экономить время на объяснении материала. Ведь, как правило, в одной группе учащихся есть студенты как с высоким, так и с очень низким знанием иностранного языка. Поэтому кому-то информация уже известна, а кому-то нужно потратить не менее часа на ознакомление с ней. И это будет происходить в домашних условиях, где каждый студент может работать в привычной для себя атмосфере, с комфортной для себя скоростью. А к преподавателям все учащиеся будут приходить уже со знанием материала, и время занятий будет потрачено лишь на его отработку.

9. **Стади-бадди, или изучение языка с приятелем.** Стади-бадди (англ. *study buddy*), то есть «приятель по учёбе» — это ещё один тренд в обучении иностранному языку. В этом случае коммуникации происходят не с преподавателем, а между студентами-приятелями. В идеале, если у них будет примерно одинаковый уровень владения языком. Общение на иностранном языке происходит между студентами во внеучебное время. В ходе такой практики им проще увидеть свои пробелы в лексике, фонетике или грамматике и устранить их. Общаться можно на любые интересные темы, отрабатывая как общую, так и профессиональную лексику. Можно моделировать диалоги, закрепляя материал, пройденный на занятии.

Таким образом, технологии и инновации делают процесс обучения более увлекательным, гибким и адаптированным под нужды каждого студента. Пока трудно делать выводы, насколько эти методы эффективнее традиционного обучения и повысят ли они уровень знаний обучающихся. Скорее всего оптимальным будет сочетание старого и нового. Но в любом случае современному преподавателю не стоит стоять в стороне от современных тенденций. Нужно меняться и адаптироваться к новым реалиям.

Библиографический список

1. Горшкова Т. Тренды в EdTech: как технологии меняют преподавание английского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://subscriptionsconsulting.com/edtech-trends-influence-english-teaching>.

2. Грачева Ю.В. Использование возможностей искусственного интеллекта при обучении иностранному языку // Коммуникация - общество - человек: сборник научных трудов III Национальной научно-практической конференции научно-педагогических и практических работников с международным участием. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС», 2024. С. 235-240.

УДК 304.2

Симулякры как новая социальная реальность

Громова М.В., старший преподаватель

Мамонтова В.Д.

Пугачева Е.Е.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматривается понятие «симулякр», формы проявления данного явления и его влияние на жизнь современного человека. В том числе авторы кратко рассматривают историю появления термина и выделяют положительные и отрицательные стороны его воздействия.

Ключевые слова: симулякры, Платон, Бодрийяр, искаженная реальность

Simulacra as a new social reality

Gromova M.V., senior lecturer

Mamontova V.D.

Pugachova K.E.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article discusses the concept of "simulacrum", the forms of manifestation of this phenomenon and its impact on the life of a modern person. Among other things, the authors briefly review the history of the term's appearance and highlight the positive and negative sides of its impact.

Keywords: simulacra, Plato, Baudrillard, distorted reality

Симулякры — понятие, которое активно используется в современном обсуждении социокультурных явлений. Оно стало особенно актуально в эпоху постмодернизма (второй половины XX века и начала XXI), когда реальные объекты и явления часто перерастают в их знаковые представления, создавая новые условия для существования и взаимодействия в обществе. Чтобы глубже понять, что представляют собой симулякры и какую роль они играют в нашей жизни, необходимо обратиться к историческому контексту их возникновения.

Впервые концепцию симулякра рассмотрел Платон. Согласно его учению, реальность, которую мы познаём через чувственное восприятие, является не более чем отражением или копией высшего мира идей. В данной концепции формы и идеи предстают как абсолютные и неизменные сущности, обладающие истинной природой. Так, например, категория эстетической совершенности существует как самостоятельная метафизическая реальность, не зависящая от многообразия конкретных проявлений прекрасного в феноменальном мире [4].

По мнению Платона, все предметы, которые мы видим вокруг себя, являются лишь отражением совершенных образцов, существующих в особом мире. У каждой вещи есть свой истинный смысл и сущность, которые можно назвать идеей. Симулякр — это искаженное представление как самой вещи, так и её смысла. Он может проявляться в разных формах: как рисунок, рассказ или картина. Важно понимать, что симулякр — это не сама вещь, а то, как другие люди её себе представляют и описывают. По сути, симулякр — это «копия копий», которая не только не отражает настоящую реальность, но и искажает её. Например, любое конкретное дерево, каким бы красивым оно ни было, является лишь неполным отражением идеального образа дерева, существующего в мире идей [4].

Отношение Платона к симулякрам было негативным. Для него симулякр — это «копия копии», искажающая свой прототип. Так как истинность определяется исходя из сходства или несходства с идеей вещи, то симулякры лишаются онтологического статуса (отношение предмета к прочим элементам структуры бытия) и осуждаются как подделки и вымыслы [2].

Современное понимание симулякра сформировалось во многом благодаря работам французского философа и социолога Жана Бодрийера. В своей книге «Симулякры и симуляция» (1981) он говорил о симулякрах как о копиях, которые уже не имеют оригинала, и о мире, где знаки и символы заполнили пространство и стали сущностью реальности.

Если максимально упростить понятие, то симулякр – это копия, у которой нет оригинала, но она не вымысел. То есть образ, который закрепляется в массовом сознании за определенным аспектом жизни или предметом [3]. Подобно Платону, Бодрийяр считал симулякры копиями, творящими зло. По его мнению, в современном мире они стали неразрывно связаны с реальностью, искажая ее, формируя неправильное мышление людей и стирая грань между правдой и вымыслом. Бодрийяр выделил несколько типов симулякров, начиная от простого отражения реальности и заканчивая состоянием, когда само понятие реальности теряет свою значимость. Наиболее четко его идеи проявляются в анализе массовой культуры, рекламы и технологий, где симулякры становятся частью производимой картинки.

Всего выделяют четыре последовательных порядка симулякров:

1. Симулякр первого порядка основывается на естественном законе ценности и представляет собой подделку или имитацию дорогих материалов с использованием более дешевых аналогов. Он включает в себя воспроизведение материальных объектов, которые все еще сохраняют свою связь с оригиналом. Например, имитации дорогих материалов, театральные постановки или репродукции произведений искусства.

2. Второй порядок (или рыночный) связан с массовым производством. Симулякры становятся серийными копиями, где различия между оригиналом и копией стираются. Например, фотографии, промышленные товары или рекламные образы; серийное производство совершенно неразличимых реплик, беспроводных наушников от Apple AirPods, производимых в Китае.

3. Третий порядок (или структурный) - это уровень, на котором симулякры становятся независимыми от действительности и при этом создают собственную реальность. Этому порядку характерно появление кибернетических систем и информационных технологий. Например, всем нам известные виртуальные миры от компаний Marvel и DC. Сюда также можно отнести компьютерные симуляции или телевидение СМИ, когда одна и та же новость может подаваться совершенно по-разному, в зависимости от того, какие цели преследует те или иные СМИ.

4. Четвёртый порядок связан с фрактальной стадией ценности (также называемой вирусной или стадией диффузии ценностей). В этом порядке симулякры становятся вирусными, распространяясь и мутируя без какой-либо логики или предсказуемости. Например, распространение информации в социальных сетях (Телеграм, TikTok, и т.д.), в которых пользователи часто создают идеализированные версии своей жизни, которые становятся симулякрами, замещающими реальность. Другим

примером является распространение «лайфхаков» — советов для упрощения повседневной жизни. Видеоролики и посты с такими рекомендациями часто становятся вирусными, привлекая внимание миллионов пользователей. Однако многие из этих лайфхаков могут быть неэффективными или даже опасными, но их популярность продолжает расти благодаря эффекту «вирусности». Люди начинают верить в эти советы, даже если они не проверены или не соответствуют действительности, что приводит к формированию новых симулякров, заменяющих более традиционные и проверенные методы.

Как отмечается в книге Бодрийяра: «Именно третья и четвертая стадии эволюции симулякров представляют наибольший интерес, поскольку являются теми ступенями, на которых начинается производство невещественных процессуальных симулякров, моральных симулякров» [1].

С каждым новым уровнем симулякры всё сильнее теряют связь с реальностью, а взаимодействие между знаком и тем, что он должен обозначать, становится всё менее очевидным и более запутанным.

Симулякры можно охарактеризовать как формы представления реальности, которые не всегда отражают действительность, а могут создавать уникальные, порой даже искажающие образы. В этом контексте важно понимать, что они не являются чисто негативным явлением. Они могут формировать новое понимание реальности, обогащать культурный контекст, но также и вводить в заблуждение. Поэтому сложно точно сказать, являются ли симулякры только положительным или только отрицательным образом. В связи с этим подробнее остановимся на обеих сторонах данного явления. К положительным относятся:

1. Разнообразие симулякров, такие как социальные медиа и онлайн-ресурсы, обеспечивают легкий доступ к информации и знаниям, различным точкам зрения на определенные ситуации. Такая информация позволяет людям быть более информированными.

2. Они предоставляют платформы для творчества и самовыражения, позволяя пользователям создавать и делиться контентом, который отражает их индивидуальность.

3. Симулякры могут объединять людей с общими интересами, создавая сообщества, которые могут поддерживать и вдохновлять друг друга.

Среди негативных сторон стоит выделить следующее:

1. Симулякры могут создавать ложные представления о жизни, что приводит к нереалистичным ожиданиям и стандартам, особенно среди молодежи.

2. Погружение в виртуальные миры может привести к социальной изоляции и уменьшению реальных межличностных взаимодействий.

3. Симулякры могут использоваться для распространения дезинформации и манипуляции общественным мнением, что затрудняет различение правды и лжи.

На что же влияют симулякры? Прежде всего, они формируют общественное сознание и представления о реальности. Причем это происходит не только на уровне индивидуального восприятия, но и на уровне социального взаимодействия. Симулякры могут навязывать идеалы и стандарты, создавать стереотипы и ожидания, которые влияют на наше поведение, выбор и даже отношения с другими людьми. Более того, симулякры порой становятся основным источником информации о мире, что значительно затрудняет отделение объективной реальности от мнимого образа.

Подводя итог, стоит заметить, что симулякры представляют собой яркое проявление изменений, происходящих в окружающей нас действительности. Они прочно вошли в нашу жизнь и без них трудно представить современное общество. В то же время важно осознавать их двойственную природу: с одной стороны, симулякры могут создавать новые гибкие формы понимания и представления о мире вокруг нас, с другой — вызывать недопонимание и деформацию реального восприятия. Поэтому критическое осмысление симулякров, их роли и собственной ответственности в современном мире становится необходимым условием для адекватного взаимодействия с окружающей реальностью. Это позволит не только глубже понять самих себя, но и эффективнее контактировать с внешним миром, способствуя развитию более гармоничного и осознанного общества.

Библиографический список

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер. О.А. Печенкина. - Тула, 2013. 204 с.

2. Кирюшин А.Н., Асташова А.Н. Идея симулякра в понимании виртуального: от Платона к постмодернизму [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2012/08/1593>.

3. «Симулякры и симуляция» Ж. Бодрийяра. Почему стоит прочитать эту книгу? [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/q/culture/1796991745/>.

4. Симулякр — энциклопедия «Знание.Вики» [Электронный ресурс]. URL: <https://znanierussia.ru/articles/Симулякр>.

Современные технологии обучения для поколения Y и Z в военном вузе

Кабанова Л.В., канд. ист. наук, доцент

Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны

Аннотация. Современный военный вуз, развивающийся в парадигме общества знаний, базирующейся на интеллектуальных ресурсах, наукоемких и информационных технологиях выдвигает новые требования не только к выпускникам, но и к преподавателям. Они должны учитывать психологические особенности поколений обучающихся, которые приходят как в вуз, так и в военную аспирантуру, и на курсы повышения квалификации. Образовательный процесс приобретает ряд особенностей. Автор статьи анализирует особенности использования информационных технологий для поколений Y и Z.

Ключевые слова: общество знаний, эффективное обучение, информационные технологии, компетенции, образовательный процесс, психология

Modern learning technologies for the generation Y and Z at a military university

Kabanova L.V., candidate of historical sciences, associate professor

Yaroslavl Higher Military School of Air Defense

Abstract. A modern military university, developing in the paradigm of a knowledge society based on intellectual resources, high-tech and information technologies, puts forward new requirements not only for graduates, but also for teachers. They should take into account the psychological characteristics of generations of students who come to both universities, military postgraduate schools, and advanced training courses. The educational process acquires a number of features. The author of the article analyzes the features of using information technology for generations Y and Z.

Keywords: knowledge society, effective learning, information technology, competencies, educational process, psychology

Сегодня молодым трудоспособным поколением, которое учится, работает и стремится изменять окружающий мир становятся так

называемые поколения Y и Z. Теорию поколений ещё в 1990-х годах создали американские ученые историки и социологи Нейл Хоув и Вильям Штраус. Они ушли от традиционной интерпретации различий только на основе возраста и охарактеризовали поколения, исходя из глубинных ценностей культурной среды человечества, в том числе нарастающего влияния постиндустриального общества на менталитет человека. В результате появилась следующая классификация: поколение Строителей (GI), Молчаливое поколение, поколение Беби-бумеров, поколение X (его еще называют Тринадцатым), Y («Миллениум», или поколение Сети) и поколение Z, представители которого родились после 2000 года. Безусловно, преподавание гуманитарных дисциплин, тем более в военном вузе должно учитывать разницу поколений, психологию обучающихся и корректировать методические подходы.

Сегодня молодым трудоспособным поколением, которое учится, работает, служит в вооруженных силах и стремится изменять окружающий мир является поколение Y (с 1984 года рождения до 2000). Игреки уже росли в эпоху распространения виртуального мира, компьютеров, цифровых технологий. Их техническая грамотность совсем другого характера, нежели у предыдущих поколений. Они психологически ориентированы на быстрый результат и не готовы долго ждать вознаграждения. Также они легко адаптируются к новым условиям. При этом для них менее важны всемирно известные общие предпочтения, их более интересуют места, вещи, которые в большей степени отражают их собственные ценности, индивидуальность и особенности. Предыдущее поколение X тоже ценит индивидуальность, но для них это дело принципа, своеобразная демонстрация всем своих сил и возможностей. Для игреков индивидуальность - это норма, особенно в условиях широчайшего выбора. Ее не надо доказывать, за нее не надо рисковать. Игреки понимают, что часто в их деятельности не их выбирают, а они выбирают, потому что на рынке труда спрос превышает предложение, да и вообще «потому что просто хочется выбирать самому». Особенности поколения необходимо учитывать при создании программ мотивации и выработке механизмов обучения. Игреки всегда готовы учиться, причем часто ищут не просто преподавателя, а наставника, с которым будут индивидуально и углубленно общаться. Игреки талантливы, но помимо таланта для них важны вопросы ответственности за дело, организацию, за регион, за страну, важны морально-этические ценности.

Поколение Z - это поколение большинства сегодняшних обучающихся (родились с 2001 по 2011 год). Это поколение стартапов и креативного мышления. Для них не существует шаблонов и ограничений, принципов и

устойчивых взглядов. Делай как нравится и не думай о последствиях их кредо по жизни.

С самого раннего возраста зеты любят получать новые знания и способны запоминать и обрабатывать большие объемы информации. Основные сведения они берут из всемирной паутины. С зетами сложно и легко. Сложно, так как они психически неуравновешенны, склонны к нарциссизму и эгоизму, им невыносимо получить отказ. Легко так как они не нуждаются в комфортных условиях, стабильности в работе и финансовых привилегиях. Они тянутся к новому и незнакомому.

Одно известно точно, сегодняшних обучающихся нужно уметь мотивировать. Всё, что они делают, требует реакции окружающих, неважно, негативной или позитивной. Главное для поколения зет - это внимание к их личности, они ждут эмоций. Все задачи, которые вы ставите в рамках предмета перед этим поколением, нужно формулировать четко и детально. А вот за каждое выполненное задание необходимо сразу давать вознаграждение. Они не любят работать на будущий результат, им необходима мотивация за каждое выполненное задание.

Зеты не могут обойтись без применения различных гаджетов в повседневной жизни. Они проявляют повышенный интерес к новаторским технологиям, к изучению чего-то нового и неизведанного. Особенно трудна работа для них в кабинете в ограниченных временных рамках. Время порождает в них веру, что почти все можно будет узнать в любой момент через всемирную паутину, когда будет необходимо. Большинство из них легко и с удовольствием используют различные инструменты для обучения, такие как вебинары по дисциплинам, электронные материалы и видеоролики по предмету.

Необходимо адаптировать дисциплины под требования поколений. Сегодня вуз должен готовить курсанта к деятельности в стране с развитой экономикой знаний, базирующейся на интеллектуальных ресурсах, наукоемких и информационных технологиях. Вуз должен готовить не исполнителей, которые просто адаптируются, к изменению условий, а практиков, способных мыслить креативно, творчески изменять условия развития и самосовершенствоваться.

Трендами современного обучения и развития в военном вузе становятся совместная работа, как подход к обучению, обучение через действие, обучение центром которого является курсант.

Необходимо и в гуманитарные дисциплины включать упражнения и симуляции, кейсы, ролевые игры, проектные задания. Лекционно-семинарская модель комфортная, но пассивная, готовившая исполнителей, должна сменяться практикоориентированной моделью, которая должна

готовить инноваторов. Парадигма передачи знаний сменяется парадигмой дееспособности, выявления и передачи современных способов организации мыслительной работы.

Технологии электронного обучения способствуют созданию обстановки, в которой слушатель, студент чувствует себя свободным, полностью мотивированным, готовым к творческой работе.

В основе учебного процесса в новых технологиях:

- качественный, актуальный, обновляемый электронный УМК;
- новое качество аудиторных занятий, как подготовка к самостоятельной работе курсанта с использованием электронных материалов сети;
- новое качество и центральное место самостоятельной работы курсанта в учебном процессе - активизация познавательной деятельности, основанная на возможностях новых технологий;
- новое качество оценки учебной работы обучающегося, практикоориентированный подход, проектная деятельность.

Обучение должно быть для того, кто учится. «Эффект присутствия» преподавателя на базе порталных технологий обеспечивается на сайте вуза (учебники, тесты, презентации и так далее. Электронные технологии должны обеспечивать эмоциональный импульс активности обучения: цели обучения должны вызывать положительные эмоции, а не разочарование, страх и тревожность. Даже неуспех в рамках изучения тем дисциплины представляется как шаг на пути к решению учебной задачи [1].

В безопасной электронной среде деловая игра в рамках дисциплины - это интеллектуальный риск, эмоции, истинные мотивы и желания, испытание на пределе возможностей внутренних ресурсов, это рефлексия итогов игры. Работать в новых технологиях сможет только преподаватель особого типа - тьютор, освоивший виртуальные компетенции. Это такой преподаватель, который готов создавать онлайн учеников, коммуницировать и мотивировать курсантов к обучению с помощью информационных технологий которые как технологии «я хочу» - требуют интереса, вовлеченности обучающегося. Преподаватель для нового поколения должен стать не транслятором знаний, а организатором учебного процесса, который не подталкивает курсанта, а ведет за собой, в центре для него – курсант. Преподаватель должен уметь координировать, обеспечивать поддержку и мониторинг обучения и самообучения, владеть этикой коммуникации, общения на сайте, Интернет-конференции, обладает чувством юмора, харизмой.

Характеризуя модель образования для новых поколений можно отметить, что теперь в гуманитарное образование в военном вузе должны

приходить люди, которые не лучше и не хуже тех, кто работал ранее, они просто иные, настроенные на решение иного круга задач и должны владеть компетенциями обучения новых поколений. Это позволит сформировать нового выпускника военного вуза, профессионала, способного к инновационным подходам и инициативам и вместе с тем осознающим свою ответственность перед сослуживцами, перед страной в целом.

Библиографический список

1. Кабанова Л.В. Преподаватель высшей школы: компетенции для работы в медиасреде / Высшая школа на современном этапе: Проблемы преподавания и обучения: материалы региональной научно-методической интернет-конференции (май-июнь 2014 г.) / под ред. И.А. Иродовой, А.П. Чернявской. - Ярославль: РИО ЯГПУ. 2014. С. С. 36-41.

УДК 378.14

Коммуникативная компетенция как основа профессиональной подготовки студентов направления 42.03.05 Медиакоммуникации

Колышкина Т.Б., канд. филол. наук, доцент

Шустина И.В., канд. филол. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье поднимаются вопросы подготовки специалистов по медиакоммуникациям. Данное направление предполагает работу с языком, направленную на анализ, редактирование и создание медиатекстов разных типов и жанров. Авторы считают, что только комплексная работа, учитывающая преемственность и перспективность изучения дисциплин, способна обеспечить должный уровень подготовки.

Ключевые слова: образовательный стандарт, коммуникативные дисциплины, лингвистические дисциплины

Communicative competence as a basis for professional training of students majoring in 42.03.05 Media communications

Kolyshkina T.B., candidate of philological sciences, associate professor

Shustina I.V., candidate of philological sciences, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article raises issues of training media communications specialists. This area involves working with language aimed at analyzing, editing and creating media texts of different types and genres. The authors believe that only comprehensive work that takes into account the continuity and prospects of studying disciplines can ensure the proper level of training.

Keywords: educational standard, communicative disciplines, linguistic disciplines

Знание языка, осознанное владение речью – это важное условие становления специалиста по медиакоммуникациям как профессионала. Еще в 2006 г. Е. Топильская и И. Родченко писали о необходимости формирования личности, способной обладать компетенциями разного типа: лингвистической (получение сведений о языке как науке), языковой (знание самого языка, его функционирования и языковых норм), коммуникативной (владение всеми видами речи как инструментом общения), культуроведческую (сведения о языке как национально-культурном феномене, отражающем духовно-нравственный опыт народа, закрепляющий основные этические ценности, представление о связях языка с народными традициями, а также понимание красоты, выразительности и эстетики родной речи [2; 3]. Оценивая процессы, происходящие в наше время в языке, и подготовку специалистов, Е.Л. Вартанова отмечает, что русский язык – это «в первую очередь профессиональный инструментарий, но одновременно это и наше общее культурное достояние. Аудитория прессы, телевидения, радио всегда рассматривала язык, с помощью которого она получает информацию, как ориентир, образец владения речью. Но эта образцовость сейчас в значительной мере утрачена» [1].

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации предлагает учебные дисциплины, ориентированные на развитие знаний, умений и навыков, связанных не только с анализом созданием текстов разных жанров, но и понимание той ситуации, которая определяет бытование данного текста. В связи с этим можно выделить две группы предметов, которые обязательны при подготовке специалиста по медиа. К первой группе относятся дисциплины общего характера, связанные с использованием русского и иностранного языка. Вторую группу составляют дисциплины, которые знакомят студентов с профессиональными коммуникациями, обеспечивающими медиасреду. Наполнение этой группы может варьироваться в зависимости от профиля подготовки бакалавров.

В Ярославском филиале Финансового университета при Правительстве Российской Федерации такая работа начинается на первом курсе и заканчивается на последнем. В рамках дисциплин «Основы теории коммуникации», «Практикум по русскому языку и культуре речи», «Внемедийные коммуникации», «Иностранный язык» студенты знакомятся с понятием речевой ситуации, определяющей стратегию коммуникации и отбор языковых ресурсов, с правилами и нормами функционирования языка в его устном и письменном варианте, овладевают начальными знаниями, необходимыми для работы в академической среде и научных исследований, осваивают навыки ведения деловой коммуникации. Преподавание данных дисциплин осуществляется профильной кафедрой, что позволяет преподавателям проводить совместные мероприятия и проекты, связанные с учебной и внеучебной деятельностью: участие в подготовке и проведении международной конференции, ведение страницы в социальных сетях, участие студентов в выпуске учебной газеты в качестве журналиста и редактора и др. Дисциплины второй группы, изучаемые на первом курсе («Основы рекламы и PR», «Практикум по написанию медиатекстов», «Логика. Теория аргументации»), ведут или преподаватели-практики, или преподаватели профильной кафедры. Такое сочетание специалистов, с одной стороны, знакомит студентов с реальной ситуацией, типичной для практической деятельности сотрудника медиа, с другой – позволяет сохранять академическую направленность, присущую вузовскому образованию. Решение большого количества кейсов и выполнения практических задач позволяет перейти от теории к практике уже к концу первого курса: у студентов формируются способности анализировать и создавать вербальные и невербальные тексты, выбирать жанр, соответствующий коммуникативной ситуации, критически осмысливать текст с учетом контекста, использовать разные виды аргументации и убеждения. К концу первого курса студенты готовы участвовать в интерактивных играх («Дебаты», «Пресс-конференция» и др.). С некоторыми дисциплинами, например «Логика. Теория аргументации», «Практикум по написанию медиатекстов» студенты продолжают знакомиться на втором курсе, что обеспечивает плавный переход к изучению новых дисциплин.

Начиная со второго курса, коммуникативные дисциплины профессионального характера становятся основными. Здесь студенты изучают «Анализ медиатекстов», «Технологию речевого манипулирования». Дисциплина «Анализ медиатекстов» позволяет студентам проверить не только свои аналитические, но и творческие

способности и попробовать на практике работу с языковыми единицами разных уровней. Понимание словообразования позволяет студентам предлагать креативные варианты рекламного имени, знание семантики и фоносемантики способствует созданию оригинального рекламного имени и созданию рекламного текста с учетом полисемии и эффекта синестезии, осознание правил и норм языка дает студентам возможность эффективно использовать языковую игру при разработке медиатекста (подготовить текст с учетом полисемии, применить приемы супраграфемии, топографемии и др.). Другая задача данного курса – обеспечить понимание важности смыслового и эстетического сочетания вербального и невербального компонента медиатекста и умение с этим работать. По окончании второго курса студенты выходят на производственную практику в отделы рекламы и PR, пресс-центры, в СМИ, где демонстрируют профессиональные навыки создания медиатекстов.

