

ВГУЭС



Территория новых возможностей

ТЕРРИТОРИЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

ВЕСТНИК

ВЛАДИВОСТОКСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**THE TERRITORY
OF NEW OPPORTUNITIES**

**THE HERALD
OF VLADIVOSTOK STATE
UNIVERSITY
OF ECONOMICS AND SERVICE**

3

2022

3

[14]

2022

ТЕРРИТОРИЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

**Вестник
Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса**

.....

Учредитель и издатель:
Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

Издается с 2009 г.

ISSN 2073-3984



Владивосток
2022

DOI <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3>

THE TERRITORY OF NEW OPPORTUNITIES

**The Herald of Vladivostok State
University of Economics and Service**

.....

Founder and publisher:
Vladivostok State University of Economics and Service
Published since 2009

ISSN 2073-3984



Vladivostok
2022

DOI <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3>

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

- Т. В. Терентьева** *председатель редакционной коллегии*, доктор экономических наук, профессор, ректор ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- А. Ю. Мамычев** *заместитель председателя редакционной коллегии*, доктор политических наук, кандидат юридических наук, доцент, заведующий лабораторией политико-правовых исследований Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)
- А. П. Латкин** *главный редактор*, доктор экономических наук, профессор, директор Института подготовки кадров высшей квалификации ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- И. А. Арзуманов** доктор культурологии, профессор кафедры конституционного права и теории права Юридического института Иркутского государственного университета (Иркутск, Россия)
- П. Я. Бакланов** доктор географических наук, академик РАН, научный руководитель Тихоокеанского института географии ДВО РАН, вице-президент Русского географического общества (Владивосток, Россия)
- О. А. Барабаш** доктор педагогических наук, зав. кафедрой физкультурно-оздоровительной и спортивной работы ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Т. В. Бернюкевич** доктор философских наук, доцент кафедры истории и философии Московского государственного строительного университета (Москва, Россия)
- Adam Bosiaski** доктор права, профессор, декан факультета права и администрации Варшавского государственного университета (Варшава, Польша)
- Т. М. Бойцова** доктор технических наук, профессор, директор Института заочного обучения Дальневосточного государственного технического рыбохозяйственного университета (Владивосток, Россия)
- М. И. Гомбоева** профессор, доктор культурологии, зав. кафедрой теории и истории культуры, искусств и дизайна Забайкальского государственного университета (Чита, Россия)
- Do Huong Lan** PhD, заместитель директора по исследовательской и учебной работе, преподаватель факультета международной экономики и бизнеса Университета внешней торговли (Ханой, Вьетнам)
- А. С. Железняков** доктор технических наук, профессор, профессор кафедры математических и естественно-научных дисциплин Новосибирского технологического института (филиал) Московского государственного университета дизайна и технологий (Новосибирск, Россия)
- В. В. Желтов** доктор философских наук, профессор кафедры всеобщей истории и социально-политических наук Кемеровского государственного университета (Кемерово, Россия)
- Ю. Г. Евтушенко** доктор физико-математических наук, академик РАН, директор Вычислительного центра им. А. А. Дородницына Российской академии наук (Москва, Россия)
- Pierangelo Catalano** доктор права, профессор Римского университета «Ла Сапиенца» (Рим, Италия)
- Masahiro Kawai** доктор экономических наук, исполнительный директор Института экономических исследований Северной Азии (Нингата, Япония), профессор Высшей школы государственной политики Токійского университета (Токио, Япония)
- Л. И. Кирсанова** доктор философских наук, профессор, Владивостокский филиал Российской таможенной академии (Владивосток, Россия)
- Н. А. Клещева** доктор педагогических наук, профессор Дальневосточного федерального университета (Владивосток, Россия)
- Н. А. Коноплева** доктор культурологии, профессор, профессор кафедры дизайна и технологий ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- В. В. Крюков** доктор экономических наук, советник ректора, профессор кафедры информационных технологий и систем ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Г. И. Лазарев** доктор экономических наук, профессор, президент ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Л. С. Мазелис** доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой математики и моделирования ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Л. М. Медведева** доктор исторических наук, зав. кафедрой истории, археологии и этнологии Института истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН (Владивосток, Россия)
- А. Ю. Мордовцев** доктор юридических наук, профессор кафедры теории и истории российского и зарубежного права ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Nguen An Ha** associate professor, PhD, доцент, директор Института Европейских исследований Вьетнамской академии социальных наук (Ханой, Вьетнам)
- Nohyong Park** доктор юридических наук, декан Юридической школы, директор Центра киберправа Корейского университета (Сеул, Республика Корея)
- В. П. Смагин** доктор физико-математических наук, профессор, зав. лабораторией фундаментальной и прикладной физики ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- А. Е. Смирнов** доктор философских наук, профессор кафедры философии и методологии наук исторического факультета Иркутского государственного университета (Иркутск, Россия)
- Н. А. Смирнова** доктор технических наук, профессор кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров Костромского государственного университета (Кострома, Россия)
- К. С. Солодухин** доктор экономических наук, профессор кафедры математики и моделирования ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Г. П. Старкова** доктор технических наук, профессор кафедры дизайна и технологий ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- В. С. Чернявская** доктор педагогических наук, профессор кафедры философии и юридической психологии ВГУЭС (Владивосток, Россия)
- Zhang Yuci** доктор экономических наук, профессор, директор международного департамента Северо-Восточного университета финансов и экономики (Далянь, КНР)

EDITORIAL COUNCIL MEMBERSHIP

- T.V. Terentieva** *Chairman of the Editorial Council*, Doctor of Economic Science, President VSUES (Vladivostok, Russia)
- A.Yu. Mamychyev** *Vice-chairman of the Editorial Council*, Doctor of Political Science, Candidate of Law, Head of the Laboratory of Political and Legal Studies of the Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)
- A.P. Latkin** *Head Editor*, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Graduate Study and Research Training Institute, VSUES (Vladivostok, Russia)
- I.A. Arzumanov** Doctor of Culturology, Professor of the Chair of Constitutional Law and Theory of Law at the Law Institute, Irkutsk State University (Irkutsk, Russia)
- P.Ya. Baklanov** Academician of the Russian Academy of Sciences, professor, Doctor of Science in Geography, Scientific Director of the Pacific Geographical Institute, Far-Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences; Vice-president of the Russian Geographical Society (Vladivostok, Russia)
- O. A. Barabash** Doctor of Pedagogical Sciences, Head of the Department of Physical Culture and Health and Sports Work of the VSUES (Vladivostok, Russia)
- T.V. Bernukevich** Doctor of Philosophy, Associate Professor of the Chair of History and Philosophy, Moscow State (National Research) University of Civil Engineering (Moscow, Russia)
- Adam Bosiacki** Doctor of Laws, Dean of Faculty of Law and Administration, University of Warsaw (Warsaw, Poland)
- T.M. Boytsova** Doctor of Engineering Science, Professor, Director of the Institute of Distance Learning, Far Eastern State Technical Fisheries University (Vladivostok, Russia)
- M.I. Gomboeva** Professor, Doctor of Cultural Studies, Head of the Department of Theory and History of Culture, Art and Design of the Trans-Baikal State University (Chita, Russia)
- Do Huong Lan** PhD, Deputy Head of Research and Academic Affairs; Lecturer of Faculty of International Economics and Business Foreign Trade University (Hanoi, Vietnam)
- A. S. Zheleznyakov** Doctor of Engineering Science, Professor of the Chair of Mathematical and Natural Science Disciplines, Novosibirsk Technological Institute of Moscow State University of Design and Technology (Novosibirsk, Russia)
- V.V. Zheltov** Doctor of Philosophy, Professor of the Chair of General History and Socio-Political Sciences, Kemerovo State University (Kemerovo, Russia)
- Yu.G. Evtushenko** Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Physico-Mathematical Sciences, Director of computer center of A.A. Dorodnitsyn of the Academy of Sciences (Moscow, Russia)
- Pierangelo Catalano** Doctor of Laws, Professor, Consiglio Nazionale Delle Ricerche – Università di Roma «La Sapienza» (Roma, Italia)
- Masahiro Kawai** Ph.D. in Economics from Stanford University; Specially Appointed Professor, Graduate School of Public Policy, University of Tokyo; Representative Director and Director-General, The Economic Research Institute for North-east Asia (ERINA) (Niigata, Japan)
- L.I. Kirsanova** Doctor of Philosophy, Professor of the Vladivostok branch of the Russian Customs Academy (Vladivostok, Russia)
- N.A. Kleshcheva** Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Far Eastern Federal University (Vladivostok, Russia)
- N.A. Konopleva** Doctor of Culturology, Professor of the Chair of Design and Technology, VSUES (Vladivostok, Russia)
- V.V. Kryukov** Doctor of Economic Sciences, Adviser to the President, Professor of the Chair of Information Technologies and Systems, VSUES (Vladivostok, Russia)
- G.I. Lazarev** Doctor of Economic Science, Professor, Chancellor VSUES (Vladivostok, Russia)
- L.S. Mazelis** Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Chair of Mathematics and Modeling, VSUES (Vladivostok, Russia)
- L.M. Medvedeva** doctor of historical Sciences, head of the Department of history, archaeology and Ethnology Institute of history, archaeology and Ethnography of the Far East FEB RAS (Vladivostok, Russia)
- A.Yu. Mordovtsev** Doctor of Law, Professor of the Chair of Theory and History of Russian and Foreign Law, VSUES (Vladivostok, Russia)
- Nguyen An Ha** Associate Professor, PhD. Institute For European Studies, Vi Vietnamese Academy of Social Sciences, Director (Hanoi, Vietnam)
- Nohyoung Park** LL.M., Harvard Law School / Ph.D., University of Cambridge; Dean of School of Law, and the Director of the Cyber Law Centre at Korea University (Seoul, Republic of Korea)
- V.P. Smagin** Doctor of Physics and Mathematics, Professor, Head of the Laboratory of Fundamental and Applied Physics, VSUES (Vladivostok, Russia)
- A.E. Smirnov** Doctor of Philosophy, Professor of the Chair of Philosophy and Methodology of Sciences, Faculty of History, Irkutsk State University (Irkutsk, Russia)
- N.A. Smirnova** Doctor of Technical Sciences, Professor of the Department of Design, Technology, Materials Science and Expertise of Consumer Goods of Kostroma State University (Kostroma, Russia)
- K.S. Solodukhin** Doctor of Economic Sciences, Professor of the Chair of Mathematics and Modeling, VSUES (Vladivostok, Russia)
- G.P. Starkova** Doctor of Engineering Science, Professor of the Chair of Design and Technology, VSUES (Vladivostok, Russia)
- V.S. Chernyavskaya** Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Philosophy and Legal Psychology of VSUES (Vladivostok, Russia)
- Zhang Yuci** PhD., Professor, Director of International Cooperation Office, Dongbei University of Finance and Economics (Dalian, China)

Научное издание

ТЕРРИТОРИЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

**Вестник Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса**

2022, № 3

[Том 14]

Научный журнал

Издание не подлежит маркировке в соответствии с гл. 3 ст. 11 п. 4 ч. 2 ст. 1
ФЗ № 436-ФЗ

DOI <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3>

Журнал «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного
университета экономики и сервиса» зарегистрирован в Федеральной службе
по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-70135 от 16.06.2017 г.
ISSN 2073-3984

Дата выхода в свет: 14.10.2022 г.

Адрес учредителя:

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Адрес издателя:

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Адрес редакции:

690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41, каб. 1341
тел. (423) 240-40-54; e-mail: vestnik@vvsu.ru

Ответственный за выпуск Л. Е. Стрикаускас

Ответственный секретарь В. В. Шамаева

Редактор И. Г. Шабунина

Компьютерная верстка М. А. Портновой

Подписано в печать 27.08.2022. Формат 70×100/16.

Бумага писчая. Печать цифровая. Усл.-печ. л. 20,60. Уч.-изд. л. 19,00.

Тираж 300 [I–100] экз. Заказ

Цена на территории РФ свободная

Отпечатано в ресурсном информационно-аналитическом центре
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Содержание

Региональная экономика

Титова Н. Ю., Терентьева Т. В., Гирюк И. А.
Идентификация субъектов Дальнего Востока России для внедрения циркулярной экономики в промышленность с целью устойчивого развития макрорегиона

Ван Бин

Модернизация в сельском хозяйстве как основа совместных научных исследований между провинцией Хэйлуунцзян и территориями Дальнего Востока России

Экономические науки

Нигаи Е.А.

Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики

Жохова В. В.

Роль маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия

Бубновская Т.В., Варкулевич Т.В., Шилова А.Ю.

Практические аспекты формирования модели финансового планирования и бюджетирования на предприятиях судостроительной отрасли

Гомилевская Г.А., Машинина Д.Г.

Продуктовый стандарт в гостиничных сетях в системе франчайзинга

Жохова В.В., Юрченко Н.А.

Модель сегментации операторов рынка индустрии моды Приморского края

Юридические науки

Пахомова С.И., Пурге А.Р.

Принципы правового регулирования отношений в сфере прекращения членства в кооперативе

Ермакова Е.П.

Онлайн-разрешение споров на китайской платформе электронной торговли «Таобао»

Горян Э.В.

Национальная концепция развития финтех: опыт Китайской Народной Республики

Павлюк Е.В.

Становление системы защиты прав детей: СССР и современная Россия

Физико-математические науки

Сёмкин С.В., Смагин В.П.

Связь внутренних обменных полей с критическими показателями в модели Изинга

Есков В.А., Солодукhin К.С.

Нечеткая модель расчета численности персонала контактного центра

Contents

Regional economy

Titova N.Yu., Terentyeva T.V., Giryuk I.A.
Identification of the subjects of the Far East of Russia for the implementation of circular economy in industry for the sustainable development of the macroregion

7

Wang Bing

Agriculture innovative modernization as a basis for international scientific research of Heilongjiang (China) and territories of the Russian Far East

20

Economics science

Nigay E.A.

Object, spatial and time boundaries justification in the process of the economic system's competitiveness assessment, taking into account the economy digitalization trends

29

Zhokhova V.V.

The role of the marketplace in choosing the sales channel of a manufacturing enterprise

42

Bubnovskaya T.V., Varkulevich T.V., Shilova A.Yu.

Practical aspects of the formation of a financial planning and budgeting model at shipbuilding enterprises

60

Gomilevskaya G.A. Mashinina D.G.

Product standard in hotel chains in franchising system

75

Zhokhova V.V., Yurchenko N.A.

Segmentation model of Primorsky Krai fashion industry market operators

88

Legal science

Pakhomova S.I., Purge A.R.

Principles of legal regulation of relations in the field of termination of membership in the cooperative

102

Ermakova E. P.

Online dispute resolution on the Chinese e-commerce platform "Taobao"

118

Goryan E.V.

National concept of FinTech development: the outcomes of the People's Republic of China

129

Pavlyuk E.V.

The formation of a system for protection of children's rights: the USSR and modern Russia

139

Physical and mathematical science

Semkin S.V., Smagin V.P.

An additional characteristic of a magnet is a function of the ratio of internal fields

146

Eskov V.A., Solodukhin K.S.

Fuzzy model for calculating the number of contact center staff

158

Технические науки

Гусева М.А., Андреева Е.Г., Рогожина Ю.В.
Разработка инструментария компьютерного зрения для обнаружения дефектов изготовления швейных изделий на аутсорсинговых фабриках

Современное образование

Чернявская В.С.
Развитие психологического образования во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса. ВГУЭС и психология – 25 лет вместе

Абросимова Е.Е., Ягафарова Э.У.
Миграционные настроения современной молодежи Приморского края

Гуманитарные науки

Чернышева А. С.
Лексические особенности морского дискурса (на примере журнала «Safety at sea»)

Масилова М.Г.
Формирование корпоративной культуры на предприятии общественного питания

Черемискина И. И., Холупова К. А.
Переживание одиночества людьми, предпочитающими виртуальные отношения с вымышленными персонажами

Метляева Т.В., Брусенцова А.А.
Разработка мероприятий по использованию выставочных объектов «Улица Дальнего Востока» в рамках ВЭФ

Правила оформления статей

Technical science

Guseva M.A., Andreeva E.G., Rogozhina Yu.V.
Development of computer vision tools for detecting defects in garment manufacturing in outsourcing factories

Modern education

Chernyavskaya V.S.
Development of psychological education at Vladivostok State University of Economics and Service. VVSU and psychology – 25 years together

Abrosimova E.E., Yagafarova E.U.
Migration intations of modern youth in Primorsky Krai

Humanities sciences

Chernysheva A. S.
Lexical features of maritime discourse (based on «Safety at sea» magazine)

Masilova M.G.
Formation of corporate culture at a public catering enterprise: experience and problems

Cheremiskina I. I., Kholupova K. A.
The experience of loneliness by people who prefer virtual relationships with fictional characters

Metlyaeva T.V., Brusentsova A.A.
Development of activities on use of exhibition objects at Street of the Far East as part of the WEF

Rules of formatting articles

168

178

189

199

208

221

232

248

Научная статья

УДК 372.881.1

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/007-019>

Идентификация субъектов Дальнего Востока России для внедрения циркулярной экономики в промышленность с целью устойчивого развития макрорегиона

Титова Наталья Юрьевна

Терентьева Татьяна Валерьевна

Гирюк Илья Алексеевич

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Владивосток. Россия

***Аннотация.** Системный кризис, проявившийся в 2020 г., обусловленный всемирной пандемией, экологическими и техногенными катастрофами, нестабильностью цен на энергоресурсы, подчеркивает необходимость перехода мировой экономики к модели устойчивого развития. Однако территориально-географические особенности России и Дальнего Востока, в частности, демонстрируют высокую долю отраслей, зависящих от использования ресурсов окружающей среды. В этой связи важным и актуальным представляется поиск решений проблемы структурной модернизации промышленности макрорегиона в соответствии с новой концепцией, ориентированной на ресурсосбережение. Данная статья начинает цикл исследований авторов, посвященных проблеме оценки и достижения устойчивого развития дальневосточных территорий, и раскрывает результаты исследования показателей, характеризующих динамику развития промышленности региона. Проведя анализ последних публикаций по обозначенной проблеме, авторы приходят к выводу о недостаточной изученности методических подходов, ориентированных на оценку соответствия уровня устойчивого развития целевым ориентирам ООН. Показано, что на первом этапе для решения данной задачи необходимо определить субъекты, в которых промышленное развитие демонстрирует положительную динамику. Это будет являться индикатором высокого потенциала региона для внедрения на предприятиях принципов циркулярной экономики. С использованием методов рейтинговых оценок и анализа временных рядов авторами проведена идентификация субъектов Дальнего Востока согласно динамике ключевых промышленных показателей. Исследованию подверглись такие показатели, как: средняя заработная плата, индекс промышленного производства, валовой региональный продукт на душу населения и инвестиции в основной капитал. Временной период для оценки определен с 2005 по 2020 г. В результате идентифицированы субъекты Дальнего Востока, обладающие наибольшим потенциалом для внедрения циркулярной экономики в промышленность. К перспективам настоящего исследования следует отнести определение факторов, способствующих и препятствующих структурной модернизации промышленности данных субъектов в целях устойчивого развития макрорегиона.*

© Титова Н.Ю., 2022

© Терентьева Т.В., 2022

© Гирюк И.А., 2022

Ключевые слова: устойчивое развитие, Дальний Восток, циркулярная экономика, промышленность.

Для цитирования: Титова Н.Ю., Терентьева Т.В., Гирюк И.А. Идентификация субъектов Дальнего Востока России для внедрения циркулярной экономики в промышленность с целью устойчивого развития макрорегиона // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 7–19. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/007-019>.

.....

Regional economy

.....

Original article

Identification of the subjects of the Far East of Russia for the implementation of circular economy in industry for the sustainable development of the macroregion

Natalya Yu. Titova

Tatiana V. Terentyeva

Iliia A. Giryuk

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok, Russia

Abstract. *The systemic crisis that manifested itself in 2020, caused by the world pandemic, environmental and man-made disasters, instability of prices for energy resources, emphasizes the need for the transition of the world economy to a model of sustainable development. However, the territorial and geographical features of Russia, and the Far East in particular, demonstrate a high proportion of industries dependent on the use of environmental resources. In this regard, it is important and relevant to find solutions to the problem of structural modernization of industry in the macro-region in accordance with the new concept focused on resource conservation. This article begins a series of studies devoted to the problem of assessing and achieving sustainable development of the Far Eastern territories, and reveals the results of the study of indicators characterizing the dynamics of industrial development in the region. Having analyzed recent publications on this problem, the authors conclude that the methodological approaches aimed at assessing the conformity of the level of sustainable development with the UN target benchmarks have not been sufficiently studied. The article argues that at the first stage to solve this problem it is necessary to identify the subjects, in which industrial development demonstrates positive dynamics. This will be an indicator of high potential of the region for the implementation of circular economy principles at enterprises. Using the methods of rating assessments and time series analysis, the authors identified the subjects of the Far East according to the dynamics of key industrial indicators. The research focused on such indicators as average wages, industrial production index, gross regional product per capita and investment in fixed capital. The time period for the assessment was set from 2005 to 2020. As a result, the subjects of the Far East with the greatest potential for the introduction of a circular economy in industry were identified. The prospects of this study should include the identification of factors that promote and hinder the structural modernization of industry of these subjects for sustainable development of the macro-region.*

Keywords: sustainable development, Far East, circular economy, industry.

For citation: Titova N.Yu., Terentyeva T.V., Giryuk I.A. Identification of the subjects of the Far East of Russia for the implementation of circular economy in industry for the sustainable development of the macroregion // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 7–19. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/007-019>.

Введение

Глобальной целью устойчивого развития является устойчивая индустриализация, содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех, а также обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства [1]. При этом устойчивое развитие требует не абсолютного наращивания темпов роста промышленного производства, а сохранения ресурсов и улучшения состояния окружающей среды.

Одной из последних задач, поставленных Правительством РФ, является опережение Евросоюза по темпам снижения углеродных выбросов. В то же время развитие регионов Дальнего Востока Российской Федерации характеризуется высокой долей в отраслевой структуре экономики предприятий по добыче полезных ископаемых, промышленному производству, транспорту, экономическая деятельность которых связана с возможностью причинения существенного ущерба природным ресурсам, с повышением выбросов парниковых газов, истощением запасов воды и недр. В этой связи важным и актуальным представляется исследование и разработка методических подходов, позволяющих провести оценку степени соответствия текущего уровня устойчивого развития стратегическим ориентирам мирового масштаба.

Определение критериев, позволяющих оценить достижение данных целей в государстве, является сложной методологической задачей. Данные методологические проблемы обусловлены в том числе территориально-географическими особенностями дальневосточных российских территорий, высокой степенью дифференциации в сфере отраслевой специализации, инфраструктурной обеспеченности, степенью развития природно-ресурсных факторов.

Предмет исследования, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция. По рассматриваемой в данной статье научной проблеме найден широкий спектр исследований, посвященных развитию Дальнего Востока как макрорегиона. В большинстве опубликованных за последние пять лет работ рассматриваются вопросы соответствия текущей экономической ситуации макрорегиона стратегическим ориентирам, декларированным в целевых государственных программах инвестиционного развития и международного экономического сотрудничества со странами АТР [2–6]. П.Я. Бакланов, рассматривая теоретические вопросы устойчивого развития региона, вводит представление об экономических, социальных и экологических качествах регионального развития [7]. В работе Г.Л. Бекларян с использованием методов системной динамики и агентного моделирования спрогнозировано три сценария развития макрорегиона. В то же время использованный в модели комплекс показателей не учитывает экологические индикаторы, являющиеся важнейшей составляющей устойчивого развития [8]. В статье Е.В. Курушиной проведен статистический анализ социально-экономического развития моногородов Сибири и Дальнего Востока с целью определения факторов устойчивого развития данных территорий [9]. По нашему мнению, недостаток данного исследования заключается в том, что авторы в большей степени используют демографиче-

ские и трудовые индикаторы (численность населения, уровень безработицы). Безусловно, данные индикаторы имеют прямое отношение к оценке достижения целей ООН по ликвидации нищеты и бедности, однако цели этим не ограничиваются.

Контент-анализ современных публикаций экономики Дальнего Востока демонстрирует, что существуют определенные методические проблемы по оценке неблагоприятного экологического воздействия промышленных предприятий на уровень устойчивого развития региона [10–12]. К нерешенным научным проблемам также следует отнести недостаточную проработанность методологии оценки устойчивого развития с точки зрения исполнения целевых ориентиров ООН, сложность разработки которых обуславливается пространственной дифференциацией регионов РФ.

Следует отметить, что переход к устойчивому развитию невозможен без структурной модернизации промышленной системы региона, предполагающей трансформацию существующей экономической модели. Структурная модернизация промышленной системы макрорегиона для перехода к низкоуглеродной экономике – многоэтапный процесс. На наш взгляд, на первом этапе достаточным является определение тех субъектов РФ, в которых развитие промышленности идет ускоренными темпами. Это будет означать, что в регионе существует высокий экономический потенциал для реализации мер государственного регулирования для перехода к низкоуглеродной экономике. Такая трансформация задействует несколько стейкхолдеров, начиная от крупнейших промышленных предприятий и государства и заканчивая конечным потребителем. Именно от того, насколько их взаимодействие будет взаимовыгодным и согласованным, зависит дальнейшее выполнение планов Правительства РФ по внедрению зеленой повестки в экономику. Если субъект РФ демонстрирует положительную динамику по показателям развития промышленности, значит, крупнейшие предприятия региона обладают достаточным потенциалом для такой трансформации.

Целью настоящего исследования является идентификация субъектов Дальнего Востока, обладающих наибольшим потенциалом к внедрению циркулярной экономики на их территории. Объектом исследования выступают субъекты Дальневосточного федерального округа Российской Федерации. Предмет исследования – динамика развития промышленности данных субъектов.

Научная новизна, цель исследования, постановка задачи. В настоящем исследовании предлагается определить субъекты Дальнего Востока РФ, имеющие наибольший потенциал к устойчивому развитию и переходу к низкоуглеродной экономике. Определив лидеров по динамике промышленных показателей, необходимо будет изучить, насколько такое развитие устойчиво, то есть уже соответствует принципам циркулярной и зеленой экономики. Настоящее исследование проводится для того, чтобы в дальнейшем определить эффективность принимаемых мер, обозначить проблемы, возникшие в ходе их реализации, и обозначить предложения для возможной корректировки дальнейшей работы в целях устойчивого развития макрорегиона.

Методы исследования. Для реализации поставленной задачи необходимо выявить те субъекты Дальнего Востока России, которые демонстрируют наиболее высокие темпы развития промышленности. В исследовании подвергнуты оценке 2005 г., временные периоды с 2005 по 2010 г., с 2010 по 2015 г., с 2015 по 2020 г. Основные показатели, которые включаются для анализа, – индекс промышленного производства, средняя заработная плата, инвестиции в основной капитал и валовой региональный продукт на душу населения. Однако, безусловно, при проведении данной идентификации возникает проблема объединения разнородных показателей уровня развития промышленности, инструментом решения которой является метод рейтинговых оценок.

По каждому из выбранных показателей рассчитаны цепные темпы роста. За период с 2005 по 2020 г. найдено среднее значение по цепным темпам роста, согласно которым каждому субъекту присвоен балл от 1 до 11, где 1 отражает наилучший балл, 11 – наихудший балл. После этого баллы по всем четырем показателям суммируются. В результате для каждого субъекта Дальнего Востока формируется суммарный балл по всем использованным в расчете показателям. При этом потенциал для внедрения циркулярной экономики в промышленность региона определяется согласно критериальной шкале.

Для того чтобы определить число групп, которое является оптимальным для ранжирования субъектов, использована формула Стерджесса:

$$k = [1 + 3,333 \cdot \lg(n)] \quad (1)$$

где k – число групп;

n – число субъектов Дальнего Востока.

В результате определено 4 уровня потенциала для развития циркулярной экономики в промышленности макрорегиона: субъекты с критическим, низким, средним и высоким уровнем соответственно. В зависимости от того, сколько баллов набрал каждый субъект в совокупности, ему присваивается соответствующий уровень потенциала.

Основная часть

Представим результаты по динамике показателей, выбранных для идентификации. В таблице 1 представлены показатели инвестиций в основной капитал в субъектах Дальнего Востока России с 2005 по 2020 г. Инвестиции в основной капитал являются важным параметром при изучении развития региона, так как это даёт понимание привлекательности региона для инвесторов, как в лице государства, так и в лице частных компаний. Самый сильный рост за период с 2005 по 2010 г. показал Приморский край – инвестиции в основной капитал выросли в 7,3 раза; на втором месте Камчатский край с динамикой в 4,6 раза. Период с 2010 по 2015 г. обозначил лидера в лице Забайкальского края с ростом в 4,4 раза, далее следует Магаданская область с ростом в 3,6 раза. За данный период 4 региона показали отрицательный рост; в среднем убыль инвестиций составила 30%. За период с 2015 по 2020 г. самый ошутимый рост показала Амурская область (увеличение в 3,3 раза), Магаданская область и Забайкальский край показали существенное уменьшение инвестиций в основной капитал; убыль состави-

ла 41 и 56% соответственно. Наиболее существенный рост инвестиций в основной капитал за период с 2005 по 2020 г. наблюдается в Приморском крае; увеличение составляет в 3,1 раза.

Таблица 1

Инвестиции в основной капитал в субъектах ДФО с 2005 по 2020 г.

Регионы ДФО	Годы			
	2005	2010	2015	2020
Приморский край	28 499	208 209	139 208	179 356
Амурская область	23 742	83 892	102 214	339 934
Магаданская область	5126	16 809	60 666	35 797
Забайкальский край	17 402	44 825	198 032	86 667
Камчатский край	7060	32 615	22 850	47 241
Республика Бурятия	9606	33 569	36 220	71 128
Хабаровский край	39 166	156 439	114 008	161 488
Республика Саха (Якутия)	48 978	130 493	198 032	381 147
Еврейская автономная область	5461	18 811	12 012	15 490
Чукотский автономный округ	7409	5419	14 633	25 906
Сахалинская область	110 850	135 014	241 464	231 701

Примечание: составлено по [13].

Следующим этапом настоящего исследования является рассмотрение изменений по средней заработной плате в регионах Дальневосточного федерального округа (табл. 2). Самый высокий темп роста зафиксирован в Магаданской области – в 2,5 раза, Приморском крае – в 2,45 раза и в Еврейской автономной области. В период с 2010 по 2015 г. лидирующие позиции занимает Республика Саха (Якутия) – увеличение в 1,9 раза и Магаданская область – темп роста составляет 180%. За указанный период явных лидеров выделить не представляется возможным; рост по всем регионам довольно схож и демонстрирует стабильно положительную динамику.

Таблица 2

Средняя заработная плата в субъектах ДФО с 2005 по 2020 г.

Регионы ДФО	Годы			
	2005	2010	2015	2020
Магаданская область	14 673	36 582	65 996	94 856
Сахалинская область	15 243	35 848	61 311	87 418
Республика Саха (Якутия)	13 437	28 708	54 631	73 402

Окончание табл. 2

Регионы ДФО	Годы			
	2005	2010	2015	2020
Приморский край	8926	21 889	33 807	46 867
Забайкальский край	8153	18 685	30 931	43 896
Еврейская автономная область	8190	19 718	30 896	42 400
Камчатский край	15 477	35 748	57 404	80 448
Республика Бурятия	7651	18 000	28 386	39 115
Амурская область	9392	21 208	32 902	47 234
Чукотский автономный округ	23 314	46 866	79 531	107 107
Хабаровский край	11 336	22 657	38 041	50 213

Примечание: составлено по [13].

В таблице 3 обозначены данные по валовому региональному продукту на душу населения с 2005 по 2020 г. Как видно из приведённых данных, самый резкий скачок роста пришёлся на период с 2005 по 2010 г., и мировой экономический кризис 2008 г. не смог его остановить. Самый сильный рост был отмечен в Сахалинской области – увеличение в 4,2 раза и Чукотском автономном округе – увеличение в 3,2 раза. За период с 2010 по 2015 г. лидерами роста являются Магаданская область – увеличение в 2,2 раза и Республика Саха (Якутия) – увеличение в 1,9 раза. В период с 2015 по 2020 г. в лидерах роста снова те же регионы – Республика Саха (Якутия), Магаданская область и Сахалинская область – увеличение в 1,4 раза.

Таблица 3

Валовой региональный продукт на душу населения в субъектах ДФО с 2005 по 2020 г.

Регионы ДФО	Годы			
	2005	2010	2015	2020
Сахалинская область	230298,2	977 256	1716 734	2407929,4
Чукотский автономный округ	237134,5	767845,6	1226 152	1578496,1
Магаданская область	157798,9	377 895	854561,5	1196690,1
Камчатский край	129240,8	319849,2	553863,9	750407,7
Республика Саха (Якутия)	191 896	403658,5	780139,8	1123113,8
Приморский край	92504,2	240220,7	371595,6	437147,4
Забайкальский край	61741	150548,9	228 215	305683,1
Хабаровский край	116257,5	262685,8	445809,5	536377,5
Амурская область	88597,1	214827,2	343385,7	378318,7
Еврейская автономная область	77319,2	178380,6	266405,8	346715,8
Республика Бурятия	77313,2	137564,9	206880,3	229836,9

Примечание: составлено по [13].

В таблице 4 обозначены данные по индексу промышленного производства с 2005 по 2020 г. Индекс промышленного производства в регионах Дальневосточного федерального округа за период с 2005 по 2020 г. показывает неоднозначный результат. На всех временных промежутках по некоторым регионам, а иногда и по большинству из них отмечается спад или же незначительный рост в 1–2 %. Если посмотреть на среднее число, то лидером по росту индекса промышленного производства выступает Республика Саха (Якутия). Она показала самый ощутимый рост за весь период – 8 %. В Камчатском крае, Сахалинской области и Чукотском автономном округе наблюдается небольшой спад. В Хабаровском крае, Забайкальском крае, Еврейской автономной области, Приморском крае, Республике Бурятия и Магаданской области в среднем наблюдается незначительный рост – 1–3 %. Рост также и в Амурской области – 6 %.

Таблица 4

Индекс промышленного производства в субъектах ДФО с 2005 по 2020 г.