Учебная дисциплина «Технология речевого манипулирования», преподаваемая на втором и третьем курсах, знакомит студентов с технологиями речевого воздействия. Осознание языка как системы манипулятивных знаков, влияющих на подсознание аудитории наряду с звуками, цифрами, образами и запахами, является чрезвычайно важным, поскольку слово служит мощным инструментом ведения информационных войн, инструментом влияния на желания, установки и ценности человека. В процессе изучения указанной дисциплины студенты учатся анализировать слова синонимического ряда, выявляя денотативные и коннотативные компоненты значения, учатся прогнозировать реакцию разных групп целевой аудитории на те или иные языковые единицы, подбирать языковые единицы для достижения конкретной коммуникативной цели. В процессе изучения дисциплины «Технология речевого манипулирования» студенты знакомятся с вербальными инструментами, побуждающими аудиторию на определенные поступки, и создают коммуникативные продукты, вызывающие разные эмоциональные реакции аудитории. На третьем курсе предусмотрен «Спецсеминар по исследованию медиатекста». Он предполагает овладение научными подходами к анализу медиатекста и определению эффективности его влияния. По окончании третьего курса в рамках производственной практики студенты демонстрируют профессиональные навыки разработки и презентации медиапродукта.

Четвертый курс предусматривает изучение таких дисциплин, как «Риторика», «Культура медиапространства». Дисциплина «Культура медиапространства» носит интегрированный характер, рассматривает «медиапространство» как часть информационного. В то же время она

учитывает, что пространство знаков, медиаобразов обусловлено гипертекстовой структурой. Взаимодействие медиа и пространства культуры обращает внимание будущих специалистов на такие проблемы, как «сохранение национальной идентичности в коммуникативном пространстве», «диалог культур» и «интерпретация культурного наследия», «риски и альтернативы будущего культуры», и т.д. Дисциплина закладывает понимание, что медиапространство – это не просто отражение реальности, это социально конструируемое понимание мира разными средствами, в том числе и средствами языка.

Трудно представить современного успешного специалиста в области медиа, который не владел бы ораторским мастерством. Освоение такой дисциплины, как «Риторика», позволяет студентам довести до совершенства навыки публичного говорения в разных ситуациях (ведения авторского творческого проекта, презентация проекта, модерирование дискуссий и пресс-конференций, общение с прессой, ведение совещаний и др.). В процессе освоения данной дисциплины студенты учатся использовать весь арсенал вербальных и невербальных средств коммуникации для создания максимально эффективного публичного выступления. Важной частью обучения риторике является формирование навыков ведения публичного спора, поскольку данный навык может быть крайне важен для организации и ведения авторских дискуссионных медиапродуктов, для организации и ведения пресс-конференций, для организации политических дебатов в рамках предвыборной кампании и т.д. Демонстрацией сформированных данной дисциплиной навыков является поведение студентов на защите ВКР.

Таким образом, языковая и коммуникативная составляющая является важным компонентом в обучении специалистов по медиакоммуникациям. Современную социокультурную ситуацию отличает достаточно «вольное» обращение со словом, порождаемое не только незнанием, но и речевой вседозволенностью. Это способно дезориентировать читателя (зрителя, слушателя) и часто не соотносится с поставленной коммуникативной задачей. Использование жаргона, варваризмов, просторечия и излишней напыщенности речи способно привести к обратному эффекту. В.В. Славкин предлагает рассматривать язык как инструмент и говорит о проблемах тех, кто его использует: «...инструменты имеют свойство приходить в негодность, если находятся в неопытных, непрофессиональных руках. У тех же, кто языком владеет, т. е. опирается и на знание норм, и на понимание разных регистров речи (официального, просторечия, художественной литературы и др.), и – самое главное – на

осознание своей коммуникативной задачи, – у таких людей проблем не возникает» [2].

Библиографический список

1. Вартанова Е.Л. Русский язык и социальные медиа [Электронный ресурс]. URL: https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_77%20.

2. Славкин В.В. Русский язык сегодня: курс на сохранение и развитие [Электронный ресурс]. URL: https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_77%20.

3. Топильская Е., Родченко И. Язык до Киева доведет // Советник. 2006. № 8. С. 13.

УДК 800

Стилистические особенности рекламных текстов

Логинова И.Н., старший преподаватель

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена анализу стилистических особенностей рекламных текстов. Рассматриваются ключевые принципы их построения: краткость, логичность, выразительность и соответствие товару. Особое внимание уделено использованию тропов и речевых фигур, обеспечивающих эмоциональное воздействие, оригинальность и убедительность текста. Подчёркивается специфика жанра и его функциональная направленность.

Ключевые слова: рекламный текст, тропы, речевые фигуры, метафора

Stylistic Features of Advertising Texts

Loginova I.N., senior lecturer

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article is devoted to the analysis of stylistic features of advertising texts. It examines key principles of their construction: brevity, logic, expressiveness, and product relevance. Special attention is paid to the use of

tropes and speech figures that ensure emotional impact, originality, and persuasiveness. The genre's specificity and functional focus are emphasized.

Keywords: advertising text, service, tropes, speech figures, metaphor

Основными тенденциями при создании рекламных текстов являются сжатость, лаконичность, но вместе с тем, ёмкость и выразительность информации. Важно донести до реципиента всю полноту информации, раскрыть её суть, не перегружая лишними подробностями и тяжелой подачей. У потенциального клиента не должно возникать затруднений при восприятии рекламного текста. Способ подачи рекламного текста отчасти напоминает телеграфный стиль. Текст рекламы относится к тем видам текстов, которые призваны оказать по возможности более прямое и непосредственное воздействие на аудиторию. В самом построении в данном случае можно найти проявление языковых закономерностей, которые соотносятся с наиболее глубинными слоями сознания.

Выделяют несколько стилевых принципов, которым должен соответствовать рекламный текст:

- краткость – рекламное сообщение должно соответствовать требованию минимакса: минимум слов — максимум информации;
- конкретность и точность — важно, чтобы реклама «продавала» именно рекламируемый конкретный товар, а не все товары подобного рода;
- логичность – в рекламном тексте содержание всех последующих предложений должно быть связано с тем, что было сказано в предыдущих;
- убедительность – основную мысль лучше вынести в заголовок, в самом тексте нужно чётко и последовательно выстраивать аргументы, актуальные для целевой аудитории;
- простота и доходчивость – текст легко должен понять человек средних интеллектуальных способностей;
- оригинальность – рекламное сообщение должно вызвать интерес и запомниться;
- выразительность – это очень важное условие эффективного рекламного текста;
- соответствие товару – выделяются три типа товаров – дорогостоящие, повседневные и престижные, стиль написания должен соответствовать товару и тому образу, который рекламодатель хочет придать товару: утилитарный, интеллектуальный, оригинальный, академичный и т.п. [2, с. 27].

Для создания более уникального и оригинального текста часто используют различные тропы, например:

- эпитеты – слова, определяющие предмет или устройство, подчеркивающие в них какое-либо характерное свойство или качество;
- сравнения – сопоставление двух явлений, с тем чтобы пояснить одно из них с помощью другого; в рекламе сравнения больше используются для достижения оригинального звучания;
- гипербола – образное выражение, содержащее преувеличение определённых качеств какого-либо предмета или явления, она создаёт более чёткий рекламный образ;
- олицетворение – перенесение свойств человека на неодушевлённые предметы и отвлечённые понятия; объект рекламы получает осязаемую предметность и как бы включается в сферу нашей жизни;
- метафора является материалом для иллюстрации основной мысли, идеи; служит подсказкой решения (сюжет может натолкнуть на нужную мысль) или побуждением к действию; порождает новые идеи и усиливает внутреннюю мотивацию [1, с. 97].

Особое внимание следует также уделить речевым фигурам в рекламном тексте. Выделяют следующие речевые фигуры:

1. Фигуры с использованием вопросов. Данные фигуры подразделяются на:

- дубитацию – ряд вопросов к воображаемому собеседнику, служащих для постановки проблемы и обоснования формы рассуждения;
- объективацию – автор ставит вопрос и сам на него отвечает;
- обсуждение – ставится вопрос с целью обсудить и направить выбор реципиента;
- риторический вопрос – экспрессивное утверждение или отрицание, когда вопрос ставится не для получения ответа, а чтобы привлечь внимание реципиента.

2. Фигуры для поддержания контакта с читателем. К данным фигурам относятся:

- коммуникация – мнимая передача проблемы на рассмотрение реципиента;
- парантеза – самостоятельное, интонационно и графически выделенное высказывание, вставленное в основной текст и имеющее значение добавочного сообщения, разъяснения или авторской оценки;
- умолчание – указание в письменном тексте на невысказанность части мысли с помощью многоточия.

3. Фигуры с использованием повторов:

- повтор слова (части слова) или выражения (лексические повторы) придает речи эмоциональность, динамичность, образность;

• синтаксический параллелизм – одинаковое синтаксическое построение фразы.

4. Аппликация – использование известных выражений (фразеологизмов, пословиц, поговорок, речевых штампов, крылатых выражений) [1, с. 101-102].

Таким образом, можно отметить, что жанр рекламного текста отличается от остальных видов текста и требует наличия особых языковых средств для его создания. Основой создания рекламного текста являются языковые средства, многие из которых заимствованы из традиционных жанров публицистики. Вместе с тем, данный жанр имеет свои характерные особенности.

Следует отметить, что возможности рекламного текста ограничены объёмом. Реклама должна быть краткой и сжатой. В рекламном сообщении не должны быть использованы большие языковые конструкции, а также сложные обороты речи. Также, важной особенностью рекламного текста является то, что слова, используемые в рекламном тексте, отличаются звучностью и должны быть ёмкими. Экспрессивность и ёмкость высказывания в рекламном сообщении, чаще всего, достигается благодаря применению таких изобразительно-выразительных средств как эпитеты и метафоры.

Библиографический список

1. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама». – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 102 с.

2. Розенталь Д.Э., Кохтев Н.Н. Язык рекламных текстов. – М.: Высшая школа, 1981. 128 с.

УДК 94(47): 332.143

Исторические особенности развития экологического предпринимательства в России

Мильто А.В., канд. ист. наук

Виноградова Е.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Истоки российского экологического предпринимательства берут свое начало с конца XIX в., когда проблемы экологии стали остро ощущаться в экономически развитых центрах по

причине бурного промышленного развития. В статье выделены этапы развития экологического предпринимательства, обозначены проблемы и направления развития современного «зеленого» предпринимательства.

Ключевые слова: экология, предпринимательство, природа, окружающая среда, Ярославль

Historical features of the development of environmental entrepreneurship in Russia

Milto A.V., candidate of historical sciences

Vinogradova E.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The origins of Russian environmental entrepreneurship date back to the end of the 19th century, when environmental problems became acute in economically developed centers due to rapid industrial development. The article highlights the stages of environmental entrepreneurship development, identifies the problems and directions of development of modern «green» entrepreneurship.

Keywords: ecology, entrepreneurship, nature, environment, Yaroslavl

Экологический бизнес занимает важное место среди современного предпринимательства. Погружение в историю экологического предпринимательства важно для осознания современных экологических проблем и поиска эффективных решений для уменьшения негативного воздействия на окружающую среду. Зарождение основ экологической отрасли в России можно отнести к XIX в., когда в стране произошли значительные социально-экономические преобразования, вызванные завершением промышленного переворота и интенсивным промышленным развитием. Именно тогда были предприняты первые шаги по защите окружающей среды владельцами промышленных предприятий. Несмотря на бурный рост экономики, вопросы охраны природы и рационального использования природных ресурсов оставались на периферии общественного внимания. На фоне бесконтрольного потребления природных ресурсов лишь немногие производители старались в рамках своей хозяйственной деятельности не разрушать природную среду [4, с. 69].

Эволюцию экологического предпринимательства можно разделить на три этапа, каждый из которых ассоциирован с особой стадией развития экономики в государстве:

1. Первый этап связан с отдельными проявлениями экологической ответственности предпринимателей в ходе их деловой активности (конец XIX в. – начало XX в.). Обозначенный период характеризуется появлением первых специализированных экологических исследований и созданием теоретической базы для дальнейшего развития экологии как науки. Активно развивались экологические идеи, увеличился интерес к взаимодействию организмов и окружающей среды, осознание важности сохранения природных ресурсов. Развивались теории биогенетических циклов, популяционных процессов и концепция биосферы.

В начале XX в. появились первые законы охраны окружающей среды, регулирующие размещение производственных объектов. Приобретение предпринимателей к внедрению экологических инициатив на производстве было скорее исключением и отличалось ситуативным подходом.

Среди социально ответственных предпринимателей можно выделить представителей делового сообщества Ярославской губернии, одной из самых промышленно развитых в центральном регионе России. Их деятельность наглядно демонстрирует рост интереса к сохранению среды обитания и постепенный переход к применению экологических подходов в производстве.

Предприниматель и общественный деятель Владимир Семенович Лопатин в качестве гласного Ярославской городской думы, а затем и городского головы привлекал внимание городской общественности к вопросам экологии. Он владел обширными лесными угодьями в Ярославской губернии и управлял ими с учетом принципов устойчивого лесопользования. В стремлении внести вклад в обеспечение населения чистой питьевой водой, что было особенно актуально в начале XX в., когда качество воды в крупных реках оставляло желать лучшего, В.С. Лопатин занимался постройкой фильтровальной станции для очистки воды в реке Волга [2, с. 178].

Внимание сохранению окружающей среды уделяла династия фабрикантов Затрапезновых, владевших крупнейшей в регионе полотняной мануфактурой. Они разработали эффективную систему водоотведения, которая позволила уменьшить воздействие производства на природу. Перед сбросом в реку Которосль, вода проходила многоступенчатую очистку, что предотвращало загрязнение водоема. Социальная политика Затрапезновых отличалась повышенной

ответственностью: они строили школы и больницы для своих работников и местных жителей, заботились об их образовании. Опыт предпринимателей бесспорно является ценным наследием для всего Ярославского края и является чрезвычайно важным для изучения, он служит отличным примером и вдохновением для современных предпринимателей и развития бизнеса [1].

Хотя таких примеров немного, да и вышеупомянутые предприниматели не занимались экологическим бизнесом в строгом смысле слова, их усилия по сохранению природных ресурсов и снижению ущерба от производственной деятельности можно считать предвестниками представителей современного экобизнеса.

2. Второй этап пришелся на советский период (1917–1991 гг.). Предпринимательская деятельность на данном этапе была сведена к нулю и все производство сосредоточено в руках государства. Советский период выделялся активной поддержкой государственных исследований в области экологии, что способствовало расширению знаний о взаимодействии человека и природы. В первые десятилетия после Октябрьской революции охрана природы не была приоритетной, но уже тогда закладывались основы экологической политики, например, в 1924 г. была создана Главнаука, занимающаяся охраной ресурсов. Во время индустриализации и коллективизации государственный контроль над природопользованием усилился, но экологические проблемы были на втором плане, что привело к ущербу для экологии.

В 30-40-е гг. XX в. экологические проблемы стали важными для общества, усугубленные кризисами, такими как Великая депрессия и вторая мировая война. Уже в 1940 г. *выдающийся геоботаник, лесовод и эколог* В.Н. Сукачев опубликовал работу о биогеоценозе, доказав существование взаимного контроля между различными частями экосистемы. Это научное достижение заложено в основу современной экологии.

После Великой Отечественной войны внимание к рациональному использованию ресурсов усилилось. В 1958 г. была создана Государственная комиссия по охране природы, и началось принятие первых законов. К концу 1970-х гг. загрязнение достигло критических уровней, что вызвало общественное движение за охрану природы. В 1979 г. была принята программа «Охрана природы», В 1979 г. была принята программа «Охрана природы», а в 1988 г. создано Министерство охраны природы [3, с. 26]. Однако большинство программ не было реализовано.

3. Третий этап совпал постсоветским периодом развития (с 1991 г. – по настоящее время). Ряд правительственных решений в сфере охраны природы вместе с мощным подъемом движения «зеленых» в конце 80-х –

начале 90-х гг. XX в. способствовал активизации экологического бизнеса. Однако Россия переживала глубокий экономический кризис, что привело к снижению финансирования программ по охране окружающей среды. Многие предприятия закрылись или были приватизированы, ухудшая экологическую ситуацию.

На фоне разгосударствления собственности и передачи ее в частные руки приоритетным стало получение прибыли без какого-либо учета возможностей природы и необходимости бережного с ней обращения. Лишь со стабилизацией экономики в 2000-х гг. под влиянием глобальных идей стали выдвигаться на первый план виды хозяйственной деятельности, увеличивающие природные богатства, а не ведущие к их утрате.

В последние годы Россия сталкивается с новыми вызовами, такими как изменение климата и утилизация отходов. В ответ разрабатываются новые стратегии и программы для улучшения экологической ситуации. Популярность экологического предпринимательства растет, хотя доля его остается довольно низкой. По данным IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) на 2019 г., объем российского рынка экотоваров составлял всего 60–80 млн долларов, или около 0,1% всей продукции [3, с. 25].

Все больше предпринимателей осознает важность охраны окружающей среды. Среди перспективных направлений эcobизнеса производство экологически чистых продуктов без химических добавок, создание магазинов товаров без упаковки, изготовление одежды из экологически безопасных материалов, косметики и бытовой химии, в которых преобладают натуральных компоненты, экотуризм, переход на возобновляемые источники энергии и др. Одним из важных факторов, стимулирующих обращение предпринимателей к экологически ответственному бизнесу, становится поддержка государства.

В целом «зеленый» бизнес в России пока находится на невысоком уровне: Российские граждане имеют лишь смутное представление об экологической продукции, не решен вопрос сертификации органической продукции, многие не верят в экологически чистое производство и неспроста, ведь предприниматели зачастую прикрываются красивыми лозунгами, скрывая истинные составы и методики производства. Развитию эcobизнеса могут способствовать как меры экономической поддержки, так и обращение к опыту прошлого, когда предприниматели имели более тесный контакт с природой.

Библиографический список

1. К 300-летию основания Ярославской Большой мануфактуры. Руководители предприятия. Иван Максимович Затрапезнов (1695–1741)

[Электронный ресурс]. URL:
<https://www.yararchive.ru/publications/details/732/>.

2. Лопатин Владимир Семенович (21 октября 1878 г. – 26 сентября 1918 г.) // ГКУ ЯО ГАЯО. Ф.Р-3698. Оп. 2. Д.7104. Л. 1–13. Опубликовано в книге «Ярославское восстание. 1918. – Россия. XX век. Документы». - М., 2007. С.178-180.

3. Блам И.Ю. Причины возникновения, развития и особенности функционирования экологического сектора промышленности // Вопросы статистики. 2008. № 3. С. 24–27.

4. Мильто А.В., Григорьева Ю.О. Социальное предпринимательство: особенности развития // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона: сборник материалов международной научно-практической конференции Академии МУБиНТ. - Ярославль: МУБиНТ, 2020. С. 66–70.

УДК 808

Тенденции изменения новостных материалов на примере региональных СМИ

*Тихонова О.А., канд. филол. наук
Образовательный комплекс № 1 «Лидер»*

Аннотация. В статье автором рассмотрены тенденции изменения новостных материалов на примере региональных СМИ, обозначены способы обработки и представления информации. Кроме того, уделено внимание трансформации жанровой структуры новости в печатных и электронных СМИ.

Ключевые слова: новость, заголовок, кликбейт, гипертекст, инфографика

Trends in news materials using the example of regional media

*Tikhonova O.A., candidate of philology
Educational complex No. 1 «Leader»*

Abstract. In the article the author examines trends in changes in news materials using the example of regional media, identifies ways to collect, process and present information. In addition, attention is paid to the transformation of the genre structure of news in print and electronic media.

Keywords: news, headline, clickbait, hypertext, infographics

Новость является наиболее массовым и динамичным жанром во всех печатных и электронных СМИ. По результатам мониторинга региональных СМИ Ярославской области, новости и новостные сюжеты занимают свыше 80% информационного пространства изданий. Изменения, происходящие в сфере журналистики, а также способах сбора, обработки и размещения информации, в первую очередь проявляются именно в новостях. За последние 10-15 лет новость стала короче, получила динамичный заголовок, дополнилась инфографикой и активно начала обрабатываться нейросетями. Рассмотрим эти и другие тенденции более подробно на примерах ярославских новостных сайтов.

Цель новости – оперативно и по возможности быстро познакомить читателя с событием, поэтому сейчас предпочтение отдается коротким материалам (до 1000 знаков для популярных масс-медиа и до 2500 знаков для материалов с элементами аналитики. К примеру, объем ключевой для 27 мая на сайте «Прогород Ярославль» новости «Школьника из Ярославля выгнали с ЕГЭ по математике» [1] составляет 602 знака.

Если событие продолжается относительно долгое время и содержит ряд малосвязанных тем, новость трансформируется в онлайн-трансляцию. Так, в публикацию «Выплаты, объединения театров, международные полеты: какие новшества ждать в Ярославской области» на сайте 76.ru от 13 марта 2025 г. [2] включены 12 подновостей объемом от 500 до 800 знаков, размещенных в течение 5 часов. Это не только сделало новостную ленту более динамичной, но и позволило опередить другие издания, сделавшие ставку на один большой материал.

Для новостей в принципе характерна некая телеграфность в подаче информации, что связано с необходимостью быстро и просто донести информацию. Однако в последнее время наблюдается упрощение в подаче информации: длина предложений ограничивается 100-120 знаками, устраняются причастные и деепричастные обороты, вводные конструкции, придаточные предложения. Исключаются термины, профессионализмы, предпочтение отдается коротким фразам, минимальному числу эпитетов, а обороты заменяются на конструкции «который...», «что...» и т.д.

Новость всегда рассказывает о событии, поэтому СМИ в абсолютном большинстве случаев (за исключением вирусных и кликбейтных материалов) выносят в заголовок тему события и ее развитие. Глагольные заголовки становятся все длиннее и информативнее, местами вытесняя такой неотъемлемый атрибут новостей 2000–2020 гг., как лид (подзаголовок). К примеру, «Через лобовое выкинуло женщину»: в

Ярославской области перевернулась иномарка» [2]. Лид уже не нужен, так как заголовок содержит два смысловых блока: авария и пострадавшая.

Данная тенденция объясняется предельно высокой конкуренцией между СМИ и соцсетями за внимание, что выражается в резком сокращении периода времени, когда читатель принимает решение, продолжить ли ему знакомиться с этой новостью (в настоящее время оно составляет менее 2 секунд). Следовательно, заголовок, лид и иллюстрация должны дать читателю максимально полную информацию о событии и заинтересовать его перейти к основному содержанию.

Использование кликбейтных заголовков более характерно для федеральных агентств, специализирующихся на «желтых» новостях и использующих для повышения трафика ряд промежуточных сайтов. В региональных СМИ кликбейт – горячий заголовок, который может быть не связан с темой новости или связан частично – используется преимущественно в федеральной части (к примеру, в сети региональных сайтов «Прогород», имеющих центральную редакцию). Причина редкого использования, по всей вероятности, в ограниченности аудитории, так как кликбейт крайне негативно воспринимается читателями. Однако в связи с ростом доли федерального контента сайтов кликбейт все чаще встречается и в региональных изданиях.

Пример кликбейтного заголовка: «Владельцам купюр 5000 рублей: ключевое изменение с мая» [1]. Очевидно, что люди, имеющие на руках такие банкноты, должны подумать, что возможен их обмен или запрет на использование. В самой же новости содержится лишь описание обновленной банкноты номиналом 5000 рублей и отсутствует информация о каких-либо новациях в мае 2025 г. (собственно банкнота введена в обращение с сентября 2024 г.).

Широкое распространение получил гипертекст - использование ссылок на связанные материалы, а также популярные новости преимущественно в электронных СМИ. Данный способ позволяет без значительного увеличения объема материала расширить содержание, удержать и заинтересовать аудиторию, а также увеличить трафик, что позитивно сказывается как на медиарейтинге СМИ, так и на показах рекламы.

Гипертекст особенно характерен для изданий, размещающих онлайн-трансляцию событий и постоянные рубрики. В таком случае основной материал постепенно обрастает второстепенной информацией: отзывами очевидцев, мнениями экспертов, сообщениями с места, ретрохроникой и т.д. При этом увлечение гипертекстом приводит к тому, что материал

оказывается перегружен дополнительными фактами («Участок оценивают в 9 млн рублей: в центре Ярославля снесли многоквартирный дом» [2].

Инфографика пока еще не получила широкого распространения в региональных СМИ из-за трудоемкости. В ситуации, когда абсолютное большинство региональных редакций имеет в штате 2–3 человека, а бюджет ограничен, выделение сотрудника только на создание иллюстраций маловероятно. Однако крупные редакции (к примеру, «76.ру», сеть сайтов kr.ru или издания, входящие в государственные холдинги) такое позволить могут.

Использование баннеров, презентаций, таблиц с визуальной информацией позволяет решать сразу несколько задач:

- заменяет фотографию (сложно найти, проблема авторства, информационная пустота);
- дополняет текстовую часть материала;
- структурирует, сокращает материал, делает его более «легким».

Предположим, что в ближайшие 2–3 года инфографика резко вырастет за счет все большего предпочтения аудиторией фото- и видеоформата, роста популярности соцсетей, а также за счет развития бесплатных онлайн-редакторов.

В последние годы в СМИ наблюдается широкое применение нейросетей для структурирования текста, сокращения его объема, а также для создания иллюстраций. В перспективе это приведет к более широкому использованию ИИ, когда он станет мониторить сайты организаций, соцсети, новостные ленты других СМИ и создавать на их основе новости без привлечения человека.

Библиографический список

1. Портал «Pro Город» [Электронный ресурс]. URL: <https://progorod76.ru> (дата обращения 27.05.2025).
2. Портал «76.ру» [Электронный ресурс]. URL: <https://76.ru> (дата обращения 28.05.2025).

УДК 374.32

Трансформация стратегии информирования массовой аудитории в современном медиапространстве

Цветкова О.Л., канд. пед. наук, доцент

Данилова Е.И.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В данной работе рассматриваются стремительные изменения в медийном пространстве России, обусловленные рядом факторов, в первую очередь - развитием цифровых технологий и интернет-платформ. Основное внимание уделяется законодательным основам, регулирующим СМИ, и тому, как современные цифровые инструменты влияют на способы создания и потребления информации.

Ключевые слова: СМИ, аудитория, персонализация контента, социальные сети

Transformation of the strategy for informing the mass audience in the modern media space

*Tsvetkova O.L., candidate of pedagogical sciences, associate professor
Danilova E.I.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. This paper discusses the rapid changes in the media space of Russia, driven by a number of factors, primarily the development of digital technologies and internet platforms. The focus is on the legislative foundations regulating the media and how modern digital tools influence the ways information is created and consumed.

Keywords: mass media, audience, content personalization, social networks

В данной статье мы проанализируем причины того, почему происходят стремительные изменения в медийном пространстве и с чем это связано.

Средства массовой информации в России регулируются главным образом Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 года № 2124-1. Этот закон определяет принципы организации и деятельности СМИ, устанавливает требования к их регистрации, порядку распространения информации и регулирует отношения между государством, обществом и средствами массовой информации [1].

Таким образом, медиaprостранство – это совокупность всех средств массовой информации и платформ, которые используются для создания, распространения и потребления информации. Оно включает в себя традиционные медиа, такие как телевидение, радио и печатные издания, а также современные цифровые платформы, включая социальные сети, блоги, подкасты и онлайн-новостные ресурсы.

Ключевые характеристики медиапространства:

- многообразие форматов: текст, аудио, видео и визуальные материалы;
- динамичность: постоянные изменения в технологиях и предпочтениях аудитории;
- доступность: широкий охват аудитории благодаря интернету;
- интерактивность: возможность активного участия пользователей в создании и распространении контента [2].

Из вышеперечисленных характеристик можно сделать вывод, что трансформация информирования происходит во многом благодаря появлению интернета в современном медиапространстве.

Благодаря интернету меняется все цифровое общество и происходит это быстрее, чем было в прошлом. Цифровые технологии сокращают путь передачи информации до обывателя. Получается, что данное явление меняет аудиторию под свои современные стандарты.

Трансформация аудитории новых медиа происходит через мобильные и интернет ресурсы, когда раньше это было через печатные средства массовой информации, радио и телевиденье.

Аудитория новых медиа все больше переходит на просмотр видео формата, так называемый «короткий контент». Это упрощает потребление информации у аудитории, тем самым можно получить больше разнообразного контента за короткий промежуток времени.

Информирование для пользователей сети превратилось в наработку контента, что каждый хочет стать «популярным» через донесение информации через средства видео формата. Это и стало новым источником средства массовой информации, именно такой формат контента более доступный для любого пользователя, у кого есть телефон.

Важно также в современном медиапространстве сохранять свою индивидуальность и это персонализация контента. Аудитория привыкла к разнообразию контента в сети, нужно быть в тренде, чтобы тебя хотели смотреть и слушать. Алгоритмы, используемые в цифровых платформах, позволяют предлагать контент, соответствующий интересам конкретного пользователя. Это создает новые возможности для медиа-организаций, но также ставит задачи по улучшению качества и достоверности информации.

Традиционные средства массовой информации в современном мире устаревают, людям нужен короткий и эмоциональный контент, поэтому «гражданская журналистка» и блоггинг востребованы у аудитории. В этом контексте изменения затрагивают как подходы к созданию контента, так и способы его распространения. Социальные сети, блоги и онлайн-новости становятся основными источниками информации для большинства людей.

Эта трансформация требует от медиа-организаций гибкости и адаптации своих стратегий, чтобы эффективно взаимодействовать с аудиторией.

С усилением роли цифровых медиа возросли и вызовы, связанные с дезинформацией и фейковыми новостями. Новые стратегии информирования требуют акцента на проверке фактов, прозрачности источников и ответственности перед аудиторией. СМИ должны активно работать над восстановлением доверия со стороны потребителей информации.

Цифровая революция коренным образом изменила медиаландшафт, сделав информацию более доступной, но одновременно увеличив риски распространения ложных данных. Социальные сети, мессенджеры и алгоритмические платформы способствуют вирусному распространению как достоверных, так и фальшивых новостей. В этой связи перед СМИ встает задача не только оперативно информировать аудиторию, но и обеспечивать высокий уровень верификации данных.

Современные исследования выделяют несколько типов дезинформации:

- фейковые новости – намеренно сфабрикованные сообщения;
- манипулятивный контент – искажение фактов через выборочное цитирование или монтаж;
- дезинформационные кампании – скоординированные действия по вбросу ложных данных [4].

Последствия распространения ложной информации включают поляризацию общества, снижение доверия к институтам и даже влияние на политические процессы

Кризис доверия к традиционным медиа требует пересмотра принципов работы редакций. Среди ключевых мер - усиление редакционных стандартов; активная коммуникация с аудиторией (разбор читательских запросов, открытые дискуссии); использование технологий блокчейна для подтверждения аутентичности контента (пример – проекты Civil, Po.et).

Медиапространство важным образом влияет на общественное мнение, формирует мировоззрение и способствует обмену знаниями и информацией в современном обществе. Трансформация стратегий информирования массовой аудитории в современном медиапространстве является ответом на вызовы, которые диктует развитие технологий и изменение привычек потребления контента [3]. Успех в этой области будет зависеть от способности медиа-организаций адаптироваться к новым условиям, учитывать интересы аудитории и противостоять современным угрозам информационной среды. В тоже время рост влияния цифровых медиа сопровождается усилением дезинформационных угроз. Для

сохранения доверия аудитории СМИ необходимо внедрять комплексные стратегии, включающие фактчекинг, прозрачность и медиапросвещение. Дальнейшие исследования могут быть направлены на анализ эффективности различных инструментов верификации в разных медийных экосистемах.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 27.12.1991 № 2124–1-ФЗ «О средствах массовой информации».
2. Кузнецова Е.А. Инновации в медиа: изменения в информировании аудитории // Российские социальные исследования. 2023. № 1. С. 34–45.
3. Эволюция цифровых медиа [Электронный ресурс]. URL: <https://intcom-mgimo.ru/2018/2018-08/evolution-of-digital-media>.
4. Wardle C., & Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe. 2017.

УДК 323.21

Обратная связь как способ формирования лояльности общественности к органам исполнительной власти (на примере социальной сети ВКонтакте)

Шустина И.В., канд. филол. наук, доцент

Еремина А.Ю.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В современном мире, характеризующемся стремительным развитием информационных технологий и усилением роли социальных сетей, взаимодействие органов исполнительной власти с общественностью претерпевает значительные изменения. Социальные сети, в частности ВКонтакте, становятся мощным инструментом для установления прямого диалога с гражданами, сбора обратной связи и, как следствие, повышения лояльности общественности.

Ключевые слова: обратная связь, лояльность, органы исполнительной власти

**Feedback as a way of forming public loyalty to executive authorities
(using the example of the social network VKontakte)**

Shustina I.V., candidate of philological sciences, associate professor
Eremina A.Y.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the modern world, characterized by the rapid development of information technology and the increasing role of social networks, the interaction of executive authorities with the public is undergoing significant changes. Social networks, in particular VKontakte, are becoming a powerful tool for establishing a direct dialogue with citizens, collecting feedback and, as a result, increasing public loyalty.

Keywords: feedback, loyalty, executive authorities

В условиях растущего недоверия к институтам власти, особенно среди молодежи, важно искать новые пути налаживания эффективной коммуникации и укрепления доверия. ВКонтакте, как одна из самых популярных социальных сетей в России, предоставляет органам исполнительной власти уникальную платформу для достижения этих целей. Активное присутствие в этой сети, оперативная обработка запросов граждан, открытость и готовность к диалогу могут стать ключевыми факторами формирования позитивного восприятия власти.

ВКонтакте предлагает широкий спектр возможностей для органов исполнительной власти [2]:

1. Создание официальных страниц и групп: эта платформа позволяет публиковать актуальную информацию о деятельности ведомства, новостях, проектах и инициативах.

2. Проведение опросов и голосований: ВКонтакте позволяет собирать мнение граждан по важным вопросам, касающимся городской среды, транспортной инфраструктуры, социальной политики и других сфер жизни.

3. Организация онлайн-консультаций и прямых эфиров: такие мероприятия позволяют представителям власти напрямую отвечать на вопросы граждан, разъяснять сложные ситуации и выстраивать доверительные отношения с гражданами.

4. Работа с комментариями и сообщениями: оперативное реагирование на обращения граждан, решение проблем и предоставление необходимой информации – важный элемент формирования лояльности.

5. Размещение информационных материалов в различных форматах: инфографика, видеоролики, презентации и другие мультимедийные

форматы позволяют донести информацию до широкой аудитории в понятной и привлекательной форме.

6. Мониторинг общественного мнения: анализ комментариев, обсуждений в группах и упоминаний о ведомстве позволяет выявлять актуальные проблемы и корректировать стратегию коммуникации.

Многие органы исполнительной власти в России активно используют ВКонтакте для взаимодействия с общественностью. Администрации городов публикуют информацию о ремонте дорог, изменениях в расписании общественного транспорта, проведении культурных мероприятий и других важных событиях. Отвечают на вопросы жителей, касающиеся ЖКХ, благоустройства и других сфер. Министерства и ведомства размещают информацию о новых законах и нормативных актах, разъясняют правила получения государственных услуг. Медицинские учреждения информируют о профилактике заболеваний, графике работы врачей, возможностях получения медицинской помощи. Правоохранительные органы публикуют информацию о розыске преступников, профилактике правонарушений, отвечают на вопросы граждан, касающиеся безопасности.

Существуют несколько способов повышения эффективности взаимодействия с общественностью в ВКонтакте [2]:

1. Регулярное обновление контента. Необходимо постоянно публиковать свежую и актуальную информацию, интересную для целевой аудитории.

2. Оперативное реагирование на обращения граждан. Важно отвечать на вопросы, решать проблемы и предоставлять необходимую информацию в кратчайшие сроки [1].

3. Открытость и прозрачность. Необходимо быть готовым к критике, признавать ошибки и предоставлять полную и достоверную информацию.

4. Использование различных форматов контента. Важно использовать инфографику, видеоролики, презентации и другие мультимедийные форматы для привлечения внимания аудитории.

5. Адаптация контента под специфику ВКонтакте. Необходимо учитывать особенности платформы и создавать контент, который будет интересен пользователям.

6. Проведение регулярного мониторинга общественного мнения. Следует анализировать комментарии, обсуждения в группах и упоминания о ведомстве для выявления актуальных проблем и корректировки стратегии коммуникации.

Обратная связь, полученная через социальные сети, в частности ВКонтакте, является ценным инструментом для формирования лояльности

общественности к органам исполнительной власти. Активное и грамотное использование возможностей этой платформы позволяет выстраивать прямой диалог с гражданами, оперативно решать возникающие проблемы и формировать позитивный имидж власти. В условиях цифровой эпохи, социальные сети становятся неотъемлемой частью системы государственного управления и эффективным инструментом для укрепления доверия между властью и обществом. Успешное внедрение и использование стратегии обратной связи в социальных сетях требует системного подхода, ресурсов и квалифицированных специалистов, способных эффективно взаимодействовать с аудиторией.

Библиографический список

1. Открытые данные обратной связи помогают Правительству принимать решения [Электронный ресурс]. URL: <https://ac.gov.ru/news/page/otkrytye-dannye-obratnoj-svazi-pomogaut-pravitelstvu-prinimat-resenia-27656> (дата обращения 01.06.2025).

2. Левин Л.М. Особенности поведения в социальных сетях у молодежи: поисковое исследование (на примере социальной сети "ВКонтакте") // Человеческий капитал. 2020. № 1 (133). С. 85-91.

УДК 374.32. 659

Современные средства медиакommunikации, которые способны влиять на формирование лояльности молодежи к деятельности органов власти

Шустина И.В., канд. филол. наук, доцент

Молочкова С.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье исследуются особенности формирования современного информационного контента органами власти, для реализации задач молодежной политики, а также анализируются наиболее эффективные средства медиакommunikации.

Ключевые слова: молодежь, ключевые запросы молодежи, средства медиакommunikации, основные потребности, формирование лояльности

Modern media communication tools that can influence the formation of youth loyalty to government activities

*Shustina I.V., candidate of philological sciences, associate professor
Molochkova S.A.
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the features of the formation of modern information content by government authorities for the implementation of youth policy objectives, as well as analyzes the most effective means of media communication.

Keywords: youth, key demands of youth, media communication, basic needs, loyalty formation

Современные темпы развития информационных технологий в XXI веке породили такой феномен, как односторонность в общении, при наличии многоличности. Другими словами, общение из диалога между двумя людьми постепенно перерастает в полноценную коммуникацию, в ходе которой информация транслируется массовой целевой аудитории, благодаря определённым техническим средствам. Формат распространения информационных сообщений, имеющих социальную и/или личную значимость для получателя, посредством использования современных технологий и технических средств получил название медиакоммуникация. Органам государственной и муниципальной власти необходимо учитывать современные тенденции медиакоммуникаций, с целью выбора наиболее эффективных средств и каналов для транслирования в общество традиционных ценностей и государственных приоритетов.

При анализе эффективности средств медиаоммуникации для формирования лояльности общества к органам власти, стратегическое значение имеет, непосредственно, лояльность к органам власти молодежи. Перед органами власти всех уровней, стоит задача организации эффективной коммуникации с молодежью, формирования определённого уровня доверия молодых людей к официальным государственным источникам информации. По данным официальной статистики, на 1 января 2023 года на территории Российской Федерации проживало порядка 37,86 млн. человек в возрасте от 14 до 35 лет, что составляет 25,8% от всего населения государства [1]. При выборе средств медиакоммуникации для формирования лояльности молодежи к органам власти, автор статьи предлагает учитывать две ключевые категории, которые влияют на готовность молодых людей доверять и прислушиваться к транслируемой информации.

К первой категории относятся особенности медиапотребления современного молодого человека. Молодёжь можно по праву назвать цифровым поколением, которое в большей степени привержено к получению информации посредством сети Интернет. Согласно результатам опроса, проведённого Всероссийским центром изучения общественного мнения (далее – ВЦИОМ) в октябре 2022 года, порядка 66% опрошенных, в возрасте от 18 до 24 лет являются активными потребителями медиаконтента через Интернет. Среди молодежи от 25 до 34 лет этот показатель ниже, но при этом продолжает составлять более половины опрошенных. Телевидение для обеих возрастных категорий не является фаворитом, лишь 1% молодых людей могут назвать себя телезрителями [2]. Среди подростков данная тенденция также характерна. Порядка 80% детей в возрасте от 14 до 18 лет проводят в Интернете свыше 3 часов ежедневно, из них 23% проводят онлайн более 7 часов в день [3]. Кроме того, молодёжь чаще, чем более старшее поколение, доверяет информации из социальных сетей и блогов (44% опрошенных) [4]. Нельзя не учитывать современные тенденции формата и источников медиапотребления молодежи, среди которых можно выделить:

1. Персонализация контента. В настоящее время, всё больше медиапространств позволяют подстраивать транслируемый контент «под себя».

2. Упрощение формата восприятия информации.

3. Требовательность к качеству контента.

4. Переход к инфотейнменту.

Сложность изучения портрета молодёжи заключается в том, что сама по себе эта категория неоднородна и её интересы варьируются в зависимости от возраста. Всю категорию «молодёжь» можно условно разделить на 4 целевые аудитории, на которых направлены меры государственной молодежной политики: от 14 до 18 лет – ученики старшей школы, 18-24 года – студенты, 25-29 лет – молодые люди на старте карьеры, 30-35 лет – «молодые взрослые». Несмотря на это, можно выделить перечень ценностей, которые присущи большинству представителей молодёжной среды: ориентация на профессиональное развитие и построение успешной карьеры, забота о собственном благополучии и благополучии своей семьи, приверженность к здоровому образу жизни и занятиям физической активностью, запрос на построение сильного государства, активно помогающее своим гражданам [5].

Таким образом, при формировании лояльности молодежи к органам власти посредством медиаресурсов, прежде всего нужно понимать, что является для современного поколения важным при выборе ресурсов

медиапотребления, а также разбираться в ценностных ориентирах и требованиях, предъявляемых молодежью к медиаконтенту. Анализируя, те ресурсы и те форматы, которые чаще всего просматривает, постит и оценивает молодежь, можно выявить определённые тенденции и характеристики, используя которые органы власти смогут не только вовлечь современное поколение в реализацию государственной политики, но и повысят доверие поколение Z к государству, а также смогут транслировать необходимые ценностные ориентиры и установки.

Библиографический список

1. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2023 года [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284>.
2. Тренды медиапотребления [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendymediapotreblenija-2022>.
3. Подростки 360. Социологическое исследование подростков, родителей, педагогов и специалистов [Электронный ресурс]. URL: <https://spbu.ru/sites/default/files/2023-09/podrostki-360.pdf>.
4. Новости, достойные доверия [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novosti-dostoinye-doverija>.
5. О реализации молодежной политики в современных условиях: доклад государственного совета Российской Федерации [Электронный ресурс].

УДК 316.773.4

Трансформация публичной коммуникации губернатора Ярославской области в социальных сетях

Шустина И.В., канд. филол. наук, доцент

Рыбакова А.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами проведен сравнительный анализ развития присутствия губернатора Ярославской области в социальной сети ВКонтакте с момента вступления в должность до настоящего времени. Исследованы ключевые параметры публикаций: частота размещения контента, особенности речевого стиля и содержательное наполнение.

Ключевые слова: медиаобраз, медиaprостранство, медиаактивность, контент-анализ, коммуникация

Transformation of public communication of the Governor of the Yaroslavl Region in social media

*Shustina I.V., candidate of philological sciences, associate professor
Rybakova A.A.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In this article the authors conduct a comparative analysis of the development of the presence of the governor of the Yaroslavl region in the social network VKontakte from the moment of taking office to the present time. The key parameters of publications are studied: frequency of content placement, features of speech style and content.

Keywords: media image, media space, media activity, content analysis, communication

Социальные сети стали важной частью публичной коммуникации для представителей власти. Присутствие губернатора в медиaprостранстве не только определяет эффективность взаимодействия с населением, но и формирует современный образ руководителя региона.

Актуальность исследования определяется тем, что в настоящее время ожидания аудитории от взаимодействия с государственными деятелями в медиaprостранстве только растут. Жители регионов всё чаще ожидают оперативного реагирования на обращения, прозрачности принимаемых решений и возможности прямого диалога с руководством области. В этих условиях важно понимать, как эффективно выстраивать коммуникацию через современные цифровые каналы.

Развитие цифровых технологий создаёт новые возможности для коммуникации, включая интерактивные форматы, мультимедийный контент и инструменты аналитики, что требует постоянного совершенствования стратегий [4]. В медиaprостранстве региональных лидеров нет четких стандартов и методик коммуникации. Это делает актуальным изучение успешных примеров и их систематизацию.

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов для совершенствования системы взаимодействия власти и общества с помощью контента. Это особенно актуально в условиях, когда от качества присутствия в медиaprостранстве

государственных деятелей напрямую зависит эффективность решения социально-значимых задач и уровень доверия населения к принимаемым решениям, что отмечают Кондратьева О.Н., Чернова Ж.В. [2], Мельник Н.В., Герасимчук Д.М. [3].

Период анализа охватывает два временных отрезка: первые два месяца нахождения Евраева Михаила Яковлевича в должности врио губернатора (октябрь-декабрь 2021) и апрель-май 2025 года. Методы исследования включают контент-анализ и сравнительный анализ публикаций в официальном аккаунте губернатора ВКонтакте.

На начальном этапе работы в должности врио губернатора контент отличался особой персонализацией. Публикации, помимо официальных сообщений о назначениях, визитах и принятых решениях, включали личные истории и воспоминания губернатора. В текстах часто использовалось местоимение “я”, что создавало более доверительную атмосферу общения [1, с. 228]. Губернатор активно призывал к обратной связи, стремясь наладить диалог с аудиторией. Так, например, в посте от 16 декабря 2021 года, посвященной проблемам в больницах, губернатор призывает жителей области поделиться своим мнением. Особенностью контента стала еженедельная рубрика с видео, где глава региона рассказывал о главных событиях прошедшей недели. При этом частота публикаций составляла около 2-3 постов в неделю.

За последние годы контент на странице губернатора претерпел существенные изменения. Если ранее публикации отличались персонализированным подходом с частым использованием местоимения “я” и включением личных историй, то сейчас материалы носят строго официальный характер. Отсутствуют элементы личного общения, и нет призывов к обратной связи, что существенно изменило формат взаимодействия с аудиторией.

Примечательно, что в визуальном наполнении произошли противоположные изменения. Если раньше основным форматом были текстовые публикации, то теперь значительное место занимают фото- и видеоотчеты с мероприятий. Визуальный компонент контента стал более разнообразным и профессиональным. При этом исчезла популярная ранее рубрика с еженедельными видеообзорами главных событий, что могло повлиять на восприятие регулярности и системности информирования.

Современный формат контента сконцентрирован преимущественно на информационных сообщениях о деятельности губернатора, визитах, совещаниях и принятых решениях. Такой подход делает страницу более формальной и официальной, что может быть обусловлено изменением

коммуникационной стратегии и стремлением к более строгому деловому стилю взаимодействия с аудиторией в социальных сетях.

Трансформация контента на странице губернатора Ярославской области может быть обусловлена несколькими ключевыми факторами. Во-первых, изменение стиля коммуникации могло стать следствием новых требований к публичному образу главы региона. В условиях повышенной политической ответственности и внимания к действиям губернатора более формальный стиль может восприниматься как признак профессионализма и более серьезного подхода к управленческой деятельности.

Во-вторых, отказ от персонализированного контента может быть связан с изменением целевой аудитории или же стратегии коммуникации. Возможно, было принято решение сфокусироваться на деловой составляющей и официальном информировании населения о принимаемых решениях и проводимых мероприятиях, что более соответствует статусу губернатора как должностного лица.

Третьим важным фактором может быть реакция аудитории на различные форматы контента. Вероятно, анализ вовлеченности показал, что фото- и видеоотчеты с мероприятий вызывают больший интерес у пользователей, чем личные истории и неформальное общение. При этом отсутствие призывов к обратной связи может свидетельствовать о том, что формат прямого диалога с населением был признан менее эффективным или более трудоемким в поддержании.

Также стоит учитывать, что изменения могли произойти в связи с общей тенденцией к профессионализации присутствия государственных деятелей в социальных сетях. Фокус на качественных фото- и видеоматериалах может быть частью стратегии по созданию более серьезного и авторитетного образа губернатора. При этом обезличивание контента может быть направлено на демонстрацию единства команды и общей государственной позиции, а не индивидуальных особенностей руководителя.

Немаловажную роль может играть и оптимизация ресурсов команды, которая ведет социальные сети. Возможно, было принято решение сосредоточиться на создании качественного визуального контента, требующего специальных навыков и оборудования, вместо поддержания неформального общения, которое может быть более ресурсозатратным с точки зрения времени и человеческих ресурсов.

Для дальнейшего развития присутствия губернатора в социальной сети ВКонтакте рекомендуется усилить персонализацию контента, демонстрируя личный подход к решению проблем через истории успеха и конкретные достижения. Важно расширить использование интерактивных

форматов, включая регулярные опросы по актуальным темам и тематические прямые эфиры с экспертами различных сфер.

Необходимо развивать сегментацию аудитории, создавая отдельные рубрики для разных целевых групп с учетом их интересов. Следует интегрировать контент между различными платформами, использовать мессенджеры для более оперативного информирования. Важно наладить регулярный мониторинг эффективности через анализ метрик вовлеченности и опросы удовлетворенности аудитории. Также целесообразно организовать обучение команды специалистов для того, чтобы они могли следить за новыми тенденциями в социальных медиа и обмениваться опытом с коллегами из других регионов.

Библиографический список

1. Колышкина Т.Б., Шустина И.В. Способы создания медиаобраза руководителя региона // Гуманитарные технологии в современном мире: сборник статей X Международной научно-практической конференции. - Калининград: Полиграфычъ, 2022. С. 226–229.