Регионы ДФО	Годы, %				
	2010/2005	2015/2010	2020/2015	Среднее значение, %	Места
Республика Саха (Якутия)	131	86	105	107	1
Амурская область	109	87	121	106	2
Магаданская область	101	102	106	103	3
Республика Бурятия	111	84	111	102	4
Приморский край	97	78	131	102	5
Еврейская автономная область	100	80	125	102	6
Забайкальский край	110	86	107	101	7
Хабаровский край	106	90	103	100	8
Чукотский автономный округ	72	119	103	98	9
Сахалинская область	90	111	92	97	10
Камчатский край	95	102	92	96	11

Как видно из табл. 4, по всем приведенным выше показателям рассчитаны темпы роста, по которым определено среднее значение, а также рейтинг по каждому из показателей. Итоговый рейтинг является индикатором уровня потенциала ко внедрению циркулярной экономики в промышленности для целей устойчивого развития. Результаты сводного рейтинга представлены в табл. 5 и на рис. 1. Сводные баллы позволяют выявить лидера, обладающего наибольшим потенциалом. Составляющие баллы сводного рейтинга позволяют увидеть возможности для повышения потенциала по показателям, по которым в субъекте не достигнуты высокие значения и получено низкое место в рейтинге.

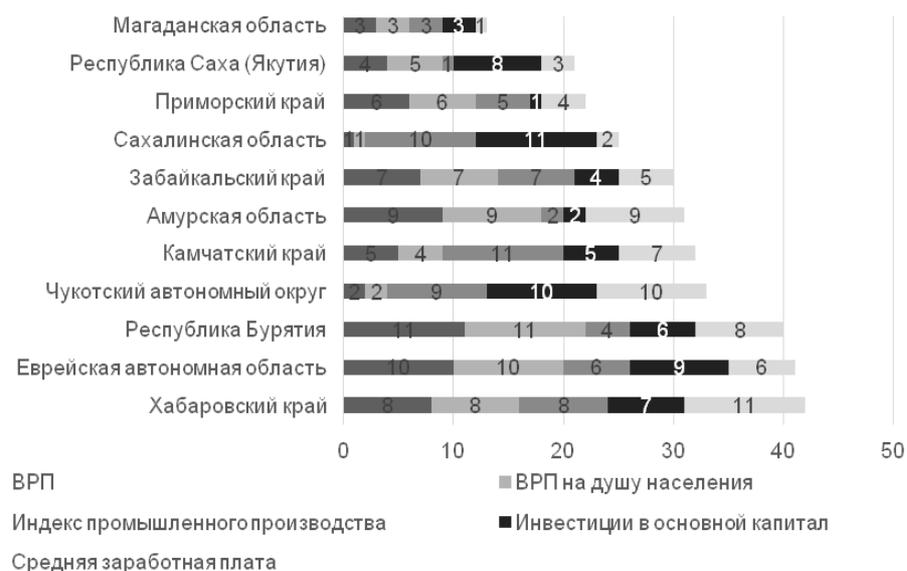


Рис. 1. Сводный рейтинг субъектов Дальнего Востока России для определения потенциала промышленности для внедрения циркулярной экономики

Примечание: составлено авторами.

В таблице 5 представлено распределение по уровням согласно разработанной критериальной шкале.

Таблица 5

Критериальная шкала распределения субъектов Дальнего Востока России

№ п/п	Уровень	Минимальное значение	Максимальное значение	Субъект ДФО
1	Критический	13,00	20,25	Республика Бурятия, Еврейская автономная область, Хабаровский край
2	Низкий	20,25	27,50	Забайкальский край, Амурская область, Камчатский край, Чукотский автономный округ
3	Средний	27,50	34,75	Республика Саха (Якутия), Приморский край, Сахалинская область
4	Высокий	34,75	42	Магаданская область

Примечание: составлено авторами.

Проведенный анализ показывает, что наилучшая динамика по развитию показателей наблюдается у Магаданской области, обладающей высоким потенциалом по внедрению принципов циркулярной экономики. Средний уровень устойчивого развития промышленности зафиксирован в Республике Саха (Якутия), Приморском крае и Сахалинской области.

Магаданская область занимает лидирующие позиции по таким сравнительным позициям, как: ВРП, ВРП на душу населения, индекс промышленного производства и инвестиции в основной капитал, а по темпам роста средней заработной платы субъект является абсолютным лидером в ДФО. Данные успехи связаны с наращиванием количества горнодобывающих комплексов, увеличением объема геологоразведочных работ, реализацией проектов энергетического и транспортного комплекса. Результатом этих действий является увеличение инвестиционной активности крупных предприятий-недродобывателей.

В Сахалинской области и Якутии отмечается недостаточно устойчивый рост инвестиций в основной капитал: в 2020 г. по сравнению с 2015 г. темп роста составил 101 и 84 % соответственно. В то же время данные субъекты РФ в группе среднего уровня демонстрируют лидерство по показателям динамики уровня средней заработной платы, ВРП.

Таким образом, идентифицированные субъекты РФ по сравнению с другими субъектами имеют уникальный индустриальный потенциал, так как на их территории расположены промышленные организации нефтеперерабатывающего, горнодобывающего и металлургического комплекса, реализуются проекты энергетического и транспортного комплекса. В то же время в развитии промышленности данных субъектов наблюдается ряд существенных проблем, ставящих устойчивое развитие макрорегиона под угрозу.

На наш взгляд, структурную модернизацию задерживает недостаточная технологическое развитие и применение инновационных технологий, позволяющих рационально использовать имеющиеся ресурсы. Основные принципы концепции циркулярной экономики, подразумевающие учет и оценку потенциальной стоимости отходов производства, дифференциацию используемых ресурсов, экономию от использования возобновляемых ресурсов, увеличение срока эксплуатации производимого продукта, не соблюдаются. Для того чтобы такие принципы внедрялись в производство, крупным промышленным предприятиям это должно быть выгодно. В этом случае расходы на инновации не будут финансироваться за счет населения – конечного потребителя. Выпуск ресурсоемкой продукции, материалы которой обладают более длительным сроком эксплуатации, является инструментом повышения конкурентоспособности предприятия. Однако это требует разработки организационно-экономических механизмов, направленных на повышение эффективности взаимодействия сторон, заинтересованных в повышении устойчивости развития.

Заключение

Отраслевая специализация регионов Дальнего Востока является природоемкой, то есть требует значительного количества природных ресурсов – воды, атмосферного воздуха, почвы. В результате это приводит к их истощению и за-

грязнению окружающей среды, реальный ущерб которого с трудом поддается оценке и не подлежит полному восстановлению. В этой связи в субъектах с наиболее высокими темпами промышленного производства переход на принципы циркулярной экономики является первостепенной задачей, поскольку на их территории процесс загрязнения окружающей среды также идет более ускоренными темпами.

Проведенная идентификация субъектов Дальнего Востока позволяет выявить те субъекты РФ, в которых внедрение принципов циркулярной экономики должно стать первостепенной задачей. Применение метода рейтинговых оценок для выполнения цели настоящего исследования обладает такими достоинствами, как простота использования, возможность приведения данных в сопоставимый вид, так как в ее основе – анализ темпов роста. Это позволяет, с одной стороны, проанализировать динамику развития показателей, с другой – дает возможность проводить регулярный мониторинг изменения текущего положения субъектов ДФО в рейтинге. Данный методический подход можно использовать для оценки соответствия целей устойчивого развития ООН текущей ситуации промышленного развития. Безусловно, данная методика может быть уточнена и расширена показателями. В статье определены индикаторы для экономических, институциональных и социальных целей, что и является перспективой дальнейших исследований. К перспективам настоящего исследования также следует отнести уточнение методологического аппарата, позволяющего оценить факторы, являющиеся наиболее существенными в экономике идентифицированных лидеров промышленного развития, которые будут способствовать устойчивому росту. Кроме того, отдельной темой является разработка организационно-экономических механизмов, направленных на обеспечение повышения уровня устойчивого развития Дальнего Востока как макрорегиона.

Список источников

1. Цели устойчивого развития ООН. URL: <https://www.un.org › sustainable-development-goals>.
2. Территориальные факторы стратегического развития дальневосточных регионов / О.А. Козлова, Т.В. Терентьева, М.Н. Макарова, До.Х. Лан // Экономика региона. 2016. Т. 12, № 3. С. 765–775.
3. Леонов С.Н. Инструменты реализации государственной региональной политики в отношении Дальнего Востока России // Пространственная экономика. 2017. № 2. С. 41–67.
4. Молчанов И.Н., Молчанова Н.П. Особенности формирования стратегии пространственного развития России // Россия: Тенденции и перспективы развития. 2019. С. 159–165.
5. Минакир П.А. «Стратегия пространственного развития» в интерьере концепций пространственной организации экономики // Пространственная экономика. 2018. № 4. С. 8–20.
6. Минакир П.А. Национальная стратегия пространственного развития: добросовестные заблуждения или намеренные упрощения? // Пространственная экономика. 2016. № 3. С. 7–15.

7. Бакланов П.Я., Мошков А.В. Структурные трансформации хозяйства в тихоокеанском регионе России // Экономика региона. 2016. Т. 12, № 1. С. 46–63.
8. Бекларян Г.Л. Система поддержки принятия решений для устойчивого экономического развития Дальневосточного Федерального Округа // Бизнес-информатика. 2018. № 4 (46). С. 66–75.
9. Курушина Е.В. Институционализация вертикально-комплексного этапа освоения регионального пространства России / Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН // Экономика Сибири в условиях глобальных вызовов XXI века. 2018. С. 202–214.
10. Латкин А.П., Чупахина Л.Е. Миграционная политика на Дальнем Востоке России: вызовы и перспективы // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2021. № 4 (59). С. 15–23.
11. Латкин А.П., Гришан А.А. Формирование территорий комфортной жизни как инструмент восстановления демографического потенциала российского Дальнего Востока // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9, № 3 (32). С. 240–244.
12. Латкин А.П., Харченкова Е.В. Совершенствование оценки инновационного эффекта функционирования территорий опережающего социально-экономического развития Дальнего Востока // Региональные проблемы преобразования экономики. 2019. № 11 (109). С. 192–199.
13. Регионы России. Социально-экономические показатели 2020: статистический сборник. Москва: Росстат, 1204 с.

References

1. UN Sustainable Development Goals. URL: <https://www.un.org/sustainable-development-goals>.
2. Territorial factors of strategic development of the Far Eastern regions / O.A. Kozlova, T.V. Terentyeva, M.N. Makarova, Do.H. Lan. *Economy of the region*. 2016; 12 (3): 765–775.
3. Leonov S.N. Tools for implementing the state regional policy in relation to the Russian Far East. *Spatial economics*. 2017; (2): 41–67.
4. Molchanov I.N., Molchanova N.P. Features of the formation of a strategy for the spatial development of Russia. *Russia: Development Trends and Prospects*. 2019: 159–165.
5. Minakir P.A. “Spatial development strategy” in the interior of the concepts of spatial organization of economics. *Spatial economics*. 2018; (4): 8–20.
6. Minakir P.A. National Spatial Development Strategy: Bona fide misconceptions or intentional simplifications? *Spatial economics*. 2016; (3): 7–15.
7. Baklanov P.Ya., Moshkov A.V. Structural transformation of the economy in the Pacific region of Russia. *Economy of the region*. 2016; 12 (1): 46–63.
8. Beklarian G.L. Decision Support System for Sustainable Economic Development of the Far Eastern Federal District. *Business informatics*. 2018; 4 (46): 66–75.
9. Kurushina E.V. Institutionalization of the vertically integrated stage of the development of the regional space of Russia / Institute of Economics and Organization of Industrial Production SB RAS. *Siberia's economy in the face of global challenges of the 21st century*. 2018: 202–214.
10. Latkin A.P., Chupakhina L.E. Migration policy in the Russian Far East: challenges and prospects. *Oikumena. Regional studies*. 2021; 4 (59): 15–23.

11. Latkin A.P., Grishan A.A. The formation of territories of comfortable life as a tool for restoring the demographic potential of the Russian Far East. *Azimut of scientific research: economics and management*. 2020; 9 (3): 240–244.
12. Latkin A.P., Kharchenkova E.V. Improving the assessment of the innovative effect of the functioning of the territories of the advanced socio-economic development of the Far East. *Regional problems of economic transformation*. 2019; 11 (109): 192–199.
13. Regions of Russia. Socio-economic indicators 2020: statistical collection. Moscow: Rosstat; 1204 p.

Информация об авторах:

Титова Наталья Юрьевна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Natalya.Titova@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0263-8636>

Терентьева Татьяна Валерьевна, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики и управления, ректор ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Tatyana.Terenteva@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4322-5408>

Гирюк Илья Алексеевич, магистрант ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: ilya.giryuk@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0851-1628>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/007-019>

Дата поступления:
16.06.2022

Одобрена после рецензирования:
01.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья
УДК 631.152.2(571.6+518.3)
DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/020-028>

Модернизация в сельском хозяйстве как основа совместных научных исследований между провинцией Хэйлунцзян и территориями Дальнего Востока России

Ван Бин

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

***Аннотация.** Модернизация сельского хозяйства по постиндустриальному типу открывает широкие возможности для увеличения производительности агробизнеса и устойчивого сельского хозяйства на территориях Дальнего Востока России и провинции Хэйлунцзян (КНР). Для эффективной координации научных исследований на межгосударственном уровне и модернизации инфраструктуры конкретных предприятий агробизнеса необходимо создать специализированный территориальный координационный центр компетенций, задачей которого будет адаптация рекомендаций, основанных на научных исследованиях, к специфике и особенностям данного сельскохозяйственного региона. Специализированный территориальный координационный центр компетенций будет учитывать уровень развития инфраструктуры конкретного фермерского хозяйства или агропредприятия, комбинацию элементов в ней классического и постиндустриального технологического уклада (в том числе уровень развития элементов точного земледелия). Внедрение программы грантов в рамках создания межгосударственного консультационного Центра компетенций по развитию дальневосточных территорий России и Китая позволит эффективно организовать совместные научные исследования для обеспечения системной постиндустриальной модернизации сельского хозяйства, обеспечивающей устойчивое социально-экономическое развитие и сельского хозяйства, и территорий в целом.*

***Ключевые слова:** постиндустриальная модернизация, точное земледелие, инновации, сельскохозяйственные консультативные центры.*

***Для цитирования:** Ван Бин. Модернизация в сельском хозяйстве как основа совместных научных исследований между провинцией Хэйлунцзян и территориями Дальнего Востока России // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 20–28. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/020-028>.*

Original article

Agriculture innovative modernization as a basis for international scientific research of Heilongjiang (China) and territories of the Russian Far East

Wang Bing

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

***Abstract.** The post-industrial modernization of agriculture opens up great opportunities for increasing the productivity of agribusiness and sustainable agriculture in the territories of the Russian Far East and Heilongjiang Province (PRC). For effective coordination of scientific research at the interstate level and modernization of the infrastructure of specific agribusiness enterprises, it is necessary to create a special-*

ized territorial coordination center of competence. The task of this center will be to adapt recommendations based on scientific research to the specifics and characteristics of a given agricultural region and the existing level of infrastructure development of a particular farms or agro-enterprises. The implementation of the grant program as part of the creation of an interstate consulting competence center for the development of the Far Eastern territories of Russia and China will effectively organize international scientific research to ensure systemic post-industrial modernization of agriculture, ensuring sustainable socio-economic development of both agriculture and territories in general.

Keywords: *post-industrial modernization, precision farming, innovations, agriculture advisory centers.*

For citation: *Wang Bing. Agriculture innovative modernization as a basis for international scientific research of Heilongjiang (China) and territories of the Russian Far East // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 20–28. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/020-028>.*

Введение

Сельское хозяйство является одним из крупнейших сегментов мировой экономики и, безусловно, самой важной отраслью с точки зрения существования самой человеческой цивилизации. Национальные стратегии продовольственной безопасности нацелены на создание необходимых условий для обеспечения населения жизненно необходимыми ресурсами и формирование потенциала для участия в мировой системе торгового обмена излишками сельскохозяйственной продукции. Одним из ключевых аспектов обеспечения и реализации национальной стратегии продовольственной безопасности является уровень технологической оснащённости сельского хозяйства и процессы по его непрерывному совершенствованию и модернизации.

Основная часть

В концептуальном, философском смысле под модернизацией следует понимать такое инновационное развитие технологий сельского хозяйства, которое обеспечивает устойчивое развитие территории хозяйствования и связано с задачами синхронизации и удовлетворения потребностей всех стейкхолдеров, из которых наиболее важными являются задачи снижения уровня бедности и доступности продовольствия, повышения качества жизни людей, обеспечения полезной занятости жителей территории.

В более прикладном смысле под модернизацией следует понимать непрерывный процесс обновления материально-технической базы производства, создание инфраструктуры поддержки агробизнеса, направленной на решение задач по его обеспечению технико-технологическими решениями, высококвалифицированными кадрами, механизмами субсидирования и поддержки ведения бизнеса, средствами стимулирования внедрения современных инноваций аграрной науки.

Развитие сельского хозяйства во многом определялось техническими инновациями. Изобретение трехточечной навески и вала отбора мощности определило смену технологического уклада в сельском хозяйстве XX в. и открыло широчайшие возможности для механизации практически всех агротехнологических процессов, что способствовало взрывному росту урожайности и эффективности обработки посевов. Промышленное производство электроники, стартовавшее в 70-х гг. XX в., привело к началу внедрения систем точного земледелия в 90-х гг. и к

новой смене технологического уклада на стыке веков. Это современный этап модернизации, предполагающий использование производственных систем постиндустриального типа, связанных с информационными технологиями самого широкого спектра – от роботизированных систем и дронов до биоинформационных систем.

Системы точного земледелия предполагают дифференцированное (а за счет этого и более эффективное) использование ресурсов на неоднородных участках поля. Задача точного земледелия заключается в обеспечении баланса между всеми составляющими современного сельскохозяйственного производства, такими как создание высокоурожайных семян, оценка агроклиматических условий с помощью электронных карт полей, дифференциальное внесение удобрений и полив в точно заданных секторах поля и в точно определённые промежутки времени, ИТ-системы контроля севооборота и др. Современная постиндустриальная модернизация на основе систем точного земледелия позволила увеличить производительность трудосберегающего типа модернизации аграрного сектора с землесберегающим типом, значительно повысив урожайность культур и эффективность агробизнеса. Эти процессы сопровождаются существенной экономией капитальных ресурсов (технической базы), ростом производительности труда и сокращением низкопроизводительной рабочей силы.

Современная постиндустриальная модернизация актуальна для территорий Дальнего Востока Российской Федерации (Амурской области, Хабаровского края, Приморского края, Еврейской автономной области) и северных провинций КНР (прежде всего Хэйлунцзян). Эти земли, находящиеся по обе стороны российско-китайской границы, обладают схожими аграрными, почвенными, климатическими характеристиками, что создает предпосылки для системного обмена опытом по их освоению и совершенствования аграрного бизнеса на данных территориях со взаимной выгодой для представителей обоих государств.

Действительно, существует тесное и взаимовыгодное сотрудничество между Китаем и Россией на территориях Дальнего Востока. Так, в Программе развития российско-китайского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционной сферах на Дальнем Востоке Российской Федерации на 2018–2024 гг. прописаны ключевые направления развития сотрудничества между регионами [1]. Они касаются вопросов экспорта в КНР сельскохозяйственного сырья и его диверсификации в сторону увеличения поставок продукции глубокой переработки, синхронизации санитарных правил и ограничений, поддержки инвестиций китайских сельскохозяйственных предприятий в экономику Дальнего Востока России, поддержки инвестиционных проектов в области животноводства и растениеводства. Исторически сотрудничество между провинцией Хэйлунцзян и территориями Дальнего Востока России распространяется по направлениям выращивания зерна, свиноводства, скотоводства (мясные породы скота), птицеводства, переработки кормов, складирования, логистики и транспортировки. По обе стороны границы фермеры отмечают увеличение доходов и стабильное экономическое и социальное развитие приграничных территорий. Ключевой фактор укрепления такого сотрудничества заключается в реализации межгосударственных

программ модернизации сельского хозяйства на основе научного подхода, позволяющего реализовать все преимущества совместного использования передовых научных разработок и инноваций агробизнеса. При этом сферу интересов совместных научных исследований необходимо распределить по основным отраслям сельского хозяйства. Так, для развития растениеводства в долгосрочном периоде необходимо проводить совместные исследования, направленные на: внедрение интенсивных технологий по мелиорации земель; применение современных видов удобрений, ресурсосберегающих технологий в земледелии и улучшение способов обработки почв; создание высокоурожайных и устойчивых к болезням и вредителям сельскохозяйственных культур именно этого региона на основе селекционно-генетических инноваций; применение современной трудосберегающей техники. Развитие животноводства связано с результатами исследований в области повышения продуктивности скота до уровня, сопоставимого с уровнем аналогичных показателей в европейских странах, являющихся лидерами по производительности, с созданием современных высокотехнологичных комплексов индустриального типа, совершенствованием экспортного потенциала животноводческого комплекса.

Одновременно с интенсификацией научных исследований и разработок в области растениеводства и животноводства необходимо сформировать интегрированную инженерную инфраструктуру агробизнеса. На первом этапе необходимо провести аудит текущего состояния базовой инфраструктуры: подсистемы машинно-технологического сервиса, ремонтно-технической базы, подсистемы снабженческо-сбытового обеспечения, подсистемы транспортного обслуживания, подсистемы агрохимического и мелиоративного сервиса, подсистемы кадрового обеспечения. Итогом такого аудита должен стать план модернизации базовой инфраструктуры, доведения ее до необходимого целевого уровня.

На втором этапе необходимо сформировать целевую программу по внедрению элементов точного земледелия. Точное земледелие позволяет фермеру достоверно знать, какие параметры необходимы для здорового урожая, где эти параметры необходимы и в каком количестве в конкретный момент времени. Для этого следует собрать обширную информацию из разных источников и разных частей поля, например, о питательных веществах почвы, наличии вредителей и сорняков, содержании хлорофилла в растениях, погодных условиях.

Многие исследователи отмечают ключевую роль региональных информационно-консультативных служб в качестве действенного механизма внедрения научных разработок в бизнес-деятельность ферм и прочих сельхозпредприятий [2]. Такие организационные подразделения выступают своего рода коммуникационным элементом инновационной системы агропромышленной отрасли, доводя инновации до конкретного предприятия на определенной территории, существенно повышая его эффективность.

Современные подходы к организации работы консультативных служб в сельском хозяйстве заложил А.В. Чаянов [3]; изучение зарубежного опыта

и исследование функционирования информационно-консультативных служб на современном этапе продолжили в своих работах В.М. Баутин, Б.А. Рунов, В.В. Лазовский и др. Одним из наиболее успешных практических применений в мировой практике принято считать организацию работы и результаты, достигнутые структурами министерства NIFA (National Institute of Food and Agriculture, Министерство сельского хозяйства США), являющегося наследником Кооперативной службы внедрения США [4]. Главный фактор успешного применения модели NIFA – создание сбалансированного механизма государственной поддержки множества частных сельскохозяйственных предприятий (ферм, ранчо). Исследование опыта США по государственному инновационному обеспечению сельского хозяйства находит отражение в работах В.И. Назаренко, О.Г. Овчинникова, Б.А. Чернякова и других авторов. Ученые отмечают, что одним из основных факторов успеха является системное внедрение инноваций на всех стадиях агропромышленного производства – механизации, селекции, региональной спецификации, применения передовых биотехнологий. Развитие как отдельных сельхозпредприятий, так и отрасли в целом в результате инноваций проявляется не только в модернизации производства, но и во внедрении новых организационных методов управления, новых механизмов стимулирования и взаимодействия государства и производителей сельхозпродукции. Именно государству принадлежит ключевая роль в инновационном развитии сельского хозяйства в США.

Высокий уровень вовлеченности государственных структур России и Китая в вопросы поддержки сельскохозяйственных производителей на дальневосточных территориях, наличие межгосударственных соглашений, национальных стратегий, долгосрочных и среднесрочных планов создают отличные перспективы для создания высокоэффективного территориального координационного центра компетенций в интересах областей Дальнего Востока России и провинции Хэйлуцзян Китая. В качестве одного из действенных механизмов привлечения международного научного сообщества к проведению научных исследований для целей сельскохозяйственного развития дальневосточных территорий предлагается использование системы грантов (программ грантов) Центра компетенций на проведение фундаментальных и прикладных исследований.

Инициатива по исследованиям в области сельского хозяйства Дальнего Востока должна обеспечивать финансирование фундаментальных и прикладных исследований, образования и проектов по распространению знаний в области пищевых и сельскохозяйственных наук. Цель такой программы – инвестировать в исследования сельскохозяйственного производства, образование и проекты расширения для более устойчивого, производительного и экономически жизнеспособного предприятия и всей региональной системы животноводства и растениеводства. В программах на периодической основе можно устанавливать приоритетные области, по которым могут быть выделены соответствующие гранты.

В качестве приоритетов при инициации программ целесообразно выделять направления, наиболее актуальные в текущий момент с учетом как перспективных задач в области развития сельского хозяйства Дальнего Востока, так и сте-

пени готовности инфраструктуры сельхозпредприятий региона с обеих сторон границы. Особое внимание стоит уделять областям, связанным с исследованиями, которые касаются: здоровья растений, производства продукции растениеводства; здоровья скота и производства продукции животноводства; внедрения новых технологий скотоводства; внедрения современных сельскохозяйственных систем и технологий точного земледелия; развития экономики предприятий сельского хозяйства региона.

Таким образом, целью программы грантов Центра компетенций является поддержка исследований, образования и проектов по распространению знаний, которые решают ключевые проблемы местного, регионального, национального и межгосударственного значения в поддержании традиционных, органических, городских продуктов питания, а также сельскохозяйственных и природных систем. Описывая полную сферу интересов и потенциальных грантов на научные исследования, следует выделять такие области, как: эффективность производства на сельхозпредприятиях, их прибыльность и устойчивость; биоэнергия и биопродукты; лесное хозяйство; аквакультура; сельские общины и предпринимательство; питание человека; смягчение воздействия биотических и абиотических ограничений на производство продуктов питания; безопасность пищевых продуктов; сокращение пищевых отходов и потерь продовольствия; физические и социальные науки; экология сельского человека; развитие экономики замкнутого цикла и генетическое улучшение растений и животных.

Экономическая устойчивость продовольственных систем является высшим приоритетом для проектов, финансируемых за счет грантов, поэтому в приоритете проекты, ориентированные на виды сельхозпродукции, которые важны для недостаточно обслуживаемых сообществ, фермеров, владельцев малых или средних ферм. Благодаря этой поддержке Центр компетенций продвигает знания как в фундаментальных, так и прикладных науках, важных для сельского хозяйства, поддерживает деятельность в области образования и распространения знаний, которая предоставляет конечным пользователям научно обоснованные знания, позволяя им принимать обоснованные и практические решения.

Для ответа на вызовы, которые предъявляет окружающая среда к развитию и эффективному функционированию сельского хозяйства, требуются исследования, образование, распространение знаний и комплексные программы в сочетании с научно обоснованными подходами, повышающими устойчивость сельского хозяйства и природных ресурсов. Термин «устойчивое сельское хозяйство» [5] означает комбинированную систему методов выращивания растений и животных, применимую к конкретной территории, которая позволит достичь следующих долгосрочных целей:

- удовлетворить потребности человека в пищевых продуктах;
- улучшить качество окружающей среды и базу природных ресурсов, от которых зависят сельскохозяйственная экономика и сельские сообщества;
- максимально эффективно использовать невозобновляемые и внутрихозяйственные ресурсы и интегрировать естественные биологические циклы и средства контроля;

- поддерживать экономическую жизнеспособность сельскохозяйственных операций;
- повысить качество жизни фермеров, работников сельского хозяйства и общества в целом.

Программа грантов Центра компетенций должна предоставлять максимальную поддержку проектам, направленным на обеспечение устойчивости сельскохозяйственных систем.

Для грантов, касающихся внедрения современных сельскохозяйственных систем и технологий точного земледелия, необходимо особое внимание уделять взаимосвязям между компонентами сельскохозяйственных систем для разработки инженерных систем, продуктов, процессов и технологий следующего поколения. Программа должна сочетать в себе биологические, физические и социальные науки, что приведет к устойчивым, конкурентоспособным и инновационным решениям для сельскохозяйственных и продовольственных систем территорий Дальнего Востока, охватывающих как традиционное, так и органическое производство. Кандидатам на гранты рекомендуется включать междисциплинарные науки. Таким образом, проекты с большей вероятностью будут включать различные аспекты устойчивости (экономические, экологические и социальные) и окажут большее влияние на проблемы сельского хозяйства. Широкий список тем, охватываемых этой программной областью, включает, помимо прочего, продукты из традиционных и нетрадиционных культур, животных, смешанных систем животноводческого и растительного производства; побочные продукты и природные ресурсы; робототехнику, автоматизацию, точные и геопространственные технологии, энергоэффективность, вычислительные и экспертные системы; новую оценку опасностей и рисков и меры по их смягчению; качество воды, ирригацию и управление. Должны поощряться проекты, ориентированные на определенные виды товаров, и товары, которые важны для недостаточно обслуживаемых фермеров/сельхозпроизводителей.

При реализации программы на получение грантов по указанной тематике особое внимание должно уделяться конференциям или семинарам, которые объединяют заинтересованные стороны, исследователей, специалистов по распространению знаний, преподавателей и поставщиков технологий с целью создания дорожной карты для разработки и предоставления сельскохозяйственных технологий следующего поколения, включая точное земледелие, киберфизические системы, управление информацией и нанотехнологии. Данные технологии должны быть более «умными», более удобными для пользователя и легко адаптируемыми к широкому спектру культур и производителей (в том числе мелких или с ограниченными ресурсами) и их уникальным потребностям (с небольшими изменениями) в поддержку методов и систем устойчивого производства. Важный аспект конференций – содействие пониманию и применению трансформационных системных подходов для повышения устойчивости сельскохозяйственных и продовольственных систем. Под трансформационными системными подходами предполагаются подходы, которые предлагают крупные и синергетические достижения для осуществления многочисленных целей устойчи-

вого развития – производительности, прибыльности, экологических и социальных аспектов [6]. Конференция или семинар должны объединить самые современные знания о том, как выявлять и оценивать трансформирующие системы, продвигать вовлеченную науку и подготавливать резюме своих выводов для публикации и другого распространения. Эта программная область побуждает кандидатов использовать знания системных наук и трансформационных изменений в областях, не связанных с сельским хозяйством, включая социальные и политические науки, право и гуманитарные науки, но с упором на их применение в сельскохозяйственных и продовольственных системах.

Заключение

Таким образом, внедрение программы грантов в рамках создания межгосударственного консультационного Центра компетенций по развитию дальневосточных территорий России и Китая позволит эффективно организовать совместные научные исследования для обеспечения системной постиндустриальной модернизации сельского хозяйства, обеспечивающие устойчивое социально-экономическое развитие и сельского хозяйства, и территорий в целом.

Список источников

1. Программа развития российско-китайского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционной сферах на Дальнем Востоке Российской Федерации на 2018–2024 годы. URL: <http://russian.mofcom.gov.cn/article/speechheader/201811/20181102808776.shtml>
2. Сиразетдинов И.С. Информационно-консультативное обеспечение как фактор развития предпринимательства в АПК // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2010. № 24.
3. Чайанов А.В. Основные идеи и методы работы общественной агрономии. Москва: Новая деревня. 1924. 111 с.
4. Лашкарева О.В., Кожухметова Г.А. Государственная система инновационного обеспечения АПК: Опыт США и возможности его применения для Казахстана // Статистика, учет и аудит. 2017. № 3 (66). С. 101–108.
5. Jackson Wes. *New Roots for Agriculture*. Foreword by Wendell Berry. University of Nebraska Press.
6. Пяо Ихуа, Латкин А.П. Управление рисками российско-китайского сельскохозяйственного предпринимательства. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2022. 148 с.

References

1. The program for the development of Russian-Chinese cooperation in the trade, economic and investment spheres in the Far East of the Russian Federation for 2018–2024. URL: <http://russian.mofcom.gov.cn/article/speechheader/201811/20181102808776.shtml>
2. Sirazetdinov I.S. Information and advisory support as a factor in the development of entrepreneurship in the agro-industrial complex. *Management of economic systems: electronic scientific journal*. 2010; (24).
3. Chayanov A.V. The main ideas and methods of work of public agronomy. Moscow: New Village; 1924. 111 p.
4. Lashkareva O.V., Kozhakhmetova G.A. State system of innovative support of the agro-industrial complex: Experience of the USA and possibilities of its application for Kazakhstan. *Statistics, accounting and audit*. 2017; 3 (66): 101–108.

5. Jackson Wes. New Roots for Agriculture. Foreword by Wendell Berry. University of Nebraska Press.
6. Piao Ihua, Latkin A.P. Risk management of Russian-Chinese agricultural entrepreneurship. Vladivostok: Publishing House VGUES; 2022. 148 p.

Информация об авторах:

Ван Бин, заместитель директора Департамента международной и культурной деятельности ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: wang.bing@vvsu.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/020-028>

Дата поступления:
30.07.2022

Одобрена после рецензирования:
27.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 339.137.22

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041>

Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики

Нига́й Евге́ния Анто́новна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Аннотация. Усложнение конкурентной борьбы в сочетании с растущей динамичностью и непредсказуемостью экзогенных факторов хозяйствования обуславливает выдвигание на первый план задач сохранения и повышения конкурентоспособности экономических систем. Кроме того, тенденции цифровизации экономики, моделей управления и отдельных бизнес-процессов расширяют границы ведения конкурентной борьбы, смещая фокус формирования конкурентных стратегий с традиционного рынка в цифровое пространство. В этой связи при оценке конкурентоспособности экономических систем важно конкретизировать границы, в пределах которых будет осуществляться измерение. В статье предлагается авторский подход, позволяющий на этапе планирования исследований задавать границы оценки конкурентоспособности объектов на микро-, мезо- и макроуровнях. Выделяются объектные, пространственные и временные границы измерения конкурентных позиций. Их определение позволит конкретизировать систему координат «объект – пространство – время» при оценке конкурентоспособности, тем самым конкретизируя контуры исследования. Такой подход усилит точность измерений и составления прогнозов изменения конкурентных позиций и распределения сил в конкретном конкурентном поле, обеспечит определенность в выработке управленческих решений при разработке конкурентных стратегий. Для каждого вектора границ оценки конкурентоспособности предложена концепция градации вариантов измерения: объектные границы – концепция «наслаивания», пространственные границы – «лестничная» концепция, временные границы – «инструментальная» концепция. Отдельное внимание уделяется вопросам определения границ измерения конкурентоспособности в рамках цифровизации моделей бизнеса, когда деятельность организаций распространяется в цифровой среде и активно задействует цифровые технологии и инструменты.