2. Кондратьева О.Н., Чернова Ж.В. Самопрезентация политика в социальных сетях (на материале официальной страницы в социальной сети "ВКонтакте" губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2019. № 6.

3. Мельник Н.В., Герасимчук Д.М. Стратегии формирования имиджа региона (контент-анализ официальной страницы С.Е. Цивилева в социальной сети «ВКонтакте» // Филология и человек. 2020. № 3.

4. Уракова В.А. К проблеме исследования медиаобраза политического лидера // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 3.

Секция 7. Актуальные проблемы и пути развития правового регулирования деятельности бизнеса и органов власти

УДК 347.214.2

Особенности приватизации неэксплуатируемых объектов недвижимого имущества

Азеева М.А., старший преподаватель

Гераскин И.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены отдельные правовые аспекты приватизации неэксплуатируемых зданий, находящихся в государственной или муниципальной собственности. Проанализированы некоторые проблемы содержания вышеуказанных зданий, в период с прекращения эксплуатации до момента перехода в частную собственность.

Ключевые слова: приватизация, неэксплуатируемые здания

Features of privatization of unused real estate objects

Azeeva M.A., senior lecturer

Geraskin I.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, by the authors examines certain legal aspects of the privatization of unused buildings owned by the state or municipal authorities. Some problems of the maintenance of the above-mentioned buildings are analyzed, in the period from the cessation of operation to the moment of transition to private ownership.

Keywords: privatization, unused buildings

В соответствии со ст. 1 Федерального закона от 21 декабря 2001 г. № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» (далее – Закон № 178-ФЗ) под приватизацией государственного и муниципального имущества понимается возмездное отчуждение имущества, находящегося в собственности Российской

Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, в собственность физических и (или) юридических лиц.

На территории Ярославской области приватизация имущества, находящегося в региональной собственности, регулируется также Законом Ярославской области от 28 декабря 2011 г. № 58-з «Об управлении и распоряжении имуществом Ярославской области», постановлением Правительства Ярославской области от 2 июня 2021 г. № 339-п «Об утверждении Порядка планирования приватизации имущества, находящегося в собственности Ярославской области, и признании утратившими силу отдельных постановлений Правительства области».

Не позднее 1 апреля текущего года, предшествующего плановому периоду (очередной год и два последующих года), органы исполнительной власти Ярославской области формируют предложения о приватизации имущества. Проект программы рассматривается на заседании комиссии по приватизации не позднее 1 сентября текущего года, предшествующего плановому периоду, и не позднее 1 октября проект закона Ярославской области о прогнозном плане (программе) приватизации направляется для внесения на рассмотрение в Ярославскую областную Думу.

Сведения о планируемых к продаже объектах размещаются на официальном сайте Российской Федерации о проведении торгов (ГИС «Торги»).

Торги, в отношении имущества, находящегося в собственности Ярославской области, публикуется и осуществляются с использованием электронной торговой площадки - ЭТП РАД АО «Российский аукционный дом», на основании заключенного государственного контракта.

Определение цены подлежащего приватизации имущества осуществляется профессиональными оценщиками, являющиеся членами одной из саморегулируемых организаций оценщиков и застраховавшие свою ответственность.

Покупателями государственного и муниципального имущества могут быть любые физические и юридические лица, за некоторыми исключениями. Например, не могут выступать покупателями государственного имущества государственные и муниципальные унитарные предприятия, государственные и муниципальные учреждения, что вполне логично.

Проведя анализ способов продажи объектов, можно сделать вывод, что реализация государственного недвижимого имущества Ярославской области осуществляется исключительно на аукционе в электронной форме.

Зачастую предметом приватизации становятся неэксплуатируемые объекты недвижимого имущества (здания, помещения и земельные участки).

Прогнозный план (программа) приватизации имущества, находящегося в собственности Ярославской области, на 2024-2026 годы, утвержденный Законом Ярославской области от 15 декабря 2023 г. № 74-з, содержал 25 подобных объектов из них проданы 12, преимущественно находящиеся в городе Ярославле, представляющие наибольший интерес для инвесторов.

Как показывает практика, объекты, которые не продаются по результатам первых торгов, не удается реализовать на протяжении многих лет не взирая на достаточно широкую информационную кампанию, сопровождающую процедуру продаж, в частности размещение рекламы на радио, в сети «Интернет», например на сайте «Инвестиционного портала Ярославской области».

Согласно Закону № 178-ФЗ необходима разработка прогнозного плана (программы) приватизации на срок от одного года до трех лет, начальная цена имущества определяется на основании отчета об оценке в соответствии с законодательством, регулирующим оценочную деятельность, продажа осуществляется по результатам проведения открытых конкурсов или аукционов.

Следовательно, процедура приватизации длительная и может занимать от нескольких месяцев до нескольких лет, в зависимости от особенностей объекта недвижимости и наличия покупателей. И все это время здания не будут эксплуатироваться.

Не эксплуатируемые здания, лишенные регулярного ухода и заселения, сталкиваются с целым комплексом проблем, ставящих под угрозу их физическую целостность, безопасность и ценность.

Отсутствие отопления и вентиляции приводит к накоплению влаги, способствуя развитию плесени, гниению деревянных конструкций и коррозии металлических элементов. Это, в свою очередь, ослабляет несущие конструкции, увеличивая риск обрушения.

Кроме того, покинутые постройки притягивают вандалов, которые разбивают окна, ломают двери, портят коммуникации и другие части здания. Рисунки на стенах, поджоги и нелегальное проникновение лишь усугубляют ситуацию и создают опасность для населения.

Пустующие здания нередко становятся источником грязи. Накопление отходов, грызуны и насекомые могут привести к распространению различных заболеваний.

Вдобавок ко всему, заброшенные постройки обесценивают недвижимость по соседству, формируя впечатление заброшенности и разрухи.

Для решения этих проблем от региональной власти требуется всесторонний подход, включающий в себя регулярные проверки, поддержание в надлежащем состоянии, охрану, восстановление или снос неиспользуемых объектов.

При этом стоимость оплаты тепловой энергии и теплоносителя, охраны либо консервации, не говоря уже о демонтаже зданий, зачастую многократно превышает стоимость подлежащего приватизации имущества.

Но проведение данных мероприятий необходимо, даже если они являются убыточными, так как лицом, ответственным за эксплуатацию здания, сооружения, является собственник здания, сооружения или лицо, которое владеет зданием, сооружением на ином законном основании.

Как правило, не эксплуатируемые объекты, находятся в ведении государственных и муниципальных предприятий на протяжении длительного времени (от года до десятков лет), в связи с высокой стоимостью их содержания объекты не охраняются, не консервируются (примерная стоимость круглосуточной охраны одного объекта от 150000 рублей за месяц, консервации от 1000000 рублей). В результате чего объекты разрушаются и включаются в прогнозные планы (программы) приватизации уже будучи руинированными и менее привлекательными для потенциальных покупателей.

Таким образом, в целях оптимального распоряжения неэксплуатируемыми зданиями представляется целесообразным, не допускать длительного простоя строений. В случае утраты необходимости либо возможности их эксплуатации соответствующими предприятиями, незамедлительно включать данные объекты в прогнозный план приватизации в случае, когда исключаются перспективы дальнейшего использования имущества в интересах государства, если объект представляет собой потенциальную ценность, то есть представляет собой актив, который может быть использован в будущем.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 21 декабря 2001 г. № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества». Документ предоставлен СПС «Гарант».

2. Закон Ярославской области от 28 декабря 2011 г. № 58-з «Об управлении и распоряжении имуществом Ярославской области». Документ предоставлен СПС «Гарант».

3. Постановление Правительства Ярославской области от 2 июня 2021 г. № 339-п «Об утверждении Порядка планирования приватизации имущества, находящегося в собственности Ярославской области, и признании утратившими силу отдельных постановлений Правительства области». Документ предоставлен СПС «Гарант».

УДК 355.227

Изъятие как один из инструментов сохранения объектов культурного наследия

Азеева М.А., старший преподаватель

Охинцева С.Н.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены отдельные аспекты изъятия в судебном порядке объектов культурного наследия из частной собственности, если собственники не выполняют требования к сохранению объекта культурного наследия. Проанализированы актуальные примеры судебной практики, обозначены подходы судов к рассмотрению исков данной категории.

Ключевые слова: объект культурного наследия, изъятие, собственник

Seizure as one of the tools for preserving cultural heritage sites

Azeeva M.A., senior lecturer

Ohinceva S.N.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, by the authors examines certain aspects of the judicial seizure of cultural heritage objects from private property if the owners do not comply with the requirements for the preservation of the cultural heritage object. Current examples of judicial practice are analyzed, and the approaches of the courts to the consideration of claims of this category are outlined

Keywords: cultural heritage object, seizure, owner

Ярославская область — это регион с богатым культурным наследием в виде выдающихся объектов архитектуры, требующих сохранения такого

достояния. Однако, к сожалению, значительное количество таких объектов на сегодняшний день находится в неудовлетворительном состоянии.

Губернатор Ярославской области взял на особый контроль дело сохранения памятников архитектуры, находящихся в частной собственности. В настоящее время на территории региона проводится масштабная работа по предъявлению собственникам исков об изъятии объектов культурного наследия.

Изъятие является одним из предусмотренных законодательством инструментов сохранения объектов культурного наследия. Должностные лица органов охраны объектов культурного наследия вправе предъявить в суд иски об изъятии из собственности в случае, если собственник объекта культурного наследия не выполняет требований к сохранению объекта культурного наследия или совершает действия, угрожающие его и влекущие утрату им своего значения, указанных лиц объекта культурного наследия либо земельного участка, в границах которого располагается объект археологического наследия [1].

Складывающаяся в регионе правоприменительная практика по искам Государственной службы охраны объектов культурного наследия Ярославской области позволяет сделать ряд выводов. Один из них — о необходимости разграничивать мнимые и реальные действия собственников по сохранению памятников архитектуры. Например, получение задания и (или) заключение договора на разработку проекта без дальнейшего выполнения реставрационных работ – это мнимые меры, поскольку не приводят к достижению требуемого результата.

Так, суд первой инстанции отказывая в удовлетворении иска об изъятии объекта культурного наследия местного значения «Дом Первых - В.А. Аксенова», принял во внимание доводы собственника о том, что с его стороны в период с 2018 по 2024 годы принимались меры в целях сохранения объекта культурного наследия, в том числе, в 2023 году с подрядной организацией заключен договор на выполнение реставрации (срок начала работ с момента перечисления аванса и получения в органе охраны разрешения на производство работ; окончание – до полного завершения работ). Однако с данными выводами не согласилась апелляционная инстанция, установив, что согласно имеющихся фотоматериалов, с 2017 года произошло более чем значительное разрушение объекта культурного наследия, собственник не предпринял необходимых мер к сохранению объекта. Те действия, на которые ссылался ответчик в суде первой инстанции, нельзя признать достаточными и подтверждающими намерение собственника проводить

реставрационные работы. С такими условиями о сроках договор на реставрацию может не исполняться неопределенное время. На момент обращения истца в суд с требованиями об изъятии объекта культурного наследия не было организовано своевременное получение разрешения на производство работ по сохранению объекта культурного наследия. Обращение в уполномоченный орган за соответствующим разрешением последовало уже после того, как были предъявлены исковые требования. Поскольку такие меры приняты только после предъявления исковых требований, действия ответчика не свидетельствуют о длительном и системном характере проводимых работ по сохранению объекта культурного наследия [2].

Анализируя отказы в удовлетворении исков об изъятии, следует вывод о том, что суды исходят из преждевременности такой меры реагирования по следующим мотивам:

- объект культурного наследия поступил в собственность относительно недавно, в связи с чем мероприятия по сохранению объекта культурного наследия не были проведены;
- собственник принимает меры по содержанию объекта культурного наследия путем получения задания от органа охраны, заключения договора на разработку проекта;
- орган охраны объектов культурного наследия не возбуждал производство по делу об административном правонарушении, не предъявлял иск о понуждении к выполнению работ на таком объекте, тем самым собственник не владел информацией о необходимости проведения работ по сохранению объекта культурного наследия.

Так, суды поддержали сторону собственников объекта культурного наследия «Дом жилой», 2-я пол. XIX в.», сделав вывод о несоразмерности меры воздействия в виде изъятия у ответчиков принадлежащего им жилого дома, являющегося объектом культурного наследия, действиями собственников, направленным на сохранение жилого дома в состоянии, пригодном для проживания, а также из недоказанности совершения ответчиками действий, угрожающих сохранности объекта культурного наследия, в результате которых объект утрачивает свое культурное значение. Доказательств того, что нарушения содержания объекта культурного наследия влекут его. Суд также учел позицию ответчиков, заявивших при рассмотрении дела о готовности нести необходимые расходы по ремонту выявленного объекта культурного наследия, что также свидетельствует, по мнению суда, об отсутствии оснований для применения крайней меры воздействия в виде изъятия имущества у его собственника [3].

Вместе с тем, согласиться с приведенными подходами судов достаточно сложно, поскольку в ряде случаев не учитывается специфика обращения объектов культурного наследия с точки зрения исторического достояния таких объектов — культурная и архитектурная история.

Руководствуясь логикой суда, неизбежен риск утраты объекта культурного наследия ввиду того, что, например, понуждение собственника к принятию мер по сохранению объекта культурного наследия является длительной по времени процедурой.

Примером тому является дело по изъятию объекта культурного наследия федерального значения «Ансамбль гостиного двора, XVIII в.». Первоначально в 2017 году решением суда на собственников в соответствии с долями в праве общей долевой собственности была возложена обязанность привести данный объект в первоначальное состояние в соответствии с охранным обязательством в течение шести месяцев со дня вступления решения суда в законную силу. Однако решение суда не исполнялось ни добровольно, ни в ходе исполнительного производства (с 2017 по 2023 годы), в связи с чем в конечном итоге уполномоченный орган обратился в суд с иском об изъятии. Удовлетворяя иск об изъятии, суды первой и апелляционной инстанции пришли к выводу, что представленные ответчиками документы: договоры по изготовлению проектной документации, негосударственной строительно-технической экспертизы, договор подряда на выполнение исследовательских работ и прочие, свидетельствуют лишь о намерении уклонения ответчиков от исполнения решения суда 2017 года, но не направлены на совершение действий по сохранению принадлежащей ответчикам недвижимости как объекта культурного наследия [4].

Данное дело показывает, что первоначальная мера — в судебном порядке понудить собственников привести объект в надлежащее состояние — оказалась неэффективной, а за прошедшие годы до изъятия состояние объекта культурного наследия еще более ухудшилось.

Как отмечалось выше, не каждое действие собственника можно отнести к намерению провести работы по сохранению объекта культурного наследия. Бывают случаи, когда такие мероприятия завершаются заключением договоров с последующим их расторжением. Создается такая ситуация, при которой владелец вводит в заблуждение как орган охраны объектов культурного наследия, так и суд, имитируя деятельность по сохранению объекта культурного наследия.

Законодательство не определяет последовательность действий органов контроля в отношении нерадивых владельцев объектов культурного наследия: привлечение к административной ответственности,

иск о понуждении к выполнению работ по сохранению объекта культурного наследия, иск об изъятии объекта культурного наследия.

Считаем, изъятие недвижимости, относящейся к культурному наследию, является вынужденной мерой реагирования в отношении собственников, которые не содержат их в должном состоянии.

В заключение следует отметить, что ведение приведенной выше исковой работы и ее широкое освещение в средствах массовой информации позволило активизировать собственников объектов культурного наследия, действительно заинтересованных в сохранении данных объектов и имеющих реальные намерения оставить за собой право владения и распоряжения такими объектами, однако по ряду причин не осуществляющих требуемых работ ранее.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 25.06.2002 № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации». Предоставлен СПС «Консультант Плюс».

2. Апелляционное определение Ярославского областного суда от 24 октября 2024 г. по делу № 33-7423/2024.

3. Апелляционное определение Ярославского областного суда от 19 сентября 2024 г. по делу № 33-6866/2024.

4. Апелляционное определение Ярославского областного суда от 15 июля 2024 г. по делу № 33-3543/2024.

УДК 346.52

Проведение отдельными юридическими лицами закрытых конкурентных закупок

Азеева М.А., старший преподаватель

Чемармазович И.О.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье проанализированы правовые основания применения отдельными юридическими лицами закрытых конкурентных закупок. Рассмотрены некоторые вопросы правоприменения при выборе способа определения поставщика заказчиками, применяющими постановление Правительства Российской Федерации от 06.03.2022 № 301.

Ключевые слова: закрытая конкурентная закупка

Conducting Closed Competitive Procurements by Certain Legal Entities

Azeeva M.A., senior lecturer

Chemarmazovich I.O.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article analyzes the legal grounds for the application of closed competitive procurements by certain legal entities. Some issues of law enforcement are considered when choosing a method for determining a supplier by customers applying Decree of the Government of the Russian Federation No. 301 dated March 6, 2022.

Keywords: closed competitive procurement

На законодательном уровне закреплена обязанность для отдельных видов юридических лиц, таких как государственные корпорации, публично-правовые компании, естественные монополии, унитарные предприятия, бюджетные учреждения и ряда других, заключать договоры на поставку товаров, выполнения работ, оказания услуг для удовлетворения своих потребностей, руководствуясь Федеральным законом от 18.07.2011 № 223-ФЗ (далее - Закон № 223-ФЗ) [1].

Частью 16 статьи 4 Закона № 223-ФЗ предусмотрено полномочие Правительства Российской Федерации определить конкретную закупку, информация о которой не подлежит размещению на официальном сайте [1].

В целях реализации данной нормы издано Постановление Правительства Российской Федерации от 06.03.2022 № 301, которое и устанавливает случаи, при которых информация о закупках не размещается на официальном сайте (далее – Постановление № 301) [2].

Основаниями неразмещения на официальном сайте сведений о закупке являются введение политических или экономических санкций иностранными государствами, совершающими недружественные действия в отношении Российской Федерации, граждан Российской Федерации или российских юридических лиц, и (или) введение иностранными государствами, государственными объединениями и (или) союзами и (или) государственными (межгосударственными) учреждениями иностранных государств или государственных объединений и (или) союзов мер ограничительного характера в отношении заказчика, осуществляющего закупку, либо включение заказчика, осуществляющего закупку, в перечень хозяйственных обществ, в отношении которых применяется особый

порядок совершения отдельных видов сделок (операций), утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 29 марта 2024 г. № 221 [2].

Постановление № 301 не содержит положений о способах определения поставщика (исполнителя, подрядчика). При этом оно оказывает влияние на способ сообщения информации о закупке участникам закупки, который в настоящее время является условием для отнесения закупки к числу конкурентных закупок, в связи с чем применение заказчиком положений Постановления № 301 предопределяет возможные к применению заказчиком способы определения поставщика (исполнителя, подрядчика).

Минфин России и ФАС России в совместном письме от 15.07.2024 разъяснили проведение такими заказчиками конкурентных и неконкурентных процедур, в частности;

1) Постановление № 301 издано в целях обеспечения конфиденциальности информации о соответствующих закупках, в связи с чем исключает возможность реализации заказчиком положений подпункта «а» пункта 1 части 3 статьи 3 Закона № 223-ФЗ, так как не допускает сообщение информации о закупке путем размещения извещения, доступного неограниченному кругу лиц. Заказчики, предусмотренные Постановлением № 301, в настоящее время осуществляют закупки путем проведения закрытых конкурентных закупок (в том числе в электронной форме); неконкурентных закупок. То есть, применение Постановления № 301 исключает возможность проведения открытых конкурентных закупок. Соответственно, конкурентную закупку такому заказчику возможно реализовать только путем проведения закрытой конкурентной закупки;

2) способы неконкурентной закупки, в том числе закупка у единственного поставщика, порядок их осуществления устанавливаются заказчиком самостоятельно в положении о закупке. При этом закупка у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика) может быть осуществлена только в случаях, установленных в соответствии со статьей 3.6 Закона № 223-ФЗ в положении о закупке [3].

Заказчику необходимо предусмотреть в своем положении о закупках применение Постановления № 301. В положении должно быть четко сформулированы и определены действия заказчика и участников закупки, такие как приглашения на закрытую конкурентную процедуру, что должно содержаться в документации о закупке и как она предоставляется участникам, для обеспечения конфиденциальности информации.

Применение Постановления № 301 способствует снижению конкуренции и сокращению числа участников закупок, особенно среди

малого и среднего бизнеса, из-за сложности процедуры, но в то же время оно создает возможности для крупных компаний, способных участвовать в закрытых процедурах и обеспечивать их конфиденциальность.

Анализ складывающейся практики применения Постановления № 301 показывает, что возникают спорные ситуации между заказчиками, поставщиками и контролирующими органами.

Примером применения Постановления № 301 может служить решение УФАС по Курской области от 05.03.2024 по делу № 046/07/3-31/2024. Заказчик, в отношении которого США введены меры ограничительного характера, предусмотрел в своем положении о закупках способ закупок «закрытые маркетинговые исследования» в электронной или бумажной форме с приглашением к участию в закупке ограниченного круга участников. Контрольный орган посчитал данный способ не противоречащим Закону № 223-ФЗ и соблюдающий его принципы, раскрыл в полной мере проведение данной процедуры и обосновал необходимость проведения именно закрытой процедуры [4].

Рассмотренное Девятым арбитражным апелляционным судом дело № А40-163417/24 позволяет сделать вывод о том, что работающие по Постановлению № 301 заказчики обязаны быть крайне осторожными в составлении своего Положения о закупках и обосновании всех своих действий и решений. Суд поддержал доводы антимонопольного органа о том, что заказчиком осуществлялась закупка у единственного поставщика со ссылкой на Постановление № 301 в нарушение закона, так как закупка отвечала критериям конкурентности. Суд указал, что Постановление № 301 не указывает на то, что все закупки, проводимые заказчиками, в отношении которых введены санкции, являются неконкурентными. При этом факт введения в отношении заказчика санкций и мер ограничительного характера со стороны недружественных государств не подразумевает, что конкурентные по своему содержанию способы закупок становятся неконкурентными. Правовая цель Постановления № 301 состоит в создании надлежащих условий для участия в закупках, проводимых теми заказчиками, в отношении которых введены политические или экономические санкции иностранными государствами, совершающими недружественные действия в отношении Российской Федерации, граждан Российской Федерации или российских юридических лиц. Постановление № 301 направлено на снижение риска введения недружественными иностранными государствами санкций, в том числе вторичных, или иных мер ограничительного характера в отношении участников закупок, чего заказчиком не достигнуто при проведении закупки с единственным поставщиком, но могло быть достигнуто в случае

проведения закупки, осуществляемой закрытым конкурентным способом [5].

Постановление № 301 является важным инструментом для защиты интересов Российской Федерации в условиях внешних санкций. Однако его применение требует от заказчиков строгого соблюдения законодательства и правильной разработки внутренних документов, по которым осуществляет деятельность организация. Это позволяет соблюдать баланс между конфиденциальностью и прозрачностью для минимизации рисков нарушений и защитой своих интересов.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Предоставлен СПС «Консультант Плюс».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 06.03.2022 № 301 «Об основаниях неразмещения на официальном сайте единой информационной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» сведений о закупках товаров, работ, услуг, информации о поставщиках (подрядчиках, исполнителях), с которыми заключены договоры». Предоставлен СПС «Консультант Плюс».

3. Письмо Минфина России, ФАС России от 15.07.2024 «О способах определения поставщика (исполнителя, подрядчика), применяемых заказчиками, предусмотренными постановлением Правительства Российской Федерации от 06.03.2022 № 301». Предоставлен СПС «Консультант Плюс».

4. Решение Курского УФАС России от 05.03.2024 по делу № 046/07/3-31/2024. Предоставлен СПС «Консультант Плюс».

5. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 22.04.2025 по делу № А40-163417/2024. Предоставлен СПС «Консультант Плюс».

УДК 343.359

О теории соразмерного присуждения наказаний за преступления в сфере экономики в бюджетном секторе

Волков А.Ю., д-р экон. наук, доцент

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Волков М.А.

Университет «Синергия»

Аннотация. В статье автор рассматривает теорию соразмерного присуждения наказаний лицам, обвиняемым за преступления экономического характера.

Ключевые слова: хищение, бюджет, должностные лица, специальная военная операция, хищение бюджетных средств, преступление

On the theory of proportionate sentencing for economic crimes in the public sector

Volkov A.Y., doctor of economics, associate professor

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Volkov M.A.

University of Synergy

Abstract. In the article, the author examines the theory of the proportionate awarding of punishments to persons accused of economic crimes.

Keywords: embezzlement, budget, officials, special military operation, embezzlement of budgetary funds, crime

Хищение в общем смысле – это корытное противоправное изъятие и (или) обращение чужого имущества в пользу виновного или иных лиц, совершенное заведомо безвозмездно и причинившее ущерб собственнику или иному владельцу этого имущества.

Наиболее опасным с точки зрения нанесения вреда охраняемым государством интересам, является хищение бюджетных средств. Под указанными ресурсами принято понимать денежные средства, предназначенные для финансового обеспечения органов власти и полного спектра иных нужд общества и государства [3].

Хищения бюджетных средств Российской Федерации ежегодно влекут нанесение значительного ущерба бюджетной системе и экономике страны в целом. Общая эффективность расходов бюджета неизбежно снижается, что помимо непосредственно ущерба, влечет ряд негативных последствий, связанных со срывами исполнения государственного оборонного заказа, федеральных программ, неэффективными расходами, вынужденными издержками для достижения плановых экономических целей [4]. При этом система наказаний за преступления экономической направленности,

предусмотренная особенной частью УК РФ слабо градируется и экономически несоразмерна нанесенному вреду [2].

Рассмотрим максимально предусмотренные наказания на примере мошенничества:

- первой частью ст. 159 УК РФ предусмотрено наказание в виде лишения свободы на срок до двух лет;
- второй частью (значительный ущерб, от 5000 рублей) – лишение свободы на срок до пяти лет;
- третья часть (крупный размер, от 250000 рублей), предусматривает лишение свободы на срок до шести лет);
- четвертая часть (особо крупный размер, от 1000000 рублей) предусматривает максимальное наказание в виде лишения свободы на срок до десяти лет).

Такая градация буквально способствует сговору должностных лиц в целях хищения бюджетных средств, что подтверждает судебная практика по делам «Оборонсервиса», и таких фигурантов уголовного производства времен специальной военной операции из МО РФ как Сергей Кушнарев, Сергей Бородин, Азамат Хайруллин, Алексей Асташкин и другие. По этим и другим делам возможно судить о несоразмерности вынесенного наказания причиненному государству экономическому ущербу. При этом в указанных уголовных делах приведены лишь суммы доказанного ущерба, в то время как полные суммы причиненного вреда с учётом недоказанных эпизодов и упущенных возможностей очевидно значительно выше. Примечательно, что мягкие приговоры выносятся за умышленные преступления, направленные против экономической безопасности государства в период проведения СВО.

Совершенно очевидно, что никакие меры уголовно-правового характера не в состоянии компенсировать тот экономический ущерб, который наносится противоправными корыстными действиями злоумышленников.

В настоящее время подозреваемые и обвиняемые в преступлениях коррупционного характера зачастую заключают досудебные соглашения [1], подписывают контракты с Министерством Обороны, освобождаются по УДО. При этом нанесенный государству ущерб значительно превышает экономический эффект от ареста и реализации имущества обвиняемого, наложенных штрафов и денежных взысканий. Обвиняемые же в свою очередь, пользуясь несовершенством нормативного регулирования и злоупотребляя правом, изыскивают способы сохранения похищенных денежных средств с помощью третьих лиц, получая их в собственность по выходу из мест лишения свободы.

С учётом изложенного, справедливо заключить о целесообразности соразмерного присуждения наказаний за преступления в сфере экономики в бюджетном секторе.

Центральным звеном теории является следование принципу недопущения применения к обвиняемому по статьям УК РФ (159, 160, 201, 285, 286, 290, 291, 292 УК РФ и др.), повлекшим нанесение ущерба государству в любом виде амнистий, условно-досрочных освобождений, прав на заключение контрактов до погашения указанной суммы.

Такой подход ставит обвиняемых, похитивших у государства крупные суммы денежных средств изыскать возможности к возврату их в полном объеме в целях использования предусмотренных законом преференций.

Кроме этого, в целях упорядочивания пенитенциарных мер, целесообразным представляется введение некой системы соответствия причиненного ущерба длительности наказания в виде лишения свободы при невозможности осуществить такой возврат.

Например, применительно к ст. 159 УК РФ при рассмотрении в качестве предмета преступления средств бюджетных систем РФ, как один из вариантов установления такой системы возможно использовать привязку к МРОТ. При совершении тяжкого и особо тяжкого преступления против экономической безопасности государства, хищении бюджетных средств в период проведения СВО (указанный фактор как правило не учитывается судами), может быть введена система соответствия условных экономических единиц причиненного ущерба количеству лет лишения свободы, назначаемых в виде наказания. В качестве примера размер указанного показателя может составлять около миллиона рублей (в зависимости от региона РФ) и соответствовать 1 году лишения свободы. Таким образом, при подготовке и планировании преступлений против экономической безопасности РФ в бюджетной сфере, злоумышленники утратят психологический фактор уверенности в оправданности риска совершения преступлений с целью наживы.

Для понимания эффективности указанной меры достаточно уяснить, что чиновник-коррупционер, причинивший в результате мошеннических действий в сговоре с представителями бизнеса ущерб государству на 50 миллионов рублей (к слову, в денежном эквиваленте это порядка тысячи БПЛА типа «Герань») может получить максимум 10 лет лишения свободы. Приняв необходимые меры по своевременному сокрытию указанных средств, заключив досудебные соглашения и получив УДО, в нынешний реалиях он уже окажется на свободе через 3-5 лет и получит доступ к наживе в полном объеме. Такой подход не соответствует ни принципу справедливости наказания, предусмотренного ст. 6 УК РФ, ни

экономическим интересам государства. Таким образом, в результате злоупотребления правом, государство терпит убытки в миллиарды рублей ежегодно. При этом личное участие обвиняемого в спецоперации очевидно не даст столь ощутимого эффекта, как экономические меры, в которых он напрямую заинтересован.

Так, в рассматриваемой ситуации, при возврате 40 миллионов обвиняемый не получит более 10 лет лишения свободы, при возврате 45 миллионов – 5 лет. При этом необходимо предусмотреть механизм примечаний и неснижаемые наказания за непосредственно совершение преступления с учетом смягчающего обстоятельства в виде добровольного возврата похищенных средств, которые будут частично складываться.

Изложенный подход при его правильном применении и корректном регулировании позволит вернуть в бюджетные системы колоссальные суммы денежных средств, предотвратить резонансные хищения бюджетных средств.

В случае невозможности (нежелания) возврата похищенных средств (причиненного государству ущерба) издержки покрываются за счет реализации имущества обвиняемого. Кроме этого, в качестве эффективной превентивной меры может быть использован механизм взыскания активов близких связей обвиняемого, если связь с их приобретением на похищенные средства была доказана. Более жесткий механизм связан с реквизицией имущества родственников обвиняемого, законность происхождения которого стороне защиты не получится доказать в ходе следствия и суда.

Приведенные механизмы утрированы и примерны и призваны лишь отразить принципиальный смысл предлагаемого подхода к решению задач экономически эффективного и разумного присуждения наказаний лицам, обвиняемым за преступления экономического характера в сфере бюджетных средств.

Библиографический список

1. Вострякова О.В. Борьба с коррупцией в системе государственной службы / О.В. Вострякова, М.А. Волков, А.Ю. Волков // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции Академии МУБиНТ, Ярославль, 08–10 апреля 2019 года / Образовательная организация высшего образования (частное учреждение) «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)». – Ярославль: МУБиНТ, 2019. С. 41–44.

2. Головчанская Е.О. Бюджетная ответственность в Российской Федерации / Е.О. Головчанская, М.А. Волков, А.Ю. Волков //

Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции Академии МУБиНТ, Ярославль, 08–10 апреля 2019 года / Образовательная организация высшего образования (частное учреждение) «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)». – Ярославль: МУБиНТ, 2019. С. 238-241.

3. Таширев С.В. Понятие, юридические признаки и формы расходов бюджета / С.В. Таширев, А.Ю. Волков // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции Академии МУБиНТ, Ярославль, 06 апреля 2020 года. – Ярославль: МУБиНТ, 2020. С. 345-349.

4. Филиппова Е.А. Расходы бюджета: понятие, признаки, особенности / Е.А. Филиппова, А.Ю. Волков // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции Академии МУБиНТ, Ярославль, 06 апреля 2020 года. – Ярославль: МУБиНТ, 2020. С. 368-371.

УДК 347.736

Реализация интеллектуальной собственности при невозможности продолжения хозяйственной деятельности в банкротстве

Девятковская И.А., старший преподаватель

Мизонов А.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена анализу проблемы и стратегии реализации интеллектуальной собственности в процедуре конкурсного производства (банкротства) при отсутствии возможностей продолжения хозяйственной деятельности в ИТ - секторе. Рассматриваются особенности оценки и продажи интеллектуальной собственности как ключевого актива на примере сайта в сети Интернет, действия конкурсного управляющего, направленные на максимизацию выгоды для конкурсной массы за счёт эффективного управления нематериальными активами.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, банкротство, арбитражный управляющий

Realization of intellectual property assets when business operations cannot be continued in bankruptcy

Devyatovskaya I.A., senior lecturer

Mizonov A.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article is devoted to the analysis of the problem and strategy of realization of intellectual property (IP) in the procedure of bankruptcy proceedings (bankruptcy) in the absence of opportunities for continuation of economic activity (CAA) in the IT sector. The article considers the peculiarities of valuation and sale of IP as a key asset using the example of a website, actions of the bankruptcy trustee aimed at maximizing the benefit from the bankruptcy estate through effective accounting of intangible assets (IA).

Keywords: intellectual property, bankruptcy, arbitration manager

В современной экономике, когда доминирующую область занимают информационные технологии, интеллектуальная собственность (ИС) всё чаще составляет основу активов компаний (программное обеспечение, базы данных, технологии, товарные знаки, ноу-хау). Когда компания находится на грани финансовой несостоятельности и в отношении неё начинается процедура банкротства (глава VII Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ, далее – Закон о банкротстве), под вопросом находится судьба имеющихся у нее нематериальных активов. При этом перед арбитражным управляющим стоит задача реализации ИС, наполнении конкурсной массы и максимального учета интересов кредиторов (ст. 2 Закона о банкротстве).

ИС в составе конкурсной массы согласно ст. 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) охватывает огромный спектр результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. В контексте несостоятельности ИТ – компании к наиболее значимым объектам ИС можно отнести (ст. 131 Закона о банкротстве):

- программы для ЭВМ и базы данных – архитектура системы, структуры и содержания базы данных, исходный код (ст. 1260, 1261 ГК РФ);

- секреты производства (ноу-хау) – уникальные процессы, методики, имеющие экономическую ценность в силу их конфиденциальности (ст. 1465 ГК РФ);

- товарные знаки и знаки обслуживания – бренды, логотипы, названия для идентификации товаров и услуг (ст. 1477 ГК РФ).

Все эти объекты, при условии, что они надлежаще оформлены на находящуюся в процедуре банкротства компанию (наличие патентов, свидетельств, лицензионных договоров), включаются в конкурсную массу и подлежат оценке с последующей реализацией.

В момент определения объективной стоимости конкурсной массы может возникнуть несколько проблем:

- потеря контекстной ценности – при ликвидации компании теряется связь между программным обеспечением и обслуживающей командой, что может негативно отразиться на стоимости активов;

- сложность оценки – адекватная оценка ИС (ст. 130 Закона о банкротстве) - непростая задача, которая, порой, требует привлечения специалистов - оценщиков нужной квалификации и, зачастую, производится в условиях отсутствия денежного потока от использования ИС;

- риск быстрого устаревания – максимально актуальная проблема в быстроразвивающейся IT – отрасли;

- поддержание правовой охраны – патенты требуют уплаты ежегодных пошлин, а товарные знаки продления регистрации;

- утечка конфиденциальной информации – уход ключевых сотрудников, которые были носителями знаний, или несанкционированный доступ к информации приведёт к обесцениванию актива (Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 № 98-ФЗ);

- неопределённость прав и обременений – могут существовать ранее неучтённые лицензионные соглашения, которые предоставляют третьим лицам право использовать ИС, или залоги исключительных прав (ст. 358.18 ГК РФ).

Основная задача конкурсного управляющего с учетом положений ст. 129 Закона о банкротстве – установить конкурсную массу, а затем реализовать ее наиболее выгодно, учитывая при этом и временной фактор.

Одним из наиболее распространенных и доступных для создания ИС в коммерческой деятельности является сайт в сети Интернет – лицо компании в онлайн-среде. Безусловно, IT – компании, ведущие деятельность в сфере информационных технологий, создают данные ресурсы одними из первых при выходе на рынок, развивая и совершенствуя их с течением времени.

Анализируя правовую природу данного объекта гражданских прав, необходимо учитывать наличие двух моментов: во-первых, его внешнюю

оболочку – оформление, структуру и визуализацию материала, а во-вторых, его сущностное наполнение. Как в рамках экономической деятельности, так и в процедурах несостоятельности, для соблюдения интересов кредиторов может быть ценностным как любой из этих элементов, так и оба в совокупности.

Гражданское законодательство РФ закрепляет как авторские права на составное произведение для внешней оболочки сайта (ст. 1260 ГК РФ), так и интеллектуальные права на внутреннее содержание (ст. 1259 ГК РФ), правообладателями которых могут быть и разные лица. В такой ситуации конкурсный управляющий должен получить полную и достоверную информацию относительно ИС на все элементы данного объекта для того, чтобы предпринять дальнейшие рациональные действия в отношении него.

Особенность данного актива также связана с необходимостью постоянного несения затрат на его сохранность и поддержание в рабочем состоянии, которые в условиях прекращения лицом – банкротом хозяйственной деятельности и сокращения штата, как правило, обеспечиваются сторонними лицами за счет средств конкурсной массы.

В любом случае, как и иной другой результат интеллектуальной деятельности, сайт может быть реализован, в том числе путем его продажи в рамках процедур банкротства при принятии решения о прекращении хозяйственной деятельности ИТ – компании. При этом арбитражный управляющий должен объективно оценить стоимость данного объекта (при отсутствии необходимой компетенции или при наличии установленного Законом о банкротстве заявления кредитора – с привлечением оценщика), а также оперативно провести процедуры по его реализации. Невыполнение временного критерия может повлечь не только продажу сайта ниже возможной максимальной стоимости, но и более того – причинение убытков конкурсной массе, и как следствие, кредиторам.

Так, по одному из дел о банкротстве у компании выявлено наличие актива в виде сайта в сети Интернет, который оценен конкурсным управляющим в 50 тысяч рублей. Вместо оперативной его реализации без несения дополнительных затрат арбитражный управляющий на протяжении почти четырех лет оплачивал за счет конкурсной массы расходы по технической поддержке и обслуживанию сайта, что за указанный период составило 94 тысячи рублей. По результатам торгов сайт был реализован за 5 тысяч рублей. Таким образом, не только не был достигнут поставленный результат, но и более того, конкурсной массе причинены убытки необоснованным бездействием конкурсного управляющего, интересы кредиторов в банкротстве не реализованы [5].

Учитывая изложенное, применительно к ИС, когда продолжение деятельности невозможно, со стороны управляющего необходимы:

1. Полная инвентаризация и правовой аудит ИС:

- выявление всех объектов, включая незарегистрированные;
- проверка правоустанавливающих документов, сроков действия охраны, наличия обременений;
- обеспечение физической и цифровой сохранности носителей информации.

2. Обеспечение режима коммерческой тайны – принятие мер по ограничению доступа, фиксации фактов нарушения режима для дальнейшего привлечения к ответственности (ст. 183 Уголовного кодекса Российской Федерации).

3. Привлечение специализированных оценщиков – для определения реальной рыночной стоимости ИС.

4. Выбор оптимальной стратегии продажи (ст. 139, 140 Закона о банкротстве):

- продажа единым портфелем может быть целесообразна, если объекты интеллектуальной собственности синергичны и имеют большую ценность вместе;

- продажа отдельных объектов, если они не связаны или могут быть интересны разным контрагентам;

- определение начальной стоимости и условий торгов, опираясь на отчёт об оценке и конъюнктуру рынка;

- активный самостоятельный поиск покупателей помимо простых публикаций о торгах (ст. 139 Закона о банкротстве).

5. Соблюдение принципов оперативности и целесообразности действий.

6. Поддержание правовой охраны ключевых активов, если оценка показывает потенциально высокую стоимость (при уплате пошлины, если экономическое состояние позволяет).

Все указанные меры помогут реализовать главную цель банкротства – максимальную реализацию прав и интересов кредиторов за счет конкурсной массы.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ. Документ представлен СПС «Консультант Плюс».

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ. Документ представлен СПС «Консультант Плюс».

3. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ. Документ представлен СПС «Консультант Плюс».

4. Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 № 98-ФЗ. Документ представлен СПС «Консультант Плюс».

5. Дело № А82-13911/2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://kad.arbitr.ru/Card/1e6d585d-7445-4e81-a342-28c1c3f51e94>.

УДК 34.03

Правовое регулирование сопровождения инвестиционных проектов по принципу «одного окна» (на примере Ярославской области)

Кваша О.В., канд. юр. наук

Захарова С.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрен порядок сопровождения инвестиционных проектов по принципу «одного окна» в Ярославской области на предмет наличия правового оформления прав и обязанностей сторон и проблем нормативного регулирования.

Ключевые слова: сопровождение, инвестиционный проект, обязательства, правовое закрепление

Legal regulation of investment project support based on the «one-stop» principle, using the example of the Yaroslavl region

Kvasha O.V., candidate of legal sciences

Zaharova S.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the procedure for supporting investment projects based on the «one-stop» principle in the Yaroslavl region for legal registration of the rights and commitments of the subjects and regulatory issues.

Keywords: support, investment project, commitments, legal consolidation

Развитие инвестиционного потенциала региона важное направление деятельности органов власти субъекта РФ, поскольку работа организаций создает базу для жизнедеятельности человека, обеспечивая создание

рабочих мест, поступление налогов в бюджет региона и совершенствование его инфраструктуры.

В связи с этим, немаловажным является реализация программы поддержки новых инвестиционных проектов.

Одним из способов интенсификации реализации может стать сопровождение инвестиционных проектов по принципу «одного окна» (далее – сопровождение).

В ходе такового процесса возможно достичь [1]:

- сокращения сроков рассмотрения вопросов, возникающих в ходе реализации инвестиционных проектов, в рамках действующего законодательства;

- своевременного получение инвестором в установленном законодательством порядке согласований и разрешений, требуемых для реализации инвестиционных проектов;

- оперативной организации переговоров, встреч, совещаний, консультаций, направленных на решение вопросов, возникающих в процессе реализации инвестиционных проектов;

- подготовки соглашений (протоколов) в инвестиционной сфере в соответствии с законодательством региона.

Не менее важным также является определенное правовое закрепление прав и обязанностей сторон при получении мер государственной поддержки, поскольку четко регламентированный порядок и форма для закрепления отношений выступают гарантом получения поддержки или основанием для взыскания компенсации за нарушение установленной договоренности и установленных обязательств.

Рассмотрим имеющееся правовое регулирование сопровождения в Ярославской области.

На данный момент в Ярославской области действует приказ Департамента инвестиций и промышленности Ярославской области от 7 декабря 2017 года № 298-ОД «Об утверждении Порядка сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых и (или) планируемых к реализации на территории Ярославской области, по принципу «одного окна». Последняя редакция приказа была принята в 2018 году, что говорит о вероятности устаревания действующего порядка, утвержденного данным приказом, в условиях достаточно динамичной действительности.

Действующий порядок сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых и (или) планируемых к реализации на территории Ярославской области, по принципу «одного окна» (далее – порядок) состоит из восьми разделов и пяти приложений к нему.

Разделы определяют необходимые документы для заявления о предоставлении поддержки, процедуру рассмотрения заявки, описывают механизм сопровождения, мониторинг реализации проекта, взятого на сопровождение, и условия прекращения поддержки [1].

Проанализировав текст порядка на предмет наличия достаточности и определенности правовых основания для получения поддержки в виде сопровождения, можно прийти к некоторым выводам.

Конечным основанием для решения вопроса о сопровождении инвестиционного проекта является приказ о сопровождении инвестиционного проекта по принципу «одного окна» (далее – приказ). В свою очередь приказ издается при наличии мотивированного мнения об экономической целесообразности реализации инвестиционного проекта с положительным заключением органа исполнительной власти Ярославской области, на который возложены координация и регулирование деятельности в соответствующей отрасли (сфере управления) (далее – региональный отраслевой орган исполнительной власти).

Заключение регионального отраслевого органа исполнительной власти получается при соблюдении соответствия комплекта документов требованиям порядка.

Таким образом, правовым основанием для получения сопровождения является положительное заключение регионального отраслевого органа исполнительной власти и соответствующий приказ уполномоченного органа.

Обязанности по сопровождению инвестиционного проекта уполномоченным органом и специализированной организацией закреплены приказом и порядком, обязанности инвестора же, ограничены исполнением плана, который он сам формирует в паспорте проекта и предоставлении регулярной отчетности по установленной форме. Права инвестора – это исполнение обязательств уполномоченным органом и специализированной организацией.

Подводя итог анализу порядка, можно прийти к следующим выводам:

- уполномоченным органом в приказе и порядке является департамент инвестиций и промышленности Ярославской области, на данный момент, преобразованный в министерство инвестиций и промышленности Ярославской области. Хотя министерство и является правопреемником департамента, однако использование устаревшего наименования может создавать путаницу среди потенциальных инвесторов;

- порядок не содержит формы, собирающей и концентрирующей права и обязанности сторон (уполномоченного органа,

специализированной организации и инвестора). Важность наличия формы заключается в четкости взаимоотношений, ясности взаимодействия и гарантированности исполнения прав и обязанностей;

- отсутствует информация о публикации и ведении сводного реестра инвестиционных проектов и раскрытии данных инвестора и инвестиционного проекта;

- также возникает вопрос правомерности действий: можно ли приказом одного ведомственного органа обязать другой орган готовить экспертные заключения;

- в связи с отсутствием консенсуальной формы закрепления отношений в сфере сопровождения проекта целесообразно поднять вопрос о более формально-четком закреплении элементов исполнения плана по реализации инвестиционного проекта, что является одним из ключевых оснований для предоставления услуг по сопровождению проекта.

Оценивая аналитическую работу, формируется ряд проблем и вопросов к действующему порядку сопровождения, решение которых, возможно, ключевой шаг к совершенствованию работоспособности механизма сопровождения.

Для решения поставленных проблем считаем целесообразным актуализировать приказ, что предусматривает ряд предложений:

- конкретизировать уровень раскрытия информации об инвесторах и инвестиционных проектах на этапе прохождения процедуры рассмотрения документов на возможность взятия (принятия) на сопровождение и на этапе сопровождения;

- введение типовой формы соглашения о сопровождении инвестиционного проекта;

- определение специализированной организации, уполномоченной на рассмотрение заявлений и в последующем ответственной за сопровождение.

Введя эти изменения в приказ, будет возможно конкретизировать процедуру, упростить понимание процесса сопровождения проектов и сделать меру поддержки более работоспособной, эффективной, результативной.

Библиографический список

1. Приказ департамента инвестиций и промышленности Ярославской области от 07.12.2017 № 298-ОД «Об утверждении Порядка сопровождения инвестиционных проектов, реализуемых и (или) планируемых к реализации на территории Ярославской области, по принципу «одного окна» // СПС КонсультантПлюс.

Правовое регулирование договоров, заключаемых в электронной среде (на примере правового регулирования смарт-контрактов)

Кваша О.В., канд. юр. наук

Мазитова Д.О.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты правового регулирования договоров, заключаемых в электронной среде на примере регулирования смарт-контрактов. Смарт-контракты представляют собой особый вид автоматизированных соглашений, представленных в электронной форме с помощью специального программного кода. Цифровая трансформации порождает вопросы по внедрению в разные сферы общественной жизни самоисполняющихся договоров. Одним из государственных приоритетов является расширение сферы применения технологии распределенного реестра – блокчейн.

Ключевые слова: смарт-контракт, самоисполняющиеся договоры, технологии блокчейн, цифровые технологии

Legal regulation of contracts concluded in an electronic environment (using the example of legal regulation of smart-contracts)

Kvasha O.V., candidate of legal sciences

Mazitova D.O.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article discusses aspects of the legal regulation of contracts concluded in an electronic environment using the example of smart-contract regulation. Smart-contracts are a special type of automated agreements presented in electronic form using special software code. The digital transformation raises questions about the implementation of self-executing contracts in various spheres of public life. One of the government's priorities is to expand the scope of distributed ledger technology, blockchain.

Keywords: smart-contract, self-executing contracts, blockchain technologies, digital technologies

Внедрение новых цифровых технологий оказывает существенное влияние на все сферы общественной жизни, в том числе и на традиционные формы договорных отношений. Идеи, заложенные в основу современных смарт-контрактов, были озвучены ещё в 1994 году в статье Ника Сабо «Smart Contracts: Building Blocks for Digital Markets». Используя возможности цифровых технологий, он создал концепцию смарт-контракта как компьютерного протокола, который позволяет заключать сделки автоматически, а также контролировать условия их исполнения с помощью математических алгоритмов. В тот момент практическая реализация данной концепции была невозможна в связи с неразвитостью цифровой инфраструктуры и реальные примеры использования технологии смарт-контрактов стали возможны только с появлением криптовалюты и технологии блокчейн.

В известном для нас виде смарт-контракты были реализованы в 2015 году на блокчейн-платформе Ethereum с помощью виртуальной машины (Ethereum Virtual Machine – EVM) и языка программирования Solidity. В международной практике смарт-контракты широко применяются в финансовом секторе и государственном управлении, а также в процессах первичного размещения токенов (Initial Coin Offering – ICO). Первичное размещение токенов – процесс, при котором криптовалютный проект до своего полноценного запуска продаёт инвесторам цифровые активы [4].

В Российской Федерации в настоящее время определение «смарт-контракта» законодательно не определено. Были предприняты попытки включить определение в проект Федерального закона «О цифровых финансовых активов», также стоит отметить факт, что Центральный банк Российской Федерации выдвинул своё определение смарт-контракта, при создании обзорного документа об основных направлениях развития российского финансового рынка на 2024 год и плановый период [5].