Ключевые слова: конкурентоспособность, границы оценки конкурентоспособности, объектные границы, пространственные границы, временные границы, концепция «наслаивания», «лестничная» концепция, «инструментальная» концепция, экономические системы, цифровизация экономики.

Для цитирования: Нига́й Е.А. Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 29–41. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041>.

Original article

Object, spatial and time boundaries justification in the process of the economic system's competitiveness assessment, taking into account the economy digitalization trends

Evgeniya A. Nigay

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok, Russia

Abstract. *The complexity of competition, combined with the growing dynamism and exogenous economic factors unpredictability, makes the tasks of preserving and increasing the competitiveness of economic systems come to the fore. In addition, the trends in the digitalization of the economy, management models and individual business processes expand the boundaries of competition, shifting the focus of the formation of competitive strategies from the traditional market to the digital space. In this regard, when assessing the competitiveness of economic systems, it is important to clearly identify the boundaries within which the measurement will be carried out. The article proposes an author's approach to determining the boundaries of assessing the competitiveness of objects at the micro, meso and macro levels. Object, spatial and time boundaries of competitive position measurement are distinguished. Their definition will make it possible to specify the object-space-time coordinate system when assessing competitiveness, thereby clearly delineating the study contours. This approach will strengthen the accuracy of measurements and forecasting, simplify management's understanding of the distribution of forces in a particular competitive field, and provide certainty in the development of a sequence of management steps in the development of competitive strategies. For each vector of boundaries of competitiveness assessment, the concept of gradation of measurement options is proposed: object boundaries – the concept of "layering," spatial boundaries – the "ladder" concept, time boundaries – the "instrumental" concept. Special attention is paid to the issues of determining the boundaries of measuring competitiveness as part of the digitalization of business models, when the activities of organizations are distributed in the digital environment and actively use digital technologies and tools.*

Keywords: *competitiveness, competitiveness assessment borders, object borders, spatial borders, temporary borders, concept of "lamination", "ladder" concept, "tool" concept, economic systems, digitalization of economy.*

For citation: *Nigay E.A. Object, spatial and time boundaries justification in the process of the economic system's competitiveness assessment, taking into account the economy digitalization trends // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 29–41. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041>.*

Введение

Необходимость обоснования объектных, пространственных и временных границ измерения конкурентоспособности обусловлена рядом тенденций, сложившихся в настоящее время в сфере конкурентных взаимоотношений:

Во-первых, устойчиво наблюдается противоречивость и комплексность конкурентных стратегий и поведения хозяйствующих субъектов на рынках. Проллеживается изменение характера отношений между экономическими агентами: от жесткой конкурентной борьбы к комбинированию конкуренции и сотрудничеству на разных уровнях взаимодействия, что приводит к созданию агент-ориентированных моделей кооперационных и конкурентных взаимоотношений [1].

В результате подобного взаимопроникновения экономических систем на основе сотрудничества и кооперации усложняется оценка их конкурентоспособности, так как затруднительно разграничение объектов исследования. Поэтому для целей оценки конкурентоспособности экономических систем требуется обозначение *объектных* границ исследования. Кроме того, реализация ценностно-сетевого подхода к ведению конкурентной борьбы обусловила трансформацию конкурентных процессов, когда соперничество реализуется уже не на уровне товара или организации, а в системе цепочек создания потребительской ценности. Такой уровень конкуренции предполагает рассмотрение бизнеса как структурного элемента системы взаимосвязанных экономических отношений агентов-партнеров в создании коммерческих предложений для клиентов. Конкурентоспособность товара и организации согласно данной концепции зависит не только и не столько от компетенций бизнеса, сколько от силы и ключевых преимуществ партнерских организаций в структуре ценностно-сетевой цепи взаимоотношений [2]. В этой связи вопросы установления объектных границ при оценке конкурентоспособности экономических систем приобретают особую значимость.

Во-вторых, условия ведения конкурентной борьбы вынуждают участников рынка и других экономических агентов обращать внимание на новые территориальные возможности и распространять свою деятельность и влияние в новых географических пространствах. Такой вариант экспансии актуален для экономических систем микро- и мезоуровней – товары компаний, организации и сетевые цепочки ценностей. Определяя конкурентные позиции отдельных экономических систем, важно различать *территориальные* границы оценки, так как сила и устойчивость позиций будут отличаться географически, так же как и структура факторов, оказывающих влияние на конкурентную стратегию. Для более масштабных объектов измерения конкурентоспособности мезо- и макроуровней – отрасль, регион, страна – уточнение территориальных границ оценки специфично в разрезе конкретной цели исследования. В любом случае при оценке конкурентоспособности экономических систем независимо от их сложности и масштаба идентификация пространственных границ обеспечивает необходимый уровень точности и локализации измерений. Следует также отметить, что в современных условиях информатизации и цифровизации экономики происходит активное освоение возможностей в новой среде функционирования. Имеется в виду цифровое пространство, за счет которого происходит расширение пространственных границ деятельности экономических систем. Стремительное развитие инноваций (продуктовых, технологических, организационно-управленческих, информационных и др.) вынуждает экономических агентов переходить на новый уровень ведения конкурентной борьбы: происходит значительное ускорение цикла реализации стратегических решений от постановки целей до контроля результатов, сокращение горизонтов планирования. Во многом это детерминировано широким внедрением цифровых технологий в бизнес-процессы, в результате чего экономические агенты получают доступ к новым цифровым инструментам и компетенциям, усиливающим их конкурентные позиции. В силу этого, определяя пространственные границы оценки конкурентоспособности,

нельзя игнорировать цифровое поле деятельности экономических систем наряду с традиционным географическим.

В-третьих, в соответствии с функциональным подходом к трактовке конкуренции происходит противоборство старого управленческого подхода с новым, когда на смену устоявшимся товарам, процессам, технологиям и инструментам приходят новые, более прогрессивные, инновационные методы. Динамика научно-технических достижений приводит к серьезному ускорению циклов планирования, быстрому изменению условий и факторов, влияющих на состояние среды хозяйствования, к ротации расстановки конкурентных позиций. В связи с этим конкурентоспособность экономических систем характеризуется повышенной динамичностью и изменчивостью. При определении конкурентоспособности важно устанавливать *временные* границы оценки и проводить замеры в динамике, отслеживая складывающиеся тенденции. Своевременное выявление закономерностей позволит релевантно реагировать и принимать грамотные управленческие решения. Тогда экономическая система, для которой проводится оценка конкурентных позиций, приобретает точку отсчета её состояния и отслеживает динамику развития по принципу «до» и «после», обеспечивая исследователя более обширным полем данных для обоснования управленческих шагов.

Проявление указанных тенденций действует синергично, усиливая комплексность и многогранность конкурентных отношений. Безусловно, сложившиеся условия среды оказывают влияние на выстраивание и изменение конкурентоспособности экономических систем, усложняя вопросы оценки конкурентных позиций. В связи с этим принимаются стратегические решения для повышения эффективности данных систем.

Цель и методы исследования. Целью настоящей статьи является обоснование универсального авторского подхода, позволяющего идентифицировать и задавать объектные, пространственные и временные границы при оценке конкурентоспособности экономических систем разного уровня, в том числе с учетом тенденций цифровизации экономики.

Представленный подход предполагает совершенствование механизма оценки конкурентоспособности экономических систем на микро-, мезо- и макроуровнях и состоит в обосновании необходимости конкретизации границ измерения конкурентных позиций. Логика идентификации границ оценки конкурентоспособности позиций включает в себя три направления: объектные границы – пространственные границы – временные границы, условно формируя единую «систему координат» с максимальной конкретизацией границ исследования. Более того, в системе выделенных границ измерения конкурентоспособности учитываются тенденции цифровизации экономики, бизнеса и общества. Как следствие, предложенный подход применим для изучения деятельности экономических субъектов как в традиционном экономическом пространстве, так и в его цифровой интерпретации.

Исходными основаниями теории и методики исследования стали основополагающие положения теории конкуренции и конкурентоспособности, моделирования конкурентных структур, стратегического управления, а также цифровиза-

ции бизнес-моделей и процессов в деятельности экономических субъектов на микро-, мезо- и макроуровнях.

Для полноты исследования вопросов обоснования границ измерения конкурентных позиций использованы универсальные методы: анализ и синтез, обобщение, аналогия; эмпирические научные методы: описание, сравнение, моделирование; теоретические научные методы: гипотетико-дедуктивный метод, восхождение от абстрактного к конкретному.

Инструментарий исследования представлен графическими методиками и логико-структурной схематизацией.

Постановка проблемы, обзор научной литературы. В силу множественности и разрозненности влияющих факторов на деятельность субъектов рынка происходит размывание границ ведения конкурентной борьбы, что затрудняет оценку конкурентоспособности объектов на микро-, мезо- и макроуровнях. Под границами конкуренции в данной статье понимается структурная система контуров – объектных, пространственных и временных, в пределах которых осуществляется ведение конкурентной борьбы и оценка конкурентоспособности объектов. Нечеткое определение границ конкуренции приводит к смешиванию объектов, факторов, рынков, в отношении которых осуществляется оценка, и, как следствие, точность оценивания конкурентных позиций снижается.

Проблема исследования заключается в отсутствии универсального инструмента, позволяющего задать общую систему координат для очерчивания контуров при оценке конкурентоспособности экономических систем разного уровня.

Обзор научной литературы показывает высокий интерес авторов к изучению методов и инструментов измерения конкурентоспособности различных экономических систем. Исследование и оценка производятся применительно к отдельным уровням, однако отсутствует универсальный подход к идентификации границ исследования. В результате наблюдается ряд проблем:

- в отдельных случаях происходит смешивание объектов измерения конкурентоспособности;
- отсутствует комплексность подхода к определению контуров оценки конкурентоспособности объектов с точки зрения сочетания параметров «объект – пространство – время», тогда как именно такой подход позволяет максимально четко обозначить границы исследования.

Вопросы исследования конкурентоспособности систем на микро-, мезо-, макроуровнях раскрыты широким кругом исследователей.

Микроуровень исследования конкурентоспособности связан с управлением товаром и организацией. Продуктовые методы оценки конкурентоспособности предприятия описываются в работах А.Ю. Юданова, Н.С. Яшина, Т.В. Позняковой, А.Н. Печенкина. Авторы подробно рассматривают вопросы оценки конкурентоспособности продукции, которая определяется как базовая категория в системе конкурентоспособности, в то время как остальные аспекты являются ее производными [3].

Методы оценки конкурентоспособности на уровне организаций приведены в научных разработках М. Портера, И. Ансоффа, Ж.-Ж. Ламбена, А. Томпсона, А. Стриккланда, Ф. Котлера, Х.А. Фасхиева, Г.Л. Багиева, А.Н. Захарова, В.А. Федо-

ровича и других авторов. Их исследования сформировали ключевые теоретические и методические основы оценки конкурентоспособности организаций [4].

Мезоуровень исследования конкурентоспособности предполагает принятие решений в отношении отрасли, региона, сетевых конкурентных структур. Сущность и содержание конкурентоспособности регионов раскрыты в исследовании Д.В. Руденко. Методика определения конкурентоспособности регионов с помощью интегрального индекса, а также общетеоретические основы данного вопроса рассмотрены в работах Е. Войтеховской и А.В. Антохиной. Факторы конкурентоспособности региона изучены в работе Е.В. Форост. Теоретическим подходам к определению конкурентоспособности региона и факторам, ее определяющим, также уделено внимание в работе В.П. Шорохова и Д.Н. Колькина. Комплексный подход в развитии территорий рассмотрен в работах Я.А. Дикова и И.В. Нусратуллина. И.П. Хоминич и И.И. Тимошенко определили методические основы интегральной оценки конкурентоспособности регионов и провели такую оценку для регионов Южного федерального округа России [5].

Макроуровень исследования конкурентоспособности экономических систем представлен основными положениями концепции конкурентоспособности национальной экономики и изучением аналитического потенциала моделей оценки конкурентоспособности стран. В частности, развитие модели ромба конкурентных преимуществ национальной экономики М. Портера представлено в модели обобщенного двойного ромба международной конкурентоспособности С. Моона, 9-факторной модели С. Чо, в определении Индекса глобальной конкурентоспособности (GCI) и Индекса экономики знаний (KEI) [6].

Вопросы управления международной конкурентоспособностью раскрываются в научных исследованиях М.И. Гельвановского, Р.А. Фатхутдинова, Т. Субботиной. Более обобщенный стратегический уровень анализа представлен в научных трудах по международному менеджменту и стратегическому управлению И. Ансоффа и Г. Минцберга. Специфика механизмов формирования международной конкурентоспособности и конкретизация отдельных аспектов изучения международного конкурентного поля рассмотрены в работах Е.Ф. Авдокушина, А.С. Булатова, Н.А. Волгиной, Л.И. Глухарева, С.К. Дубинина и др. [7].

В то же время отсутствуют комплексные исследования, направленные на выявление и характеристику методов и концепций полноценного определения границ измерения конкурентоспособности объектов на микро-, мезо- и макроуровнях.

Цель статьи заключается в обосновании теоретико-методического подхода к исследованию конкурентоспособности экономических систем на основе идентификации объектных, пространственных, временных контуров.

Основная часть

Конкурентоспособность как экономическая категория характеризуется комплексностью и многогранностью проявления и, как следствие, оценивается на

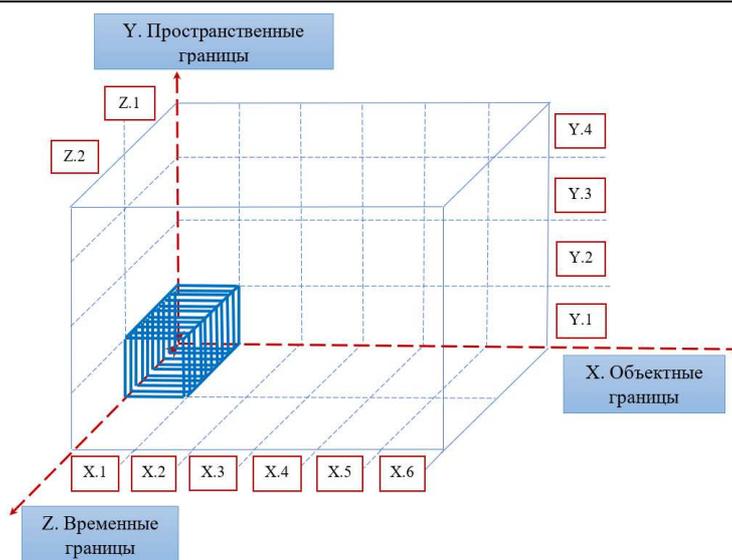
разных уровнях управления. Исследование конкурентоспособности требует четкого определения границ, контуров её измерения: объектных (обобщенных и частных), пространственных, временных. Структурная характеристика границ измерения конкурентоспособности представлена на рис. 1.



Рис. 1. Структурная характеристика границ измерения конкурентоспособности

Под границей/контуром измерения конкурентоспособности понимается область исследования параметров конкурентоспособности отдельных экономических систем, выделение которых обусловлено различиями их объектного, пространственного, временного проявления в осуществлении хозяйственной деятельности. Определение контуров измерения конкурентоспособности обеспечивает зонирование направлений исследования (с четким выделением позиции конкретного объекта) в конкретной пространственной и временной проекциях. При этом необходимо понимать, что контуры измерения конкурентоспособности определяют линии как разделения, так и соприкосновения разных, но связанных между собой экономических систем и их параметров конкурентоспособности.

На рисунке 2 представлена графическая модель определения границ оценки конкурентоспособности, которая построена по принципу трехмерной системы координат.



Х. Объектные границы:

- X.1 – товар
- X.2 – организация
- X.3 – сетевые цепочки ценностей
- X.4 – отрасль
- X.5 – регион
- X.6 – страна

У. Пространственные границы:

- У.1 – локальный уровень
- У.2 – национальный уровень
- У.3 – глобальный уровень
- У.4 – цифровой уровень

З. Временные границы:

- Z.1 – текущая конкурентоспособность
- Z.2 – перспективная конкурентоспособность

Рис. 2. Графическая модель определения границ оценки конкурентоспособности

Объектные границы измерения конкурентоспособности предполагают конкретизацию объекта/уровня моделирования конкурентоспособности. Их логично рассматривать в соответствии с микро-, мезо- и макроуровнями «пирамиды конкурентоспособности» [8]. При этом в авторской интерпретации «пирамида конкурентоспособности» дополнена уровнем «сетевые цепочки ценностей», необходимость выделения которого обусловлена тенденциями усложнения конкурентной борьбы и перехода ее от конкуренции отдельных организаций к конкуренции и кооперации на уровне цепочек создания потребительской ценности [2]. Таким образом, определение объектных границ измерения конкурентоспособности обеспечивает локализацию конкретного объекта измерения конкурентоспособности: товар – организация – сетевые цепочки ценностей – отрасль – регион – страна [9]. Каждый из выделенных уровней характеризуется спецификой проявления в зависимости от параметров специализации.

Очевидно, что на каждом уровне пирамиды механизм и методика оценки конкурентоспособности будут отличаться, поэтому на этапе подготовки и планирования исследования требуется установление объектных границ.

**Определение объектных границ оценки конкурентоспособности
экономических систем (концепция «наслаивания»)**

Уровни оценки конкурентоспособности		Факторы конкурентоспособности	«Наслаивание»
Микроуровень	Конкурентоспособность товара	Факторы конкурентоспособности товара (нормативные, технические, физические, технологические, транспортные, экономические, организационные)	Слой 1
	Конкурентоспособность организации	Факторы конкурентоспособности товаров организации	Слой 1
		Факторы конкурентоспособности организации	Слой 2
Мезоуровень	Конкурентоспособность сетевой цепочки ценностей	Факторы конкурентоспособности товаров организаций	Слой 1
		Факторы конкурентоспособности организаций	Слой 2
		Факторы конкурентоспособности сетевой цепочки ценностей	Слой 3
	Конкурентоспособность отрасли	Факторы конкурентоспособности товаров организаций	Слой 1
		Факторы конкурентоспособности организаций отрасли	Слой 2
		Факторы конкурентоспособности сетевых цепочек ценностей	Слой 3
		Факторы конкурентоспособности отрасли	Слой 4
	Конкурентоспособность региона	Факторы конкурентоспособности товаров организаций	Слой 1
		Факторы конкурентоспособности организаций по отраслям	Слой 2
		Факторы конкурентоспособности сетевых цепочек ценностей по отраслям	Слой 3
		Факторы конкурентоспособности отраслей региона	Слой 4
		Факторы конкурентоспособности региона	Слой 5
Макроуровень	Конкурентоспособность страны	Факторы конкурентоспособности товаров организаций	Слой 1
		Факторы конкурентоспособности организаций по отраслям	Слой 2
		Факторы конкурентоспособности сетевых цепочек ценностей по отраслям	Слой 3
		Факторы конкурентоспособности отраслей регионов	Слой 4
		Факторы конкурентоспособности регионов страны	Слой 5
		Факторы конкурентоспособности страны	Слой 6

В таблице представлена развернутая концепция структурирования объектных границ оценки конкурентоспособности экономических систем на микро-, мезо- и макроуровнях. Она основана на принципе «наслаивания», когда конку-

рентоспособность каждого последующего уровня экономической системы складывается как интегральная величина по отношению к предыдущим уровням; движение от малых объектов к более масштабным сопровождается увеличением количества факторов конкурентоспособности (слоёв). При определении объектных границ оценки конкурентоспособности необходимо установить уровень «пирамиды», принимая во внимание наложение факторов, влияющих на конкурентные позиции объектов.

Рисунок 3 демонстрирует структурирование пространственных границ оценки конкурентоспособности, которое основано на «лестничной» концепции. Определяя пространственные границы исследования, необходимо ограничить территориальное пространство оценки – локальный уровень (район, город, регион, область), национальный уровень (масштабы деятельности в пределах национального рынка), глобальный уровень (международная экспансия деятельности). Ведение хозяйственной деятельности экономических субъектов может осуществляться одновременно на нескольких уровнях, при этом оценивается их конкурентоспособность. Важно понимать, что конкурентные позиции могут существенно отличаться в зависимости от изменения уровня пространственных границ. Это обосновывает важность установления границ в направлении «пространство» при планировании исследования конкурентоспособности. Отдельное поле пространственных границ занимает цифровой уровень. Его выделение обусловлено тенденциями расширения деятельности экономических субъектов в цифровой среде, где также формируются конкурентные отношения [10].

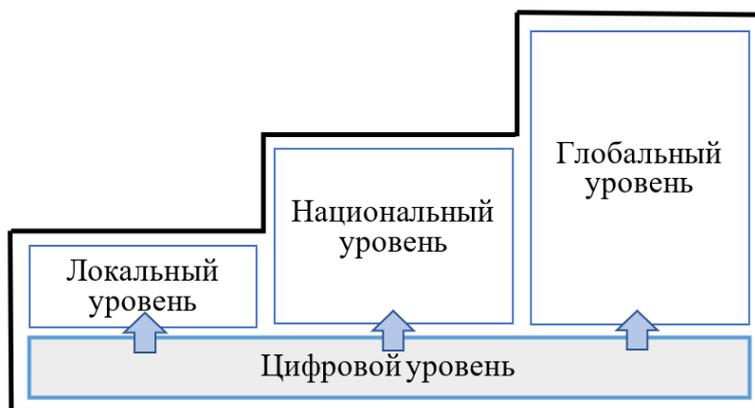


Рис. 3. Определение пространственных границ оценки конкурентоспособности экономических систем («лестничная» концепция)

На рисунке 4 представлено структурирование временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем, которое основано на «инструментальной» концепции. По параметру времени выделяется текущая и перспективная конкурентоспособность. Как упоминалось выше, конкурентоспособность представляет собой динамическую величину, поэтому ее измерение должно

проводиться на повторяющейся основе. При этом принимаемые управленческие решения конкурентной стратегии служат инструментом перехода из текущего, действительного, состояния к ожидаемому, перспективному, уровню конкурентоспособности. Планируя оценку конкурентных позиций, важно иметь представление не только о состоянии изучаемого объекта в момент исследования, но и прогнозировать его перспективы. Это обосновывает важность идентификации временных границ оценки конкурентоспособности.



Рис. 4. Определение временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем («инструментальная» концепция)

Все три указанных направления формируют единую и универсальную систему отсчета в измерении конкурентоспособности экономических систем. Устанавливая границы измерения в категориях «объект – пространство – время», исследователь достигает максимальной конкретизации изучаемого объекта и его конкурентных позиций, повышая точность и достоверность полученных результатов.

Заключение

Принятие стратегических решений в управлении экономическими системами требует системного, планомерного, гибкого, согласованного и точного подхода. Особенно это касается конкурентных стратегий и возможностей завоевания превосходства над конкурентами независимо от масштабов и горизонтов планирования деятельности. В условиях серьезных экономических, политических, социальных, инновационных преобразований ответственность за принятие управленческих решений повышается в прогрессии. Достижение точности и обоснованности решений достигается при максимальной детализации, конкретизации, вариативности расчетов. Все вышесказанное подтверждает обоснованность уточнения инструментального аппарата исследования конкурентоспособности экономических систем. Для субъектов управления необходима четкость понимания пределов распространения принятых решений, поэтому конкретизация направлений измерения конкурентоспособности сквозь призму «объект – пространство – время» приобретает особую значимость. Такой подход дает возможность получить объективную и четкую картину расстановки конкурентных сил (объектов) в пространственном и временном поле. Кроме того, тенденции широкого внедрения достижений информационной индустрии в деятельность экономических агентов и переориентация их экспансии в цифровую среду влекут за собой необходимость разработки алгоритмов и методов оценки деятельности с учетом инновационных трендов развития. Совершенствование механизма оценки конкурентоспособности на различных уровнях операционной дея-

тельности экономических систем расширяет возможности формирования, укрепления, сохранения ключевых конкурентных преимуществ.

Список источников

1. Котелкин Д.Д. Вопросы сочетания конкуренции и кооперации при реализации кластерных проектов в горизонтальных кластерах // Исследования молодых учёных: экономическая теория, социология, отраслевая и региональная экономика: сборник статей. Новосибирск: Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, 2017. С. 170–174.
2. Мокронос А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. 194 с.
3. Белостокова В.Ю. Анализ методов оценки конкурентоспособности компании на промышленном рынке // Управление экономическими системами. 2015. № 7. URL: <http://uecs.ru/uecs-79-792015>
4. Жданова Е.С. Анализ современных методов определения конкурентоспособности предприятий // Часопис економічних реформ. 2018. № 1 (29). С. 44–49.
5. Юмагулова П.С. Факторы конкурентоспособности региона (на примере Республики Башкортостан) // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 1 (163). С. 48–53.
6. Тенг Делюкс. Конкурентоспособность страны в мировой экономике: эволюция подходов и методы оценки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2011. № 3. С. 51–55.
7. Приворотская С.Г. Условия и процесс формирования международной конкурентоспособности национальной экономики: специальность 08.00.14 «Мировая экономика»: автореф. ... дис. канд. экон. наук. Москва, 2014. 22 с.
8. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность: микро-, мезо- и макроуровни. Вопросы методологии // Высшее образование в России. 2006. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-mikro-mezoi-makrourovni-voprosy-metodologii>
9. Нигай Е.А., Попова И.В. Обоснование системного подхода к управлению конкурентоспособностью объектов на микро-, мезо- и макроуровне // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. № 2 (27). С. 274–277.
10. Нигай Е.А. Процесс цифровизации бизнеса: от точечной оцифровки бизнес-процессов к цифровой трансформации // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2022. № 2. С. 134–145.

References

1. Kotelkin D.D. Issues of combining competition and cooperation in the implementation of cluster projects in horizontal clusters. *Research of young scientists: economic theory, sociology, industry and regional economics: a collection of articles*. Novosibirsk: Institute of Economics and Organization of Industrial Production SB RAS; 2017. P. 170–174.
2. Mokronosov A.G. Competition and competitiveness: a textbook. Yekaterinburg: Publishing House of the Urals. un-ta; 2014. 194 p.
3. Belostokova V.Yu. Analysis of methods for assessing the company's competitiveness in the industrial market. *Management of economic systems*. 2015; (7). URL: <http://uecs.ru/uecs-79-792015>
4. E.S. Zhdanova Analysis of modern methods of determining competitiveness of enterprises. *Chasopis of economic reforms*. 2018; (1): 44–49.

5. Yumagulova P.S. Factors of competitiveness of the region (on the example of the Republic of Bashkortostan). *Economics and management: scientific and practical journal*. 2022; (1): 48–53.
6. Teng Deluxe. The country's competitiveness in the world economy: the evolution of approaches and methods of assessment. *Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship. Series: International Relations*. 2011; (3): 51–55.
7. Privorotskaya S.G. Conditions and process of formation of international competitiveness of the national economy: specialty 08.00.14 "World Economy": author. ... dis. cand. economy. sciences. Moscow; 2014. 22 p.
8. Gelvanovsky M.I. Competitiveness: micro-, meso- and macro-levels. Issues of methodology. *Higher education in Russia*. 2006; (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/-konkurentosposobnost-mikro-mezoi-makrourovni-voprosy-metodologii>
9. Nigai E.A., Popova I.V. Justification of a systematic approach to managing the competitiveness of objects at the micro, meso- and macro levels. *Azimuth of scientific research: economics and management*. 2019; (2): 274–277.
10. Nigai E.A. Business digitalization process: from point digitization of business processes to digital transformation. *STAGE: economic theory, analysis, practice*. 2022; (2): 134–145.

Информация об авторе:

Нигай Евгения Антоновна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: jenia_nigay@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0858-5835>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/029-041>

Дата поступления:
07.06.2022

Одобрена после рецензирования:
05.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 339.35

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/042-059>

Роль маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия

Жохова Валентина Владимировна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Аннотация. Формирование эффективно функционирующих каналов сбыта предприятия представляется одним из важнейших направлений его деятельности. Грамотная сбытовая политика способна увеличить объемы продаж и принести доход предприятию. Целью проведенного исследования является необходимость определить роль и приоритетность маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия. В статье проанализированы основные подходы к определениям «канал сбыта» и «маркетплейс»; выявлены значение, преимущества применения маркетплейса в сбытовой деятельности предприятия; проведено исследование каналов сбыта производственного предприятия Приморского края ООО «Владивостокская фабрика Эвернит» и осуществлен экспертный анализ приоритетности маркетплейса при помощи метода анализа иерархий с целью выбора уровня и длины канала сбыта анализируемого предприятия.

Ключевые слова: производственное предприятие, маркетплейсы, каналы сбыта, метод анализа иерархий (МАИ), протяженность каналов сбыта, уровень канала сбыта.

Для цитирования: Жохова В.В. Роль маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 42–59. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/042-059>.

Original article

The role of the marketplace in choosing the sales channel of a manufacturing enterprise

Valentina V. Zhokhova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Abstract. The formation of effectively functioning sales channels of the enterprise is one of the most important areas of its activity. A competent sales policy can increase sales and bring income to the enterprise. The purpose of the study is the need to determine the role and priority of the marketplace in choosing the sales channel of a manufacturing enterprise. The article analyzes the main approaches to the definitions of "sales channel" and "marketplace"; the importance and advantages of using the marketplace in the marketing activities of the enterprise are revealed; a study of the distribution channels of the Primorsky Krai production enterprise "Vladivostok Factory Evernit" LLC was conducted and an expert analysis of the priority of the marketplace was carried out using the hierarchy analysis method in order to select the length of the distribution channel of the analyzed enterprise.

Keywords: production enterprise, marketplaces, sales channels, hierarchy analysis method (MAI), length of sales channels, level of sales channel.

For citation: Zhokhova V. The role of the marketplace in choosing the sales channel of a manufacturing enterprise // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 42–59. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/042-0592>.

Введение

По оценке Приморского центра занятости населения (ПЦЗН), рынок труда в Приморье достаточно стабилен, количество предлагаемых рабочих мест – около 59 тысяч [1]. При этом показатели Примстата на 1 января 2022 г. выявляют пятилетнее снижение производственных предприятий в среднем на 13,6% и деятельности индивидуальных предпринимателей на 18% [2].

Построение каналов сбыта имеет большое значение для успеха производственных предприятий на рынке. Миссия преуспевающих компаний базируется на том, чтобы каждая выпускаемая продукция находила своего потенциального потребителя. Формирование каналов сбыта – один из важнейших элементов маркетинга. Цифровые технологии имеют особое значение в организации каналов сбыта. Но не все формы электронной торговли могут быть приоритетны при составлении каналов сбыта производственного предприятия.

Теоретической основой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых (Ф. Котлера, Н.С. Дудакова, Н.Ю. Кургановой, Н.Н. Молчанова, Н.И. Войткевича, В.И. Сергеева, А.М. Гаджинского, В.В. Дыбской, В.Ф. Лукиных, Л.Б. Миротина, И.О. Проценко, Л.А. Сосунова, Д.В. Чернова и др.), посвященные концепции управления каналами сбыта и изучению цифровых технологий в производственной и сбытовой деятельности предприятий. Работы ученых оказали существенное влияние на выявление проблем сбыта и логистики для различных отраслей экономики. Однако вопросы изучения роли маркетплейса при формировании канала сбыта производственного предприятия изучены недостаточно.

Маркетплейсы как розничные торговые посредники появились на российском рынке электронной торговли только несколько лет назад; сегодня их количество стабильно растет [3]. Популярность данного типа посредника обуславливается относительной простотой организации продаж, отсутствием издержек и рисков самостоятельного продвижения в электронной среде. Однако использование маркетплейса, как полагают некоторые авторы, актуально только в рамках моноканальной или мультиканальной стратегии сбыта, что более эффективно для товаров массового потребления [3]. Какова же роль маркетплейса в выборе канала сбыта производственного предприятия?

В исследовании проанализированы подходы в определении понятия «маркетплейс», выявлены значение и преимущества маркетплейса в сбытовой деятельности предприятия, определена его приоритетность с целью выбора протяженности канала сбыта производственного предприятия.

Цель исследования – определить роль и приоритетность маркетплейсов при выборе канала сбыта производственного предприятия. *Методология* исследования основана на комплексном подходе, включающем анализ научной и нормативной литературы, изучение российской практики в исследовании внедрения цифровых технологий в сбытовую деятельность производственного предприятия. Использовались методы сравнительного и системного анализа. Для определения приоритетности маркетплейсов применялся метод анализа иерархий (МАИ) с расчетом глобального приоритета. Проведенные исследования и мно-

голетний опыт авторов А.Г. Тутыгина и В.Б. Коробова по применению метода анализа иерархий на практике обозначили достоинства данного метода: большая достоверность по сравнению с другими подходами и технологичность реализации, что способствовало выбору МАИ для исследования [4]. МАИ состоит в иерархической декомпозиции проблемы и дальнейшей обработке последовательности суждений экспертов по парным сравнениям в матрице суждений. Метод включает процедуры синтеза множества суждений, получения приоритетности критериев и нахождения альтернативных решений [5, 6]. Для попарного сравнения критериев автором метода Саати предложена специальная оценочная шкала (табл. 1).

Таблица 1

Шкала относительной важности в МАИ

Интенсивность относительной важности	Определение
1	Равная важность
3	Умеренное превосходство одного над другим
5	Существенное превосходство
7	Значительное превосходство
9	Очень сильное превосходство
2, 4, 6, 8	Промежуточное решение между двумя соседними суждениями

Основная часть

Концептуальные основы изучения канала сбыта

Сбыт – это сфера или элемент процесса маркетинга, виды деятельности или организация движения, где основной целью является реализация продукции на соответствующих рынках [7–10]. Исследователь Ж.-Ж. Ламбен рассмотрел канал сбыта как «структуру, формируемую независимыми партнёрами, участвующими в процессе предоставления товаров и услуг потребителям или промышленным пользователям для потребления или дальнейшего использования» [10]. При этом в маркетинге исследуются длина, ширина и уровни каналов сбыта. Меньшая длина канала сбыта позволяет товару быстрее достигать конечного потребителя; длинные сбытовые сети способствуют тому, чтобы шире охватывать рынок и представлять товар во многих торговых точках [12].