Отсутствие единого определения смарт-контрактов не влияет на возможность их заключения. Уже существуют примеры их использования как технологии в нашей правовой реальности.

Не смотря на то, что данный институт развивается, он не приобрел собственного правового регулирования, но его задатки уже нашли своё отражение в Гражданском кодексе Российской Федерации, в котором предусмотрены, помимо традиционной (устной, письменной) формы договора, сделки, возможности использования электронных или иных технических средств, равно как и исполнение договорных обязательств путем применения электронных технологий (абз. 2 п. 1 ст. 160, п. 2 ст. 434, ч. 2 ст. 309 ГК РФ) [1]. Это и породило наименование в литературе смарт-

контракта как самоисполняющегося контракта, что, как нам представляется, не совсем верно.

Перспективы использования смарт-контрактов достаточно обширны, что связано с рядом преимуществ при их использовании. К основным преимуществам использования смарт-контрактов относятся [2]:

1. Участники соглашения имеют возможность отслеживать этапы реализации договорных условий, что повышает прозрачность процесса исполнения контракта.

2. Самоисполняемость или технологическая автоматизация позволяет сократить количество посредников, участков при заключении, реализации соглашения, минимизировать вмешательства со стороны человека (ряд функций осуществляются вне его контроля и действий). Технология смарт-контракта не только оптимизирует и ускоряет заключение и исполнение договоров, но и снижает риски недобросовестной деятельности.

3. Анонимность участников с помощью установленных ограничений позволяет обеспечивать защищённость и конфиденциальность данных.

4. Повышенная скорость обработки транзакций позволяет ускорить проведение финансовых операций, снизив операционные издержки и обеспечив более оперативное выполнение обязательств.

К неудобствам использования технологии смарт-контрактов можно отнести – неизменность условий самоисполняющегося контракта после заключения и необходимость наличия специальных технических знаний в сочетании с юридическими знаниями для создания смарт-контрактов [6].

Значимым ограничением для смарт-контрактов является отсутствие адаптивности к внешним изменениям, что должно учитываться в периоде его действия. Поэтому смарт-контракт имеет определенный жизненный цикл и не беспредельную сферу применения, как нам представляется, он не способен заменить имеющиеся многообразие договорных отношений.

Тем не менее, факты прогрессирующего развития и расширения сфер использования смарт-контрактов свидетельствуют о необходимости внесения изменений и дополнений в имеющееся законодательство. Некоторые отечественные исследователи полагают, что переход части договорной практики в кибер-пространство с появлением смарт-контрактов привело к определённой «инфляции» традиционного права, так как современные правоотношения в цифровой среде не во всех случаях могут регулироваться традиционными правовыми нормами [2]. К значимым нововведениям по данной проблеме относятся вопросы способов расторжения и изменения смарт-контрактов, работа по выработке перечня оснований для имеющихся действующих способов расторжения и изменения.

В данный момент для оптимального использования смарт-контрактов возможно следующее:

1. Сочетание смарт-контракта и традиционной формы договорных отношений для урегулирования отдельных договорных условий.
2. Абсолютное прекращение договорных отношений при наличии изменений договорных условий, внесение изменений в программный код смарт-контракта, заключение договора с измененными обстоятельствами.
3. Технологическое совершенствование смарт-контрактов, допускает возможности большей вариативности при наличии соответствующего волеизъявления.

В данный момент отсутствие проработанного института цифровых сделок и противоречивая судебная практика, делают изменение и расторжение смарт-контрактов затруднительным, но также преимущества данного вида договоров, а также государственные приоритеты развития цифровых технологий, дают основания для создания благоприятной правовой среды в кибер-пространстве. Развитие технологий смарт-контрактов продолжается: появляются новые блокчейн-платформы и языки программирования для написания самоисполняющихся контрактов, расширяются сферы их применения.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ. Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Абрамов В.И., Глазков А.А. Перспективы использования смарт-контрактов в развитии бизнес-экосистем // Экономика. Информатика. 2022. № 2. С. 256-267.
3. Ефимова Л.Г. Источники правового регулирования общественных отношений в киберпространстве // Lex Russica. 2020. № 3 (160). С. 114-120.
4. Команов П.А., Ревазов Х.Ю., Тавасиев Д.А. Исследование безопасности смарт-контрактов Ethereum // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 1-1 (103). С. 80-83.
5. Плужниченко А.Г. Правовое регулирование смарт-контрактов // Образование и право. 2025. № 1. С. 412-414.
6. Шалабаев Б.С., Камышанский В.П. Изменение и расторжение смарт-контракта: проблемы теории и практики // Образование и право. 2024. № 4. С. 238-244.

**Институт банкротства: соотношение добросовестности
и преднамеренности действий**

Кваша О.В., канд. юр. наук

Манаева Е.А.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Институт банкротства является значимым элементом в системе права, обеспечивающим должникам возможность ликвидации долгов и восстановления финансового положения. Классификация банкротств на добросовестные и преднамеренные имеет существенное значение для правоприменения. В данной статье анализируются сущность и признаки добросовестного и преднамеренного банкротств, а также механизмы, позволяющие различать эти понятия в юридической практике.

Ключевые слова: банкротство, бизнес, добросовестность, преднамеренность, законодательство

**Institute of Bankruptcy: the ratio of good faith and premeditation
of actions**

Kvasha O.V., candidate of legal sciences

Manaeva E.A.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. The institution of bankruptcy is an important element in the legal system, providing debtors with the opportunity to liquidate debts and restore their financial situation. The classification of bankruptcies into bona fide and intentional is essential for law enforcement. This article analyzes the essence and signs of bona fide and intentional bankruptcy, as well as the mechanisms that make it possible to distinguish these concepts in legal practice.

Keywords: bankruptcy, business, good faith, premeditation, legislation

Институт банкротства является важным элементом в системе права, обеспечивающим механизм для решения финансовых проблем как хозяйствующих субъектов, так и физических лиц. В ходе процедур банкротства часто возникает вопрос о преднамеренности действий должников и добросовестности их намерений. Различие между

добросовестным и преднамеренным банкротством имеет критическое значение для защиты прав кредиторов и обеспечения стабильности финансового и товарного рынка. В связи с этим рассмотрим основные аспекты соотношения добросовестности и преднамеренности в контексте института банкротства, а также некоторые возможности оптимизации судебной практики.

Банкротство представляет собой юридически установленный процесс, при котором субъект, признанный неплатежеспособным, подлежит ликвидации или реорганизации с целью расчета с кредиторами [1].

В зависимости от намерений и действий должников, банкротства могут быть классифицированы на две основные категории:

1. Добросовестное банкротство: предполагает, что должник столкнулся с финансовыми трудностями по причинам, не зависящим от его контроля, воздействия и стремится решить проблему укоренившимися методами.

2. Преднамеренное банкротство: характеризуется умышленными действиями должника, направленными на уход от исполнения обязательств и сокрытие активов.

Добросовестное банкротство подразумевает наличие ряда условий:

- непредвиденные обстоятельства: должник столкнулся с кризисными ситуациями, которые не могли быть предсказаны (например, резкое падение спроса, экономические кризисы, стихийные бедствия и др.);

- прозрачность действий: должник готов предоставить полную информацию о своем финансовом состоянии и активно сотрудничает с кредиторами и арбитражными управляющими.

В случае добросовестного банкротства должник может рассчитывать на более мягкие условия выхода из кризисной ситуации и возможность реорганизации бизнеса. Суд может предоставить ему защиту от кредиторов и возможность реструктурировать долги.

Преднамеренное банкротство включает в себя действия, которые могут быть охарактеризованы следующим образом:

- сокрытие активов: должник может перемещать активы или скрывать их, чтобы избежать их использования в расчетах с кредиторами;

- создание фиктивных долгов: существует практика создания обязательств перед друзьями, партнерами по бизнесу или родственниками для уменьшения возможности использования ликвидных активов.

Преднамеренное банкротство влечет за собой более строгие меры ответственности, включая:

- уголовную ответственность: за мошеннические действия может быть возбуждено уголовное дело в отношении должника;

– отказ в защите: суд в этом случае может отказать должнику в защите его прав, направив все активы на удовлетворение требований кредиторов.

Разграничение добросовестности и преднамеренности действий должников представляет собой сложную задачу. Основной проблемой является отсутствие четких критериев, позволяющих суду и арбитражным управляющим однозначно определить намерения должника.

Судебная практика в России показывает, что случаи злоупотребления в процедуре банкротства все еще имеют место. Поэтому необходимо учитывать:

– предоставление арбитражным управляющим регулярных отчетов и анализ случаев, в которых выявляются элементы преднамеренности;

– введение обязательного независимого аудита для выявления возможных злоупотреблений;

– установление четких критериев: разработка комплексной системы критериев, по которым суды могли бы классифицировать банкротства как добросовестные или преднамеренные;

– обобщение судебной практики с целью выработки методики критической оценки действий субъектов, совершаемых с определенной целевой направленностью на банкротство как средство решения определенных выше проблем;

– обучение, выработка навыков судей и арбитражных управляющих, направленных на пресечение преднамеренного банкротства: уместными в данном случае могут быть проведение семинаров и тренингов для повышения их квалификации в вопросах определения добросовестности и преднамеренности.

Обратимся к статистическим данным о банкротстве коммерческих организаций. Количество дел, по которым введено конкурсное производство, неизменно увеличивается. По сравнению с восстановительными процедурами несостоятельности, их число значительно больше, что подтверждает ликвидационную направленность банкротства.

Выявление признаков преднамеренного банкротства. Например, по данным Судебного департамента при Верховном Суде РФ, за 2022 год по статье 196 УК РФ «Преднамеренное банкротство» было осуждено 33 человека. Ещё для 5 человек эта статья стала дополнительной к основному обвинению.

По информации Единого федерального реестра данных о банкротствах, к первому кварталу 2025 года количество признанных несостоятельными случаев может достичь 400000 человек.

По данным Федресурса и Объединённого кредитного бюро, за первые четыре месяца 2025 года 197650 граждан признаны банкротами (включая индивидуальных предпринимателей). Это на 21,3% больше, чем за аналогичный период прошлого года [2].

Эксперты прогнозируют, что до конца 2025 года ожидается общий рост числа банкротств ещё на 15–20%.

Аналитики отмечают увеличение числа «серийных» банкротств — граждан, которые целенаправленно набирают кредиты с изначальным намерением не возвращать их. В 2025 году уже зафиксировано более 1200 таких случаев.

По данным статистики, каждое третье банкротство в России — преднамеренное. В большей степени это касается несостоятельности юридических лиц.

Соотношение добросовестности и преднамеренности действий в институции банкротства — это важный аспект, который требует дальнейшего изучения и оптимизации. Установление четких критериев и формирование эффективных механизмов контроля позволит минимизировать злоупотребления, защищая интересы как должников, так и кредиторов. Без усовершенствования юридической практики и правоприменительной базы, институт банкротства будет оставаться подверженным рискам и недостаткам, что подрывает его основную функцию — восстановление финансово-экономической устойчивости.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ (ред. от 26.12.2024) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025).

2. Федресурс [Электронный ресурс]. - URL: <https://fedresurs.ru/news/d87010f9-556a-4874-872b-69d8612a8185>.

УДК 347.736

Главный бухгалтер как «контролирующее должника лицо»: возможность субсидиарной ответственности

Кваша О.В., канд. юр. наук

Третьякова Е.Д.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены аспекты возникновения субсидиарной ответственности главного бухгалтера при наличии статуса контролирующего должника лица и на общих основаниях, проанализированы условия, исключающие ее наступление. Кроме того, авторами выявлены основные проблемы привлечения главного бухгалтера к субсидиарной ответственности на основании сложившейся судебной практики.

Ключевые слова: субсидиарная ответственность, главный бухгалтер, презумпция

Chief Accountant as «controlling debtor»: possibility of subsidiary liability

Kvasha O.V., candidate of legal sciences

Tretyakova E.D.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl Branch*

Abstract. In the article the authors consider the aspects of subsidiary liability in the presence of the status of a controlling debtor and on general grounds, analyze the conditions excluding its occurrence. Besides, the authors have revealed the main problems of bringing the chief accountant to subsidiary liability on the basis of the existing judicial practice.

Keywords: subsidiary liability, chief accountant, presumption

Действующее законодательство о банкротстве определяет возможность и основания ответственности контролирующих должника лиц. Не указывая четкого перечня таких лиц, федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (далее – закон о банкротстве) в статье 61.10, очерчивая круг контролирующих лиц, связывает выявление таковых с их возможностью определять действия должника, влиять на характер совершаемых действий, что, безусловно, влечет определенные последствия для юридического лица, в т.ч., его несостоятельность [2]. Среди таких лиц, в пункте 3 части 2 названной статьи упоминается главный бухгалтер, должностное положение которого не исключает его возможности влиять на характер деятельности юридического лица и последствия таковых. Однако данная фигура в качестве контролирующего должника лица является достаточно спорной, прежде всего потому, что это «наемное» лицо, таковым оно является преимущественно в силу имеющегося трудового договора, действие

которого определяется, в т.ч., волей этого лица сохранять трудовые отношения с тем или иным работодателем, что находит отражение в правоприменительной практике. Тем не менее, законодатель предполагает возможность существенного влияния такого лица на деятельность организации и к этому имеются основания.

Главный бухгалтер - это должностное лицо юридического лица, обеспечивающее организацию бухгалтерского учета, контроль и отражение на бухгалтерских счетах всех хозяйственных операций, предоставление оперативной информации, составление бухгалтерской отчетности и иных полномочий. Его роль в деятельности компании сложно преувеличить, поскольку она включает управление финансами организации, формирование учетной политики, грамотную организацию не только учета финансово-хозяйственной деятельности компании, но и качество совершаемых организацией сделок через влияние на определение их условий, т.е. на уровень совершаемых организацией различных хозяйственных операций.

Согласно Федеральному закону № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» каждый экономический субъект обязан организовать бухгалтерский учет и своевременно предоставлять финансовую отчетность в налоговую инспекцию и органы статистики. Под бухгалтерским учетом понимается формирование систематизированной задокументированной информации о доходах и расходах, обязательствах и активах, источниках финансирования и фактах хозяйственной жизни экономического субъекта и составление на основе этих данных финансовой отчетности [3].

Согласно ст. 61.10 закона о банкротстве контролирующее должника лицо (далее - КДЛ) – это физическое или юридическое лицо, которое не более чем за три года до возникновения признаков банкротства и после их возникновения до принятия арбитражным судом заявления о признании должника банкротом, могло оказывать влияние на его действия [2]. Данный субъект ответственности наряду с руководителем может приобретать указанный статус по умолчанию, в силу должностного положения.

В силу закона контролирующие должника лица несут субсидиарную ответственность при банкротстве, если полное погашение требований кредиторов невозможно вследствие их действий или бездействия. Субсидиарная ответственность представляет собой вид гражданско-правовой ответственности, контролирующего должностного лица за нарушение обязанности действовать добросовестно и разумно по отношению к кредиторам подконтрольного лица. Данные обстоятельства

выявляются в ходе процедуры банкротства. После признания должника банкротом происходит пропорциональное распределение его имущества арбитражным управляющим с целью осуществления расчетов с кредиторами, которого, как правило, недостаточно. Именно поэтому субсидиарная ответственность является очень востребованной. Данный вид ответственности согласно ст. 399 ГК РФ [1] применяется в том случае, когда средств основного должника недостаточно для полного погашения задолженности, соответственно, с учетом ее назначения за банкротство организации должны отвечать личным имуществом лица, действия которых привели к ее неплатежеспособности, т.е. круг дополнительных должников – обязанных перед кредиторами лиц.

Поскольку изначально статуса контролирующего должника лица у главного бухгалтера нет, то обязанность по доказыванию его влияния на деятельность компании лежит на заявителе, которым зачастую является сам конкурсный управляющий. Получение арбитражным управляющим необходимых сведений становится возможным, если тщательно проанализировать сделки организации за последние 3 года, оценив роль участия в них главного бухгалтера, равно как и его роль в финансовой стратегии должника.

Как отмечено в п. 16 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 21.12.2017 № 53 «О некоторых, связанных с привлечением контролирующих должника лиц к ответственности при банкротстве» заявителю для привлечения к субсидиарной ответственности необходимо доказать ряд фактов: статус КДЛ у ответчика, негативные последствия в виде невозможности полного погашения требований кредиторов, а также причинно-следственную связь действия / бездействия КДЛ с этими последствиями [4].

Ответственность главного бухгалтера наступает, если в ходе процедуры банкротства при анализе документов должника арбитражным управляющим будут установлены факты отсутствия или искажения отчетности и иная подобная документация, занижение налогооблагаемой базы в целях сокрытия от кредиторов должника его действительного финансового положения, вывода активов и иных. Все это существенно затрудняет проведение процедур банкротства, включая формирование и реализацию конкурсной массы конкурсным управляющим. Для наступления субсидиарной ответственности главного бухгалтера достаточным и необходимым является наличие одного из вышеуказанных обстоятельств.

Одной из причин банкротства юридического лица может стать недобросовестное осуществление возложенных на главного бухгалтера

функций, предусмотренных федеральным законом № 402-ФЗ, поэтому законодатель допускает привлечение данного лица к субсидиарной ответственности.

На практике суды не всегда однозначно решают вопрос привлечения главного бухгалтера к субсидиарной ответственности по указанным выше основаниям. Имеется ряд особенностей.

Действующее законодательство о банкротстве не содержит какого-либо перечня деяний в качестве основания привлечения к субсидиарной ответственности. При этом наличие одного статуса КДЛ недостаточно. Необходимо доказать, что именно из-за его действий кредиторы не могут получить исполнения возникших до наступления неплатежеспособного состояния должника обязательств с ним. Данные обстоятельства потребовали выработки некоторых подходов юридической практикой.

Пленум Верховного Суда Российской Федерации в Постановлении от 21.12.2017 прямо называет действия, факты являющиеся основанием субсидиарной ответственности КДЛ, в том числе, главного бухгалтера: совершение сделок на заведомо невыгодных условиях или с заведомо неспособным исполнить обязательство лицом («фирмой-однодневкой»), дача указаний по совершению явно убыточных операций, построение модели ведения бизнеса, которая нацелена на систематическое извлечение выгоды третьим лицом во вред должнику и его кредиторам (путем сговора с руководителем компании) [4].

Следует отметить, что главный бухгалтер может быть привлечен к субсидиарной ответственности даже в том случае, если он не будет признан КДЛ. Подобное возможно, когда вышеназванное должностное лицо совершало действия, прямо не воздействующие на волю руководителя должника в совершении финансово-хозяйственных операций и на судьбу организации, не наращивая задолженность перед кредиторами. В данном случае основанием указанной ответственности будет косвенное воздействие, выражающееся в намеренном искажении финансовой отчетности, несоблюдении порядка хранения бухгалтерских документов, ведение «двойной бухгалтерии».

Отличие привлечения главного бухгалтера к субсидиарной ответственности в зависимости от наличия статуса КДЛ, либо отсутствия такового заключается в процедурных особенностях: порядок доказывания будет зависеть, от того, признают ли главного бухгалтера контролирующим должника лицом или нет. В первом случае, согласно положениям п. 4 ст. 61.10 ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» будет действовать презумпция вины, указывающая на то, что действия главного бухгалтера послужили причиной банкротства должника. Однако,

привлекаемое к ответственности лицо вправе доказать обратное и опровергнуть существование причинно-следственной связи, о наличии которой заявляет истец, между его действиями и убытками, иными негативными последствиями для организации, наступившими в результате совершенной при его содействии, участии сделки. Отсутствие вины, согласно п. 10 ст. 61.11, по аналогии с общими принципами гражданского права, должен доказывать субсидиарный ответчик.

Во втором случае презумпция вины силы иметь не будет, поэтому бремя доказывания вины привлекаемого к ответственности лица будет возлагаться на сторону обвинения, ответчик же должен будет доказать свою добропорядочность.

Именно презумпции, закрепленные законодателем в ст. 61.11, облегчают процесс доказывания оснований привлечения к субсидиарной ответственности [5], но не гарантируют безусловное установление данного факта судом.

На основе действующего закона сформировалась соответствующая судебная практика.

Анализ складывающейся с 2017 года судебной практики о применении положений гл. III.2 закона о банкротстве показал, что суды разделяют понятия главного бухгалтера, как работника, занятого по трудовому договору внутри организации и специалиста, привлеченного для оказания бухгалтерских услуг на основании заключенного договора гражданско-правового характера, договора аутсорсинга (т.е. договора с организацией, оказывающей бухгалтерские услуги). Так, несмотря на установленный налоговым органом факт совершения налогового правонарушения в оспариваемый трехлетний период третьим лицом (т.е. действующим в рамках гражданско-правового договора), основания для привлечения такого лица как контролирующего должника будут отсутствовать.

Для привлечения к субсидиарной ответственности как КДЛ штатного главного бухгалтера необходимо обращать внимание на перечень полномочий, указанных в трудовом договоре, его должностной инструкции. Например, если к его компетенции не относятся полномочия по влиянию на условия сделок, указанию об их заключении, а также в совокупности с перечисленным не будет доказан вред, причиненный такими действиями от совершенной сделки, то привлечение лица как КДЛ будет необоснованным. Следует, однако, отметить, что указанные полномочия не всегда отражаются в поименованных документах, они могут быть отражены, например, в локальных актах, регулирующих определенные внутрикорпоративные процессы, в частности, относительно организации заключения договоров. Фактическое влияние может быть

недокументированным, соответственно, подтверждаться только косвенно, что влечет проблематичность доказывания.

Судебная практика последних лет претерпела некоторые изменения. Основопологающим, при нынешнем разрешении требований, явилось разъяснение Пленума Верховного Суда РФ от 21.12.2017 № 53. Согласно п. 24, при определенных обстоятельствах главный бухгалтер может быть отнесен к числу КДЛ. Степень его влияния на деятельность должника и наступление негативных экономических последствий указанной деятельности также подлежит оценке по существу, несмотря на то, что указанный ответчик не входит в состав органов управления. В таких обособленных спорах необходимым является исследование вопросов о наличии доказательств о совершении указанным лицом действий, свидетельствующих о фактическом контроле над должником (или о потенциальной возможности совершения таких действий) [4].

Чтобы минимизировать риск субсидиарной ответственности, главный бухгалтер должен достоверно вести отчетность организации, не допускать искажения учетных сведений, исключать случаи сокрытия активов компании, проводить регулярный аудит бухгалтерской документации, обеспечивать надежное хранение документов с целью передачи их арбитражному управляющему.

Судебная практика подтверждает, что при разрешении спора, главному бухгалтеру не следует проявлять в судебном заседании пассивность как стороны в деле, поскольку это чревато увеличением риска субсидиарной ответственности, что, в конечном итоге, может привести к возложению ответственности, например, в случае, установления факта его осведомленности о признаках неплатежеспособности (недостаточности имущества) и действий в целях причинения вреда интересам кредитора. Стороне защиты необходимо активно пользоваться процессуальными правами, представлять доказательства, подтверждающие свою точку зрения, о чем прямо указано в положениях арбитражного процессуального законодательства.

Риск ответственности будет снижаться не в зависимости от формальностей, связанных, например, с формулированием должностных обязанностей. Важным будет являться именно тщательное и достоверное ведение главным бухгалтером отчетности, надежное хранение документов, своевременное сообщение органам управления основных финансовых показателей, что и будет минимизировать риск субсидиарной ответственности.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) // СПС «КонсультантПлюс».

2. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» // СПС «КонсультантПлюс».

3. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // СПС «КонсультантПлюс».

4. Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 21.12.2017 № 53 «О некоторых, связанных с привлечением контролирующих должника лиц к ответственности при банкротстве» // СПС «КонсультантПлюс».

5. Письмо ФНС России от 16.08.2017 № СА-4-18/16148 «О применении налоговыми органами положений главы III.2 Федерального закона от 26.10.2002 № 127-ФЗ» // СПС «КонсультантПлюс».

УДК 32.019.5

Пути развития правового регулирования взаимодействия органов власти со средствами массовой информации

Колышкина Т.Б., канд. филол. наук, доцент

Бортыков В.Р.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье анализируются вызовы цифровизации медиапространства, требующие модернизации правового регулирования взаимодействия государства и СМИ. Обосновывается необходимость разработки модельного закона о цифровых СМИ, устанавливающего статус онлайн-платформ, баланс свобод и ответственности, а также механизмы противодействия дезинформации. Рассматриваются концепции «умного регулирования» и медиаплюрализма как инструменты создания гибкой правовой системы, адаптированной к технологическим изменениям.

Ключевые слова: цифровизация, СМИ, органы власти, регулирование

Pathways for developing legal regulation of interaction between government authorities and mass media in the modern world

Kolyshkina T.B., candidate of philological sciences, associate professor

Bortyakov V.R.

Abstract. The article examines the challenges of digitalization in the media sphere that necessitate modernization of legal frameworks governing state-media relations. It substantiates the need for developing a Model Digital Media Law to establish the status of online platforms, balance freedoms and responsibilities, and implement mechanisms to counter disinformation. The concepts of "smart regulation" and media pluralism are explored as tools for creating an adaptive legal system responsive to technological transformations.

Keywords: digitalization, mass media, government authorities, regulation

В эпоху цифровизации взаимодействие власти и медиа приобретает новые формы, требуя пересмотра текущих подходов. С одной стороны, СМИ остаются ключевым каналом коммуникации с обществом, с другой – распространение фейков и алгоритмизация контента создают вызовы для государственного управления.

Традиционные законы о СМИ, разработанные в эпоху доминирования печатных и телевизионных медиа, зачастую не учитывают специфику цифровых платформ, социальных сетей и новых форматов коммуникации. В связи с этим актуальной становится разработка Модельного закона о цифровых СМИ – универсального правового акта, который мог бы служить основой для национальных законодательств [1, с. 47].

К целям и задачам Модельного закона можно отнести: установление четкого правового статуса цифровых СМИ, включая онлайн-издания, блоги, подкасты и социальные сети; определение критериев отнесения контент-производителей к СМИ (по объему аудитории, периодичности публикаций и уровню влияния); баланс между свободой выражения мнений и ответственностью за распространение информации; создание прозрачных правил для агрегаторов новостей и алгоритмов ранжирования контента; защиту пользователей от дезинформации и вредоносного контента без избыточного ограничения свободы слова.

Обязательно включение в Модельный закон прав и обязанностей цифровых СМИ. Так, например, к правам можно отнести доступ к официальной информации наравне с традиционными СМИ, защиту журналистских источников, возможность аккредитации при госорганах; к обязанностям – соблюдение норм о проверке фактов; маркировку рекламы и спонсорских материалов; оперативное исправление недостоверной информации.

Модельный закон может учитывать лучшие практики международного опыта. Например, европейского опыта – в части регулирования ответственности платформ, опыта Германии – в части борьбы с противоправным контентом или принципы ОБСЕ по свободе СМИ в цифровую эпоху.

Модельный закон о цифровых СМИ позволит создать гибкую правовую систему, которая не отстает от технологических изменений, защищает права как пользователей, так и создателей контента и обеспечивает баланс между свободой слова и общественной безопасностью [1, с. 49]. Такой закон может стать основой для национальных законодательных инициатив, что будет способствовать развитию свободного и ответственного цифрового медиапространства.

В целях обеспечения баланса между свободой слова, общественной безопасностью и эффективным государственным управлением возможно реализация концепции «умного регулирования», которая предлагает гибкий, адаптивный подход, сочетающий правовые нормы, саморегулирование и технологические решения.

К ключевым направлениям реализации концепции можно отнести:

- регулирование цифровых платформ (необходимо разработать обязательства платформ, а именно четкие правила модерации контента, маркировка ботов и автоматизированных аккаунтов, отчетность о блокировках);

- борьбу с дезинформацией (создание независимых фактчекинговых организаций при участии государства, СМИ и гражданского общества, разработка добровольных стандартов проверки информации);

- доступ к информации (цифровые инструменты такие, как единые порталы запросов к госорганам, открытые платформы для журналистов, стимулирование госструктур к публикации данных в машиночитаемом формате);

- поддержку медиаграмотности (образовательные программы для населения, гранты на проекты по критическому мышлению) [3, с. 17].

Соответственно, «умное регулирование» в сфере государственно-медийных отношений требует отказа от избыточной централизации в пользу гибких моделей, активного вовлечения технологий и гражданского общества и постоянного мониторинга эффективности мер.

В части развития демократического общества, обеспечивающего разнообразие источников информации, независимость СМИ и равный доступ к медиарынку, возможна разработка Закона о медиаплюрализме. Он призван предотвратить монополизацию, цензуру и политическое давление на средства массовой информации, создавая правовые гарантии

для свободного функционирования медиасреды. В условиях цифровизации медиасобственности такой закон становится особенно актуальным.

К ключевым механизмам регулирования можно отнести ограничение концентрации медиасобственности (например, установление максимальной доли рынка для одного владельца), прозрачность собственности и финансирования – обязательная публикация бенефициаров медиакомпаний и контроль за государственным финансированием СМИ (чтобы избежать скрытой пропаганды), поддержка независимых и локальных СМИ через гранты и налоговые льготы для малых и региональных медиа [2, с. 43].

Введение Закона о медиаплюрализме потребует создания независимого медиарегулятора, развития альтернативных источников финансирования (краудфандинг, подписки) и международного сотрудничества в регулировании цифровых гигантов.

Таким образом, совершенствование законодательства в сфере взаимодействия власти и СМИ должно основываться на принципах пропорциональности (соразмерность ограничений), технологической нейтральности (нормы, не привязанные к конкретным платформам), международной совместимости (учет лучших мировых практик).

Перспективным направлением представляется разработка комплексного медиакодекса, объединяющего нормы о традиционных и цифровых СМИ с механизмами общественного контроля [1, с. 15].

Библиографический список

1. Колесник О.А. Особенности взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 2–2. С. 46–48.

2. Сорокина М.Д., Мичурова А.С., Дворянинова С.А., Емец Е.А. Медиакоммуникации в политике: взаимодействие традиционных и цифровых СМИ в формировании общественного мнения // Теории и проблемы политических исследований. 2024. Том 13. № 10А. С. 41-43.

3. Косарева К.И. Поиск новых форм взаимодействия со СМИ в органах государственной власти // Социально-экономические явления и процессы. 2023. № 2 (106). С. 15-18.

Основные тематические группы обращений граждан в социальных сетях по проблемным вопросам работы органов исполнительной власти (на примере территориальных администраций г. Ярославля)

Колышкина Т.Б., канд. филол. наук, доцент

Петренко А.П.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье автором проведен анализ основных тематических групп обращений граждан в социальных сетях по проблемным вопросам работы территориальных администраций районов г. Ярославля. Рассмотрены основные функции Центра управления регионом Ярославской области в сфере координации работы с обращениями через государственные паблики.

Ключевые слова: обращение, государственный паблик, публикация, территориальная администрация

Main thematic groups of citizens' appeals in social networks on problematic issues of the work of executive authorities (using the example of territorial administrations of the city of Yaroslavl)

Kolyshkina T.B., candidate of philological sciences, associate professor

Petrenko A.P.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article the authors analyzed the main thematic groups of citizens' appeals in social networks on problematic issues of the work of territorial administrations of the districts of Yaroslavl. The main functions of the Regional Management Center of the Yaroslavl Region in the sphere of coordinating work with appeals through state publics are considered.

Keywords: appeal, state public, publication, territorial administration

Внедрение современных технологий, которые могут свободно использоваться в любое время и в любом месте, приводят к новому качеству реализации конституционных прав и свобод человека. Цифровизация, т.е. процесс внедрения программных решений на основе

цифровых технологий, обуславливает множество новых социально-экономических эффектов. Их достижение получило широко известное на данный момент определение – цифровая трансформация. Использование модели цифровой трансформации в государственном управлении способствует созданию новых каналов связи с гражданами.

С развитием новых технологических решений и появлением новых устройств связи структура медиапотребления в стране перенесла существенные изменения. Произошла трансформация традиционных каналов коммуникации (телевидение, радио, печатные издания и др.), обеспечивающих взаимодействие между государством и обществом. Международные исследования показывают, что пользователи рассматривают социальные сети и как механизм для повышения осведомленности о социальных и политических проблемах, и как способ привлечения внимания должностных лиц к этим вопросам и оказания влияния на политические решения в стране. В начале 2025 года в России насчитывалось 106 миллионов пользователей социальных сетей [5].

Сформировались новые инструменты взаимодействия органов государственной власти и граждан, среди которых особое место занимают государственные паблики (далее – госпаблики) – официальные страницы органов власти различных уровней в социальных сетях [3, с. 106].

В основе определения общих принципов работы госпабликов лежит ряд нормативно-правовых документов разных уровней. В 2023 году на федеральном уровне был закреплён статус аккаунтов органов власти в социальных сетях, как официальных каналов распространения информации, и были разработаны специальные методические рекомендации по работе с ними [1].

В Ярославской области (далее – ЯО) общую координацию деятельности госпабликов осуществляет Центр управления регионом (далее – ЦУР) Ярославской области. ЦУР – это центр мониторинга, который обеспечивает обратную связь с гражданами, создаёт аналитические материалы и вырабатывает предложения по развитию [2].

В сфере координации работы госпабликов центр выполняет такие основные функции как:

- мониторинг информационного пространства и выявление проблемных тем, требующих освещения в госпабликах;
- анализ эффективности госпабликов и выработка рекомендаций по их совершенствованию;
- маршрутизация обращений граждан, поступающих через госпаблики.

Важным элементом работы ЦУР ЯО является система мониторинга и реагирования на комментарии и публикации «Инцидент Менеджмент».

Все сообщения о социально-бытовых проблемах, адресованные напрямую органу власти или другому пользователю, автоматически фиксируются, а затем перенаправляются для обработки в профильные ведомства. После чего пользователь получает ответ на вопрос в комментариях к своему обращению в социальных сетях.

Обращения, обрабатываемые в системе «Инцидент Менеджмент», поступают из различных источников. Количество таких источников составляет несколько десятков, к ним относятся, например, аккаунты в социальных сетях Губернатора ЯО, Правительства ЯО, администраций муниципальных образований, департаментов и управлений ЯО, министерств, учреждений социальной сферы, должностных лиц, а также всевозможные страницы новостных группы («Жесть Ярославль», «Подслушано Гаврилов-Ям» и др.). Ежедневно отделом обрабатывается более одной тысячи обращений.

К основным органам исполнительной власти г. Ярославля относятся районные территориальные администрации. Средняя численность населения районов на 01.01.2020 г. составляла 100,5 тыс. человек [4]. Ведение собственного госпаблика каждой администрацией позволяет выполнить ряд ключевых задач. Во-первых, оперативное информирование населения (публикация новостей о жизни района, оповещение о чрезвычайной ситуации, разъяснение правовых изменений и т.д.). Во-вторых, обеспечение обратной связи с гражданами (ответы на вопросы, сбор мнений, публикация результатов деятельности администрации). Рассмотрим и проанализируем эффективность госпабликов территориальных администраций города в социальной сети «ВКонтакте» (табл. 1).

Таблица 1. Характеристика госпабликов территориальных администраций г. Ярославль, за период декабрь 2024 г. – февраль 2025 г.

Территориальная администрация	Суммарное количество подписчиков (чел.)	Средний охват публикаций в месяц (чел.)	Среднее количество публикаций в неделю (шт.)
Дзержинский район	5800	660	8
Кировский и Ленинский районы	3200	342	10
Красноперекопский и Фрунзенский районы	5300	435	9
Заволжский район	4300	647	10

Исходя из представленных в таблице данных хороший уровень вовлеченности аудитории показывает Заволжский район (15,0%), Дзержинский район (11,4%), Кировский и Ленинский районы (10,7%). Красноперекоский и Фрунзенский районы, несмотря на значительное число подписчиков, показывают низкий охват (8,2%). Данные результаты могут быть обусловлены неэффективностью публикуемого контента, отсутствием активного взаимодействия с аудиторией.

Территориальные администрации районов г. Ярославль, как и другие органы исполнительной власти, готовят ответы на вопросы граждан не только под собственными постами на официальной странице, но и под другими источниками, включая личные сообщения.

По информации, предоставленной ЦУР ЯО, в период с 1 декабря 2024 г. по 28 февраля 2025 г., количество поступивших обращений в систему «Инцидент Менеджмент» представлено в таблице 2.

Таблица 2. Количество обращений, поступивших в систему «Инцидент Менеджмент» и относящихся к ведению территориальных администраций г. Ярославль

Территориальная администрация	Количество обращений (шт.)		
	Декабрь 2024 г.	Январь 2025 г.	Февраль 2025 г.
Дзержинский район	220	196	204
Кировский и Ленинский районы	207	200	215
Красноперекоский и Фрунзенский районы	260	235	210
Заволжский район	112	136	122

К основным группам обращений граждан по проблемным вопросам работы территориальных администраций г. Ярославля относятся:

- благоустройство (нарушение правил уборки от снега и наледи внутридворового проезда, тротуара; неисправные фонари освещения; уборка территорий и др.);

- ЖКХ (ненадлежащее качество или отсутствие отопления; отсутствие электричества; содержание контейнерных площадок и др.).

На формирование таких групп оказывает влияние сезонный фактор, так как зимний период обостряет проблемы, связанные с уборкой снега, отоплением, электроэнергией. Детальный анализ поступающих обращений, органам исполнительной власти позволит усилить контроль над работой коммунальных служб в зимний период, а также подготовиться

к следующему сезону с учетом тех проблем, которые были выявлены ранее.

Использование государственных пабликов как средства коммуникации граждан с органами власти с каждым годом набирает популярность. Пользователи социальных сетей активно оставляют комментарии по работе органов исполнительной власти. Практика работы ЦУР ЯО показывает, что Правительство Ярославской области ведет активную политику по популяризации государственных пабликов, а также особое внимание уделяет вопросам обработки комментариев, публикуемых гражданами на социально-значимые темы. Анализ госпабликов территориальных администраций районов г. Ярославля показал, что необходимо эффективнее работать с контентом и аудиторией, для повышения уровня ее вовлеченности. Публикация актуальных, информативных, интересных материалов также может повлиять на статистику обращений от граждан.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». Документ предоставлен СПС «КонсультантПлюс».

2. Постановление Правительства Ярославской области от 30.06.2020 № 553-п «Об утверждении Положения об организации работы Правительства Ярославской области и иных исполнительных органов Ярославской области с сообщениями из открытых источников».

3. Рослякова М.В. Официальные страницы администраций городов России в социальных сетях: анализ активности и вовлеченности аудитории // Социодинамика. 2024. № 12. С. 105-115.

4. Официальный портал города Ярославля [Электронный ресурс]. URL: <https://city-yaroslavl.ru/> (дата обращения 01.06.2025).

5. Статистика интернета и социальных сетей России на 2025 год: главные тренды и цифры [Электронный ресурс]. URL: https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socialnyh-setej-rossii-na-2025-god-glavnye-trendy-i-cifry/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f (дата обращения 01.06.2025).

Проблемы защиты прав потребителей туристических услуг

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

Бухаркина С.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы защиты прав потребителей в сфере туризма, включая ненадлежащее исполнение договоров, сложности доказывания и несовершенство законодательства. Анализируется судебная практика и предлагаются меры по улучшению ситуации, такие как ужесточение регулирования договоров и упрощение процедуры доказывания.

Ключевые слова: туризм, защита прав потребителей, судебная практика

Problems of consumer protection of tourist services

Kuznetsova S.O., candidate of legal sciences

Bukharkina S.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article examines the problems of consumer protection in the field of tourism, including improper execution of contracts, difficulties in proving and imperfection of legislation. Judicial practice is analyzed and measures are proposed to improve the situation, such as stricter regulation of contracts and simplification of the evidentiary procedure.

Keywords: tourism, consumer protection, judicial practice

Сфера туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Однако вместе с ростом числа туристических услуг увеличивается и количество нарушений прав потребителей. Несмотря на существующую нормативно-правовую базу, туристы нередко сталкиваются с недобросовестным исполнением договоров, мошенничеством, недостоверной информацией и другими проблемами.

В России основными нормативными актами, регулирующими данную сферу, являются Закон РФ «О защите прав потребителей», Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Воздушный кодекс РФ (в части авиаперевозок). Кроме того, важную роль играют международные соглашения, такие как Монреальская конвенция 1999 года, регулирующая ответственность авиаперевозчиков [1]. Однако, как отмечают исследователи, существующее законодательство не всегда эффективно защищает интересы туристов.

Одной из ключевых проблем является ненадлежащее исполнение договоров и отказ в возврате средств. Например, в деле, рассмотренном Пятым кассационным судом в феврале 2024 года [5], истец отказался от гостиничных услуг, но туроператор вернул лишь часть денег, несмотря на требования ст. 782 ГК РФ и ст. 32 Закона «О защите прав потребителей». Суд удовлетворил иск частично, снизив размер неустойки и штрафа, что создает прецедент для злоупотреблений со стороны туроператоров [2].

Еще одной серьезной проблемой является некачественное оказание услуг и сложности в доказывании этого. В январе 2024 года Третий кассационный суд рассматривал дело [6], где туристка столкнулась с антисанитарными условиями в отеле, включая плесень и грязный пляж. Туроператор отрицал нарушения, и, хотя истец предоставила фото и видео, суд первой инстанции изначально отказал в иске. Это подчеркивает отсутствие четких стандартов качества для отелей, особенно зарубежных, и несправедливое распределение бремени доказывания на потребителя [3].

Формальные условия договоров также часто становятся причиной отказа в удовлетворении требований туристов. В марте 2024 года Второй кассационный суд отказал истцу [7], жаловавшемуся на отсутствие кондиционирования и грязный пляж, сославшись на расплывчатые формулировки в договоре, такие как «галечный пляж с каменистым входом». Туроператоры активно используют подобные формулировки, чтобы избежать ответственности, а суды часто встают на их сторону, если условия формально соответствуют договору [4].

Анализ судебных решений по защите прав потребителей туристических услуг позволяет выявить ряд особенностей, с которыми сталкиваются туристы при отстаивании своих прав. Суды активно применяют законодательство о защите прав потребителей, включая Закон РФ «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс РФ и Федеральный закон «Об основах туристской деятельности». Например, в делах часто используются статьи 13, 28 и 29 Закона РФ «О защите прав потребителей», которые предусматривают право на компенсацию убытков, неустойку и отказ от договора. Также суды ссылаются на статьи

782, 395 и 333 Гражданского кодекса РФ, регулирующие отказ от услуг, проценты за неисполнение обязательств и снижение неустойки. Важно отметить, что туроператоры несут ответственность за все услуги, включая те, которые оказываются третьими лицами, такими как отели или перевозчики.

Суды тщательно анализируют формулировки договора, и часто расплывчатые описания, такие как «галечный пляж» или «возможны неудобства», затрудняют доказательство нарушений. В некоторых случаях суды отклоняют иски, если условия договора формально соблюдены, даже если услуги не соответствуют ожиданиям туристов.

Доказывание факта предоставления услуг ненадлежащего качества является ещё одной особенностью. Потребители должны предоставлять фото- и видеоматериалы, чеки, переписку с туроператором и другие доказательства. Например, в одном из дел истец смог выиграть дело, предоставив фотографии плесени в номере и грязного пляжа. Однако суды первой инстанции нередко отклоняют такие доказательства как «недостаточные», что вынуждает потребителей обращаться в апелляционные инстанции [3]. Отсутствие единых стандартов качества услуг, особенно для зарубежных отелей, также осложняет процесс. Суды учитывают местные нормы, которые могут отличаться от ожиданий туристов, что иногда приводит к отказу в удовлетворении исков.

Бремя доказывания лежит на потребителе, который должен доказать, что услуги были оказаны ненадлежащим образом. Если доказательства не собраны (например, отсутствуют фото или видео нарушений), суд, как правило, отказывает в иске. Кроме того, возмещение морального вреда взыскивается редко и в небольших размерах, обычно в пределах 20-50 тысяч рублей. Для успешного взыскания необходимо доказать сильные страдания, например, вызванные болезнью из-за антисанитарных условий.

На основе анализа судебной практики можно выделить следующие проблемы: неопределенность стандартов качества, сложности с возмещением убытков и несовершенство досудебного урегулирования. Нет единых требований к описанию услуг в договорах, а зарубежные отели оцениваются по местным стандартам, которые могут не соответствовать ожиданиям туристов. Кроме того, суды часто снижают неустойки, ссылаясь на ст. 333 Гражданского кодекса РФ, что снижает эффективность защиты прав потребителей. Потребители вынуждены обращаться в суд, так как их претензии часто игнорируются на досудебной стадии.

Для решения этих проблем необходим комплексный подход. В-первых, следует ужесточить регулирование договоров, введя обязательные стандарты описания услуг, такие как требования к чистоте пляжа и

состоянию номеров. Также важно закрепить в Законе РФ «О защите прав потребителей» право туриста на односторонний отказ от договора без штрафов при существенных нарушениях. Во-вторых, необходимо создать гарантийные механизмы, например, развить систему гарантийных фондов по аналогии с ЕС или ввести обязательное страхование ответственности туроператоров. В-третьих, важно упростить процедуру доказывания, признавая фото-, видеофиксацию и независимые экспертные заключения достаточными доказательствами. Кроме того, можно ввести презумпцию вины туроператора при наличии жалоб от нескольких туристов.

Таким образом, анализ судебной практики показывает, что защита прав потребителей в туризме остается слабой из-за пробелов в законодательстве и несовершенства правоприменения. Для изменений необходимы четкие стандарты качества услуг, усиление ответственности туроператоров и развитие досудебных механизмов урегулирования споров. Только комплексный подход позволит снизить количество конфликтов и повысить доверие к отрасли.

Библиографический список

1. Конвенция для унификации некоторых правил международных воздушных перевозок (заключена в г. Монреале 28.05.1999). Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 № 60-ФЗ. Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
3. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
4. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
5. Определение Пятого кассационного суда общей юрисдикции от 07.02.2024 № 88-837/2024 (УИД 26RS0029-01-2022-005204-50). Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
6. Определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 24.01.2024 по делу № 88-1220/2024 (УИД 78RS0006-01-2022-007721-81). Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
7. Определение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 01.03.2024 № 88-4195/2024 по делу № 2-202/37/2023 (УИД 77MS0037-01-2023-000350-05). Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».

Возникновение права муниципальной собственности на земельные участки в процессе разграничения и перераспределения: проблемы и перспективы

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

Гребенщикова Е.С.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Вопрос возникновения права муниципальной собственности на земельные участки в контексте разграничения и перераспределения государственной собственности представляет собой одну из ключевых проблем земельного и публичного права. Автором предлагаются направления для их решения с помощью доработки законодательства.

Ключевые слова: собственность, публичная, муниципальная, земельные участки, разграничение, перераспределение

The emergence of municipal ownership of land plots in the process of delimitation and redistribution: problems and prospects

Kuznetsova S.O., candidate of legal sciences

Grebenshchikova E.S.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The issue of the emergence of municipal ownership of land plots in the context of delimitation and redistribution of state property is one of the key problems of land and public law. The author suggests directions for their solution by improving the legislation.

Keywords: property, public, municipal, land plots, delimitation, redistribution

Законодатель, определяя государственную собственность на землю как федеральную, региональную и муниципальную, закладывает основу правового разграничения компетенций в отношении управления земельным фондом. Из содержания ст. 16 Земельного кодекса Российской Федерации (далее – ЗК РФ) [1] вытекает, что признание определенного

земельного участка как находящегося в собственности того или иного публичного образования является юридическим условием для возникновения и реализации полномочий в сфере владения, пользования и распоряжения земельными участками.

Многие авторы сходятся во мнении, что законодатель не закрепил в нормативных актах четкого определения термина «разграничение публичной собственности» [2]. Вместе с тем из смысла п. 2 ст. 16, а также в ст. 17 ЗК РФ следует, что под разграничением государственной собственности на землю понимается нормативно установленный процесс отнесения конкретных земельных участков к собственности либо Российской Федерации, либо субъектов Российской Федерации, либо муниципальных образований. Это означает юридическое определение публичного собственника земельного участка, ранее находившегося в составе так называемой неразграниченной государственной собственности.

В научной литературе категория разграничения рассматривается как: «правоотношение, включающее в себя субъектный состав, объект и содержание, направленное на установление и закрепление права собственности за определенным публично-правовым образованием – Российской Федерацией, субъектами Российской Федерации или муниципальными образованиями» [2].

Статья 17 ЗК РФ закрепляет основания возникновения федеральной собственности на землю, включая случаи, когда земельный участок был признан таковым в результате разграничения. Отметим, что аналогичная логика применима к субъектовой и муниципальной собственности, несмотря на отсутствие прямой формулировки в данной статье. Из этого следует, что факт разграничения сам по себе является юридическим основанием возникновения права собственности.

Понятие перераспределения земельных участков, в свою очередь, предусмотрено в ст. 39.27 и 39.28 ЗК РФ. Оно охватывает отношения, связанные с изменением правового режима земельного участка путем изменения субъекта публичной собственности, а также передачей части или целиком земельных участков в другую категорию собственности – например, из федеральной собственности в муниципальную. При этом перераспределение может происходить как между публичными субъектами, так и с участием частного собственника.

В юридической науке понятие перераспределения оценивается как: «особый способ образования земельных участков, при котором прекращается существование ряда смежных участков и образуются иные участки с новыми характеристиками» [5]. Э.А. Грядя трактует соглашение

о перераспределении как непоименованный договор, к которому применяются общие правила обязательственного права, при этом существенными признаются индивидуальные характеристики образуемых участков [3]. В то же время В.А. Майборода подчеркивает, что: «институт перераспределения публичных земель представляет собой средство упорядочивания территориальных границ, устранения вкрапленных или «вклиненных» участков, что особенно актуально в условиях плотной городской застройки» [4].

Однако несмотря на разработанность понятийного аппарата в доктрине и наличии нормативных оснований в ЗК РФ, в правоприменительной практике наблюдается устойчивая тенденция к возникновению конфликтов, обусловленных неясностью правового регулирования и отсутствием четких процедур разграничения и перераспределения земельных участков. Это указывает на системную правовую проблему – нормативную неопределенность статуса земель, находящихся в так называемой неразграниченной собственности, и отсутствие действенного механизма их отнесения к конкретному публичному субъекту.