Способы формирования сбытовых каналов хорошо изучены и зарубежными, и отечественными учеными. Каждое предприятие ведет свою сбытовую деятельность в определенных производственных стратегических рамках. По мнению Ли Брауна и Майкла Юрдрима, тип продукта, его структура и все подробные характеристики определяют пути решения трудностей, с которыми сталкивается компания в процессе физического распределения товаров [13]. Качественная организация и управление каналами сбыта являются одними из факторов, обеспечивающих успех продукта, продаваемого компанией на рынке [13, 14].

Электронная торговля становится серьезным лидером, предоставляя всю необходимую информацию по товарам, которую можно получить не выходя из дома [17]. Электронные каналы сбыта поднимают компанию на более высокий уровень компьютеризации в области развития, что имеет достаточно важное значение для конкурентоспособности, завоевания авторитета и успеха на рынке. В связи с появлением электронной коммерции в Интернете многие производители перешли к многоканальным системам распределения для выхода на новые рынки с целью снижения расходов на транспортировку продукции в цепочке поставок [14, 15].

Несмотря на преимущества данных систем каналов сбыта, необходимо решать множество вопросов, связанных с расставлением приоритетов, стоящих перед членами канала сбыта, с созданием взаимодействия между каналами и определением эффективного их сочетания [15]. Учеными на протяжении многих лет разрабатываются определенные процедуры, помогающие менеджерам предприятий установить, как грамотно организовать каналы сбыта и выбрать наиболее подходящий маркетинговый канал с использованием цифровых технологий для стратегии развития своего бизнеса.

При построении каналов сбыта организация сталкивается с выбором: создать свой интернет-магазин, продать продукцию через социальные сети или воспользоваться маркетплейсом – готовой торговой площадкой [16]. Становясь поставщиком интернет-магазина, организация передает процесс продажи и обслуживания покупателей в руки данного партнера, а при продаже товаров с использованием маркетплейса фирма получает личный кабинет на сайте, размещать на котором контент (фото, описание товаров, цены и др.) она будет самостоятельно [3]. Многие авторы считают, что бизнесу имеет смысл развивать перспективные каналы сбыта, которые подходят для товаров повседневного спроса – маркетплейсы; именно они в условиях пандемии оказались одними из немногих работающих каналов [17].

Подходы к определению маркетплейсов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Подходы к определению маркетплейсов

Источник	Определение
А.И. Мастеров [18]	Маркетплейс – это веб-сайт (или место), на котором можно найти товары разных брендов от разных направлений, магазинов или людей, представленных на одной и той же платформе, то есть маркетплейс представляет собой онлайн-площадку, на которой систематизируется информация о товарах и услугах разных областей
Редакция «Yagla» [19]	Маркетплейс – это электронная торговая площадка, на которой продавцы могут разместить свои товары для продажи
РБК Тренды [20]	Маркетплейс (торговая площадка) – это онлайн-платформа для продажи и покупки товаров и услуг через Интернет, где продавцы размещают свои товары, покупатели выбирают лучшие варианты по ценам, характеристикам и другим параметрам

Изучение определений понятия «маркетплейс» достаточно мало обсуждается в научных кругах. Маркетплейс может рассматриваться как онлайн-площадка, где формируется информация о товарах и услугах, или торговая электронная площадка, на которой размещается информация о товарах и совершаются продажи. Таким образом, маркетплейс выступает посредником между поставщиком и клиентом. Ценность маркетплейсов в канале сбыта значительна для производителя: это удобный инструмент для продаж и привлечения большого потока покупателей [21].

Основная задача маркетплейса – создать удобную электронную платформу для торговли. Минпромторг России планирует разработать маркетплейс отечественного программного обеспечения для российских компаний. Использование маркетплейса способствует увеличению продаж продукции за счет: эффективной коммуникационной системы; упрощения коммуникации между продавцом и покупателями; реализации потенциала места продажи, удобного всем субъектам рынка [22, 31].

Авторы Е.В. Козляева и И.Ю. Крылова обозначили преимущества в использовании маркетплейсов в каналах сбыта: широкий охват аудитории, низкий порог входа, готовая торговая площадка для бизнеса, сокращение цикла производства и продажи, лояльность покупателей и др. [16].

Исследователи выявили значение применения маркетплейса: больше товаров, чем в фирменном магазине продавца; наличие возможности простой и удобной фильтрации по характеристикам и ценам; наличие базы отзывов и рейтингов продавцов, что упрощает коммуникацию; сокращение транзакционных издержек; удобство процесса покупки: структурирование, категорирование и таргетирование [23].

В.В. Никишкин и М.Д. Твердохлебов исследовали роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг и отметили: «использование маркетплейса актуально только в рамках моноканальной или мультиканальной стратегии сбыта, что более эффективно для товаров массового потребления» [3]. Они утверждают, что маркетплейсы являются посредниками в канале первого и второго уровня (рис. 1).

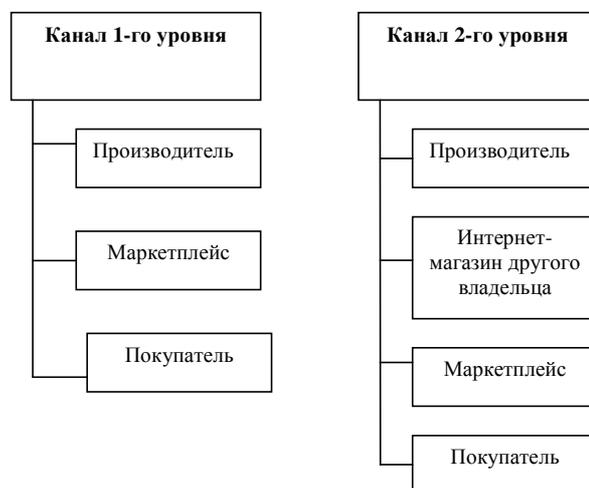


Рис. 1. Уровни каналов сбыта с маркетплейсом

Возникает вопрос: при построении каналов сбыта производственного предприятия актуально ли будет использование данной стратегии?

Потребительская сфера маркетплейсов

Маркетплейсы как торговые посредники появились на российском рынке электронной торговли несколько лет назад. Согласно статистике 2018 г., 80 % людей хотя бы один раз совершали покупки онлайн, а 50 % делали это больше одного раза. Около 71 % населения убеждены, что заказать и купить товары или услуги выгоднее через Интернет, чем в магазине [24].

Данный формат торговых услуг набирает популярность за счет роста предложений предприятий. В 2020 г. россияне потратили порядка 2,5 трлн рублей на оплату услуг в Интернете и совершили около 1 млрд заказов. Об этом свидетельствуют данные исследования, которое совместно провели аналитики агентства Data Insight и сервиса «Авито услуги» (рис. 2) [25].

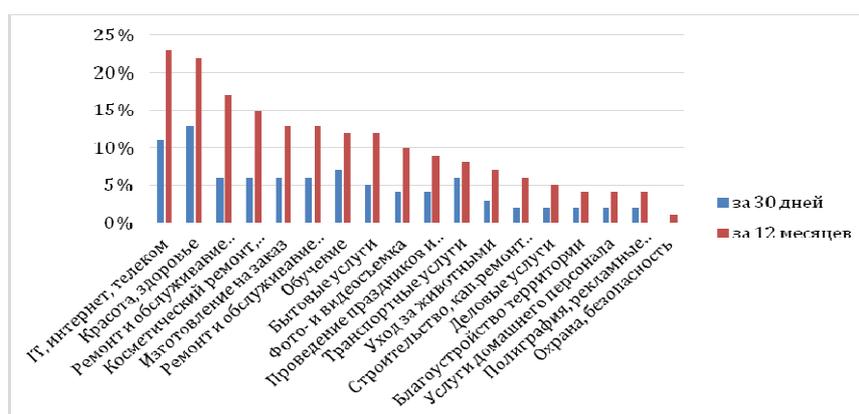


Рис. 2. Доля интернет-пользователей, заказавших услуги через Интернет (2020)

Исследователи отмечают, что 53 % интернет-клиентов – это заказчики в возрасте от 25 до 44 лет. Женщины делают заказы в сети чаще мужчин; на них приходится 54 % сделок. Женщины оплачивают через Интернет прежде всего обучение, услуги в сфере красоты и здоровья, фото- и видеосъемки. Мужчины останавливаются на транспортных услугах, вопросах строительства, ремонта, обслуживания автомобилей, охраны и безопасности [25].

Согласно исследованию аналитиков агентства Data Insight за 2021 г., объём рынка розничной интернет-торговли в России уже составил 4,1 трлн рублей (рост на 52 % год к предыдущему году) и 1,7 млрд заказов (+104 %). Средний чек достиг 2400 рублей (-26 %) [25].

Исследователи изучали участников рынка, рассматривали особенности в сфере маркетплейсов, их типы и различия: C2C (BlaBlaCar, Etsy, Couchsurfing); B2C (AliExpress, Booking.com, Amazon); B2B (Alibaba, Allbiz); C2B («Фрилансим», Upwork) [26]. Маркетплейсы являются удобным средством для формирования потребителю товарного предложения. Помимо широкого ассортимента товаров и услуг, маркетплейс обеспечивает удобные условия покупки, предоставляя гарантии качества.

Использовать маркетплейсы могут различные бизнес-модели. Они могут быть применимы в каналах сбыта производственного предприятия, при этом надо знать, что каждый маркетплейс имеет свои нюансы, приоритеты в товарных категориях, условия сотрудничества, виды дополнительных услуг и др. (табл. 3) [27].

Таблица 3

Сравнительный анализ маркетплейсов

Маркет-плейс	Требования к продавцу	Категория товаров	Комиссия	Участие IT-специалистов	Полный контроль
AliExpress Russia	Зарегистрированное юридическое лицо	Категория товаров не привязана к отдельной целевой аудитории	Зависит от категории товара, комиссия платформы составляет от 5–8 %	Если необходимо адаптировать клиентский интерфейс под платформу, то нужна шина передачи информации по API	Цены, ассортимент, контент, доступ во все промо, прямая работа с покупателем, доступ к аналитике по всем метрикам
Goods	Зарегистрированное юридическое лицо, физическое лицо	Приоритетной категории товара нет	Берет вознаграждение только за выполненный заказ, его размер зависит от категории товара	Для настраивания интеграции требуется участие IT-специалистов	Покупка товаров в офлайн магазинах через Goods.ru
Беру!	Компания должна быть зарегистрирована в качестве ИП или юридического лица	Приоритетные товары: электроника, товары для дома, товары для спорта, отдыха, животных, детские товары, товары для здоровья	Зависит от категории товара, комиссия платформы составляет 3 %	Взаимодействие с Беру! происходит через личный кабинет с помощью модулей интеграции или API	–
Ozon	Зарегистрированное юридическое лицо, физическое лицо	Приоритетные товары: электроника и бытовая химия, одежда и обувь, товары для дома, продукты питания, косметика, мебель	Зависит от категории товара, комиссия платформы составляет от 5–40 %	Для настраивания интеграции требуется участие IT-специалистов	–

Маркет-плейс	Требования к продавцу	Категория товаров	Комиссия	Участие IT-специалистов	Полный контроль
WildBerries	Наличие документов, подтверждающих согласие правообладателей на продажу товаров конкретных торговых марок: соглашения, договора, лицензии и прочее. Наличие зарегистрированной торговой марки. ЭДО	Приоритетные товары: одежда, обувь	Зависит от категории товара, комиссия платформы составляет от 15 %	–	–

Чтобы производственное предприятие эффективно развивалось на онлайн-платформе, необходимо определить приоритетность маркетплейса, где приоритетностью является относительная важность исследуемого объекта по определенным показателям. Многие авторы считают, что, выбирая маркетплейс, следует: уделить особое внимание упаковке и доставке товаров; изучить правила маркетплейса, которые не всегда выгодны продавцам, и комиссию с оплаты заказа; обратить внимание на конкурентов с аналогичной продукцией и ознакомиться с информацией о полном контроле со стороны торговой площадки [16].

Исследование каналов сбыта ООО «Владивостокская фабрика Эвернит»

Для исследования канала сбыта производственного предприятия необходимо изучить стратегию сбыта, провести анализ каналов сбыта и рассмотреть канал сбыта с приоритетным маркетплейсом. Исследование проводилось на ООО «Владивостокская фабрика Эвернит» – производителе носочно-чулочных изделий, осуществляющем свою деятельность на протяжении 14 лет. Уставной капитал организации на 2021 г. – 10 тыс. руб., баланс – 10,11 млн руб., ежегодная выручка – 18,70 млн руб., чистая прибыль – 673 тыс. руб. (-42,48 %) [28].

За время работы на рынке чулочно-носочных изделий у компании появилось множество клиентов в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Сочи и в других крупных городах России и Дальневосточного федерального округа. Сотрудничая с такими крупными компаниями, как «Монастырёв», «Зеленый остров», сеть супермаркетов «Самбери», сеть грузинских ресторанов «Супра», «Солид банк», сеть магазинов «Настоящий обувной», «Чудодей», организация зарекомендовала себя как надёжный бренд, продукцию которого можно приобрести не только рознично в торговых сетях, но и оптом.

SWOT-анализ предприятия и оценка состояния развития взаимодействия факторов внешней и внутренней среды осуществлялись с помощью экспертного метода (табл. 4). Метод отбора экспертов – объективный и документальный. Документальный метод предусматривал подбор экспертов на основе анкетных данных, имеющихся в отделе кадров предприятия. Экспертами выступили руководители и менеджеры структурных подразделений анализируемого предприятия. Сущность метода экспертных оценок заключалась в индивидуальном и логическом анализе суждения экспертов и их количественной оценке исследуемых факторов. Коэффициент конкордации Кендалла при отсутствии связанных рангов $W = 0,753$ – значим.

Таблица 4

Оценка взаимодействия факторов внешней и внутренней среды

Настоящее	Взаимное влияние										Будущее		
	Возможности					Угрозы							
Сильные стороны	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		Возможности	
Особая технология производства и быстрая обработка заказов	+	++	0	0	+		+	++	0	+	++	10	Лидирующая позиция на российском рынке
Брендинг	+	++	0	++	++		0	++	+	++	++	14	Развитие экспорта
Высокое качество продукции и большой ассортимент продукции	++	++	0	+	+		++	++	+	+	0	12	Выход на международные рынки
Эксклюзивная коллекция «С любовью из Владивостока»	0	++	0	0	0		0	+	0	0	0	3	Оптимизация ассортимента продукции
Наличие крупной производственной базы	+	++	++	+	++		0	++	+	0	+	12	Захват доступных маркетплейсов
Слабые стороны													Проблемы и риски

Настоящее	Взаимное влияние											Будущее	
	Возможности					Угрозы							
Сильные стороны	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		Возможности
Отсутствие опыта работы на международном рынке	-	-	0	0	0		0	-	0	-	-	-7	Появление нового конкурента на рынке
Неконкурентоспособные цены	-	0	0	-	-		0	-	-	-	-	-9	Повышение цен на сырьё
Низкая узнаваемость бренда	-	-	0	-	-		0	-	0	-	-	-8	Низкий спрос у молодежи
Текущая текучесть кадров	-	-	0	-	-		0	-	0	-	-	-8	Падение курса рубля, ведущее к уменьшению заработной платы потенциальных клиентов
Редкое расширение ассортимента	-	-	-	0	0		0	-	-	-	-	-9	Снижение общего уровня покупательской способности
	-1	6	0	1	0		3	3	0	-1	-1	10	

Проведенный анализ обозначил следующие проблемы: наличие конкурентов и неконкурентоспособные цены снижают долю рынка ООО «Владивостокская фабрика Эвернит»; постоянно меняющийся кадровый состав компании влияет на эффективность ее деятельности; недостаточная известность бренда уменьшает способность выхода компании на новые рынки. Для развития предприятия и повышения узнаваемости бренда предложен выход на новые электронные торговые платформы.

Для построения нового канала сбыта с использованием маркетплейса также использовался экспертный метод. Экспертами выступили сотрудники отделов продаж и логистики ООО «Владивостокская фабрика Эвернит» в количестве 7 человек. Подбор количественного и качественного состава экспертов произво-

дился на основе анализа широты проблемы, требуемой достоверности оценок и характеристик экспертов [29]. Экспертами был обозначен проблемный вопрос: каков наиболее приоритетный маркетплейс для канала сбыта ООО «Владивостокская фабрика Эвернит»? Отобранные эксперты являлись достаточно точными измерителями для решения обозначенной проблемы.

Приоритетность маркетплейса определялась с помощью МАИ. Метод анализа иерархий представлял собой следующий набор процедур: по разработанной Саати шкале производилось попарное сравнение факторов нижнего уровня иерархии по критериям следующего уровня; составлялась матрица парных сравнений; вычислялись весовые коэффициенты факторов, собственное число матрицы; производилась оценка качества работы эксперта путем сравнения так называемого рассчитываемого индекса согласованности с неким «идеальным экспертом». Если расхождение было равно или менее 10, результаты принимались [30].

Альтернативами в МАИ выступили следующие маркетплейсы: 100SP, Wild-Berries, Ozon, AliExpress и Яндекс.Маркет. Критериями обозначены: «Посещаемость», «Срок доставки», «Удобное заполнение», «Комфортный интерфейс сайта» и «Продвижение». Предлагаемый подход определения приоритетности маркетплейсов в каналах сбыта использовал возможности применения информационных технологий.

Коэффициент конкордации согласованности экспертов при наличии связанных рангов выполнен по формулам (1) – (3): $W = 0,773$; $\chi^2 = 15,47$; $\chi^2_{табл.} = 9,49$. Так как $9,49 < 15,47$, гипотеза о согласии экспертов в ранжировках принимается, коэффициент конкордации W – значим:

$$W = \frac{12S}{d^2(m^3 - m) - d \sum_{s=1}^d T_s}, \quad (1)$$

$$T_s = \sum_{k=1}^{H_s} (h_k^3 - h_k), \quad (2)$$

$$\chi^2 = \frac{12S}{\left[dm(m+1) - \frac{1}{m-1} \sum_{s=1}^d T_s \right]}, \quad (3)$$

где W – коэффициент конкордации; d – количество экспертов; m – количество критериев; S – сумма квадратов отклонений сумм рангов альтернатив от среднего значения суммы рангов; T – поправка на наличие связанных (одинаковых) рангов при s (количество рангов в группе).

Система оценивания суждений альтернатив и критериев экспертов – балльная и в процентах. Балльная шкала оценивания – от 1 до 5 (1 – наименее привлекательный вариант; 5 – лучший вариант); процентная шкала – 0–100% (менее 50% – непривлекательный вариант; 51–70% – менее привлекательный вариант; 71–89% – более привлекательный вариант; 90% и выше – лучший вариант).

Для решения проблемы МАИ составлялось иерархическое представление проблемной области, производился расчет относительной важности всех эле-

ментов в иерархии и определялся глобальный приоритет альтернатив. Для этого производилась нормировка матрицы:

– строились матрицы попарных сравнений (табл. 5):

$$a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}} \quad a_{ij} = 1, \quad (4)$$

где i, j – строки и столбцы матриц попарных сравнений;

– составлялись аналогичные матрицы сравнения всех альтернатив по каждому критерию. Находилась сумма элементов каждого столбца:

$$S_j = a_{1j} + a_{2j} + \dots + a_{nj}, \quad (5)$$

– все элементы матрицы делились на сумму элементов соответствующего столбца (табл. 6, 7):

$$A_{ij} = \frac{a_{ij}}{S_j}, \quad (6)$$

– рассчитывался коэффициент «Отношение согласованности» (ОС):

$$ОС = \frac{Ис}{ППс}, \quad (7)$$

где $Ис$ – индекс согласованности; $ППс$ – показатель случайной согласованности, определяемый теоретически для случая, когда оценки в матрице представлены случайным образом, и зависящий только от размера матрицы. Норматив: $ОС \leq 10\%$.

Числовые оценки матрицы попарных сравнений для исследуемых критериев представлены в табл. 5. $ОС = 9,52\%$; величина ОС менее порядка 10% является приемлемой.

Таблица 5

Числовые оценки матрицы попарных сравнений для критериев

Маркетплейс	Критерии				
	Посещаемость	Срок доставки	Удобное заполнение	Комфортный интерфейс	Продвижение
100SP	1	3	1/5	1/6	1/8
WildBerries	1/3	1	1/6	1/8	1/9
Ozon	5	6	1	1/3	1/5
AliExpress	6	8	3	1	1/3
Яндекс.Маркет	8	9	5	3	1

Таблица 6

Количество посещений маркетплейса

Маркетплейс	Количество посещений, человеко-день
100SP	151 000
WildBerries	8 187 097
Ozon	5 722 581
AliExpress	2 790 323
Яндекс.Маркет	5 119 355

Таблица 7

Числовые оценки матрицы попарных сравнений для критерия «Посещаемость»

Маркет-плейс	100SP	WildBerries	Ozon	AliExpress	Яндекс.Маркет		Нормализованные оценки вектора приоритета
100SP	1	1/9	1/7	1/3	1/5	0,254 047	0,035 303
WildBerries	9	1	2	7	3	3,277 165	0,455 400
Ozon	7	1/2	1	2	2	1,695 218	0,235 570
AliExpress	3	1/7	1/2	1	1/9	0,473 533	0,065 803
Яндекс.Маркет	5	1/3	1/2	9	1	1,496 278	0,207 925
Сумма	25,0000	2,0873	4,1429	19,3333	6,3111	7,196241	
Отношение согласованности = 8,78 %							

Аналогично производился расчет ОС в МАИ для критериев:

«Посещаемость»: ОС = 8,78 %, величина ОС менее порядка 10 % является приемлемой (см. табл. 6, 7).

«Срок доставки»: ОС = 6,09 %, величина ОС менее порядка 10 % является приемлемой.

«Удобное заполнение»: ОС = 10 %, величина ОС менее порядка 10 % является приемлемой.

«Комфортный интерфейс»: ОС = 5,62 %, величина ОС менее порядка 10 % является приемлемой.

«Продвижение»: ОС = 8,84 %, величина ОС менее порядка 10 % является приемлемой.

В результате обработки суждений экспертов МАИ оценивалось максимальное значение глобального приоритета – число, соответствующее 0,302 617. Следовательно, ООО «Владивостокская фабрика Эвернит» необходимо остановить свой выбор на альтернативе приоритетного канала сбыта продукции через выход на торговую площадку WildBerries (табл. 8).

Таблица 8

Расчет глобального приоритета в МАИ

Маркетплейс	Критерии					Глобальные приоритеты
	Посещаемость	Срок доставки	Удобное заполнение	Комфортный интерфейс	Продвижение	
	Численное значение вектора приоритета					
	0,475 701	0,038 438	0,092 860	0,297 233	0,095 767	
100SP	0,035 303	0,539 332	0,047 506	0,253 851	0,443 019	0,159 816
WildBerries	0,455 400	0,139 141	0,140 341	0,133 349	0,292 023	0,302 617
Ozon	0,235 570	0,148 826	0,373 399	0,041 322	0,051 469	0,169 667
AliExpress	0,065 803	0,033 560	0,081 652	0,512 680	0,104 799	0,202 596
Яндекс.Маркет	0,207 925	0,139 141	0,357 101	0,058 798	0,108 691	0,165 305

Предложенный метод МАИ дает объективную экспертную оценку приоритетности маркетплейса по анализируемым критериям: «Посещаемость», «Срок доставки», «Удобное заполнение», «Комфортный интерфейс сайта», «Продвижение». Далее следует протестировать предложенный канал сбыта, определив его плюсы и минусы. Использование нового канала сбыта может принести производителю: экономию финансовых средств на распределение продукции; возможность вложения данных средств в основное производство; сокращение объема работ по распределению продукции и др.

Ожидаемый экономический эффект от внедрения мероприятий ООО «Владивостокская фабрика Эвернит», связанных с использованием одноуровневого канала сбыта с маркетплейсом WildBerries при планируемых затратах в 530 тыс. руб., составит 450 тыс. руб. при сроке окупаемости 9 месяцев:

$$\mathcal{E} = \mathcal{E}p - E_n \cdot Kn = 529\,500 - 530\,000 \cdot 0,15 = 450\,000 \text{ руб.},$$

где $\mathcal{E}p$ – годовая экономия;

E_n – нормативный коэффициент ($E_n = 015$);

Kn – капитальные затраты на внедрение мероприятий.

Данный метод сбыта не является дорогостоящим, не приносит большой доход предприятию, при этом маркетплейс получает до 15 % комиссии от реализации продукции, не приобретая права собственности на товар.

Исследование показывает: анализируемой организации использовать одноуровневый метод с использованием приоритетного маркетплейса при большом объеме реализации товаров недостаточно. Предприятию следует рассмотреть двухуровневый канал сбыта с приоритетным маркетплейсом и привлечением оптовых, розничных посредников или интернет-магазина другого владельца (см. рис. 1).

Заключение

В настоящий момент происходит активное внедрение предприятиями цифровых технологий в каналы сбыта. Цифровизация каналов сбыта в России создала объективные предпосылки для развития коллаборационного маркетинга, использование которого предполагает включение партнеров по каналам в маркетинговую работу, сетевую активность, предоставление контента и активов [7].

Анализ выявил повышенный интерес научного сообщества к теме динамично развивающихся цифровых технологий, при этом популярность маркетплейсов значительно выросла как в научном, так и практическом значении: сложно представить человека, который не использовал бы торговые электронные площадки для приобретения товаров и услуг, а также немного предприятий, которые не имеют собственного сайта или не пользуются маркетплейсами для сбыта своей продукции.

При построении каналов сбыта организация может создать свой интернет-магазин или воспользоваться маркетплейсом [16]. При этом, становясь поставщиком интернет-магазина, организация передает процесс продажи и обслуживания покупателей в руки данного партнера, а при использовании маркетплейса фирма получает личный кабинет на сайте [3]. Маркетплейсы здесь будут являться посредниками в канале сбыта первого или второго уровня. Преимущества использования маркетплейсов: широкий охват аудитории, готовая торговая площадка для бизнеса, лояльность покупателей и др. [31].

Для выбора канала сбыта производственному предприятию необходимо определиться со стратегией сбыта, поиском возможных каналов, анализом канала сбыта и приоритетностью маркетплейсов. Приоритетность маркетплейсов следует определять с помощью метода анализа иерархий. Основным достоинством МАИ является его высокая универсальность для принятия управленческих решений. Выбор протяженности (длины) канала сбыта влияет на скорость и время доставки продукции ее конечному потребителю.

Исследование канала сбыта производственного предприятия ООО «Владивостокская фабрика Эвернит» с использованием приоритетного маркетплейса и расчета экономического эффекта от реализации мероприятий по построению канала сбыта показало, что использование одноуровневого канала при большом объеме реализации товаров недостаточно. Предприятию следует изучить и проанализировать двухуровневый канал сбыта с применением приоритетного маркетплейса и рассчитать необходимые затраты по продвижению товара к конечному покупателю.

Электронная торговля становится все более значима для производителя рынка производственных товаров, что дает возможность снизить предприятиям

издержки на логистику, уменьшить стоимость товара, а также обеспечить доступ к более широкому спектру реализуемой продукции.

Результаты научного исследования значения маркетплейсов в области каналов сбыта продукции могут внести определенный вклад в развитие теоретических знаний в данной сфере. Практическая значимость проводимых исследований будет заключаться в том, что полученные результаты могут помочь менеджерам торговых производственных предприятий в модернизации сбытовой деятельности. Выявление основных факторов влияния маркетплейсов на каналы сбыта продукции предприятий и их значение могут стать дальнейшим научным исследованием.

Список источников

1. Страх сокращения, простой и спад текучки кадров: что происходит на рынке труда в Приморье. URL: <https://primamedia.ru/news/1266167/>
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/27978>
3. Роль маркетплейсов на рынке розничных торговых услуг. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-marketpleysov-na-rynke-rozничnyh-torgovyh-uslug/viewer>
4. Преимущества и недостатки метода анализа иерархий. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-metoda-analiza-ierarhiy/viewer>
5. Tsibizova T.Yu., Karpunin A.A. Application of the hierarchy analysis method in assessing the quality of management processes // Modern problems of science and education. 2015. № 2-1.
6. Сааги Т., Кернс К. Аналитическое планирование. Москва: Радио и связь, 1991. 224 с.
7. Баркан Д.И. Управление продажами. Высшая школа менеджмента. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 2008. 908 с.
8. Багиев Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник. Санкт-Петербург: Обл. правл. ВНТОЭ, 2018. С. 24.
9. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Серия: управление продажами. Изд-во: ИД Гребенников, 2010. 206 с.
10. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Москва: Наука, 1996. 590 с.
11. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы: учебник. Москва: Книга, 2019. 304 с.
12. Принципы построения торгового маркетинга. URL: <https://www.leonov.consulting/upload/iblock/be3/be350b4dda1c5ce598cbe77c8c719377.pdf>
13. Distribution redesign for marketing competitiveness / L. Brown, T. Tadukamalla, M. Vikas, S. Yirdrim // Journal of Marketing. 2009. Vol. 73 (2). P. 143–163.
14. Шварев А.В. Анализ и повышение результативности системы сбыта. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/188971058.pdf>
15. Christopher M., Godsell J. A strategic framework for integrating marketing and supply chain strategies // The International Journal of Logistics Management. 2010. Vol. 21 (1). P. 104–126.
16. Козляева Е.В., Крылова И.Ю. Интернет-продажи: выбор канала сбыта в современных условиях. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-prodazhi-vybor-kanala-sbyta-v-sovremennyh-usloviyah/viewer>
17. Четыре перспективных канала продаж для малого бизнеса. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/blogs/2020/04/13/827950-chetire-erspektivnih>
18. Мастеров А.И. Управленческий анализ смешанных затрат в условиях многономенклатурной реализации // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. 2012. № 2. С. 21–24.

19. Список ведущих маркетплейсов России и как на них заработать. URL: <https://yagla.ru/blog/prodazhi/210701-spisok-vedushchih-marketpleysov-rossii-i-kak-na-nih-zarabotat/>
20. Маркетплейсы – что это такое. URL: <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-marketpleysy-prostymi-slovami-kak-oni-rabotayut-plyusy-i-minusy-chem-otlichayutsya-ot-agr/>
21. Вглубь и вширь. Когда закончится экспансия маркетплейсов. URL: <https://sber.pro/publication/vglub-i-vshir-kogda-zakonchitsia-ekspansiiia-marketpleisov>
22. Маркетплейсы – локомотив роста ecommerce. URL: <https://intaro.ru/blog/1>
23. Маркетплейс. Записки маркетолога. URL: https://www.marketech.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketplace/
24. Global&Ecommerce Report. URL: <https://ecommerce-europe.eu/research/%20ecommerce-europe-reports/>
25. TADVISER. Государство. Бизнес. Технологии. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%>
26. Интернет-торговля: интересная статистика в 2018 году. URL: <https://neo-seo.com.ua/internet-torgovlya-statistika-2018-goda>
27. Синхронизируйте логистику и продажи на маркетплейсе. URL: <https://betapro.ru/blog/logistics-and-sales-on-marketplaces/>
28. ООО «Владивостокская фабрика Эвернит». URL: <https://vbankcenter.ru/contragent/1182536041577>
29. Экспертные оценки при разработке решений. URL: <https://books.ifmo.ru/-file/pdf/817.pdf>
30. Коробов В.Б., Тутыгин А.Г. Проблемы использования МАИ и пути их решения // Экономика и управление. 2016. № 8 (130). С. 60–65.
31. Курганова Н.Ю. Формирование и развитие современных маркетплейсов // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 4 (49). С. 274–279.

References

1. Fear of downsizing, downtime and staff turnover decline: what is happening on the labor market in Primorye. URL: <https://primamedia.ru/news/1266167/>
2. Territorial body of the Federal State Statistics Service for Primorsky Krai. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/27978>
3. The role of marketplaces in the retail trading services market. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-marketpleysov-na-rynke-roznicnyh-torgovyh-uslug/viewer>
4. Advantages and Disadvantages of Hierarchy Analysis. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-metoda-analiza-ierarhiy/viewer>
5. Tsibizova T.Yu., Karpunin A.A. Application of the hierarchy analysis method in assessing the quality of management processes. *Modern problems of science and education*. 2015; (2-1).
6. Saati T., Kerns K. Analytical planning. Moscow: Radio and Communications; 1991. 224 p.
7. Barkan D.I. Sales management. Graduate School of Management. St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University; 2008. 908 p.
8. Bagiev G.L. Enterprise Marketing Fundamentals: textbook. St. Petersburg; 2018. P. 24.
9. Winkelmann P. Marketing and Sales. Series: Sales management. Publishing house: ID Grebennikov; 2010. 206 p.
10. Lambene Jean Jacques. Strategic marketing. Moscow: Science; 1996. 590 p.
11. Afanasyev M.P. Marketing: strategy and tactics for the development of the company: textbook. Moscow: Book; 2019. 304 p.
12. Trading Marketing Building Principles. URL: <https://www.leonov.consulting/upload/iblock/be3/be350b4dda1c5ce598cbe77c8c719377.pdf>

13. Distribution redesign for marketing competitiveness / L. Brown, T. Tadukamalla, M. Vikas, S. Yirdrim. *Journal of Marketing*. 2009; 73 (2): 143–163.
14. Shvarev A.V. Analyze and improve sales performance. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/188971058.pdf>
15. Christopher M., Godsell J. A strategic framework for integrating marketing and supply chain strategies. *The International Journal of Logistics Management*. 2010; 21 (1): 104–126.
16. Kozlyayeva E.V., Krylova I.Yu. Internet sales: selection of distribution in modern conditions. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-prodazhi-vybor-kanala-sbyta-v-sovremennyh-usloviyah/viewer>
17. Four promising sales channels for small businesses. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/blogs/2020/04/13/827950-chetire-perspektivnih>
18. Masterov A.I. Management analysis of mixed costs in multi-item conditions. *Current problems of socio-economic development of Russia*. 2012; (2): 21–24.
19. List of leading marketplaces in Russia and how to make money on them. URL: <https://yagla.ru/blog/prodazhi/210701-spisok-vedushchih-marketpleysov-rossii-i-kak-nanih-zarabotat/>
20. Marketplaces – what is it. URL: <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-marketpleysy-prostymi-slovami-kak-oni-rabotayut-plyusy-i-minusy-chem-otlichayutsya-ot-agr/>
21. Deep and wide. When will the expansion of marketplaces end. URL: <https://sber.pro/publication/vglub-i-vshir-kogda-zakonchitsia-ekspansiiia-marketpleisov>
22. Marketplaces – growth locomotive e-commerce. URL: <https://intaro.ru/blog/1>
23. Marketplace. Marketer's Notes. URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketplace/
24. Global&Ecommerce Report. URL: <https://ecommerce-europe.eu/research/%20ecommerce-europe-reports/>
25. TADVISER. State. Business. Technologies. URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%>
26. Internet trade: interesting statistics in 2018. URL: <https://neoseo.com.ua/internet-torgovlya-statistika-2018-goda>
27. Synchronize logistics and sales on the marketplace. URL: <https://betapro.ru/blog/logistics-and-sales-on-marketplaces/>
28. ООО «Vladivostok Factory Evernit». URL: <https://vbankcenter.ru/contract/1182536041577>
29. Expert Evaluations in Solution Development. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/817.pdf>
30. Korobov V.B., Tutygin A.G. Problems of using MAI and ways to solve them. *Economics and Governance*. 2016; 8 (130): 60–65.
31. Kurganova N.Yu. Formation and development of modern marketplaces. *Business. Education. Right*. 2019; 4 (49): 274–279.

Информация об авторе:

Жохова Валентина Владимировна, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли ВГУЭС г. Владивосток, E-mail: valentina.zhohova@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9934-2702>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/042-059>

Дата поступления:
29.06.2022

Одобрена после рецензирования:
25.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 336.64

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/060-074>

Практические аспекты формирования модели финансового планирования и бюджетирования на предприятиях судостроительной отрасли

Бубновская Татьяна Викторовна

Варкулевич Татьяна Владимировна

Шилова Антонина Юрьевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

***Аннотация.** В современных условиях функционирования предприятий именно процесс бюджетирования становится важнейшим инструментом финансового планирования, то есть главной функцией управления. Вся система процессов планирования должна иметь бюджетный характер; иными словами, все затраты и результаты должны иметь исключительно финансовое, а в идеале денежное выражение. Планирование деятельности компании необходимо для того, чтобы ответить на вопросы: где, когда и для кого будет производиться, изготавливаться и продаваться продукция или оказываться услуги, и, соответственно, необходимо понимать, на какие ресурсы и в каких размерах это будет необходимо. Цель исследования – рассмотрение и обоснование необходимости разработки методики бюджетирования на предприятиях судостроительной отрасли и разработка рекомендаций по результатам исследования. Методы исследования – обобщение и сравнение. В статье рассмотрены практические аспекты формирования модели финансового планирования и бюджетирования на предприятиях судостроительной отрасли. Результат исследования – предложена система финансового планирования и бюджетирования для предприятий судостроительной отрасли. Практическая значимость: предложенная система дает возможность повысить эффективность деятельности предприятия.*

***Ключевые слова:** финансовое планирование, бюджетирование, судостроительная отрасль, центры финансовой ответственности, бюджеты, доходы и расходы, бюджет движения денежных средств.*

***Для цитирования:** Бубновская Т.В., Варкулевич Т.В., Шилова А.Ю. Практические аспекты формирования модели финансового планирования и бюджетирования на предприятиях судостроительной отрасли // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 60–74. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/060-074>.*

Original article

Practical aspects of the formation of a financial planning and budgeting model at shipbuilding enterprises

Tatyana V. Bubnovskaya

Tatyana V. Varkulevich

Antonina Yu. Shilova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

© Бубновская Т.В., 2022

© Варкулевич Т.В., 2022

© Шилова А.Ю., 2022

60

Abstract. *In modern conditions of functioning of enterprises, it is the budgeting process that becomes the most important tool for financial planning, that is, the main management function. The entire system of planning processes should have a budgetary character, in other words, all costs and results should have exclusively financial, and ideally, monetary expression. Planning the company's activities is necessary in order to answer the questions: where, when and for whom products will be produced, manufactured and sold or services will be provided, and accordingly, it is necessary to understand what resources and to what extent it will be necessary. The purpose of the study is to consider and justify the need to develop a budgeting methodology for enterprises in the shipbuilding industry and develop recommendations. Research method – generalization and comparison. The article considers the practical aspects of the formation of a financial planning and budgeting model at shipbuilding enterprises. The result of the study is a system of financial planning and budgeting for shipbuilding enterprises.*

Keywords: *financial planning, budgeting, shipbuilding industry, financial responsibility centers, budgets, income and expenses, cash flow budget.*

For citation: *Bubnovskaya T.V., Varkulevich T.V., Shilova A.Yu. Practical aspects of the formation of a financial planning and budgeting model at shipbuilding enterprises // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 60–74. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/060-074>.*

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что методы финансового управления и бюджетирования способствуют рациональному и эффективному развитию организации и, соответственно, позволяют повысить деловую активность и конкурентоспособность. В условиях усложнения системы управления предприятием и острой конкурентной борьбы на первое место ставится разработка целей и стратегий развития предприятия.

Научная проблема заключается в том, что на данный момент отсутствует система бюджетирования, в которой стратегические цели детализируются до уровня бизнес-процессов, определяется влияние каждого из них на объем и структуру ресурсов предприятия, происходит адекватное распределение ответственности.

Целью исследования является рассмотрение и обоснование необходимости разработки методики бюджетирования на предприятиях судостроительной отрасли и разработка рекомендаций по результатам исследования.

В связи с поставленными целями в ходе выполнения исследования были поставлены следующие задачи:

- представить и описать модель финансового планирования и бюджетирования;
- разработать методические рекомендации по организации процесса финансового планирования и бюджетирования.

Объектом исследования является финансово-хозяйственная деятельность (ФХД) АО «XXX», основным направлением деятельности которого является строительство и ремонт кораблей для Тихоокеанского флота, морских пограничных сил Федеральной службы безопасности (ФСБ) России и на экспорт, строительство рыбопромысловых, транспортных и вспомогательных судов.

Предметом исследования является изучение и разработка рекомендаций по финансовому планированию и бюджетированию на судостроительном предприятии.

Теоретической и методологической базой исследования являются труды отечественных специалистов по проблемам теории и методологии финансового

планирования и бюджетирования, законодательная и нормативная документация Российской Федерации, статистические материалы и материалы периодической печати, специальная литература по планированию, материалы и статьи периодических изданий [1–3, 5, 6], а также интернет-ресурсы.

Рабочая гипотеза исследования строится на совокупности теоретических, методических положений и научной позиции авторов, согласно которым процессно-ориентированное бюджетирование способствует значительному повышению эффективности систем управления судостроительными компаниями путем распределения ответственности между владельцами процессов, при этом обеспечивается высокая мотивация персонала к достижению стратегических целей, к эффективному планированию по показателям каждого бизнес-процесса, что создает предпосылки для экономического роста и увеличения стоимости компании.

Инструментарно-методический аппарат исследования составляют такие методы, как обобщение и сравнение.

Научная новизна исследования состоит в разработке методики процессно-ориентированного бюджетирования судостроительного предприятия, отличительной особенностью которого является комплексный учет бизнес-процессов с выделением центров ответственности.

Наиболее значимыми результатами исследования, характеризующими его научную новизну, являются следующие:

- определены мероприятия по распределению ответственности между участниками процесса бюджетирования путем выделения центров ответственности;
- выработаны рекомендации по регламентированию бюджетного процесса судостроительного предприятия, включающие в себя: порядок формирования сопровождающей документации; сроки предоставления данных от одного подразделения другому; функции, обязанности и организацию взаимодействия участников бюджетного процесса.

Эмпирической базой исследования в данной работе послужили данные бухгалтерской отчетности АО «XXX» за 2019–2021 гг. и иная информация, полученная от организации.

Практическая значимость заключается в том, что предложенная система финансового планирования и бюджетирования позволяет осуществлять контроль выполнения бюджетов каждый день, проводить анализ причин отклонений от показателей бюджета, что дает возможность повышать эффективность работы предприятия и выходить на новый уровень деловой активности и конкурентоспособности.

Основная часть

Бюджетирование служит основой для оценки и анализа выполнения плана центрами ответственности. Контроль над выполнением бюджета позволяет принимать решения в части анализа безубыточности производства [3].

При рассмотрении бюджетирования как инструмента финансового планирования необходимо отметить его основные составляющие:

1. Организационное обеспечение, предполагающее внутреннюю организацию подразделений предприятия, которые несут ответственность за реали-

зацию и поддержание процесса бюджетирования, а также предусматривает выбор человека, отвечающего за правильную и своевременную реализацию процесса.

2. Отдельные процедуры: планирование, реализация бюджетов, сбор и анализ итоговых данных. Для этого должен быть разработан режим, с помощью которого контролируется весь процесс.

3. Формирование и консолидация бюджетов предприятия, основой которого является разработка финансовой структуры предприятия; иными словами, совокупность центров финансовой ответственности, у каждого из которых есть отдельные бюджеты в рамках основного.

Система бюджетов позволяет руководителю своевременно оценить эффективность и рациональность управленческих решений, эффективным образом распределить ресурсы между подразделениями (центрами финансовой ответственности, ЦФО), обозначить пути развития коллектива и избежать негативных последствий в деятельности предприятия [5].

Исследование проведено по данным отчетности АО «XXX», приоритетными видами деятельности которого являются строительство кораблей, судов и плавучих конструкций (основной вид деятельности), ремонт и техническое обслуживание судов и лодок.

В конце 2017 г. Президент РФ утвердил Государственную программу вооружения на 2018–2025 гг. В рамках данной программы Министерство обороны РФ и Федеральная служба безопасности РФ рассматривают в качестве исполнителя государственного контракта на постройку военно-морской техники судостроительные заводы страны с учетом их производственных мощностей и регионального расположения. На данный момент АО «XXX» является системообразующим предприятием Владивостока, основным поставщиком кораблей для морских пограничных сил на Дальнем Востоке и входит в Сводный реестр организаций оборонно-промышленного комплекса.

Этапы формирования государственного заказа в АО «XXX» представлены на рис. 1.

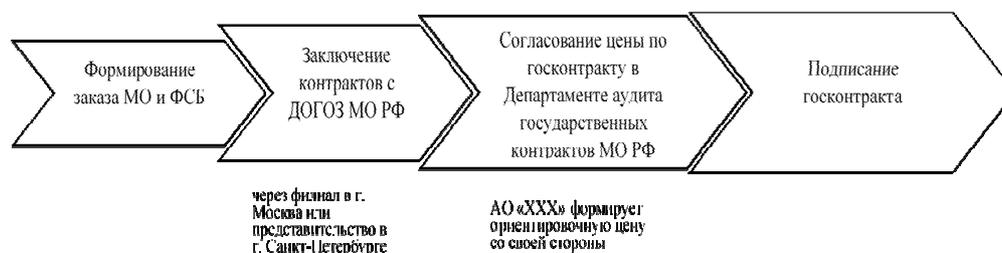


Рис. 1. Схема бизнес-процесса по госзаказу в АО «XXX»

Объемы реализации АО «XXX» по видам производственной деятельности представлены в табл. 1.

Таблица 1

Структура производственной деятельности АО «XXX» в 2019–2021 гг.

Реализация (без НДС)	2019 г.		2020 г.		2021 г.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Всего, в том числе	4 490 628	100,00	2 885 774	100,00	3 033 994	100,00
Судостроение	4 406 993	98,14	2 801 968	97,10	2 964 665	97,71
Судоремонт	72 364	1,61	48 986	1,70	55 757	1,84
Аренда	5088	0,11	14 972	0,52	5530	0,18
Прочие	6182	0,14	19 848	0,69	8042	0,27

Источник: составлено авторами по данным примечаний к отчетности.

Из данных таблицы следует, что приоритетным видом деятельности для АО «XXX» является судостроение: его доля в 2019–2021 гг. в структуре – более 97% каждый год. В 2020 г. реализация проектов значительно сократилась по сравнению с 2019 г. – примерно в 1,5 раза, что можно оценить условно отрицательно. Как видно по данным таблицы, это обусловлено уменьшением судостроения почти в два раза.

Производственный цикл в судостроительной отрасли характеризуется как один из самых продолжительных в экономике. Ввиду данного факта можно предположить, что в 2020 г. было меньшее количество сданных заказов. Доля выполнения судоремонта уменьшилась в 2019–2021 гг. Заметно увеличилась выручка от сдачи имущества в аренду и прочих операций: в 2020 г. доход от аренды вырос на 9884 тысячи рублей, или на 294,26%, от прочих операций – на 13 666 тысяч рублей, или на 321,06%.

Финансовая структура составляет основу планирования и контроля деятельности предприятия и представляет собой совокупность центров финансовой ответственности (ЦФО), связанных между собой линиями ответственности. Центр финансовой ответственности – структурное подразделение (включая подразделения, входящие в его состав), которое имеет обособленный в организационном или хозяйственном отношении вид деятельности, а также несет ответственность за эффективное достижение целевых финансовых показателей в рамках утвержденных бюджетов и предоставленных полномочий.

Учет по ЦФО является элементом системы управления, в которой планирование, учет, контроль и анализ достижения финансово-экономических показателей осуществляются руководителем, ответственным за достижение установленных показателей.

Система учета по ЦФО лежит в основе системы бюджетирования и обеспечивает руководителей информацией о достижении плановых показателей и причинах отклонений от них.

В настоящее время в АО «XXX» не ведется учет по ЦФО, то есть нет локального нормативного акта, закрепляющего финансовую структуру и центры

финансовой ответственности. Все подразделения считаются центрами затрат, финансовый отдел – центром управления финансами. Центром дохода считается предприятие в целом, поскольку ни одно подразделение не несет ответственности за изменение уровня дохода; предприятие не ищет заказчиков самостоятельно, работая с госзаказами. Однако, основываясь на организационной структуре предприятия, можно классифицировать подразделения по видам ЦФО, то есть на данном этапе используется принцип «один к одному», когда ЦФО формируется из одного подразделения и финансовая структура совпадает с организационной. Ситуация, когда организационная и финансовая структура совмещены, характерна для организаций, не в полной мере реализующих бюджетное управление, что значительно снижает эффективность деятельности.

Для АО «XXX» целесообразно использовать следующие виды ЦФО:

- центр затрат (ЦЗ);
- центр управления финансами (ЦУФ);
- центр доходов и затрат (ЦДЗ);
- центр финансового результата (ЦФР).

Рассмотрим одно из возможных предложений совершенствования финансового планирования и бюджетирования судостроительного предприятия АО «XXX».

Для внедрения системы финансового планирования и бюджетирования в АО «XXX», в первую очередь, необходимо провести систему подготовительных мероприятий.

Изначально нужно разработать и утвердить финансовую структуру: определить тип организационной структуры предприятия, распределить бизнес-процессы, доходы, расходы и затраты между структурными подразделениями, определить регулируемые и нерегулируемые затраты, составить перечень центров ответственности и непосредственно утвердить положение о финансовой структуре.

Следующим этапом является определение технологии бюджетирования или создание бизнес-модели. Здесь необходимо определить перечень основных, операционных, вспомогательных и, возможно, специальных бюджетов, также обозначить, какие подразделения будут этим заниматься и определить степень детализации и наполненности бюджетных статей. На данном этапе могут возникнуть трудности касательно сложности отчетности и неподготовленности персонала или их недостаточной компетентности. Поэтому при создании бюджетов нужно стремиться к их максимальной ясности и заниматься мероприятиями по повышению квалификации сотрудников. Далее необходимо сформировать, утвердить и взять под контроль бюджет.

Для рациональной и эффективной реализации процессов финансового планирования и бюджетирования следует создать бюджетную комиссию, которая является коллегиальным совещательным органом управления, создаваемым по решению Совета директоров, осуществляющим деятельность по процессу бюджетирования. Комиссия осуществляет обмен информацией, проводит консультации, совместные заседания и осуществляет иные формы взаимодействия с подразделениями АО «XXX».

Комиссия имеет два состава: рабочий и расширенный. В рабочий состав Комиссии включены: генеральный директор, исполнительный директор, директор Финансово-экономического департамента. В расширенный состав Комиссии включены: генеральный директор, исполнительный директор, директор Финансово-экономического департамента, руководители подразделений верхнего уровня, директора филиалов, главный бухгалтер.

Функции бюджетной комиссии АО «XXX»:

1. Комиссия рассматривает основные показатели плана финансово-хозяйственной деятельности, а также основные параметры и проект бюджета на очередной финансовый год; проектировки по структуре доходов, расходов и источников финансирования дефицита бюджета предприятия.

2. Рабочий состав комиссии определяет бюджетную стратегию и стратегические направления распределения финансовых ресурсов, а также устанавливает цели и задачи по достижению финансовых результатов центрами финансовой ответственности.

3. Расширенный состав комиссии рассматривает проект бюджета в разрезе финансовых показателей, устанавливает цели и задачи центров финансовой ответственности, согласовывает проект бюджета и вносит его на утверждение Совету директоров.

Рассмотрим модель и методику финансового планирования и бюджетирования для АО «XXX». Здесь учитывается, что вся система необходимых подготовительных мероприятий была проведена. Разработка бюджетов будет осуществляться по заказам, по тому, как ведется учет затрат и расходов на предприятии. Далее составляется консолидированный бюджет.

К целям системы бюджетирования АО «XXX» относятся:

– обеспечение принятия эффективных управленческих решений посредством анализа и прогнозов, позволяющих дать объективную характеристику финансово-экономического состояния предприятия на среднесрочную перспективу;

– улучшение финансового состояния предприятия с учетом факторов внешней и внутренней среды, повышение финансовой устойчивости и эффективности расходования средств.

Задачи системы бюджетирования АО «XXX»:

1. Разработка иерархической системы бюджетов в соответствии с финансовой структурой АО «XXX».

2. Формирование сбалансированного консолидированного бюджета с учетом рисков невыполнения плана по доходам и возникновения непредвиденных расходов.

3. Оптимизация расходов при сохранении эффективности деятельности.

4. Выявление потребности в финансовых ресурсах и поиск возможных источников финансирования.

5. Оценка финансовой эффективности и координация деятельности центров финансовой ответственности.

6. Планирование и прогнозирование финансового состояния АО «XXX» на среднесрочную перспективу.

7. Стимулирование центров финансовой ответственности.

Система бюджетирования АО «XXX» состоит из таких элементов, как:

- финансовая структура;
- набор бюджетных форм и алгоритм их разработки;
- система управленческого учета, обеспечивающая анализ, контроль и планирование;
- программное обеспечение, обеспечивающее составление бюджетов разных уровней и анализ их исполнения.

Организация процесса финансового планирования и бюджетирования – это весьма сложный и трудоемкий масштаб работ, требующий ответственного подхода всех центров финансовой ответственности предприятия и их слаженной кооперации. Благодаря налаженному и эффективно работающему процессу бюджетирования руководство предприятия имеет возможность своевременно принимать управленческие решения и видеть причины каких-либо изменений. При этом подходы и методики весьма различны. Предприятие может выбирать для себя наиболее лучшие и необходимые варианты.

К субъектам системы бюджетирования относятся генеральный директор, Финансово-экономический департамент, бюджетная комиссия и ЦФО всех уровней, использующие бюджетирование для своих целей. Перечень субъектов системы бюджетирования АО «XXX» представлен в табл. 2.

Таблица 2

Субъекты системы бюджетирования АО «XXX»

Субъект	Функции
Генеральный директор	<ul style="list-style-type: none"> – определение стратегии консолидированного бюджета на планируемый период; – руководство бюджетной комиссией; – утверждение плана финансово-хозяйственной деятельности; – утверждение консолидированного бюджета, согласованного бюджетной комиссией
Финансово-экономический департамент	<ul style="list-style-type: none"> – организация процесса финансового планирования и бюджетирования в соответствии с заявленными принципами, целями и задачами; – контроль соблюдения регламента и методологии бюджетного процесса; – обеспечение выполнения показателей качества финансового планирования; – анализ исполнения бюджета
Бюджетная комиссия	<ul style="list-style-type: none"> – рассмотрение и согласование проекта консолидированного бюджета; – согласование приоритетных направлений инвестирования; – согласование источников финансирования дефицита бюджета (при наличии)
ЦФО различных уровней	<ul style="list-style-type: none"> – планирование и исполнение бюджетов в соответствии с настоящим Положением и Положением о финансовой структуре; – содействие в планировании Финансово-экономическому департаменту

Источник: составлено авторами.

Объектами бюджетирования являются: виды деятельности, за которые субъекты бюджетирования несут ответственность согласно утвержденной финансовой структуре; целевые показатели, достижение которых заложено в бюджете. Показатели расходов формируются в разрезе ЦФО согласно финансовой структуре и соответствуют классификации статей управленческого учета расходов. Основные объекты системы бюджетирования АО «XXX» представлены в табл. 3.

Таблица 3

Объекты системы бюджетирования АО «XXX»

Объект	Детализация
Доходы	Гособоронзаказ
	Военное судостроение
	Гражданское судостроение
	Военный судоремонт
	Гражданский судоремонт
	Аренда
	Прочие доходы (стоянка судна, возвраты)
Расходы	Материальные затраты
	Затраты на оплату труда основных производственных рабочих
	Страховые взносы на обязательное социальное страхование
	Затраты на подготовку и освоение производства
	Затраты на специальную технологическую оснастку
	Затраты на изделия собственного производства
	Специальные затраты
	Общепроизводственные затраты
	Общехозяйственные затраты
	Прочие производственные затраты (доставка)

Источник: составлено авторами.

Модель бюджетирования АО «XXX» формируется с учетом факторов внешней и внутренней среды. Базовой моделью бюджетирования является процессно-ориентированное бюджетирование (activity based budgeting, ABB).

Основная идея заключается в том, что процессно-ориентированное бюджетирование концентрирует свое внимание на изучении видов деятельности и их

связи с достижением стратегических целей. Процессно-ориентированное бюджетирование позволяет:

- рассчитать себестоимость каждого процесса технологического цикла предприятия (этапы каждого заказа);
- сформировать структуру затрат процессов технологического цикла;
- проследить направление затрат конкретного центра финансовой ответственности;
- оценить деятельность предприятия и эффективность каждого процесса.

Основные характеристики модели:

- детализация бюджетов по всем уровням финансовой структуры с возможностью составления отдельных бюджетов (смет) по заказам внутри ЦФО;
- циклическое формирование бюджета: ЦФО формируют проекты бюджетов, направляемые на рассмотрение бюджетной комиссии и руководителям департаментов, согласно финансовой структуре, после чего бюджеты могут быть возвращены на доработку до формирования оптимального проекта бюджета;
- применение статических бюджетов (не подлежащих корректировке) совместно с ведением гибкого бюджета движения денежных средств с регулярной корректировкой для уточненного планирования финансового результата в течение года.

Основными планами системы бюджетирования являются:

- сметы доходов и расходов деятельности ЦДЗ третьего уровня;
- консолидированный бюджет доходов и расходов;
- бюджет движения денежных средств;
- кредитный план;
- план закупок;
- план финансово-хозяйственной деятельности.

В АО «XXX» применяется метод бюджетирования по заказам. Каждый заказ планируется постатейно с необходимой детализацией. Для ряда ЦДЗ и ЦЗ применяются элементы нормативного планирования, основанного на применении для обоснования плановых, программных и прогнозных документов, норм и нормативов.

Для ЦФО, осуществляющих административно-хозяйственную деятельность, а также для направлений инвестирования применяется метод бюджетирования с нуля (ежегодное обоснование потребности).

Рассмотрим алгоритм процесса финансового планирования и бюджетирования в рамках годового бюджета. На первом этапе Финансово-экономический департамент производит рассылку бюджетного уведомления и бюджетной заявки всем ЦО, задействованным в процессе разработки бюджета в рамках годового бюджета, с учетом выходных и праздничных дней. Срок рассылки – до 20-го числа предыдущего месяца, предшествующего началу бюджетного периода, с учетом выходных и праздничных дней.

В период с 20-го по 30-е число предыдущего месяца, предшествующего бюджетному периоду, с учетом выходных и праздничных дней, все подразделения самостоятельно подготавливают данные на планируемый год согласно

закрепленным за ними статьям затрат и вносят их в бюджетную заявку (смету). Основанием для планирования для каждого ЦО являются:

- первоочередные обязательства и документы, их подтверждающие (ведомости, служебные записки и пр.);
- вновь заключенные договоры поставки материалов, оборудования и договоры на оказание работ, услуг сторонними организациями по каждому ЦО;
- выставленные счета, акты выполненных работ, утвержденные сметы;
- бюджетные задания, определяемые руководством в отношении той или иной статьи (группы статей) доходов и расходов;
- возможный резерв под статью (группу статей), закрепленный за данным ЦО в случае производственной необходимости;
- служебные записки от других ЦО с просьбой включить необходимую сумму в бюджет того ЦО, за которым закреплена данная статья;
- запланированные, но неисполненные статьи бюджета, закрепленные за данным ЦО в предыдущем периоде по причине невыставленных счетов, актов, отсутствия договоров или другим причинам.

Перечень смет, предоставляемых от ЦФО:

- сметы расходов на материалы, капитальный и текущий ремонт (работы), на содержание оборудования, зданий, сооружений – Производственный департамент и Департамент логистики;
- сметы на капитальный и текущий ремонт (работы) автомобильного транспорта – цех № 11 и Департамент логистики;
- сметы обеспечения энергоресурсами с расчетами потребности электроэнергии, пара, воды и других видов энергии – Служба главного инженера (энергомеханический отдел);
- сметы охраны труда с указанием расходов на мероприятия по технике безопасности, на специальное питание – Служба главного инженера (отдел охраны труда и пожарной безопасности) и Бюро гражданской обороны;
- сметы управления условиями окружающей среды с указанием расходов на охрану окружающей среды – Служба главного инженера;
- сметы материально-технического обеспечения с расходом материалов на основное производство, расходов на транспортировку, доставку грузов, ГСМ – Производственный департамент и Департамент логистики;
- сметы на текущий и капитальный ремонты автомашин предприятия и обеспечение их ГСМ, расходов на прохождение технического осмотра автомашин предприятия, постановки и снятия с учета в ГАИ – цех № 11;
- сметы фонда заработной платы основных рабочих – Финансово-экономический департамент и главная бухгалтерия;
- сметы фонда заработной платы вспомогательных рабочих, руководителей и специалистов – Финансово-экономический департамент и главная бухгалтерия;
- сметы расходов продуктов на питание работников в столовой предприятия, расходов на прохождение медицинских комиссий, обслуживание кассового аппарата – Финансово-экономический департамент и главная бухгалтерия;

- сметы управления делами с указанием расходов на канцелярские принадлежности, моющие средства и иных хозяйственных, почтовых расходов, расходов на подписку журналов и газет – административно-хозяйственный отдел;
- сметы на лицензирование основных видов деятельности – Департамент по качеству;
- сметы процесса технологической подготовки производства (оргтехники) – расходы на содержание лаборатории – Технический департамент (отдел информационных технологий) и Отдел заводских лабораторий;
- сметы обеспечения оснасткой и инструментами – Производственный департамент и Бюро инструментального хозяйства;
- сметы на содержание подъемно-транспортного оборудования – Производственный департамент и Служба главного инженера;
- сметы проектно-конструкторского обеспечения – расходы на приобретение и обслуживание нормативно-технической документации – Технический департамент;
- сметы расчета налогов – Финансово-экономический департамент и главная бухгалтерия;
- сметы расходов от Департамента управления кадрами;
- сметы расходов от Департамента общей и финансовой безопасности;
- сметы от Бюро корпоративного управления.

План закупок и поставок оборудования, материалов и комплектующих изделий формирует Департамент логистики совместно с отделом главного строителя и планово-диспетчерским отделом на основании ведомостей поставок заказчика и проектанта. В результате формируются предварительный план ЦО и предварительный план закупок от Департамента логистики.

Следующим этапом является получение в Финансово-экономическом департаменте бюджетных заявок (смет) от ЦО за личной подписью исполнителя и руководителя ЦО и плана закупок от Департамента логистики до 14:00 рабочего дня 30-го числа предыдущего месяца, предшествующего началу бюджетного периода, с учетом выходных и праздничных дней. В результате формируются бюджетная заявка в рамках годового бюджета и план закупок на год от Департамента логистики. С 1-го по 5-е числа месяца, предшествующего началу бюджетного периода, с учетом выходных и праздничных дней, Финансово-экономический департамент осуществляет проверку полученных бюджетных заявок и формирует на основании полученных данных бюджет движения денежных средств (БДДС) и бюджет доходов и расходов (БДР) на год путем автоматического переноса информации из бюджетов ЦО в консолидированный бюджет. На основании данных БДДС и БДР формируется кредитный план. В результате формируются бюджет движения денежных средств в рамках годового бюджета, бюджет доходов и расходов в рамках годового бюджета, кредитный план и план закупок [4].

Заключительным этапом разработки бюджетов является предоставление БДДС, БДР, плана закупок и кредитного плана на рассмотрение бюджетной комиссии для последующего утверждения консолидированного бюджета на

планируемый период. В ходе работы бюджетной комиссии могут приглашаться и заслушиваться руководители ЦО, необходимые для дачи личных пояснений руководству. В ходе рассмотрения и принятия консолидированного бюджета на планируемый период руководством могут вноситься корректировки. В результате формируются БДДС на год, БДР на год, кредитный план на год и план закупок (откорректированные). После внесения корректировок и утверждения БДДС, БДР, плана закупок и кредитного плана информируются все ЦО.

До 14:00 часов 15-го числа месяца, предшествующего началу бюджетного периода, с учетом выходных и праздничных дней, Финансово-экономический департамент вносит соответствующие изменения в консолидированный бюджет, формируя план ФХД, и подает его на утверждение руководителю. В результате формируются БДДС на год, БДР на год, кредитный план, план закупок, план ФХД на год (утвержденные).

На рисунке 2 представлена предлагаемая схема бюджетного процесса АО «XXX».

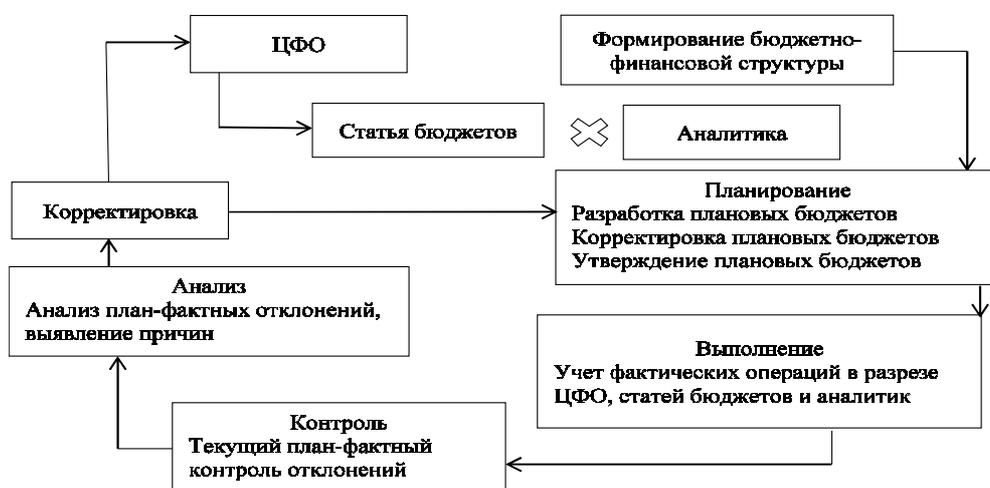


Рис. 2. Схема бюджетного процесса АО «XXX»

Заключение

Для оптимизации процесса финансового планирования и бюджетирования необходимо в первую очередь провести систему подготовительных мероприятий: разработать и утвердить финансовую структуру; определить тип организационной структуры предприятия; распределить бизнес-процессы, доходы, расходы и затраты между структурными подразделениями; внедрить необходимое программное обеспечение. Процесс бюджетирования необходимо разбить на отдельные процедуры: планирование, исполнение бюджетов, сбор и анализ план-фактных данных.

Планирование должно быть организовано в каждом структурном подразделении предприятия для эффективной работы процессов бюджетирования. Совершенствование процесса финансового планирования и бюджетирования является фактором повышения эффективности управления финансами и, соответственно, финансового положения предприятия судостроительной отрасли.

Построение системы бюджетирования компании по бизнес-процессам и центрам финансовой ответственности предоставляет владельцам процессов больше возможностей для эффективного управления, принятия управленческих решений с учетом всеобщей системы качества управления и персонализации ответственности. Персонализация ответственности позволяет применять более гибкую и адекватную экономическому состоянию компании бонусную систему для мотивации персонала на достижение стратегических целей компании. Все это подтверждает научную гипотезу, поставленную перед началом исследования.

Список источников

1. Адамов Н., Тилов А. Бюджетирование в коммерческой организации. Краткое руководство: учебное пособие. Москва: Питер, 2018. 144 с.
2. Андреев Р.Н. Экономическая сущность и принципы бюджетирования // Современные тенденции развития науки и технологий. 2018. № 3-11 (24). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29002560>
3. Дрок Т.Е., Коптева Е.В. Финансовое планирование и бюджетирование на предприятии // Вопросы экономики и управления. 2016. № 5.1 (7.1). URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1581/>
4. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011): Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 2 февраля 2011 г. № 11н // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112417/
5. Хруцкий В.Е., Гамаюнов В.В. Внутрифирменное бюджетирование. Теория и практика: практическое пособие. Москва: Юрайт, 2021. 457 с.
6. Бюджетирование: теория и практика: учебное пособие / Л.С. Шаховская, В.В. Хохлов, О.Г. Кулакова [и др.]. Москва: КноРус, 2016. 412 с.