Одним из подтверждений данной проблемы служит Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 07.03.2024 г. по делу № А54-4980/2023, в котором истец – муниципальное образование – оспаривал отказ территориального органа в регистрации права муниципальной собственности на земельный участок, фактически используемый для нужд местного самоуправления. Суд указал, что наличие фактического использования земельного участка муниципалитетом не является достаточным основанием для признания за ним права собственности при отсутствии соответствующего акта разграничения. Из этого следует, что даже при наличии объективной связи земельного участка с функциями муниципального образования, юридическое оформление прав на него невозможно без соблюдения установленной формы разграничения, что затрудняет реализацию полномочий муниципалитетов в сфере земельных отношений.

Аналогичная проблема выявляется и в Кассационном определении Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 11.02.2025 № 88а-2782/2025, где в споре между органом местного самоуправления и территориальным управлением Росреестра возник вопрос о правомерности отказа в регистрации права на земельный участок, используемый под зданием, находящимся в муниципальной собственности. Суд указал, что отсутствие данных о разграничении права государственной собственности на соответствующий земельный участок делает невозможной регистрацию

права муниципальной собственности. При этом суд подчеркнул, что надлежащим основанием для регистрации права собственности является правовой акт, подтверждающий факт разграничения.

Таким образом, судебная практика подтверждает наличие существенных трудностей, связанных с правовым оформлением результатов разграничения и перераспределения земель. Видится, что причиной обращений в суд становится:

- отсутствие или ненадлежащее оформление актов разграничения;
- расхождения между фактическим землепользованием и юридическим статусом земельного участка;
- отказ в регистрации прав собственности со стороны Росреестра по формальным основаниям;
- невозможность идентификации публичного собственника земельного участка.

Проблема усугубляется тем, что даже при наличии в распоряжении органа местного самоуправления нормативных и технических документов, подтверждающих основание для возникновения права собственности, надлежащая правовая связь с объектом недвижимости не признается без процедуры разграничения. В связи с этим институты разграничения и перераспределения приобретают не только теоретико-правовое, но и выраженное практическое значение как условие легализации земельной базы органов публичной власти. Следовательно, отсутствие четкого и унифицированного механизма реализации положений ст. 11, 17, 39.27–39.28 ЗК РФ приводит к затруднениям в обеспечении законного и стабильного правового режима владения земельными участками, прежде всего – для муниципальных образований.

Указанные обстоятельства позволяют заключить, что проблема разграничения и перераспределения публичной собственности на землю остается актуальной не только на уровне правовой теории, но и в аспекте обеспечения стабильности прав субъектов публичной власти. В свете изложенного назрела необходимость в доработке законодательства в части:

- легального определения понятий «разграничение» и «перераспределение»;
- стандартизации процедур оформления права собственности при передаче земель из федеральной или субъектовой собственности в муниципальную;
- нормативного упрощения государственной регистрации прав в случаях, когда земельный участок уже используется органами местного самоуправления по назначению.

Такой подход позволит не только устранить неопределенность, но и повысит правовую устойчивость и эффективность управления муниципальными землями.

Библиографический список

1. Земельный кодекс Российской Федерации» от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 20.03.2025). Документ представлен СПС «КонсультантПлюс».
2. Власов Д.П. Проблемы разграничения публичной собственности на землю в Российской Федерации // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 49. С. 898-902.
3. Грядя Э.А. Правовая природа соглашения о перераспределении земельных участков // Юрист. 2013. № 18. С. 19-23.
4. Майборода В.А. Институт перераспределения земель публичной собственности в земельном праве // Российская юстиция. 2015. № 1. С. 9-12.
5. Хубиева М.Х. Правовые аспекты перераспределения частных и публичных земель // Экологическое право. 2022. № 3. С. 37-41.

УДК 349.3

Проблемы совершенствования законодательства Российской Федерации в системе социального обеспечения

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

Корякина А.В.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены наиболее актуальные проблемы совершенствования законодательства Российской Федерации в системе социального обеспечения, проведен анализ существующего законодательства. Кроме того, авторами рассмотрен вопрос принятия Социального кодекса Российской Федерации и создания единой концепции права социального обеспечения.

Ключевые слова: социальная политика, социальное обеспечение, закон, социальный кодекс

Problems of improving the legislation of the Russian Federation in the social security system

Kuznetsova S.O., candidate of law sciences

Koryakina A.V.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider the most pressing problems of improving the legislation of the Russian Federation in the social security system, and analyze the existing legislation. In addition, the authors considered the issue of adopting the Social Code of the Russian Federation and creating a unified concept of social security law.

Keywords: social policy, social security, law, the social code

Конституция Российской Федерации провозглашает наше государство социальным. Это значит, что государство обязано гарантировать каждому человеку достойный уровень жизни и обеспечить социальное обеспечение. Президент России в своем Послании Федеральному Собранию акцентировал внимание на том, что важнейшие цели государства — это забота о благополучии граждан и помощь семьям с детьми, а также подчеркнул, что эти меры необходимы для сохранения и развития общества [1].

В России проводится социальная политика, которая включает в себя различные меры по улучшению благосостояния и социального положения граждан, и меры по сокращению количества нуждающихся. Эти меры регулируются обширной законодательной базой. В научных трудах по юриспруденции можно встретить мнение о том, что в области социального обеспечения существует огромное количество законов и подзаконных актов, которые регулируют правоотношения. Причём эти документы есть как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Некоторые российские специалисты в области права отмечают, что в условиях существования региональных законодательных актов наблюдается тенденция к отходу государства от принципа универсальности социальной защиты. Они обращают внимание на то, что социальные расходы перекладываются на регионы с разным уровнем экономического развития, а также указывают на случаи, когда федеральные нормы дублируются в региональных законах.

Но есть и другое мнение, заключающееся в том, что право на социальную защиту, закреплённое в Конституции, должно оставаться в компетенции как федерального центра, так и регионов, независимо от того, на каком этапе развития находится страна и насколько централизована власть [4].

Законодатель использует для социальных выплат понятия, которые не имеют четкой системы. Это затрудняет классификацию видов и форм социальной поддержки, мешает формированию единого научного подхода к пониманию отдельных видов социального обеспечения и приводит к правовым конфликтам.

В праве социального обеспечения существует множество терминов, которые необходимо чётко разграничить и дать им юридическое определение. Тем не менее, в существующих правовых нормах эта проблема не имеет решения: определения остаются расплывчатыми, а их взаимозависимость не определена.

К примеру, анализ Федерального закона «О государственной социальной помощи» от 17.07.1999 № 178-ФЗ демонстрирует, что государственная социальная помощь может предоставляться в виде социальных пособий, доплат к пенсии, субсидий, социальных услуг и жизненно необходимых товаров. Это могут быть денежные выплаты, дополнительные средства к пенсии, субсидии, предоставление услуг и жизненно важных товаров. Стоит отметить, что в статье 12 указанного закона оказание государственной социальной помощи осуществляется в следующих видах: денежные выплаты (социальные пособия, субсидии и другие выплаты); натуральная помощь (топливо, продукты питания, одежда, обувь, медикаменты и другие виды натуральной помощи).

Такая размытость формулировок на федеральном уровне может оказать негативное влияние на законодательство регионов России и усложнить правоприменительную практику [2].

В связи с этим, проблема ясного разграничения типов и форматов государственной социальной поддержки представляет собой важную задачу, которая имеет как теоретическую, так и практическую значимость.

Сегодня право социального обеспечения, одна из ключевых отраслей, активно развивается и расширяется. Появляются новые виды социальной помощи, что требует постоянного мониторинга системы и её соответствия нормам. Несоблюдение этого условия может привести к правовым конфликтам, затрудняя как законотворчество, так и правоприменение [3].

Федеральный закон «Об основах обязательного социального страхования» от 16.07.1999 № 165-ФЗ, Федеральный закон «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» от 24.07.1998 № 125-ФЗ и Федеральный закон «О страховых пенсиях» от 28.12.2013 № 400-ФЗ по-разному трактуют понятия «страховой случай», «страховой взнос» и «страховой стаж». Унификация позволила бы решить проблему разночтений и предотвратить юридические конфликты.

Создание единой концепции права социального обеспечения в соответствии с международными стандартами позволит решить ключевые проблемы и предотвратить указанные выше трудности. Это будет способствовать реализации главной цели социального обеспечения — гарантировать достойный уровень жизни человека.

Социальное обеспечение — ключевой аспект внутренней политики. Систематизация законодательства в этой сфере необходима. Кодификация — эффективный способ упорядочить законы о социальном обеспечении. Однако вопрос о кодификации права социального обеспечения в России остается открытым. Это актуальная проблема современного законодательства.

Всё чаще звучат предложения о разработке и принятии единого Социального кодекса Российской Федерации. Этот документ должен стать фундаментом для регулирования социальных отношений на территории всей страны. Он позволит систематизировать и объединить различные правовые нормы в этой сфере. В сфере общественных отношений, которые регулируются гражданским, уголовным, административным и другими отраслями права, уже существуют кодифицированные акты. Это связано с тем, что кодекс способен объединить и систематизировать правовые источники [5].

В процессе кодификации создаётся новая социальная доктрина. Это позволяет:

- определить основные принципы права социального обеспечения;
- установить стандартизированные показатели для оценки уровня нуждаемости, используя международные подходы к анализу бедности.

Чтобы привести в порядок терминологию в области социального обеспечения, предлагается разработать Социальный кодекс. Он будет регулировать отношения, связанные с государственным пенсионным обеспечением, социальными пособиями, помощью и обслуживанием граждан [5].

Механизмы страхования, такие как социальное, пенсионное и медицинское страхование, должны оставаться в сфере действия соответствующих федеральных законов.

Учитывая, что субъекты Российской Федерации имеют право опережающего законодательного регулирования в определённых областях, а также их финансовые возможности, можно предположить, что первым шагом к созданию Социального кодекса России станет кодификация права социального обеспечения на региональном уровне.

Библиографический список

1. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 01.03.2018.

2. Федеральный закон от 17.07.1999 № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи».

3. Кирилловых А.А. Систематизация норм о социальной защите граждан: проблемы и перспективы развития законодательства // Законодательство и экономика. 2022. № 7. С. 72–83.

4. Кобзева С.И. Некоторые аспекты законодательства о социальном обеспечении в свете конституционных изменений // Вестник университета. 2024. № 2. С. 137–143.

5. Локосов В., Ярашева А. Проект Социального кодекса Российской Федерации и социальное государство // Вестник института экономики Российской академии наук. 2021. № 2. С. 131–138.

УДК 369.041

Актуальные вопросы социального предпринимательства в России

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

Намазов Р.А.о.

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. В статье авторами рассмотрены аспекты социального предпринимательства в России, приведены основные направления социального обеспечения уязвимых слоев населения. Также авторами были обозначены основные проблемы и тенденции развития и финансирования социального предпринимательства.

Ключевые слова: социальное обеспечение, социальное предприятие, социальный эффект

Current issues of social entrepreneurship in Russia

Kuznetsova S.O., candidate of law sciences

Namazov R.A.o.

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. In the article, the authors consider aspects of social entrepreneurship in Russia, provide the main directions of social security for vulnerable groups of the population. The authors also identified the main

problems and trends in the development and financing of social entrepreneurship.

Keywords: social security, social enterprise, social impact

На территории Российской Федерации можно заниматься различными экономическими видами деятельности не нарушающих федеральные законы. Экономику в целом стоит рассматривать как источник безграничных возможностей для развития страны и государства, но важно отметить и так, что экономика также является источником повышенной опасности при не эффективной государственной политике. Все сводиться к тому, как и с помощью каких властных инструментов будет проводиться экономическая политика как внутри страны, так и в международных отношениях. Стоит понимать, что кроме государства, участниками в процессе решения социальных проблем могут быть и простые граждане.

Социальное предпринимательство представляет собой коммерческую деятельность, целью которой, является не только получение прибыли, но достижение общественно полезного результата [3].

В РФ первые упоминания про социальное предпринимательства появилось в 2019 году. В данный момент правовым ориентиром, в данной сфере, служит Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие», где отражены основные направления государственной политики по развитию предпринимательства, способы взаимодействия и предоставления финансовой помощи [1]. Важно отметить, что не каждое предприятие может претендовать на получение статуса социального предприятия. Для этого необходимо соответствовать определённым требованиям например: в штате сотрудников должны быть граждане из социально уязвимых слоев населения, также реализовывать продукцию, произведенную лицами из уязвимых слоев населения.

В данный момент в России происходит активные процессы для продвижения социального предпринимательства в экономическом направлении страны. При этом необходимо проводить мероприятия позволяющие регулировать концентрацию такого рода предприятий, для того чтобы избежать неравномерного распределения социальных предпринимателей на территории России. В данный момент наблюдается рост числа социальных предприятий в восточных и дальневосточных регионах Российской Федерации. Данный положительный рост свидетельствует о благоприятных условиях для развития социальной

сферы в ближайшем будущем. Еще одним движимым фактором в данной сфере, является повышение интереса со стороны простых предпринимателей, не имеющих специального социального статуса. Таким образом, все больше людей стремятся поучаствовать в решении социально-общественных проблем. Важно отметить, что необходимо не только увеличивать число предпринимателей, но и создавать полностью новые траектории и плоскости реализации социальных инициатив с использованием передовых технологий и общественно ориентированных проектов.

Несмотря на наличие государственного финансирования и поддержки существуют определённые проблемы, которые уменьшают социальный эффект и тормозят развитие всего направления в целом. Самым системно ориентированным, является не достаточная правовая глубина законодательства регулирующее социальное предпринимательство и определяющее основные направления развития.

На сегодняшний день можно сделать вывод, что препятствиями на пути развития социального бизнеса в РФ, является то, что нет каких-либо выделенных элементов способных подчеркнуть фундаментальные особенности социального ведения бизнеса от других видов коммерческой деятельности. В России решение социальных проблем до сих пор не принимаются бизнес-сообществом как инструмент для освоения новых возможностей и моделей для предпринимательской деятельности.

Социальные предприниматели в подавляющем числе случаев – это представители субъектов малого и среднего бизнеса. По действующему законодательству, социальное предпринимательство, является социально ответственной деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, главной задачей которого является решение социальных проблем, в том числе обеспечивающих выполнение следующих условий:

а) обеспечение занятости инвалидов, матерей, имеющих детей в возрасте до 3 лет, выпускников детских домов, а также лиц, освобожденных из мест лишения свободы в течение 2 лет, предшествующих дате проведения конкурсного отбора; лиц, при условии, что среднесписочная численность указанных категорий граждан среди их работников составляет не менее 50%, а доля в фонде оплаты труда – не менее 25%;

б) предоставление услуг (производство товаров) в следующих сферах деятельности:

– содействие профессиональной ориентации и трудоустройству, включая содействие самозанятости;

- социальное обслуживание граждан, услуги здравоохранения, физической культуры и массового спорта, проведение занятий в детских и молодежных кружках, секциях, студиях;
- предоставление образовательных услуг группам граждан, имеющим ограниченный доступ к образовательным услугам;
- содействие вовлечению в социально активную деятельность социально незащищенных групп граждан (инвалиды, сироты, выпускники детских домов, пожилые люди).

Важно отметить, что в нормативно правовых источниках не имеются четко раскрытых функциональных особенностей социального предпринимательства, что дает преимущество организациям, чьей главной задачей, является получение прибыли, а не результативный социальный эффект от предпринимательской деятельности [2].

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики на 2024 г., в активной трудовой деятельности задействованы более 70 миллионов человек. Из выше приведённых данных следует, что половина населения страны имеют статус нетрудоспособных. Для урегулирования проблемных моментов надо эффективно развивать социальное предпринимательство в стране, для того чтобы население смогло самореализоваться через труд. Это должно реализовываться, системно и с использованием практик ориентированных методов и способов с учетом зарубежного опыта.

Таким образом, социальное предпринимательство имеет стратегическое значение для социальной политики государства. Имеются все необходимые инструменты для эффективного и результативного ведения социального предпринимательства, путем получения государственного финансирования и поддержки на ранних стадиях выхода на рынок. При комплексном подходе для решения проблем социального предпринимательства их основных угроз и уязвимостей – это создаст благоприятные условия для решения острых социальных проблем внутри общества и повысит качество жизни уязвимых слоев населения страны.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие».
2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
3. Шайхатдинов В.Ш. Актуальные проблемы права социального обеспечения. - М: Юрайт, 2023. 632 с.

Обязательственное право и обязательственные правоотношения

Кузнецова С.О., канд. юр. наук

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ярославский филиал*

Аннотация. Статья посвящена комплексному исследованию института обязательственного права и особенностей формирования обязательственных правоотношений в российском праве. Рассматриваются основные элементы данной категории, такие как субъекты, объекты, причины возникновения и содержание обязательств.

Ключевые слова: обязательство, обязательственное право, правоотношение, должник, кредитор, сделка, недействительность

Law of obligations and legal relations of obligations

Kuznetsova S.O., candidate of legal sciences

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Yaroslavl branch*

Abstract. The article is devoted to a comprehensive study of the institute of law of obligations and the specifics of the formation of legal relations of obligations in Russian law. The main elements of this category are considered, such as subjects, objects, causes and content of obligations. Special attention is paid to the specifics of participation in the obligations of debtors and creditors, disclosure of liability issues for non-fulfillment of obligations, regulation of the implementation of property and other subjective rights. The author dwells in detail on the consequences of invalidating transactions, analyzing disputes related to unjustified enrichment, compensation for harm, and the specifics of corporate law.

Keywords: obligation, law of obligations, legal relationship, debtor, creditor, transaction, invalidity

Обязательственная сфера и связанная с ней система правовых взаимоотношений играют ключевую роль в правовой науке и повседневной жизни. Гражданским кодексом установлены основополагающие принципы регулирования обязательств, определяемых как обязанность одного субъекта совершить определенное действие в интересах другого либо отказаться от конкретных действий. Такие обязанности формируют систему

обязательно-правовых отношений, подлежащих учету при исполнении соответствующих соглашений.

Компоненты возникающих правовых обязательств многообразны — среди них выделяют предмет, стороны, основание возникновения и содержание. Законодательно закреплено, что участниками обязательственных отношений выступают дебитор и кредитор (п. 308 ГК РФ) [1]. Дебитор совершает необходимые действия в пользу кредитора, причем каждая сторона может включать нескольких субъектов. Примером служат ситуации с использованием тарифа (решение Верховного Суда РФ от 17 ноября 2022 г., дело № 310-ЭС22-12150 № А23-6915/2020) [2]. Заключение соглашений способно затронуть права третьих лиц, наделяя их новыми правами относительно обеих сторон обязательства.

Заключение специальных соглашений (например, о выборе юрисдикции) или изменение законодательства о применении правил к залоговому обеспечению могут привести к негативным последствиям для третьих лиц. Пострадавшее третье лицо обязано представить доказательства нарушения своих прав и интересов (пункт 35 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27 июня 2023 г., № 23) [3].

Разнообразные формы обязательственных отношений проявляются во многих областях экономики и социальной сферы, включая управление общим имуществом многоквартирных домов и оказание коммунальных услуг. Подобные взаимоотношения могут возникнуть как следствие договоренности, так и вне зависимости от нее, руководствуясь нормами законодательства.

Последствия недействительности сделок (статья 307.1 ГК РФ), контракты, нанесение ущерба имуществу (ВС РФ от 28 декабря 2023 г., дело № 308-ЭС23-26504 № А32-36837/2022), неправомерное обогащение (СКЭС ВС РФ от 28 июня 2022 г., дело № 309-ЭС22-2604, А60-10317/2021) [5], а также корпоративные споры (КС РФ от 2 декабря 2021 г., постановление № 51-П) [6] образуют ключевые основания обязательственных отношений. Помимо прочего, законодательство допускает возможность раскрытия собственником заложенного имущества определенной информации перед кредитором (например, факта передачи вещи третьим лицам), а также распоряжения ею самим собственником (пункт 9 постановления Пленума ВС РФ от 27 июня 2023 г. № 23) [3].

Правовые конструкции, касающиеся обязательственной системы, охватывают ситуации прекращения обязательств ввиду недействительности ранее совершенных сделок. Так, решения суда признают недействительным договор денежного займа и применяют последствия в виде аннулирования взаимных прав и обязанностей сторон (ВС РФ от 31 мая 2023 г., дело № 305-

ЭС23-2968(2) № А40-256409/2021) [7]. Вместе с тем, законом не установлен исчерпывающий список действий, от которых участник должен воздерживаться (судебная практика Московского округа от 10 ноября 2023 г., дело № Ф05-26307/2023 № А40-304040/2022).

Практика обязательного страхования автогражданской ответственности демонстрирует особенности защиты владельцев транспорта, предусмотренных Верховным Судом. Отсутствие точной формулировки объема передаваемых прав не служит поводом для признания договора ничтожным (абзац 2 пункта 67 постановления Пленума ВС РФ от 8 ноября 2022 г., № 31) [8].

Нередко возникает потребность разобраться в особенностях правового режима, касающегося нерегламентированных договоренностей. Здесь действуют универсальные правила Гражданского кодекса РФ, регламентирующие непредусмотренные соглашением обстоятельства. Подобная ситуация включает требования о возвращении незаконно приобретенных средств, относящиеся к области внедоговорных обязательств. Нормы права определяют рамки отношений между лицами, участвующими в гражданских отношениях, устанавливаемые нарушениями одним участником принципов добросовестности или допущенными ошибками.

Признание факта незаконного приобретения требует соблюдения трех критериев: наличие выгоды, приобретение имущества за чужой счет и отсутствие правовых оснований для обогащения. Если нарушитель осознавал незаконность своего поступка или действовал намеренно, применить соответствующие нормы затруднительно.

Проблематика обязательств приобретает особую значимость при рассмотрении дел о возмещении вреда. Как правило, судебные разбирательства связаны с дорожно-транспортными происшествиями. Причинитель вреда признается ответственным лицом даже при отсутствии собственной вины, поскольку источник повышенной опасности сам по себе создает риск нанесения повреждений другим участникам дорожного движения (абзац 2 пункта 23 постановления Пленума ВС РФ от 26 января 2010 г., № 1 и определение СК ГД ВС РФ от 18 сентября 2023 г., дело № 18-КГ23-119-К4). Однако сумма компенсаций может быть снижена судом, если отсутствуют доказательства серьезного физического или эмоционального страдания пострадавшей стороны.

Корпоративные участники рынка обязаны соблюдать ряд собственных обязательств. Конфликты внутри организаций инициируются акционерами, выступающими против отдельных положений корпоративных контрактов (постановление 19 ААС от 19 марта 2020 г., дело № 19АП-971/2020 № А14-14925/2019).

Заявителю принадлежит мнение, что корпоративный договор не предусматривает перераспределение активов общества. Им утверждается, что собственность организации не может считаться прибылью, распределяемой между членами общества пропорционально их вкладу в капитал. Таким образом, в случае соответствия нормам действующего законодательства такой договор не может быть оспорен (определение Верховного Суда РФ от 9 декабря 2021 г., дело № 307-ЭС21-23007 № А21-10335/2020) [4].

Участникам коммерческой структуры разрешено подписывать корпоративные соглашения, фиксируя собственные права или отказываясь от них. Верховный Суд постановляет, что подобные договоры не подразумевают передачу права собственности на активы и не ограничивают полномочия самой организации (постановление АС Северо-Западного округа от 28 октября 2022 г., дело № Ф07-12763/2022 № А21-1028/2022).

Юридические выводы, основанные на судебных актах, свидетельствуют, что судебным решением о признании сделки недействительной не создается негативных обстоятельств для заинтересованного залогодержателя в условиях процедуры банкротства. Признание сделки недействительной не влияет отрицательно на положение залогодержателя, если исполнение обязательства завершилось без признаков приоритета выплаты одному из кредиторов. В противном случае залогодержатель вправе рассчитывать на возмещение понесенных убытков, равных объему исполненных обязательств (6 ААС от 21 июля 2023 г., дело № 06АП-3238/2023 № А16-1642/2022).

В 2018 году Президиум Верховного Суда Российской Федерации утвердил 20 обзоров судебной практики под номером 2. Постановление 11 Арбитражного апелляционного суда от 19 апреля 2023 года под номером 11АП-3730/2023 № А55-1693/2020 утверждает, что если нельзя вернуть имущество, когда применяются последствия недействительности сделки с залоговым кредитором, то денежные средства взыскиваются только в размере погашенных обязательств с предпочтением.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
2. Определение Верховного Суда РФ от 17 ноября 2022 г. № 310-ЭС22-12150 № А23-6915/2020.
3. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27 июня 2023 г. № 23.
4. Определение Верховного Суда РФ от 28 декабря 2023 г. № 308-ЭС23-26504 № А32-36837/2022.

5. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28 июня 2022 г. № 309-ЭС22-2604, А60-10317/2021.
6. Постановление Конституционного Суда РФ от 2 декабря 2021 г. № 51-П.
7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29 июня 2023 г. № 26.
8. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 8 ноября 2022 г. № 31.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Научное издание

*Сборник научных трудов
VIII Национальной научно-практической конференции
научно-педагогических и практических работников
с международным участием*

20 июня 2025 года

Компьютерная верстка Монахов И.А.

ISBN 978-5-6051630-9-1



Подписано в печать 25.06.2025. Формат 60х90/16.
Усл. печ. л. 18,4. Тираж 30 экз. Заказ № 4078.

Отпечатано в ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС»
150062, г. Ярославль, пр-д Доброхотова, д.16, кв.158
Тел.: (4852) 58-76-33, 58-76-37