References

1. Adamov N., Tilov A. Budgeting in a commercial organization. Brief guide: textbook. Moscow: Piter; 2018. 144 p.
2. Andreev R.N. Economic essence and principles of budgeting. *Modern trends in the development of science and technology*. 2018; 3-11 (24). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29002560>
3. Drok T.E., Kopteva E.V. Financial planning and budgeting at the enterprise. *Issues of Economics and Management*. 2016; 5.1 (7.1). URL: <https://moluch.ru/th/5/archive/44/1581/>
4. Approval of the Accounting Regulations «Cash Flow Statement» (PBU 23/2011): Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation No. 11n dated February 2, 2011. *ConsultantPlus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_112417/
5. Khrutsky V.E., Gamayunov V.V. Intra-company budgeting. Theory and practice: a practical guide. Moscow: Yurayt Publishing House; 2021. 457 p.

6. Budgeting: theory and practice: textbook / L.S. Shakhovskaya, V.V. Khokhlov, O.G. Kulakova [et al.]. Moscow: KnoRus; 2016. 412 p.

Информация об авторах:

Бубновская Татьяна Викторовна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и управления ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Tatyana.Bubnovskaya@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4625-5434>

Варкулевич Татьяна Владимировна, канд. экон. наук, доцент, директор Института международного бизнеса, экономики и управления ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Tatyana.Varkulevich@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8214-7839>

Шилова Антонина Юрьевна, бакалавр ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: A.Shilova@vvsu.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/060-074>

Дата поступления:
23.06.2022

Одобрена после рецензирования:
07.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья
УДК 339.138:642.5
DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/75-087>

Продуктовый стандарт в гостиничных сетях в системе франчайзинга

Гомилевская Галина Александровна

Машинина Дарья Георгиевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Аннотация. Гостиничная отрасль развивается и формирует крупные сетевые объединения, используя систему управления франчайзинг, создавая при этом уникальный гостиничный бренд. Цель исследования заключается в актуализации системы управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга в гостиничной сфере на основе оценки факторов и тенденций развития франчайзинговых технологий. Использованы методы: анализа, дедукции и индукции, систематизации, интерпретации, выявление причинно-следственных связей, сравнительно-описательный и статистический методы. Достигнуты следующие результаты: в ходе исследования были рассмотрены теоретические аспекты образования гостиничных сетей, их управления с помощью системы франчайзинга, выявлены факторы и тенденции развития франчайзинга в гостиничной сфере. В статье представлены развивающиеся модели гостиничного франчайзинга, с помощью которых предприниматель способен приобрести в собственность бизнес. Научная новизна заключается в том, что уточнено понятие гостиничной сети, актуализирована система управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга на основе его модифицированных моделей. Практическая значимость исследования состоит в систематизации данных по оценке мировой и отечественной практики использования франчайзинга в гостиничных сетях.

Ключевые слова: гостиничные сети, гостиничный рынок, франчайзинг, гостиничный франчайзинг, франчайзинг, конкурентоспособность, тенденции.

Для цитирования: Гомилевская Г.А., Машинина Д.Г. Продуктовый стандарт в гостиничных сетях в системе франчайзинга // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 75–87. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/075-087>.

Original article

Product standard in hotel chains in franchising system

Galina A. Gomilevskaya

Daria G. Mashinina

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Abstract. The hotel industry is developing and forming large network associations, using franchising management system, while creating a unique hotel brand. The aim of the study is to update the management system of hotel enterprises using franchising in the hotel industry on the basis of evaluation of factors and trends in franchise technology development. Methods: analysis, deduction and induction, systematization, interpretation, identifying cause-effect relationships, comparative-descriptive and statistical methods. Results: the theoretical aspects of the formation of hotel chains, their management with the help of franchising system were considered, the factors and trends in the development of franchising in the hotel industry were identified. This

© Гомилевская Г.А., 2022

© Машинина Д.Г., 2022

article presents developing models of hotel franchising, through which the entrepreneur is able to acquire ownership of the business. Scientific novelty: the concept of a hotel chain is clarified; the system of management of hotel enterprises with the use of franchising on the basis of modified franchising models is actualized. Practical significance of the research lies in the systematization of data on the assessment of global and domestic practice of franchising in hotel chains.

Keywords: hotel chains, hotel market, franchising, hotel franchising, franchising, competitiveness, trends.

For citation: Gomilevskaya G.A. Mashinina D.G. Product standard in hotel chains in franchising system // *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service.* 2022. Vol. 14, № 3. P. 75–87. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/075-087>.

Введение

Современный рынок индустрии гостеприимства отличается высокой конкуренцией. Все участники данного рынка стараются укрепить свои позиции, завоевать конкурентное преимущество, для чего разрабатывают новые возможности ведения бизнеса. Гостиничный сектор не обошли процессы глобализации и интеграции, которые выражаются в формировании крупных сетевых объединений гостиничных предприятий.

Мировая практика выработала такую форму управления предприятиями гостиничной индустрии, когда они объединяются в сеть, используя систему управления франчайзинг, формируя при этом уникальный гостиничный бренд. В связи с изменением подходов к развитию и продвижению туристской отрасли в целом, сложившимся мировым кризисом и последующими изменениями в производственных процедурах, а также тенденциями развития сетевых гостиничных предприятий выбранную тему исследования можно считать актуальной.

Цель исследования заключается в актуализации системы управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга в гостиничной сфере на основе оценки факторов и тенденций развития франчайзинговых технологий.

Для выполнения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить сущность и содержание гостиничных сетей;
- провести анализ специфики франчайзинга как способа управления бизнесом;
- определить основные тенденции развития системы управления и на основе этого разработать актуализированную систему гостиничного франчайзинга.

Предмет, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция

Предмет исследования – международные гостиничные сети, управляемые по системе франчайзинга.

Теоретические основы определения гостиничных сетей подробно описаны в работах И.А. Рябовой, Д.С. Ушакова, А.С. Кусокова, А.Д. Чудновского, М.А. Жуковой и других авторов [1, 2, 6, 8]. Так, исследователи В.С. Катъкало и В.Н. Мукба под гостиничной сетью понимают «долгосрочное взаимовыгодное объединение гостиничных предприятий, а также фирм сопутствующих отраслей в единую структуру и систему стратегического сотрудничества с целью создания совместных отличительных компетенций» [4]. Термин «цепь», по нашему мнению, тождественен используемому в источниках термину «сеть». В своих работах А.С. Кусоков [6], А.Д. Чудновский и М.А. Жукова [8] рассматривают различные варианты классификации и стандартизации сетей.

Большинство авторов определяют франчайзинг как «взаимоотношения, по которым франчайзодатель предоставляет юридически защищенное право заниматься предпринимательской деятельностью, а также помощь в организации этой деятельности». Практические аспекты и тенденции развития франчайзинга как способа управления бизнесом рассматриваются авторами Т.Н. Ёркиной, Н.Ю. Сайбель, А.С. Александровой и др. [14, 15, 19]. Следует признать, что на сегодняшний день исследования, проведенные по системе франчайзинга, представляются разрозненными. В работах по данной тематике, на наш взгляд, отсутствует комплексная оценка возможностей франчайзинга и его устойчивости. Особенного внимания заслуживает изучение современных тенденций франчайзинга при внедрении и развитии систем управления гостиничными сетями.

Методы исследования. Методология работы включает отбор, систематизацию и анализ данных вторичных источников информации. В работе использованы методы анализа, дедукции и индукции, систематизации, интерпретации, выявление причинно-следственных связей, сравнительно-описательный и статистический методы.

Основная часть

Появление гостиничного бизнеса напрямую связано с развитием общества. Однако для нашего времени характерно не просто международное объединение экономики регионов и государств в общий рынок, а во всеобъемлющий процесс, идентифицируемый через феномен системности, когда интеграция охватывает все сферы жизни общества, преобразовывая его в единую глобальную систему. В последние десятилетия благодаря возникновению и развитию информационных технологий и коммуникаций крупнейшие гостиничные предприятия стали объединяться в гостиничные сообщества с целью регулирования развития бизнеса, а также для роста и более равномерного распределения доходов.

Изучив различные подходы к определению термина «гостиничная сеть» [1–5], авторами представлено понимание данной дефиниции как сообщества ряда гостиничных предприятий, организованного под единым руководством с общей идеей продвижения продукта и торговой марки. Большинство авторов подчеркивает, что ключевыми признаками гостиничных сетей являются: объединение, принадлежность, общее руководство, один бренд.

Из этого следует, что целью объединения предприятий в гостиничную сеть является развитие и передача вновь приобретенных компетенций, что приводит к созданию основных факторов, составляющих конкурентоспособность сетевого гостиничного бизнеса.

В процессах слияния часто участвуют двое или более гостиничных компаний, имеющих незначительные отличия в размерах, специфике ведения бизнеса и желающих объединить его для получения синергетического эффекта. Например, в 2016 г. крупнейшие гостиничные сети Marriott International и Starwood Hotels & Resorts объявили о слиянии, в результате которого начато создание крупнейшей гостиничной сети [7]. В результате экспансии гостиничного бизнеса в течение прошедших лет многие туристские направления обогатили свой потенциал именно присутствием гостиничных брендов с высокой репутацией [10].

Для понимания условий и факторов создания гостиничных сетей на основе объединения гостиничных предприятий целесообразно рассмотреть систему классификации гостиниц по базовым критериям, которая включает масштаб деятельности, спектр и характер услуг, принципы управления (рис. 1).



Рис. 1. Классификация гостиничных предприятий по базовым критериям

Источник: составлено авторами по [11].

Классификация отелей отличается во всем мире из-за правовой базы и особенностей местоположения. Но благодаря основным потребностям в создании системы классификации, таким как ассортимент услуг, уровень цен и прочее, есть определенный минимум стандартов, которые необходимо соблюдать всем средствам размещения.

Объединение в гостиничном бизнесе интенсивно развивается в течение последних лет. Расширение цепочек производится в большей степени путем заключения договоров на управление либо с использованием франчайзинговой модели. В последние годы предпочтение получил франчайзинг.

Международная ассоциация франчайзных организаций (МАФО) [13] определяет франчайзинг как: «длющиеся во времени взаимоотношения, по которым франчайзодатель предоставляет защищенное в законном порядке право заниматься определенной предпринимательской деятельностью, а также помощь в организации этой деятельности, обучении, реализации и управлении за вознаграждение от франчайзополучателя».

В европейском пространстве франчайзинг рассматривается как перспективная система для развития предпринимательской деятельности, поэтому франчайзинговые системы активно формируются и продвигаются. Достаточная активность в развитии франчайзинга также стала заметна и в азиатских странах

с 90-х гг. XX века. В настоящее время можно отметить особенности франчайзинга в различных странах мира (табл. 1).

Таблица 1

Развитие франчайзинга в отдельных странах

Страна	Статистика	Сферы бизнеса
Франция	Более 1900 франчайзеров, более 72 тыс. франчайзи	Розничная торговля, автомобильный, гостиничный и ресторанный бизнесы, услуги
США	2000 франшиз, 76 тыс. франшизных точек	Услуги, фастфуд, спорт и бизнес, недвижимость, развлечения, индустрия гостеприимства, уход за пожилыми людьми
Китай	Более 4500 франчайзинговых брендов, более 400 тыс. франчайзинговых точек	Розничная торговля, ресторанный бизнес, детское образование, кофейни, мороженое
Австралия	Более 1100 франшиз, свыше 65 тыс. франчайзинговых точек	Розничная торговля, фастфуд, фитнес, индустрия гостеприимства, уход за пожилыми людьми

Примечание: составлено авторами по [14].

Согласно данным, представленным в таблице, можно сделать вывод о том, что франчайзинг в экономике многих зарубежных стран играет важную роль, так как способствует продвижению товаров и услуг не только внутри стран, но и по всему миру. Франчайзинг в современных условиях можно считать наиболее перспективным видом предпринимательства в связи с тем, что собственники при этом получают готовое дело. Ежедневное управление, контроль качества и контроль над физическими активами осуществляются франчайзи, а не гостиничной цепочкой.

По мнению автора Е.В. Копытиной [16], модель франчайзинга подразумевает наличие четырех основных элементов, таких как: продукт (услуга), который завоевал популярность; имя (бренд), завоевавшее лояльность потребителей; проверенная бизнес-система, использование которой придает компании-франчайзи новое качество; способность к тиражированию, т.е. способность вызвать интерес к использованию отработанной системы потенциальных франчайзи.

Как правило, франчайзинговый договор предусматривает следующие взносы от франчайзополучателя: вступительный взнос, вознаграждение, маркетинговая поддержка. Чаще всего сумма вступительного взноса для сотрудничества с гостиничным оператором определяется его имиджевой составляющей: насколько сеть известна, распространена, насколько узнаваем бренд.

Как подчеркивают Н.Ю. Сайбель и В.В. Щеглов [15], в случае гостиничного франчайзинга договор описывает количество комнат и связанные с предприятием

услуги, которые будут предлагаться. Цена франчайзинга, а также платежи за использование имущества и вознаграждение оговариваются. Договор франчайзинга для отеля имеет жесткие требования к внешнему виду гостиницы, к интерьеру и технической оснащенности номеров, к виду ресторанной зоны. Поставщиков оборудования гостиница должна выбирать исходя из рекомендаций франчайзера.

Глобализация гостиничного бизнеса приводит к активному развитию и постоянному укрупнению гостиничных сетей, рассматриваемых как бизнес группы, осуществляющие коллективную деятельность и находящиеся под непосредственным контролем единого руководства сети (табл. 2).

По данным журнала «Hospitality on magazine» [17], бесспорным лидером в мире остается Marriott International. Компания несколько замедлила темпы роста по сравнению с 2020 г. (+5 %), но продемонстрировала хорошие результаты, увеличив количество номеров в 2021 г. на 3,1 %. Китайская компания Jin Jiang также занимает лидирующие позиции. В условиях, когда гостиничный рынок Китая восстанавливается быстрее, чем его западные коллеги, компания добилась более высоких темпов роста (+6,7 %), чем ее западные конкуренты. Компания Hilton, поднявшаяся на третье место, продемонстрировала лучший рост среди западных групп (+4,9 %, чистый прирост более чем на 47 000 номеров), преодолев символический порог в 1 млн номеров.

Таблица 2

Характеристика ведущих международных гостиничных сетей на 2021 г.

Гостиничная сеть	Количество отелей, шт.		Количество номеров, шт.		Рост предложения номеров		Основной вид управления	Штаб-квартира
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.	+/-	%		
Marriott International	7351	7551	1 358 400	1 400 289	41 889	3,1	Франшизы, контракт на управление	Вашингтон (США)
Jin Jiang	9518	10 304	67 958	1 020 036	67 958	6,7		Шанхай (Китай)
Hilton Worldwide	6055	6422	962 864	1 010 257	47 393	4,9		Вирджиния (США)
Accor	5036	5139	730 886	753 344	22 458	3,1		Париж (Франция)

Примечание: составлено авторами по [17, 18].

В России массовое появление франчайзинговых предприятий стало возможным только в 90-е гг. прошлого века с переходом страны к рыночной экономике. В 1997 г. была образована Российская ассоциация франчайзинга. Согласно данным в последние годы число предприятий в России, работающих по франчайзингу, увеличилось не менее чем на 15 % в год. Одной из причин такого роста

эксперты называют кризис 2014 г. [19]. Сегодня на российском рынке представлено 135 франшиз, зарегистрированных в реестре Российской ассоциации франчайзинга [20].

Что касается непосредственно гостиничных сетей, то, по данным ежегодного исследования рынка присутствия международных гостиничных брендов в России, проводимого компанией ЕУ, по состоянию на февраль 2021 г. под международным управлением 20 гостиничных сетей, работающих в 41 городе России, находилось 210 гостиниц (общий номерной фонд 43 845) [20]. Основную долю номерного фонда и гостиниц по всей стране (82 %) формируют пять сетей: Accor Hotels, Hilton Worldwide, Marriott International, Radisson Hotel Group, InterContinental Hotels Group (рис. 2).

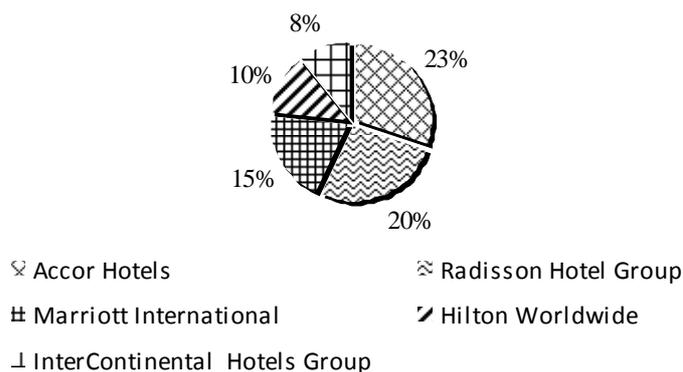


Рис. 2. Доля гостиничных операторов на российском рынке

Источник: составлено авторами по [20].

Можно сказать, что до недавнего времени многим известным мировым гостиничным брендам был интересен российский рынок для продвижения своих услуг. Так, цепь Accor Hotels имеет в России 48 отелей и 8443 номера, Radisson Hotels Group – 36 отелей и 9882 номера, замыкает лидерские позиции сеть Marriott International, управляющая 29 отелями с 6543 номерами [21].

Как справедливо отметила исследователь Е.В. Копытина [16], к основным проблемам, ограничивающим развитие франчайзинга в сфере предоставления услуг в России, можно отнести:

- 1) неблагоприятный предпринимательский климат;
- 2) отсутствие финансовых возможностей покупки франшизы за счет собственных средств;
- 3) сложности с кредитованием малого и среднего бизнеса;
- 4) жесткие ограничения – размер франчайзингового сбора, требования к объему и оборудованию объекта;
- 5) ограничение мест расположения (могут быть города с населением от 300 тыс. человек, крупные деловые и туристские центры);

б) обязательное наличие опыта ведения гостиничного бизнеса у потенциальных франчайзи;

7) высокие требования к профессиональной подготовке персонала гостиницы.

Таким образом, основными проблемами внедрения франчайзинга в индустрию гостеприимства в России являются дефицит квалифицированного персонала, несовершенство законодательства и проблемы финансирования. Разрешение этих проблем возможно только в комплексе, так как решение одной проблемы связано с необходимостью решения других.

Одним из ограничивающих факторов в начале XXI века стал глубокий кризис, вызванный вспышкой пандемии COVID-19. В связи с обострением пандемии, сопровождающимся всплеском числа случаев заболевания и появлением новых штаммов, многие страны ввели строгие ограничения на поездки, включая обязательное тестирование, карантин и в некоторых случаях полное закрытие границ. При этом работа отелей во время пандемии и при выходе из нее показала, что гостиничная индустрия адаптировалась к вспышкам заболеваемости, научилась управлять спросом, безусловно, не без участия и оказания поддержки государством. Так, благодаря изменениям в стандартах предоставляемых услуг, их регуляции на законодательном уровне и открытому способу работы гостиничные сети, используемые систему франчайзинга, смогли быстрее восстановиться после кризиса, поскольку клиент проявляет больше доверия устойчивому бренду, которым обладают гостиничные сети.

Для выявления перспектив развития франчайзинга в индустрии гостеприимства целесообразно выделить актуальные тенденции отрасли в целом, к которым, по мнению ряда экспертов, относятся [23, 24]: развитие мини-отелей и хостелов; использование цифровых методов маркетинга; открытие вилл вдали от города; использование современных инновационных технологий, соответствующих мировым стандартам качества, дифференцированный подход к обслуживанию клиентов, создание на базе отелей общественных пространств (выставки, конференции и т.д.).

Перечисленные тенденции в настоящее время уже реализуются через систему франчайзинга. Например, «Wyndham» предлагает франшизу на открытие придорожного мотеля под брендом «Super 8». Все службы мотеля работают по аутсорсингу, постояльцы самостоятельно регистрируются через автоматы, возможна только безналичная оплата. Такой бюджетный вариант размещения пользуется большим спросом у клиентов, желающих остановиться на 1–2 дня [23].

Сегодня эволюционирует не только гостиничная индустрия, но и модель франчайзинга. Франчайзер определяет политику и процедуры, осуществляет контроль над действиями франчайзи. В сфере гостеприимства появляется необходимость учитывать особенности местного рынка. Изменились и ожидания нового поколения франчайзи: большее число стремится к проявлению предпринимательской свободы в рамках франшизы. Это невозможно в пределах классической модели. На основе сформулированных теоретических аспектов нами разработана актуализированная система гостиничного франчайзинга, способная систематизировать данные использования франчайзинга в гостиничных сетях (табл. 3).

Современные модели гостиничного франчайзинга

Вид франчайзинга	Участники	Описание	Положительные факторы	Отрицательные факторы
Классическая модель	Франчайзер (юридическое лицо), франчайзи	Одна сторона, представленная юридическим лицом, передает другой стороне право использования бренда, ноу-хау, проверенные бизнес-модели и отлаженные бизнес-процессы в обмен на единовременный и периодические платежи	Помогает выйти на новые рынки, расширяет портфель брендов, дает знания и поддержку	Сложности с кредитованием, обязательное наличие опыта ведения бизнеса, неравноправие в отношениях между франчайзером и франчайзи. Боязнь за статус бренда, за возможность испортиться из-за ошибок франчайзи
Свободный франчайзинг	Франчайзи, проявляющий индивидуальность; франчайзер, настроенный на сотрудничество с такого рода франчайзи	Предполагает свободу для франчайзи во внешнем оформлении точки и введении новинок в ассортимент	Является менее строгой формой классической модели	Введение новинок в ассортимент может нарушить идентифицируемость бизнес-концепции
Квазифранчайзинг	Франчайзи – представители молодых концепций; франчайзер стремится увеличить число франчайзи	Долгосрочное консультирование с наставничеством франчайзера	Возможности развития собственного бренда франчайзи, невысокая цена франшизы	Высокие риски потери клиентов, ориентирующихся на бренд заведения
Бранчайзинг	Для франшиз, требующих значительных капиталовложений	Франчайзер и франчайзи владеют точкой совместно, получая долю прибыли в соответствии с определенными долями. Далее франчайзи имеет право выкупить точку и владеть ей единолично	Период сотрудничества с франчайзером дает франчайзи опыт эффективной работы. Франчайзер получает активы, франчайзи способен превратить точку в корпоративную	Требует больших капиталовложений для выкупа точки

Примечание: составлено авторами по [23, 24].

Квазифранчайзинг, не подразумевающий передачу бренда, наиболее актуален для франшиз, основную ценность которых составляет сама бизнес-модель. Свободный франчайзинг имеет более ограниченный круг франшиз, в которых он может быть использован, так как подразумевает свободу во внешнем оформлении точки и в ассортименте. Модель франчайзинга, заключающаяся в совместном владении точкой со стороны франчайзера и франчайзи, актуальна для франшиз, требующих больших капиталовложений.

Заключение

В системе управления гостиничными сетями технология франчайзинга представляется как инструмент формирования стандарта качества и повышения эффективности гостиничного бизнеса. Сегодня в международной гостиничной сфере преобладает слияние и поглощение; известные компании направлены на укрупнение франчайзинговых брендов. В России наблюдается низкая представленность предприятий, но заметны тенденции к росту. В современных условиях успешно будут развиваться отечественные бренды, так как они впитали международный опыт ведения бизнеса.

В ходе исследования были рассмотрены теоретические аспекты образования гостиничных сетей, их управления с помощью системы франчайзинга, выявлены факторы и тенденции развития франчайзинга в гостиничной сфере. В работе отмечено, что независимо от формы правового регулирования франчайзинга основные правила поведения сторон на уровне не только правовых норм, но и норм деловой этики позволяют подходить к решению задач по единым правилам. Факторы, влияющие на изменение модели классического франчайзинга: особенности региона и природно-климатических факторов, желание быть более свободным от франчайзера в вопросах интерьера, ведения бизнеса и выбора поставщиков, желание иметь равные права в бизнесе дальнейшем.

В статье представлены развивающиеся модели гостиничного франчайзинга, к которым можно отнести свободный франчайзинг, квазифранчайзинг и франчайзинг. Каждая из этих моделей в разной степени защищает участников процесса договорных отношений. Научная новизна исследования состоит в уточнении понятия гостиничной сети, актуализации системы управления гостиничными предприятиями с использованием франчайзинга на основе его модифицированных моделей. Практическая значимость работы заключается в систематизации данных по оценке мировой и отечественной практики использования франчайзинга в гостиничных сетях, что позволяет наглядно увидеть положительные и отрицательные качества представленной формы управления, а также тенденции развития мировых гостиничных брендов и моделей ведения гостиничного бизнеса.

Список источников

1. Рябова И.А., Исмаев Д.К., Путилина С.Н. Словарь международных туристских терминов (русско-английско-французско-немецкий): словарь. Москва: МАТГР, 2005. 263 с.
2. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг: учебное пособие. Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. 114 с.

3. Толковый словарь университета Оксфорд. URL: <https://www.oxford-learnersdictionaries.com/>
4. Катъкало В.С., Мукба В.Н. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004. Сер. 8, вып. 4 (32). С. 3.
5. Шерешева М.Ю. Развитие гостиничного бизнеса в регионах России // Финансы и кредит. 2016. Вып. 2. С. 37–45.
6. Кусоков А.С. Гостиничное дело: учеб. пособие. Москва: Дашков и К, 2009. 328 с.
7. Петропавловская А.В. Глобализация гостиничного бизнеса // Инновации и инвестиции. 2020. № 1. С. 70–74.
8. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристском бизнесе: монография. Москва: Кнорус, 2022. 210 с.
9. Арсений Р.М. Проблемы перехода к обязательной классификации гостиниц в России // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12, № 4 (82). С. 75–82.
10. Жунисбай З., Есайдар У.С. Транснациональные гостиничные цепи и вопросы вхождения их на рынок // Вестник Алматинского технологического университета. 2018. С. 127–132.
11. Гомилевская Г.А. Организационно-управленческие инновации в повышении эффективности гостиничного бизнеса (на примере Приморского края): дис. ... канд. экон. наук: 80.00.05 / Гомилевская Галина Александровна. Владивосток, 2010. 193 с.
12. Ртищева А.П. Франчайзинг в гостиничном бизнесе // Экономика и предпринимательство: теория и практика: сборник статей Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 25 марта 2020 г.). Пенза: Липецкий филиал РАНХиГС, 2020. С. 93–95.
13. International Franchise association: URL: <https://www.franchise.org/>
14. Ёркина Т.Н., Нкоа Н.Ф. Зарубежный опыт франчайзинга // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. Вып. 8 (58). С. 33–39.
15. Сайбель Н.Ю., Щеглов В.В. Мировой опыт возникновения и развития франчайзинга // Научные достижения и открытия. 2017. С. 66–69.
16. Копытина Е.В. Тенденции развития гостиничных сетей на основе франчайзинга в Российской Федерации // Горизонты экономики. 2022. № 1 (67). С. 104–109.
17. Worldwide ranking of hotel groups: global leaders slow down but keep expanding their portfolios // Hospitality On magazine. 2021. Mar. 12. URL: <https://hospitality-on.com/en/hotel-development/2021-worldwide-ranking-hotel-groups-global-leaders-slow-down-keep-expanding-their>
18. Pacco Joy. The hospitality business in the era of globalization // Analytical outputs Ernst and Young. 2019. URL: https://www.ey.com/en_us
19. Александрова А.С. Анализ развития франчайзинга в России и за рубежом // Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народнохозяйственных комплексов. 2019. С. 11–16.
20. Российская ассоциация франчайзинга. URL: <https://www.rusfranch.ru/>
21. Архангельская О. Гостиницы под управлением международных операторов в России – 2021 год // Аналитическая компания EY. URL: https://www.ey.com/ru_ru/real-estate-hospitality-construction/international-hotel-brands-in-russia-2021
22. Статистическое приложение 2021 // Всемирная туристская организация. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometerrus.2021.19.1.1>
23. Сайбель Я.В. Франчайзинг в индустрии гостеприимства: проблемы и перспективы развития // Актуальные вопросы современной экономики. 2020. Вып. 11. С. 117–125.

24. Зими́на Л.Ю. Организация бизнеса на основе франчайзинга: учебное пособие. Ульяновск: УлГУ, 2009. 67 с.
25. Михайлова Л.А. Перспективы развития новых моделей франчайзинга в России // Модернизация. Инновации. Развитие. 2017. Вып. 8 (4). С. 585–591.

References

1. Ryabova I.A., Ismaev D.K., Putilina S.N. Dictionary of international tourist terms (Russian-English-French-German): dictionary. Moscow: MATGR; 2005. 263 p.
2. Ushakov D.S. Applied tour rating: a textbook. Rostov-on-Don: MarT; 2004. 114 p.
3. Oxford University Explanatory Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
4. Katkalo V.S., Mukba V.N. International hotel chains: specifics of organization and typology of development strategies. *Bulletin of St. Petersburg University*. 2004; 8 (4): 3.
5. Sheresheva M.Yu. Development of hotel business in the regions of Russia. *Finance and credit*. 2016; (2): 37–45.
6. Kusokov A.S. Hospitality: a textbook. Moscow: Dashkov and K; 2009: 328 p.
7. Petropavlovskaya A.V. Hotel Business Globalization. *Innovations and Innovations*. 2020; (1): 70–74.
8. Chudnovsky A.D., Zhukova M.A. Franchising is an effective form of management in the hotel and tourism business: monograph. Moscow: Knorus; 2022. 210 p.
9. Arseny R.M. Problems of transition to mandatory hotel classification in Russia. *Service in Russia and abroad*. 2018; 12 (4): 75–82.
10. Zhunisbai Z., Yesaidar U.S. Transnational hotel chains and issues of their entry into the market. *Bulletin of Almaty Technological University*. 2018: 127–132.
11. Gomilevskaya G.A. Organizational and management innovations in improving the efficiency of the hotel business (on the example of Primorsky Krai): business. ... cand. econ. sciences: 80.00.05/Gomilevskaya Galina Alexandrovna. Vladivostok; 2010. 193 p.
12. Rtishcheva A.P. Franchising in the hotel business. *Economics and entrepreneurship: theory and practice: a collection of articles of the International Scientific and Practical Conference (Penza, March 25, 2020)*. Penza: Lipetsk branch of RANEPa; 2020. P. 93–95.
13. International Franchise association: URL: <https://www.franchise.org/>
14. Yerkina T.N., Nkoa N.F. Foreign experience of franchising. *Innovative economy: prospects for development and improvement*. 2021; 8 (58): 33–39.
15. Sabel N.Yu., Scheglov V.V. World experience in the emergence and development of franchising. *Scientific achievements and discoveries*. 2017: 66–69.
16. Kopytina E.V. Trends in the development of hotel chains based on franchisors in the Russian Federation. *Economic horizons*. 2022; 1 (67): 104–109.
17. Worldwide ranking of hotel groups: global leaders slow down but keep expanding their portfolios. *Hospitality on magazine*. 2021. Mar. 12. URL: <https://hospitality-on.com/en/hotel-development/2021-worldwide-ranking-hotel-groups-global-leaders-slow-down-keep-expanding-their>
18. Pacco Joy. The hospitality business in the era of globalization. *Analytical outputs Ernst and Young*. 2019. URL: https://www.ey.com/en_us
19. Aleksandrova A.S. Analysis of franchising development in Russia and abroad. *Improvement of managerial, economic, social and innovation-technical potential of enterprises, industries and national economic complexes*. 2019: 11–16.
20. Russian Franchise Association. URL: <https://www.rusfranch.ru/>

21. Arkhangelsk O. Hotels under the management of international operators in Russia – 2021. *Analytical company EY*. URL: https://www.ey.com/ru_ru/real-estate-hospitality-construction/international-hotel-brands-in-russia-2021
22. Statistical Annex 2021. *World Tourism Organization*. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometerrus.2021.19.1.1>
23. Saibel Y.V. Franchising in the hospitality industry: problems and perspectives of development. *Current issues of modern economy*. 2020; (11): 117–125.
24. Zimina L.Yu. Franchise-Based Business Organization: Tutorial. Ulyanovsk: UISU; 2009. 67 p.
25. Mikhailova L.A. Prospects for the development of new franchising models in Russia. *Modernization. Innovation. Development*. 2017; 8 (4): 585–591.

Информация об авторах:

Гомилевская Галина Александровна, канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии, директор Международного института окружающей среды и туризма ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: gag17@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3517-2112>

Машинина Дарья Георгиевна, бакалавр направления «Туризм» ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: dariamashinina@gmail.com.

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/075-087>

Дата поступления:
23.06.2022

Одобрена после рецензирования:
07.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 338.24

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/088-101>

Модель сегментации операторов рынка индустрии моды Приморского края

Жохова Валентина Владимировна

Юрченко Наталья Александровна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

***Аннотация.** Индустрия моды является ярким примером развития креативных индустрий экономики региона. В данной статье предлагаются модели сегментирования рынка и проводится сегментный анализ операторов рынка модной индустрии Приморского края. Для сбора материала использованы различные базы российских научных журналов и статей в области менеджмента и предпринимательства, статистические данные региона. В работе оценены результаты теоретической дискуссии при исследовании понятий сегментации и сегментов рынка. Представлены результаты исследования fashion-рынка региона Приморского края, проведенного методом анкетирования операторов рынка моды в период февраль – май 2022 г. Исследовательский вопрос – какова модель сегментации производителей моды Приморья? Рассмотрены особенности развития индустрии моды в России, изучена классификация модных брендов, выявлены отличительные характеристики производителей модной одежды в сегментировании регионального рынка.*

***Ключевые слова:** киберателье, индустрия моды, сегмент модной одежды, сегментирование рынка, сегментация производителей моды, Приморский край.*

***Для цитирования:** Жохова В.В., Юрченко Н.А. Модель сегментации операторов рынка индустрии моды Приморского края // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 88–101. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/088-101>*

Original article

Segmentation model of Primorsky Krai fashion industry market operators

Valentina V. Zhokhova

Natalya A. Yurchenko

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

***Abstract.** The fashion industry is a vivid example of the development of creative industries in the region's economy. In this article, market segmentation models are proposed and a segmental analysis of the operators of the Primorsky Krai fashion industry market is carried out. Various databases of Russian scientific journals and articles in the field of management and entrepreneurship, statistical data of the region were used to collect the material. The paper evaluates the results of theoretical discussion in the study of the concepts of segmentation and market segments. The results of a study of the fashion market of the Primorsky Krai region conducted by the method of questioning the operators of the fashion market in the period February – May 2022 are presented. Research question – what is the segmentation model of Primorye fashion manufacturers? The features of the development of the fashion industry in Russia are considered, the classification of fashion brands is*

© Жохова В.В., 2022

© Юрченко Н.А., 2022

studied, the distinctive characteristics of fashion clothing manufacturers in the segmentation of the regional market are revealed.

Keywords: *cyber atelier, fashion industry, fashion clothing segment, market segmentation, segmentation of fashion manufacturers, Primorsky Krai.*

For citation: *Zhokhova V.V., Yurchenko N.A. Segmentation model of Primorsky Krai fashion industry market operators // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 88–101. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/088-101>.*

Введение

По информации специалистов Приморскстата, на 1 января 2022 г. в Приморском крае постоянно проживает 1863,0 тыс. чел. За год численность населения сократилась более чем на 14,8 тыс. чел., в среднем ежегодное сокращение составляет 0,8 % [13]. По прогнозу демографического развития края до 2036 г. тенденция к сокращению населения Приморья примерно сохранится и может составить 1736,4 тыс. чел. [12]. При этом отмечено снижение средней численности работающих на производствах текстильных изделий на 3,6 %: в 2019 г. – 311 чел., в 2021 г. – 300 чел.; на производствах одежды – на 40 %: в 2019 г. – 351 чел., в 2021 г. – 250 чел. [13].

Модная индустрия как экономическая отрасль своеобразна и отличается от традиционных отраслей особенностями функционирования и привлечения инвестиций [17]. Она включает в себя производства текстильных изделий и одежды, кожевенного дела и изделий из кожи, а также различные вспомогательные предприятия, способствующие продвижению современной продукции. Экономической деятельности в этом сегменте рынка присущи все свойства экономических объектов: продуктовая и региональная диверсификация, слияния и поглощения, крупные объемы инвестиций, сложный производственный и технологический процесс, активное участие на фондовом рынке [17]. Индустрию моды называют ярким примером креативной экономики, так как во всех компонентах ее развития присутствует результат творческой личности.

Проект «Киберателье и креативные индустрии Приморья» был впервые представлен на Восточном экономическом форуме в 2021 г. [9]. В его реализацию сегодня вовлечены приморские дизайнеры, ремесленники, владельцы швейных производств и эксперты в области моды. Целью проекта является развитие креативных отраслей Приморья, интеграция Владивостока в модную индустрию и продвижение приморских дизайнеров, а также создание швейных производств, которые смогут в своей работе опираться на цифровые технологии маршрутизации заказов и выстраивание взаимоотношений между участниками рынка. Центр «Мой бизнес» совместно с Министерством экономического развития Приморского края в рамках национального проекта «МСП и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» проводит системную работу по улучшению инвестиционного климата в регионе.

При сегментировании рынка, как правило, исследуются товары и услуги, их разработка и продвижение, составляются сегменты потребителей данных товаров. Сегментация самих же производителей продукции формируется реже, недостаточно анализируются их интересы и запросы, не выявляются проблемы.

Разработанная модель сегмента предпринимательства помогла определить характеристики, исследовать возможности производителя модной одежды регионального рынка, обозначила его креативность и технологическое творчество; сегментный анализ изучил его потребности и сложности в реализации продукции. Сегментирование рынка операторов индустрии моды поможет избежать ряда маркетинговых ошибок при разработке и реализации программ продвижения, позиционирования брендов, будет способствовать увеличению денежных потоков в регион и обозначит основные векторы для продвижения данной отрасли.

Цель исследования – изучить рынок модной индустрии региона, разработать модель сегментов операторов рынка моды. Научно-практической задачей, на решение которой направлено исследование, является достижение теоретической ясности в изучении вопросов, касающихся сегментирования рынка и изучения социально-экономических отношений производителей моды в регионе. В методическом плане *исследование базируется на методах* систематизации, обобщения, анализа и синтеза, анкетирования. Статья опирается на понятийный аппарат, используемый современной наукой в контексте таких категорий маркетинга, как сегментация и сегменты рынка.

Основная часть

Для исследования рынка индустрии моды Приморского края было проведено анкетирование его производителей. К системообразующим предприятиям индустрии моды региона отнесены: производители товаров легкой промышленности и дизайнеры моды Приморья; к вспомогательным – профиль деятельности организаций: Digital и графический дизайнер, ритейл, поставщики материалов, представители профильного образования, фотографы, стилисты, креативные, рекламные и маркетинговые компании, Pr-агентства. Расчет выборки для проведения анкетирования операторов рынка индустрии моды региона составил 396 субъектов: респондентов системообразующих предприятий (СП) – 218 чел. (55 %) и респондентов вспомогательных предприятий (ВП) – 178 чел. (45 %):

$$n = \frac{p \cdot g \cdot t^2}{\Delta^2 y} = \frac{(0,55 \cdot 0,45 \cdot 4)}{(0,05 \cdot 0,005)} = 396 \text{ респондентов,}$$

где n – репрезентативный объем выборки;

p – доля совокупности СП (0,55);

g – доля совокупности ВП (0,45);

Δy – допустимая ошибка выборки;

t – табличный коэффициент (равный 2).

В ходе исследования в период февраль – май 2022 г. прошли анкетирование 404 респондента: 222 чел. СП и 182 чел. ВП (рис. 1).

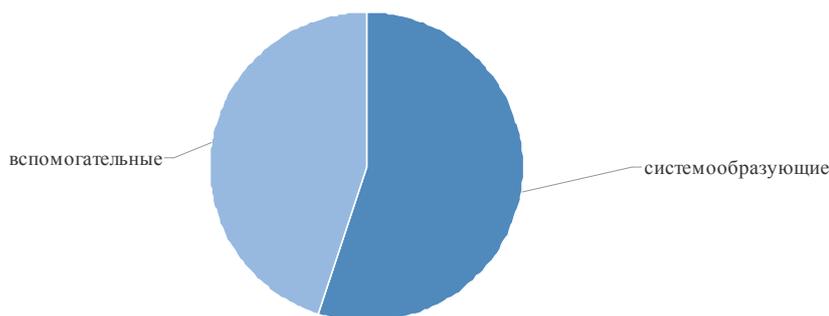


Рис. 1. Структура опрошенных операторов рынка индустрии моды Приморского края, чел.

Поэтапный процесс сегментирования операторов рынка индустрии моды региона включал:

- формирование основных критериев сегментации;
- выбор метода сегментирования;
- построение моделей сегментов;
- интерпретацию полученных сегментов;
- выбор целевых рыночных сегментов и их анализ;
- изучение запросов и ожиданий рыночных сегментов [6, 11].

Для проведения сегментирования рынка были отобраны критерии и обозначены признаки, где критерий – это способ оценки обоснованности выбора того или иного сегмента рынка для данного предприятия, а признак – способ выделения данного сегмента на рынке.

Концептуальные основы сегментирования

Исследование показывает, что сегментация (сегментирование) рынка – это деление (дифференциация) любого рынка на определенные сегменты с учетом множества критериев и факторов. Сегмент – это группа объектов рынка, обладающих похожими потребностями, желаниями и возможностями. Основными объектами сегментации являются потребители, товары и услуги, предприятия, конкуренты.

Ф. Котлер определял сегментацию «как разбивку рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых могут потребоваться отдельные товары и/или комплексы маркетинга» [7]. Д.А. Аакер считал сегментацией «разработку и реализацию маркетинговых программ, направленных на подгруппы, или сегменты совокупности, которые организация может обслужить» [18]. Многие авторы под сегментацией рынка понимают деление любого рынка на отдельные группы предприятий или потребителей с учетом множества критериев и факторов, обладающих похожими потребностями, желаниями и возможностями. А.С. Краснов подчеркивал, что «сегментирование рынка – это процесс деления потребителей на группы в соответствии с рядом маркетинговых «признаков сегментирования» [5]. Автор Л.Н. Перцева рассматривала «рыночную сегментацию, с одной стороны, как метод для нахождения частей рынка и определения

объектов, на которые направлена маркетинговая деятельность предприятий; с другой стороны, как управленческий подход к процессу принятия предприятием решений на рынке, основу для выбора правильного сочетания элементов маркетинга» [10].

Как правило, авторы рассматривают понятие сегментации, полагая, что «она проводится с целью максимального удовлетворения запросов потребителей в различных товарах, а также рационализации затрат предприятия-изготовителя на разработку программы производства, выпуска и реализации товара, выделяя прежде всего потребителей, обладающих общими признаками» [6], то есть они изучают потребительский рынок. Сегменты самих же производителей продукции, товаров и услуг исследуются реже, недостаточно анализируются их интересы, запросы и проблемы, а также факторы, влияющие на развитие предпринимательской деятельности и эффективность бизнеса.

Основной целью сегментации рынка «является детальный его анализ и разработка направлений дифференциации продукции для максимального проникновения его на рынок» [2]. Сегментация рынка способствует определению доли рынка и расчету сбыта, выявлению позиционирования продукции и разработке стратегии его продаж. Если предприятие выбирает целевой рынок, то оно может концентрировать свои усилия на нем. Если «сегмент рынка не определен, то сбыт продукции осуществляется сразу на нескольких сегментах, что, как правило, менее эффективно и требует более сложной организации и управления» [15].

Необходимым условием сегментации является неоднородность ожидания покупателей и покупательских состояний; достаточными принципами для успешной реализации сегментации являются [11]:

- организация должна осуществлять дифференциацию структуры маркетинга: цен, способов стимулирования сбыта, места продажи, продукции и т.д.;
- определенный сегмент должен быть достаточно устойчивым, емким и иметь перспективы для развития;
- предприятие должно быть способно измерить выбранный сегмент, знать его характеристики;
- сегмент должен иметь соответствующие каналы сбыта и распределения продукции, систему доставки изделий потребителям;
- предприятие должно иметь контакт с сегментом через каналы личной или массовой коммуникации;
- предприятие должно оценить защищенность выбранного сегмента от конкуренции [11].

Сегментация рынка обеспечивает наилучшее понимание субъектов рынка, природы конкурентной борьбы на различных рынках, представляет возможность концентрировать ограниченные ресурсы на более выгодных направлениях их использования, что учитывается при разработке маркетинговых планов по продвижению продукции. Но при этом «при сегментировании рынка возникают высокие затраты, связанные с дополнительными исследованиями рынка, с составлением вариантов маркетинговых программ, применением различных способов распределения» [10].

Исследователи С. Дибб и Л. Симкин в своей работе уделяют особое внимание «сегментированию потребителя и выделяют его основные этапы: сегментирование, предполагающее поиск признаков сегментирования и составление профилей полученных сегментов, т.е. сегментирование как стратегия; выбор целевых сегментов, т.е. сегментирование как процесс; позиционирование, адресованное потребителям выбранных сегментов [1]. Автор А. Хворостяная считает, что «для благополучного функционирования компании, работающей в сфере индустрии моды и на рынке предметов роскоши, необходимо четкое понимание ценового сегмента и бизнес-модели для построения инвестиционной стратегии» [17].

Исследование работ показывает, что сегментирование рынка необходимо не только в выделении основных сегментов, но и в поиске целевого сегмента рынка и его изучения, что позволит выстроить производителю стратегию маркетинга, производства, продвижения продукции на рынке. При анализе рынка следует рассматривать сегмент производителей продукции, что сформирует информационную базу по выработке тактики их поведения в условиях конкурентной борьбы. Формирование сегментов может быть постоянным процессом, дающим возможность регулярно стимулировать продажи и повышать уровень удержания клиентов с помощью персонализированных предложений. Для удовлетворения потребностей покупателей продукции организации-производители и продавцы могут объединиться в предпринимательской деятельности для выявления групп потребителей, положительно реагирующих на предлагаемые продукты, и ориентировать свою маркетинговую деятельность на рост данных групп. Сегментирование рынка способствует выявлению различия в его структурах, росту понимания рынка и его измерению. Оценка степени привлекательности рыночных сегментов направлена на успешность рынка и эффективность его развития.

Развитие модной индустрии

Современная мода является одной из развитых секторов экономики. Это производство модных товаров и их реализация. По оценкам Fashion Consulting Group, в 2020 г. российский fashion-рынок сократился в рублях на 17 %, а в долларах – на 25 %. Данные Росстата показывают: «только в I квартале 2021 года россияне увеличили траты на одежду и обувь в 2,5–3 раза: если в 2020 году на fashion-товары выделялось 6–7 % бюджета домохозяйства, то в 2021-м траты выросли до 11–16 %. Заметнее всего увеличилась доля fashion в бюджете самых бедных россиян – с 5,8 до 15,9 %. В тратах людей с достатком от 50 тыс. руб., доля выросла с 4,8 до 11,3 %» [14]. При этом рациональная трата на одежду внутри потребительской корзины составляет порядка 4–6 %. Сейчас наблюдаются траты выше финансовых возможностей. Этот тренд можно назвать «перетраты на одежду как вознаграждение за лишения и терпение» [14].

Индустрия моды активно влияет на развитие креативных индустрий экономики. Сегментация в индустрии моды представляет собой систему классификации модных брендов по различным параметрам. Самой распространенной является сегментация по ценовому признаку [4]. Рынок современной моды подразделяется на три основные категории по ценовой политике: высокая, средняя и низкая ценовые категории (рис. 2).



Рис. 2. Пирамидальная сегментация индустрии моды

Примечание: составлено авторами по [4, 17].

Дизайнерский бренд – это «индивидуализированное название, термин, знак, символ и дизайн, а также их комбинации, которые применяются для идентификации сезонно модных товаров, имеющих атрибутированного создателя (дизайнера), и для дифференцирования их от фэшн-продуктов конкурентов» [8]. Следует отметить некоторых ведущих отечественных производителей и розничных торговых российских предприятий одежды [15]:

«Мелон фэшн групп» ЗАО «Первомайская заря» (г. Санкт-Петербург) – одна из ведущих компаний фирменной одежды в России, управляющая многими брендами в России, такими как «Vefree», «Taxi Lowe», «Republik», «Zarina», «Волжская текстильная компания». ЗАО является одним из крупнейших производителей текстильных изделий в России; производит тканые и трикотажные изделия.

«Глория Джинс» – производитель джинсовой одежды; занимается розничной торговлей, имея 300 магазинов, расположенных по всей территории России и Украины.

«Sela» – оператор повседневной одежды. Ее магазины расположены в 13 других странах. «Sela» имеет закупочные конторы в Китае, закупающие товар у 50 различных фабрик, и дизайнерские офисы в Израиле.

«Оggi» – быстро растущее розничное предприятие женской повседневной одежды (Россия, Украина, Китай); выпускает молодежные коллекции и коллекции для взрослых.

Российский бренд создан с профилем локального покупателя, но высокая лояльность к российским брендам – не навсегда временное преимущество, кото-

рым надо грамотно воспользоваться. В настоящей момент на фэшн-рынке присутствует большое количество производителей, оперирующих в разных рыночных сегментах. Так, согласно данным McKinsey&Co, в 2017 г. абсолютным лидером модной индустрии по совокупному объему продаж является испанский концерн Inditex, специализирующийся в сегменте «быстрой моды», затем Nike – мировой производитель спортивной одежды и обуви и французский конгломерат LVMH (Moët Hennessy – Louis Vuitton), ориентированный на люксовый и премиальный сегменты.

Отмечается, что легкая промышленность является основой модной индустрии. Сотрудничество дизайнеров и фабрик лежит в структуре формирования и развития модного сектора, но наблюдается оторванность российских дизайнеров от ключевой отрасли. Модельеры в России сами отшивают свои коллекции небольшими партиями в экспериментальных цехах или ателье [16]. Швейные фабрики предпочитают производить простую продукцию, пользующуюся спросом на региональных российских рынках, но не активно конкурирующую с современной продукцией. Легкая промышленность находится в неудовлетворительном состоянии; более 50 % производственных технологий устарело и модернизация возможна только посредством импорта необходимого оборудования; сырьевая база, ткани, нитки и фурнитура не отвечают современным требованиям. Дополнительной проблемой легкой промышленности является высокая доля контрафактной продукции, включая «серые» и «черные» импортные товары, а также товары, нелегально произведенные в России [16].

Анализ анкетирования

Для построения эффективной сегментационной сетки возникает вопрос по созданию моделей сегментирования рынка индустрии моды; необходимо решить следующие задачи: системно проанализировать базис сегментирования, определив отличительные особенности рыночного предложения различных групп, исследуемых в рамках рынка; сделать процедуру формирования профилей рыночных сегментов приемлемой по требуемым вычислительным ресурсам [11].

Для создания основных моделей сегментов операторов регионального рынка модной индустрии был выбран многопараметрический метод, где обозначенные переменные изучались одновременно. Применялась многоэтапная сегментация, разработанная при помощи модели Б. Шапиро (Shapiro) и Т. Бонома (Bonoma), – сегментирование рынка с процессом построения «дерева». Использование модели Б. Шапиро – Т. Бонома позволяет уменьшить время получения удовлетворительной сетки сегментирования рынка. Построенные модели, в основе которых лежит гнездовой метод поэтапного сегментирования, основаны на пяти группах критериев, действующих по принципу вложенных иерархий [11]. Начало сегментирования происходит с верхних уровней, далее производится выделение групп респондентов на основе специфических характеристик исследуемых организаций. Гнездовой подход способствует расширению представления о признаках рынка. Полученные модели: слева – сегмент системообразующих предприятий, справа – вспомогательных предприятий (рис. 3).



Рис. 3. Модели системообразующего и вспомогательного сегментов операторов рынка индустрии моды Приморского края

Примечание: разработано авторами.

Сегментный анализ позволил сформировать 4 системообразующих и 2 вспомогательных сегментов участников рынка модной индустрии Приморья. Системообразующие сегменты представлены следующим образом:

- швейные цеха (доля исследования – 38,3 %);
- швейные мастерские (доля исследования – 28,1 %);
- швейные производства (доля исследования – 12,2 %);
- швейные микромастерские (доля исследования – 3,9 %).

Вспомогательные сегменты:

- креативные и рекламные компании (доля исследования – 6,4 %);
- фото- и PR-агентства (доля исследования – 5,7 %).

Отличительными особенностями сформировавшихся сегментов являются:

Швейные цеха – индивидуальные предприниматели со стажем предпринимательской деятельности до 10 лет. Производственные интересы: развитие компании; смежные интересы: Digital и графический дизайнер, поставки материалов.

Швейные мастерские – индивидуальные предприниматели со стажем предпринимательской деятельности 10–15 лет. Производственные интересы: взаимовыгодное сотрудничество; смежные интересы: ритейл и поставки материалов.

Швейное производство – руководители (менеджеры) ООО со стажем предпринимательской деятельности 10–20 лет; производственные интересы: разви-

тие компании; смежные интересы: Digital и графический дизайнер, поставки материалов.

Швейные микромастерские – самозанятые со стажем предпринимательской деятельности до 10 лет. Производственные интересы: развитие предпринимательской деятельности; смежные интересы: поставки материалов.

Креативные и рекламные компании – креативные, рекламные компании, Digital и графические дизайнеры со стажем предпринимательской деятельности 10–15 лет. Смежные интересы: поставки материалов, Digital и графический дизайнер; интересы во взаимодействии: новые знания.

Фото- и PR-агентства – фотографы и PR-агенты со стажем предпринимательской деятельности 10–20 лет. Смежные интересы: Digital и графический дизайнер, фотографы, стилисты, PR-агенты; интересы во взаимодействии: сотрудничество и партнерство.

Основные проблемы, обозначенные респондентами СП предприятий, представлены в табл. 1. Среди них: недостаточность финансового образования и знаний цифровых технологий, отсутствие партнеров, высокие ставки налогообложения и необходимость в кадровом обеспечении.

Таблица 1

Основные проблемы, обозначенные респондентами СП предприятий

СЕГМЕНТ-1	СЕГМЕНТ-2	СЕГМЕНТ-3	СЕГМЕНТ-4
Швейные цеха	Швейные мастерские	Швейные микро-мастерские	Швейное производство
Недостаточное финансовое образование, отсутствие знаний по цифровым технологиям, отсутствие партнеров, несовершенная система налогообложения	Недостаточные знания для открытия новых производственных линий, низкий кадровый профессионализм, отсутствие партнеров, несовершенная система налогообложения, высокая конкуренция на рынке	Недостаточные знания для развития бизнеса, отсутствие цифровизации процессов, высокие ставки налогов, отсутствие государственной поддержки, отсутствие партнеров	Необходимость в кадровом обеспечении, низкая финансовая грамотность, недостаток знаний по цифровым технологиям, несовершенная система налогообложения, высокая конкуренция на рынке

Примечание: составлено авторами.

Ситуационные факторы, обозначенные респондентами ВП предприятий, отмечены в табл. 2. Респонденты сегментов предприятия необходимыми для взаимодействия считают Digital и графического дизайнера, фотографов, поставки материалов и др.; поясняют цель данных интересов: для одного из сегментов – кросс-продажи, новые знания, качество услуг, для других – это сотрудничество и партнерство. Опрашиваемые предприниматели среди действенных

механизмов развития предприятий обозначают: объединение игроков рынка друг с другом, обсуждение общих проблем и нахождение решений.

Таблица 2

**Основные ситуационные факторы, обозначенные респондентами
вспомогательных предприятий**

СЕГМЕНТ-1	СЕГМЕНТ-2
Креативные и рекламные компании	Фото- и PR-агентства
Digital и графический дизайнер, креативная компания, рекламная компания	Фотографы, PR-агенты
Обозначенные респондентами субъекты для взаимодействия и интересы в ВП	
Digital и графический дизайнер, поставки материалов. <i>Интересы:</i> кросс-продажи, ликбез, качество услуг, новые знания	Digital и графический дизайнер, фотографы, стилисты, PR-агенты. <i>Интересы:</i> сотрудничество, партнерство
Действенные механизмы развития предприятий	
Объединение игроков рынка друг с другом, помощь в получении новых знаний и навыков, обсуждение общих проблем и нахождение решений	Объединение игроков рынка друг с другом, обсуждение общих проблем и нахождение решений

Примечание: составлено авторами.

Сегментный анализ показал:

- участники рынка моды нуждаются в коллаборации бизнеса для достижения общих целей и участия в совместных проектах;
- опрошиваемые производители модной индустрии испытывают потребность в инвестиционных ресурсах для обучения финансовой грамотности, цифровым технологиям и повышения профессионального уровня в предпринимательской деятельности;
- субъекты рынка заинтересованы в партнерстве, что способствует расширению узнаваемости брендов, знаний о продукции дизайнеров, увеличению количества клиентов;
- участники рынка нуждаются в государственной поддержке для развития бизнеса, т.е. в предоставлении налоговых льгот по УСН.

Творческая составляющая предпринимательской деятельности в индустрии моды обуславливает ее высокую интеллектоемкость; ведущую роль в развитии данной отрасли играют работники, занятые художественной и оригинальной деятельностью, результатом которой становятся модные товары, современные коллекции и перспективные бренды.

Обсуждение

Экономика моды представляет собой «совокупность экономических инструментов, используемых совместно с творчеством по созданию новых форм и

произведений, а также по претворению творческих образов и идей в реальные продукты, формированию общественного мнения и спроса на них, организации рекламных кампаний, способствующих их дальнейшей покупке» [17]. Управление современным фэшн-бизнесом, бизнесом модных товаров, является самостоятельной научной и практической проблемой, значение которой в настоящее время постоянно возрастает [18].

Для успешного функционирования компании, работающей в сфере индустрии моды, необходимо исследование рынка, выделение и четкое понимание основных его сегментов. Организации-производителю модной индустрии следует иметь возможность своевременно реагировать на вызовы окружающей среды и изменения в конкурентной среде, а также работать в тесной кооперации как со смежными партнерами данной индустрии, так и со своими потребителями рынка для достижения наилучшего качества услуги при ее сопроизводстве с клиентом [3]. Операторам рынка модной индустрии требуется применение комплексного метода, включающего сегментацию рынка, благодаря которому принятие управленческих решений относительно его взаимодействия с партнерами и вспомогательными предприятиями было бы обеспечено актуальными данными проведенного сегментного анализа, определяющего возможности, потребности и особенности производителей модной одежды.

Сегментирование рынка способствует выявлению отличительных характеристик рынка. Основным шагом при проведении сегментации является выбор критериев сегментации и моделирование сегментов. Модель сегментирования рынка индустрии моды должна рассматривать все аспекты, связанные с характеристикой производителя продукции, его возможностями, проблемами и запросами. Основные признаки сегментирования рынка не могут быть определены без соответствующего изучения продавцов современной продукции. Исследование показывает, что предприятия модной индустрии не всегда придают значение моделированию сегментов и сегментному анализу. Сегментный анализ выявляет не только привлекательность сегментов, его влияние на систему функционирования предприятия и результаты деятельности, но и в целом на успешность регионального фэшн-рынка.

Заключение

Приморье намерено экспортировать моду; сегодня в индустрии моды на Дальнем Востоке работают десятки модельеров во Владивостоке, Якутске, Хабаровске, Благовещенске. Есть свои бренды одежды, отмеченные на всероссийских и зарубежных показах. Директор Института сервиса, моды и дизайна Владивостокского государственного университета экономики и сервиса Инна Клочко подчеркивает: «В прошлом году во Владивостоке прошла уже третья неделя моды – Vladivostok design week». В настоящее время в Приморском крае запустили проекты, благодаря которым в регионе может появиться новая статья экономики и экспорта.

Перспективные сегменты рынка модной индустрии региона будут способствовать созданию региональных центров компетенций, определяющих лидерство в данной сфере, содействовать выстраиванию типа экономики, основанной на капитализации интеллектуальной собственности в научно-технической, культурной и творческой областях предпринимательской деятельности.

Результаты данного научного исследования могут внести определенный вклад в развитие теоретических знаний в области сегментирования регионального рынка моды. Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут помочь определить основные характеристики производителей модной одежды и способствовать развитию данного бизнеса. Направление рынка модной индустрии в ближайшем будущем будет активно развиваться.

В качестве возможных перспективных направлений дальнейших научных исследований можно выделить проведение лонгитюдного исследования, которое позволит рассмотреть развитие регионального предпринимательства в индустрии модной одежды в динамике и проанализировать факторы его успеха.

Список источников

1. Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка / С. Дибб, Л. Симкин. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. 240 с.
2. Власова О.В., Калимов О.В. Сегментация рынка женской одежды. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22550446_36045510.pdf
3. Егوشيная Е.В. Метод сегментного анализа на потребительском рынке услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Санкт-Петербург, 2013. 200 с.
4. Классификация сегментов модной индустрии, рынок современной моды. URL: <http://greyt-dance.ru/industriya-mody/industriya-mody-na-protyazhenii-vekov-i-cto-eto-takoe/industriya-mody.html>
5. Краснов А.С. Технологические тренды маркетинга в цифровой экономике / Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли // Материалы научной 149-й конференции с международным участием. 2018. С. 486–488.
6. Критерии сегментации рынка. URL: <https://stud.baribar.kz/23012/kriterii-segmentatsii-gynka/>
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. Санкт-Петербург: Питер, 2015. 496 с.
8. Мельникова А.В. Сегментация потребителей на рынке индустрии моды в России // Лизинг. 2021. № 2.
9. На стыке моды и IT проект «Кибератель» набирает обороты в Приморском крае. URL: <https://ulanmedia.ru/news/1267708/>
10. Перцева Л.Н. Сегментация рынка как эффективный инструмент маркетинга. URL: [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1\(7\)/93.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1(7)/93.pdf)
11. Признаки сегментирования. URL: <https://infopedia.su/8xcd5a.html>
12. РИА Новости. Владивосток. URL: <https://ria.ru/20200710/1574145387.html>
13. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. Численность постоянного населения Приморского края. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/27118>
14. Тренды fashion-рынка в 2021 году. URL: <https://www.retail.ru/articles/trendy-fashion-gynka-v-2021-godu/>
15. Сегментация рынков швейных товаров. URL: https://vuzlit.com/217470/segmentatsiya_rynka_shveynyh_tovarov
16. Седых И.А. Индустрия моды. 2019 год. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/-1495959454/B-2019.pdf>
17. Хворостяная А. Индустрия моды – яркий пример развития креативной экономики // Экономика и управление. 2014. № 6 (104). С. 62–65.
18. Aaker D.A. Managing Brand Equity. New York: Free Press, 1991. P. 299.

References

1. Dibb S. Practical guide to market segmentation / S. Dibb, L. Simkin. St. Petersburg: Peter, 2001, p. 240.
2. Vlasova O.V., Kalimov O.V. Women's Clothing Market Segmentation. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22550446_36045510.pdf
3. Egoshina E.V. Segment Analysis Method in the Consumer Services Market: dis.... cand. econ. sciences: 08.00.05. St. Petersburg; 2013. 200 p.
4. Classification of segments of the fashion industry, the market of modern fashion. URL: <http://greyt-dance.ru/industriya-mody/industriya-mody-na-protyazhenii-vekov-i-cto-eto-takoe/industriya-mody.html>
5. Krasnov A.S. Technological trends of marketing in the digital economy / Institute of Industrial Management, Economics and Trade. *Materials of the scientific 149 conference with international participation*. 2018: 486–488.
6. Market segmentation criteria. URL: <https://stud.baribar.kz/23012/kriterii-segmentatsii-rynka/>
7. Kotler F. Fundamentals of marketing. St. Petersburg: Peter; 2015. 496 p.
8. Melnikova A.V. Segmentation of consumers in the fashion industry market in Russia. *Leasing*. 2021; (2).
9. At the junction of fashion and IT, the Cyberatele project is gaining momentum in the Primorsky Territory. URL: <https://ulanmedia.ru/news/1267708/>
10. Pertseva L.N. Market segmentation as an effective marketing tool. URL: [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1\(7\)/93.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1(7)/93.pdf)
11. Signs of segmentation. URL: <https://infopedia.su/8xcd5a.html>
12. RIA News. Vladivostok. URL: <https://ria.ru/20200710/1574145387.html>
13. Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Primorsky Territory. Permanent population of Primorsky Krai. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/27118>
14. Fashion market trends in 2021. URL: <https://www.retail.ru/articles/trendy-fashion-rynka-v-2021-godu/>
15. Segmentation of sewing goods markets. URL: https://vuzlit.com/217470/segmentatsiya_rynka_shveynyh_tovarov
16. Sedykh I.A. Fashion industry. URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2019/06/03/1495959454/B-2019.pdf>
17. Hovorostyanaya A. The fashion industry is a vivid example of the development of the creative economy. *Economics and management*. 2014; (6): 62–65.
18. Aaker D.A. Managing Brand Equity. New York: Free Press; 1991. P. 299.

Информация об авторах:

Жохова Валентина Владимировна, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и торговли ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: valentina.zhohova@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9934-2702>

Юрченко Наталья Александровна, и.о. зав. кафедрой маркетинга и торговли, доцент кафедры маркетинга и торговли ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Natalya.Yurchenko@vvsu

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/088-101>

Дата поступления:
15.06.2022

Одобрена после рецензирования:
21.06.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья
УДК 347.191.6
DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/102-117>

Принципы правового регулирования отношений в сфере прекращения членства в кооперативе

Пахомова София Игоревна

Пурге Анна Роландовна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия

Аннотация. Значение кооперативной формы хозяйствования трудно переоценить: еще 100 лет назад, в недолгий период новой экономической политики, кооперативная форма совместной деятельности рассматривалась как основной локомотив экономического прогресса. Современные экономические отношения и в первую очередь западные санкции вновь заставляют обратить особое внимание именно на данную форму экономической деятельности, которая в отличие от множества хозяйственных обществ-однодневок по природе своей организации предполагает не только получение разовой прибыли, но и развитие сотрудничества, углубление кооперации между ее участниками. Таким образом, развитие кооперации в сельском хозяйстве России, становящемся одной из основных национальных экспортных отраслей, вызывает особый интерес к этой форме, делает актуальными ее юридические исследования в современном правовом порядке. Предмет исследования составили гражданско-правовые отношения, связанные с прекращением членства граждан и организаций в российских кооперативах. Цель исследования – провести анализ отношений, возникающих по поводу прекращения членства в кооперативе (как потребительском, так и производственном), определить общие принципы их правового регулирования. Методологию исследования составили преимущественно общенаучные (методы философии, логики, социологии) и специальные юридические методы (сравнительный метод, системно-структурный метод, доктринальный метод, методы толкования юридических норм). Результаты исследования могут быть использованы как при устранении пробелов законодательства в правоприменительской деятельности, так и в учебном процессе. Новизна состоит в обстоятельном анализе понятия прекращения в кооперативе, предложенной цивилистической классификации оснований прекращения членства в кооперативе. В качестве выводов сделаны следующие предложения по совершенствованию законодательства о кооперативах: во-первых, предусмотреть механизм преодоления отказа общего собрания на членство в кооперативе нового приобретателя пая; во-вторых, устранить выявленную коллизию между ГК РФ и законодательством о кооперативах; в-третьих, устранить выявленный пробел в законодательстве о жилищно-накопительных кооперативах; в-четвертых, сформировать механизм поддержания прозрачности имущественной состоятельности кооперативов.

Ключевые слова: кооператив, производственный кооператив, потребительский кооператив, корпоративное юридическое лицо, правовой статус члена кооператива, устав кооператива, кооперативный пай, прекращение членства в кооперативе по воле пайщика, прекращение членства в кооперативе помимо воли пайщика, наследование кооперативного пая, виновные основания прекращения членства в кооперативе.

© Пахомова С.И., 2022

© Пурге А.Р., 2022

Для цитирования: Пахомова С.И., Пурге А.Р. Принципы правового регулирования отношений в сфере прекращения членства в кооперативе // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 102–130. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/102-117>.

.....
Law sciences
.....

Original article

Principles of legal regulation of relations in the field of termination of membership in the cooperative

Sofia I. Pakhomova

Anna R. Purge

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok, Russia

Abstract. *It is difficult to overestimate the importance of the cooperative form of management: even 100 years ago, during the short period of the new economic policy, the cooperative form of joint activity was considered as the main locomotive of economic progress. Modern economic relations and, first of all, Western sanctions, once again force us to pay special attention to this particular form of economic activity, which, unlike many one-day economic societies, by the nature of its organization assumes not only a one-time profit, but also the development of cooperation, deepening cooperation between its participants. Thus, the development of cooperation in agriculture in Russia, which is becoming one of the main national export industries, arouses special interest in this form, makes its legal research relevant in the modern legal order. The subject of the study was civil law relations related to the termination of membership of citizens and organizations in Russian cooperatives. The purpose of the study is to analyze the relations arising from the termination of membership in a cooperative (both consumer and production), to determine the general principles of their legal regulation. The methodology of the study consisted mainly of general scientific (philosophy, logic, sociology) and special legal methods (comparative method, system-structural method, doctrinal method, methods of interpretation of legal norms). The results of the study can be used both in eliminating legislative gaps in law-making activities and in the educational process. The novelty consists in a thorough analysis of the concept of termination of membership in a cooperative, the proposed civil classification of the grounds for termination of membership in a cooperative. As conclusions, the following proposals were made to improve the legislation on cooperatives: firstly, to provide a mechanism to overcome the refusal of the general meeting to membership in the cooperative of the new acquirer of the share, secondly, to eliminate the identified conflict between the Civil Code of the Russian Federation and the legislation on cooperatives, thirdly, to eliminate the identified gap in the legislation on housing cooperatives, fourth, to form a mechanism for maintaining transparency of the property viability of cooperatives.*

Keywords: *cooperative, production cooperative, consumer cooperative, corporate legal entity, legal status of a cooperative member, cooperative charter, cooperative share, termination of membership in the cooperative at the will of the shareholder, termination of membership in the cooperative against the will of the shareholder, inheritance of the cooperative share, guilty grounds for termination of membership in the cooperative.*

For citation: *Pakhomova S.I., Purge A.R. Principles of legal regulation of relations in the field of termination of membership in the cooperative // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 102–117. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/102-117>.*

Введение

Современный период отмечается количественным расширением кооперации в современной России. Хотя данные по числу производственных кооперативов

отсутствуют, известно, что в 2300 обществах потребительской кооперации, действующих в настоящее время, состоят более 1 млн 300 тыс. пайщиков [1]. При этом особенно быстро растет численность сельскохозяйственных кооперативов: если в 2018 г. в России их действовало 5608, то по итогам 2019 г. – уже 7306 (рост составил более 30 %) [2]. Неслучайно специалисты по итогам 2020 г. отметили, что «среди предпринимателей активно кооперируются аграрии» [3, с. 109]. Сельскохозяйственное производство (в первую очередь животноводство) вряд ли сможет выдержать развитие мировой конкуренции без кооперации. Определенную жизнеспособность показывают и кредитные потребительские кооперативы (КПК). Как отмечается в отчете ЦБ РФ за 2021 г., среди заемщиков кредитных кооперативов процент невозврата кредитов в отличие от коммерческих банков относительно невысок и составляет порядка 15 %, что специалистами ЦБ РФ объясняется «существенной долей обеспеченных займов, платежной дисциплиной заемщиков КПК, а также целью займа – заемщики КПК, как правило, берут заем только при необходимости» [4]. Однако представляется, что данный низкий процент – еще и следствие продуманной и осторожной кредитной политики, которой отличаются далеко не все современные банки. Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена ростом кооперации в определенных областях, а также ростом числа кооперативных споров (как известно, один из них был разрешен не в пользу самого ВГУЭС), что повышает актуальность исследований законодательства о кооперации.

Не отставало в последние годы и юридическое развитие кооперации. Свобода объединений, закрепленная в статье 30 Конституции России [5], как и свобода предпринимательской деятельности (ст. 34 Конституции России), предполагает возможность создания гражданами юридических лиц, которые могут быть основаны и на членстве (личном участии), и на имущественных вложениях, и на личном членстве и имущественных вложениях одновременно. При этом кооперативы (и их союзы) – одна из наиболее сложных организационных форм юридических лиц, поскольку может включать в себя не только объединение лиц, но и объединение лиц и капиталов одновременно. При этом социальная ценность данной формы для граждан оказалась столь значительной, что основную часть споров, связанных с участием в кооперативах, составили именно вопросы правомерности прекращения членства в них, точнее, вопросы исключения из кооператива (что еще в советское время было отражено в одной из самых резонансных советских комедий Э. Рязанова). Это обстоятельство стало одной из главных причин, по которой кооперативная форма юридических лиц получила в российский период развития гражданского права особо детальное (во множестве законодательных актов) правовое регулирование.

В настоящее время судебная статистика не ведет отдельный учет числа споров, связанных с прекращением членства в кооперативе, однако специалисты указывают на частоту споров по отдельным видам кооперативов [6]. Это означает, что в подавляющем большинстве рассмотренных судами споров конституционные и гражданские права граждан на участие в кооперативах были нарушены, что, в свою очередь, указывает на крайне слабую постановку юридической работы в отношении членов корпоративных (в том числе и кооперативных) организаций.

Проблема исследования. Наиболее значимой в законодательстве о кооперации представляется проблема прекращения членства в кооперативе. С ней связаны не только проблема реализации конституционного права участия гражданина в объединении, но и проблема защиты его имущественных прав, в первую очередь размера пая, а также порядка его возврата.

Анализ исследованности темы кооперативов в научной литературе показывает, что за последние 10 лет наука полностью утратила интерес к данной теме. Единственным исследованием кооперативной формы стала диссертационная работа К.А. Тихонова; при этом исследовалась лишь одна из частных разновидностей кооперативной формы (кредитный потребительский кооператив) и не с гражданско-правовых, а с финансово-правовых позиций [7]. Еще одно исследование (диссертация И.И. Ромашковой 2011 г.) было направлено на анализ правового режима имущества потребительского кооператива [8]. На этом количество всех работ по проблемам кооперативов с 2008 по 2021 г. можно считать исчерпанным.

Таким образом, тема прекращения членства в кооперативе, хотя и является актуальной, не в полной мере обеспечена современными исследованиями.

Научная гипотеза. Свободе развития кооперации в России может препятствовать недостаточное совершенство действующего законодательства, не установившее необходимую правовую определенность отношений кооператоров и кооперативов, а также достаточные гарантии имущественных прав кооператоров при прекращении ими отношений с кооперативами. Гипотеза основана на значительном числе споров между кооперативами и их членами, возникающих по поводу обоснованности прекращения членства в кооперативах и справедливости определения размера кооперативного пая.

Цель исследования – провести анализ отношений, возникающих по поводу прекращения членства в кооперативе (как потребительском, так и производственном), определить общие принципы их правового регулирования, в том числе с учетом Декларации о кооперативной идентичности, принятой Международным кооперативным альянсом (Манчестер, сентябрь 1995 г.). В задачи работы входит:

- определить понятие и виды кооперативов как объединений лиц по гражданскому законодательству России;
- определить понятие, принципы, основания и порядок прекращения членства в кооперативе;
- выявить особенности прекращения членства в производственном кооперативе;
- выявить особенности прекращения членства в потребительском кооперативе.

Предмет исследования составили гражданско-правовые отношения, связанные с прекращением членства граждан и организаций в российских кооперативах.

Методологию исследования составили преимущественно общенаучные и статистические методы, юридический инструментарий – специальные юридические методы (сравнительный метод, системно-структурный метод, доктринальный метод), юридические и грамматические способы толкования правовых норм и юридические средства.

Основная часть

При анализе гражданского законодательства о кооперативах прежде всего обращает на себя внимание отсутствие определения их общего понятия. Существуют лишь определения производственного кооператива (п. 1 ст. 106.1 ГК РФ [9]) и потребительского кооператива (п. 1 ст. 123.2 ГК РФ).

Согласно ст. 106.1 ГК РФ производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Законом и уставом производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Производственный кооператив является корпоративной коммерческой организацией. Согласно ст. 123.2 ГК РФ потребительским кооперативом признается основанное на членстве добровольное объединение граждан или граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Общество взаимного страхования может быть основано на членстве юридических лиц.

Сопоставление двух указанных определений позволяет заключить, что названные формы рассматриваются законодателем не как две разновидности одной организационно-правовой формы (что, очевидно, имело место до реформирования законодательства о юридических лицах в 2013 г.), а как две различные организационно-правовые формы юридических лиц. Данное положение представляется особенно значимым, когда речь идет о правовом режиме отношений, связанных с переводом кооператива одного вида в кооператив другого вида. Если бы речь шла о производственном и потребительском кооперативе как юридическом лице одной и той же организационно-правовой формы, то процедура перехода кооператива из одного вида в другой не подпадала бы под правовой режим преобразования. Иначе говоря, этот переход не делал бы обязательной, не запускал бы процедуру прекращения кооператива в форме преобразования, что, в свою очередь, не позволяло бы гарантировать интересы кредиторов такого кооператива. Напротив, признание потребительского и производственного кооператива двумя различными организационно-правовыми формами позволяет проводить переход одного из них в другой в порядке преобразования, что требует выполнения кооперативом обязанностей, предусмотренных ст. 60 ГК РФ и в конечном счете гарантирует интересы его кредиторов.

Сходство же этих форм состоит в том, что обе они основаны прежде всего на членстве, т.е. на принципе личного участия. Кооператив – прежде всего объединение лиц; предполагает объединение труда и вкладов.

Это объединение основано на ряде принципов, как общих для юридических лиц (объединений), так и специальных.

Во-первых, добровольность объединения: в силу конституционных норм (п. 2 ст. 30) никто не может быть принужден ко вступлению в какое-либо объединение или к пребыванию в нем. Последнее положение касается также принципа свободы прекращения участия в кооперативе.

Во-вторых, самостоятельность организации, или принцип самоуправления. Как производственный, так и потребительский кооперативы управляются общим собранием их участников. В частности, это специально подчеркивалось в теории кооперации А.В. Чайнова: «вовлекая крестьян в самостоятельную деятельность по закупке товаров, переработке и сбыту продукции, осуществлению других хозяйственных функций, кооперативы освобождают их от эксплуатации со стороны перекупщика, ростовщика, купца, прасола. Кооперативы поддерживают и развивают тягу крестьян к формам хозяйственного самоуправления» [10, с. 38]. Разумеется, практически все юридические лица, основанные на частной форме собственности, являются самостоятельными как с организационной, так и с деятельностной точки зрения. Однако если в большинстве юридических лиц эта самостоятельность основана на гражданско-правовых отношениях между участниками корпорации или учреждения, что позволяет урегулировать данные отношения законодательно и упрощает правовое регулирование, то в кооперативах самостоятельность основана еще и на трудовом взаимодействии между их участниками и на значении их трудового вклада в общее дело кооператива. Такой подход значительно может повлиять на правовое регулирование отношений, связанных с прекращением членства в кооперативе. Самостоятельность кооператива предполагает свободу исключения члена кооператива или, точнее, минимальное количество условий для этого, тогда как ограничения кооперативной самостоятельности могут затрагивать именно право кооператива на прекращение отношений с членом кооператива.

В-третьих, единство целей членов кооператива, которые закрепляются в уставах как производственного, так и потребительского кооператива. Различие в этой части состоит лишь в том, что если цели и виды деятельности потребительского кооператива должны быть обязательно указаны в его уставе (т.е. его правоспособность является специальной), то виды деятельности производственного кооператива (поскольку его цель – получение прибыли) указывать не требуется (т.е. его правоспособность, как следует из части второй пункта первой статьи 49 ГК РФ, является общей). Для членов потребительского кооператива целями могут быть названы удовлетворение самых различных потребностей (общественных, экономических, социальных, культурных). Различие в целях между членами кооператива также должно рассматриваться в качестве причины исключения из кооператива его члена. Так, для хозяйственных обществ в настоящее время допускается заключение корпоративного договора (ст. 67.2 ГК РФ), позволяющего ограничивать взаимную конкуренцию. Однако для юридических лиц, являющихся членами кооперативов, запрета на конкуренцию с кооперативами, членами которых они являются, в действующем законодательстве нет, что существенно подрывает их финансовое положение. Поэтому представляется целесообразным законодательно допустить для кооперативов, по аналогии

с хозяйственными обществами, существование соглашений, содержанием которых стал бы запрет конкуренции между членами кооперативов или между членами кооперативов и самими кооперативами (последнее возможно реализовать как положение в уставе кооператива). При допущении таких положений единство целей кооператива превратится из декларируемого принципа в комплекс законодательных норм.

В-четвертых, общность вкладов по общему правилу (по умолчанию), предполагаемых равными. Однако существует принципиальное, вытекающее из их правовой природы, различие между вкладами членов потребительского кооператива и членов производственного кооператива. Во втором случае речь идет о формировании посредством суммы вкладов единого капитала, которым производственный кооператив владеет, пользуется и распоряжается как уставным капиталом в целях получения прибыли (в том числе вкладывает его), тогда как потребительский кооператив направляет свои вклады непосредственно на удовлетворение потребительских нужд своих членов (хотя для него не исключается участие в предпринимательской деятельности в той мере, в какой она соответствует уставным целям и закрепленным в нем видам деятельности).

Э. Беднова добавляет к названным принципам кооперативной организации целый ряд социальных принципов: «деятельность его основана на взаимопомощи, взаимной ответственности, демократии, равенстве, справедливости и солидарности, честности, открытости, социальной ответственности и заботе о других» [11, с. 28]. Однако, как отмечает Э. Беднова, эти принципы во многом являются результатом действия моральных, а не юридических норм (таков, например, принцип социальной ответственности), в силу чего не могут быть приняты. Еще один названный ею принцип – так называемый принцип «демократии», который также вряд ли уместен, поскольку демократия (если исключить различные советские словообразования, подобные «производственной демократии») является разновидностью политического режима и не имеет отношения к организации юридического лица; в этой части более точным представляется термин «самоуправление» кооперативом. Еще одна группа названных Э. Бедновой принципов (честность, открытость) относится к содержанию давно сформированного, общепромышленного гражданско-правового принципа добросовестности.

В то же время принцип открытости в зарубежном законодательстве реализован более обстоятельно, чем в российском. Например, речь идет об информационной открытости членства в кооперативе. Как следует из канадского законодательства о кооперации, «Members, shareholders and creditors of a cooperative and their personal representatives and, where the cooperative is a distributing cooperative, any other person, may request that the cooperative provide them with a list of members or shareholders, no later than ten days after the cooperative receives the affidavit referred to in subsection (2) and after payment of a reasonable fee» [12]. В переводе это означает, что практически все, кто имеет в отношении кооператива имущественный интерес, а в случае, когда кооператив является потребительским («распределительным»), вообще любое лицо вправе знать, является ли то или иное лицо членом кооператива (и вообще список всех членов кооператива).

Очевидно, такой подход значительно повышает прозрачность имущественного состояния лица, на долю которого в кооперативе обращается взыскание по судебному акту (или исполнительному листу, что охватывается понятием аффидевита).

Кроме того, возможно, цивилистического внимания заслуживает так называемый принцип честности или, точнее, принцип взаимного доверия (в английском эквиваленте принцип траста). Данный принцип основан на самой сущности кооперативных действий, которые направлены на единую цель, но различны по характеру ее исполнения. Направленность на единую хозяйственную цель требует определенного, обусловленного единством цели доверия между кооперирующимися работниками (или пользователями единого объекта, если кооператив потребительский). Поэтому взаимное доверие могло бы стать значимым принципом если не кооперативной организации, то, во всяком случае, кооперативной деятельности как совместной и кооперативного управления.

Возможно также, что принцип честности, или траста, является одним из принципов солидарности, составляющей непосредственно элемент кооперативного труда.

Таким образом, вышеназванные четыре принципа представляются полностью охватывающими кооперативную организацию.

В цивилистической науке, к сожалению, не отражены вопросы ни о понятии прекращения членства в кооперативе, ни о понятии прекращения членства в кооперативе в целом. Так, В.А. Лаптев, начиная свои рассуждения о прекращении членства в кооперативе, сразу же переходит к основаниям этого прекращения [13, с. 227], упуская вопрос его понятия и правовой природы.

Представляется, что под прекращением членства в кооперативе следует понимать прекращение корпоративного правоотношения лица между ним и кооперативом, выражающееся в форме прекращения права участия в кооперативе и связанных с ним правомочий участия в управлении кооперативом (в первую очередь голосование в общем собрании членов кооператива) и получения ликвидационной квоты, а для производственного кооператива также получения прибыли от его деятельности. Данное определение вытекает из анализа содержания прав, предоставленных членам кооператива частью второй пункта 3 статьи 48 ГК РФ, частью первой пункта 1 и пунктом 2 статьи 65.1, пунктами 1 и 3 статьи 65.2, статьей 65.3 ГК РФ.

При этом прекращение права участия в кооперативе может быть обусловлено и прекращением самого кооператива, и смертью физического лица, и ликвидацией юридического лица, если оно участвует в кооперативе. Во всех названных случаях речь идет именно о прекращении корпоративного (кооперативного) правоотношения.

В то же время вряд ли можно рассматривать в качестве прекращения членства в кооперативе реорганизацию юридического лица – члена кооператива, т.е. правовую ситуацию, когда данное корпоративное правоотношение преобразуется в иное правоотношение (между иными лицами).

В целом по аналогии с гражданско-правовым регулированием обязательств можно предположить, что под прекращением членства в кооперативе понимается

любое прекращение корпоративного правоотношения, в том числе изменение его содержания (например, преобразование кооператива в иное юридическое лицо).

С точки зрения целей и правовых последствий исключение участника из кооператива по виновным основаниям можно рассматривать и как корпоративную санкцию (меру гражданско-правовой ответственности), и как способ защиты интересов кооператива [14, с. 18].

К числу принципов прекращения членства в кооперативе также следует отнести принцип свободы выхода из состава его членов. Как отмечалось выше, в силу конституционных норм никто не может быть принужден к пребыванию ни в одном объединении. Следовательно, прекращение членства в кооперативе основано, прежде всего, на свободе воли члена кооператива. В гражданском законодательстве это положение отражено, например, в части первой пункта 1 статьи 106.5 ГК РФ, согласно которой член производственного кооператива по своему усмотрению вправе выйти из кооператива. В таких случаях в задачи законодателя входит лишь установление двух комплексов норм:

– регулирующих условия и порядок такого выхода, направленный на обеспечение прав как лица, выходящего из кооператива, так и самого кооператива, а также его кредиторов;

– регулирующих правовые последствия выхода из кооператива.

Значительно сложнее представляется система оснований, прекращающих членство в кооперативе помимо воли кооператива и (или) его участника.

Конституционная свобода объединения означает, что никому не может быть отказано в создании объединения, что никто не может диктовать объединению содержание его деятельности (если она не нарушает действующее законодательство) и, что наиболее важно для исследуемой темы, никто не может без правомерных оснований прекратить деятельность объединения.

Между тем в ст. 21.1 ФЗ от 08.08.2001 № 129-ФЗ установлено правило о том, что юридическое лицо, которое в течение года, предшествующего принятию ФНС соответствующего решения, не представляло налоговую отчетность, не вело операций хотя бы по одному банковскому счету, признается фактически прекратившим свою деятельность [15]. Такое юридическое лицо может быть исключено из ЕГРЮЛ. Данное положение стало правовым основанием прекращения ФНС России деятельности одного из гаражно-строительных кооперативов (ГСК) с последующим исключением его из ЕГРЮЛ. При этом члены ГСК, создавшие ГСК и ставшие собственниками гаражей с 1993 г., не были поставлены в известность о его ликвидации (хотя требуемая законодательством публикация о ликвидации была осуществлена). Не согласившись с решением ФНС и с самим законодательным регулированием прекращения кооператива, бывшие члены ГСК обратились в Конституционный Суд РФ с заявлением о признании неконституционной данной нормы. Как справедливо указал Конституционный Суд РФ, содержащееся в ст. 21.1 ФЗ от 08.08.2001 № 129-ФЗ регулирование не учитывает «специфику этого вида юридического лица как объединения граждан, специально предназначенного для обеспечения им возможности использовать

имущество в личных целях, как правило, без активного участия в гражданском обороте, без осуществления приносящей доход деятельности и без профессионального управления организацией» [16]. Таким образом, прекращение членства в потребительском кооперативе и кооперативного правоотношения в настоящее время на основании ст. 21.1 ФЗ от 08.08.2001 № 129-ФЗ невозможно.

Свобода объединения имеет еще один аспект: свобода участия в объединении. Никто из членов объединения не может быть принужден к выходу из него, если член объединения отвечает условиям этого объединения. Поэтому если прекращение членства в кооперативе на основании свободного выхода из него является общим правилом, то прекращение членства в нем помимо воли его участника следует определить как исключение, которое обязательно должно быть установлено в законе, а также, как и при свободном выходе, иметь свои порядок и последствия, которые отражали бы гарантии интересов не только сторон корпоративного правоотношения, но и их кредиторов. В частности, прекращение членства в кооперативе помимо воли пайщика должно быть основано на действующем в момент этого прекращения законодательстве, а также на той редакции устава кооператива, которая актуальна на день появления фактического основания для такого исключения (а не на день самого совершения исключения).

Законодательство об основаниях прекращения членства в кооперативах различается прежде всего тем, что применительно к одним кооперативам оно допускает установление дополнительных оснований прекращения членства в уставах кооперативов (например, на возможность установления дополнительных оснований прекращения членства в кооперативе указывает п. 2 ст. 22 ФЗ от 08.05.1996), а применительно к другим, напротив, перечень этих оснований замкнут, исчерпывающе изложен в самом законе и не предполагает расширения этого перечня в уставах кооперативов (на исчерпывающий характер перечня оснований прекращения членства в жилищных кооперативах обращается внимание в литературе [17, с. 27]). Однако в первом из названных случаев необходимо, чтобы положения устава не нарушали действующее законодательство. Например, в одном из уставов кооператива было установлено, что члены кооператива не могут состоять в профсоюзе (и вообще не могут участвовать в каком-либо ином юридическом лице, кроме кооператива), а лица, вступившие в профсоюз (или ставшие участниками какой-либо другой корпорации), исключаются из членов кооператива. Когда было установлено, что члены кооператива одновременно являются членами профсоюза, они были исключены из состава членов кооператива. Однако арбитражный суд, разрешая спор о восстановлении членства в кооперативе, указал на то, что необходимо учитывать еще и то, был ли причинен таким членством пайщиков в профсоюзе вред самому кооперативу или членам кооператива. В частности, было указано, что «применение такого основания для исключения из членов кооператива может иметь место только при наличии негативных последствий для кооператива либо его членов. Никаких негативных последствий для кооператива «Луч» или его для членов пребывания И.Ю. Некрасовой в профсоюзе «Защита» не повлекло. Доказательств этого не было представлено» [18] и т.д. Очевидно, арбитражный суд исходил

из принципа свободы участия в объединениях, которая не причиняет вреда самому кооперативу.

Помимо основания прекращения, которое может быть правовым (то есть конкретная норма права, допускающая прекращение членства и, в частности, исключение из кооператива) и фактическим (под которым следует понимать юридический факт, указанный в гипотезе нормы права, допускающей прекращение членства в кооперативе), законодательство обычно выделяет порядок или процедуру такого прекращения. Процедура прекращения членства в кооперативе предполагает последовательное совершение действий, направленных в конечном счете на прекращение правоотношения между кооперативом и его пайщиком. В частности, для кооперативов типичными действиями, направленными на прекращение кооперативного правоотношения, можно признать, во-первых, решение общего собрания об исключении пайщика, во-вторых, определение имущественного характера выплаты общим собранием, в-третьих, производство выплаты правлением кооператива и связанные с производством выплаты решения (например, о месте расположения выделяемого в натуре земельного участка), которые также можно определить как решение собрания, но уже другого органа – правления. Такой подход предполагает возможность определить основание, а также вытекающий из него порядок прекращения членства в кооперативе как «способ» прекращения членства в кооперативе. Введение понятия способа прекращения членства в кооперативе, а также классификация способов по основаниям прекращения позволяют сформировать систему способов прекращения членства в кооперативе независимо от вида данного юридического лица, как производственного, так и потребительского.

От оснований и порядка (способа) прекращения членства в кооперативе зависят и правовые последствия такого прекращения.

К трудо-правовым последствиям прекращения членства в кооперативе могут быть отнесены, например, денежные расчеты при увольнении работника (из производственного кооператива) и определение всех иных выплат, связанных с трудовой деятельностью пайщика.

Однако основным последствием прекращения членства в кооперативе является прекращение корпоративного правоотношения и его преобразование в обязательственное правоотношение. В частности, к гражданско-правовым последствиям относится выплата в установленные сроки денежного эквивалента пая бывшему пайщику или его правопреемнику. В частности, как следует из п. 7 ст. 22 ФЗ от 08.05.1996 № 41-ФЗ, все расчеты производятся с лицом, «прекратившим» (глагол в совершенной форме) членство в кооперативе. Таким образом, прекращение членства в кооперативе не прекращает, с точки зрения законодателя, корпоративное правоотношение полностью, а лишь преобразует его в обязательственное правоотношение, в том числе правоотношение по выплате пая бывшему пайщику.

Исследование позволяет сделать вывод о том, что под прекращением членства в кооперативе следует понимать прекращение корпоративного правоотношения между пайщиком и кооперативом, включающее прекращение права уча-

ствия в кооперативе, права участия в управлении кооперативом и права получения ликвидационной квоты. Такое прекращение имеет собственные основания, процедуру и юридические последствия. По волевому признаку классификация оснований прекращения членства в кооперативе может быть проведена следующим образом: 1) по воле одной или обеих сторон кооперативного правоотношения; 2) помимо воли обеих сторон. В случаях, когда такое прекращение происходит по воле одной из сторон, данные основания могут быть подразделены дополнительно на виновные (и тогда прекращение происходит в форме ответственности) и невиновные. Порядок прекращения членства в кооперативе зависит от основания, но включает, как правило, решение общего собрания, которое оспаривается в соответствии с новеллами ГК РФ о решениях собраний. Правовые последствия также зависят от основания прекращения, от соблюдения должного порядка прекращения и могут включать наряду с прекращением правоотношения иные требования одной из сторон (возмещение убытков).

В свою очередь, вторая группа оснований прекращения членства в кооперативе также может быть подразделена на две группы:

1) события. К ним относятся, например, смерть члена кооператива, наступление нетрудоспособности (для члена производственного кооператива), иные обстоятельства, объективно препятствующие членству в кооперативе;

2) действия кооператива или третьих лиц, направленные на прекращение этого правового статуса у одного или нескольких его членов.

Заключение

Исследование особенностей прекращения членства в отдельных видах кооперативов позволяет в качестве выводов предложить следующие изменения в действующее законодательство:

Во-первых, иногда выход осуществляется посредством передачи пая (его части) другому члену кооператива (общее разрешение на это установлено в п. 3 ст. 106.5 ГК РФ). Однако в случаях, когда выход из числа членов кооператива сопровождается свободной продажей пая, члены кооператива, во-первых, пользуются правом его преимущественной покупки, во-вторых, передача пая допускается лишь с согласия общего собрания. Такая конструкция, однако, вызывает вопрос: как быть, если члены кооператива, с одной стороны, отказываются от права преимущественной покупки пая по его справедливой стоимости, а с другой – отказываются соглашаться на включение в свои члены нового покупателя пая. Представляется, что в ГК РФ необходимо предусмотреть механизм преодоления отказа общего собрания на членство в кооперативе нового приобретателя пая, поскольку настоящее положение нарушает, как представляется, права держателя пая в потребительском кооперативе. Этот механизм мог бы предусматривать, например, требование обязательного выкупа пая у выходящего члена кооператива в случае, когда общее собрание отказалось принять в кооператив нового приобретателя этого пая.

Во-вторых, следует также отметить несоответствие между ГК РФ и законодательством о производственных кооперативах. Часть первая пункта 2 ст. 106.5 ГК РФ устанавливает, что основания исключения члена кооператива могут быть

установлены «законом». При этом ГК РФ никак не конкретизировал характеристики этого «закона», что позволяет предположить, что речь идет о любом законодательном акте (единственным требованием к нему в силу п. 1 ст. 3 ГК РФ является, очевидно, его федеральный уровень). Однако вопреки данному положению п. 4 ст. 22 ФЗ от 08.05.1996 № 41-ФЗ [19] устанавливает, что исключение из членов кооператива по основаниям, «не предусмотренным настоящим Федеральным законом» (второй группой оснований указан также устав), не допускается. Таким образом, если ГК РФ допускает возможность установления оснований исключения из производственного кооператива любым законом (и необязательно им должен быть ФЗ от 08.05.1996 № 41-ФЗ), то ФЗ от 08.05.1996 № 41-ФЗ допускает такую возможность только для себя самого, исключая возможность установления оснований для исключения члена производственного кооператива в других законодательных актах. В связи с этим правовое регулирование, закрепленное в ГК РФ, в конечном счете предпочтительнее. Поэтому представляется, что п. 4 ст. 22 ФЗ от 08.05.1996 № 41-ФЗ следует изложить в редакции, соответствующей вышеуказанным положениям ст. 106.5 ГК РФ (например, путем исключения из текста п. 4 слова «настоящим» и замены слова «Федеральным» на слово «федеральным»).

В-третьих, в ст. 9 ФЗ от 30.12.2004 г. № 215-ФЗ [20] закреплена возможность исключения члена кооператива за неисполнение его обязанностей, установленных данным ФЗ и его уставом. Между тем правовое регулирование отношений между Жилищным накопительным кооперативом (ЖНК) и его членами осуществляется не только указанными двумя правовыми актами (федеральным и локальным), но и, как следует из части пятой статьи 3 этого ФЗ, Гражданским кодексом РФ, а также нормативными актами ЦБ РФ и решениями руководящих органов ЖНК. Поэтому возникает вопрос, как быть, если член ЖНК не исполняет обязанности, вытекающие из ГК РФ, нормативных актов ЦБ РФ и решений органов управления ЖНК. Для устранения этого несоответствия представляется целесообразным изложить текст пункта 1 части первой ст. 10 рассматриваемого ФЗ в иной редакции: «неоднократного неисполнения обязанностей члена жилищно-строительного кооператива, либо...». В данной редакции из текста нормы будет изъято указание на конкретные правовые акты, устанавливающие обязанности члена ЖНК, но будет сохранено указание на последствия их невыполнения (что и составляет цель всей статьи 10 данного ФЗ).

В-четвертых, целесообразным представляется введение обязательной ежегодной оценки имущества кооператива, что повысит прозрачность как общей имущественной состоятельности кооперативов (в частности, в целях их кредитования, в чем особенно нуждаются сельхозкооперативы), так и отношений при определении размера пая каждого из членов кооператива.

Названные меры, сформулированные с учетом приведенных принципов организации и деятельности кооперативов, могли бы повысить гарантии имущественных прав кооператоров, прозрачность и правовую определенность отношений в них, снизить имущественные риски членства в кооперативах и число кооперативных споров, чем в конечном счете была бы достигнута свобода развития российской кооперации.

Список источников

1. Потребительская кооперация / Центросоюз Российской Федерации. URL: <https://rus.coop/ru/cooperation/>
2. Браверман: количество сельхозкооперативов выросло на треть // Рамблер. URL: <https://news.rambler.ru/other/44212337-braverman-kolichestvo-selhozkooperativov-v-rossii-v-2019-godu-vyroslo-na-tret/>
3. Шарнина М.Н. Тенденции развития кооперации в современной России // Экономика. Профессия. Бизнес. 2021. № 4. С. 102–110.
4. Тенденции на рынке кредитных потребительских кооперативов в 2021 году // Центральный Банк России. URL: <https://cbr.ru/analytics/microfinance/kpk/2021/>
5. Конституция Российской Федерации. Принята Всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с изменениями, одобренными Всенародным голосованием от 01.07.2020 г.) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
6. Котляр М. Госдума предложила создать единые правила для гаражных кооперативов // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/society/15/06/2021/60c8af819a79471a5414550f>
7. Тихонов К.А. Кредитный потребительский кооператив как субъект финансового права: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.0. Саратов, 2017. 252 с.
8. Ромашкова И.И. Правовой режим имущества потребительского кооператива: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Москва, 2011. 194 с.
9. Гражданский кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (посл. ред. от 25.02.2022 № 20-ФЗ) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
10. Ковтун О.И., Яппарова Е.К. Концепции семейно-трудового хозяйства и крестьянской кооперации в работах А.В. Чайнова // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 439. С. 137–141.
11. Беднова Э. Международные кооперативные принципы и российский Закон о производственных кооперативах // Российская юстиция. 2000. № 1. С. 28, 29.
12. Canada Cooperatives Act (S.C. 1998, с. 1) // Government of Canada. URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-1.7/page-4.html>
13. Лаптев В.А. Корпоративное право: правовая организация корпоративных систем. Москва: Проспект, 2019. 384 с.
14. Буряков В.Н. Наследование прав, связанных с участием в кооперативах // Наследственное право. 2009. № 1. С. 18, 19.
15. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ (посл. ред. от 30.12.2021 № 492-ФЗ) // КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=304446&fld=134&dst=100000001,0&rnd=0.48192199000398495#016270396896645956>
16. Постановление Конституционного Суда РФ от 02.12.2021 № 51-П «По делу о проверке конституционности положений статьи 21.1 и пункта 7 статьи 22 Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» в связи с жалобой гражданина В.И. Тринько» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_402640/
17. Максименко А.В., Шевцов Р.М. Возникновение и прекращение членства в жилищном кооперативе // Вестник Белгородского юридического института МВД России. 2013. № 1. С. 25–28.

18. Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 27.09.2011 по делу № А82-2865/2010-70 // КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=6aCIIA&base=RAPS002&n=19216#UUtHv5TguA4NudFQ>
19. О производственных кооперативах: Федеральный закон от 08.05.1996 № 41-ФЗ (посл. ред. от 05.04.2021 № 70-ФЗ) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10286/
20. О жилищных накопительных кооперативах: Федеральный закон от 30.12.2004 № 215-ФЗ (посл. ред. от 27.06.2019 № 151-ФЗ) // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51058/

References

1. Consumer Cooperation / Central Union of the Russian Federation. URL: <https://rus.coop/ru/cooperation/>
2. Braverman: the number of agricultural cooperatives has grown by a third. *Rambler*. URL: <https://news.rambler.ru/other/44212337-braverman-kolichestvo-selhozkooperativov-v-rossii-v-2019-godu-vyroslo-na-tret/>
3. Sharnina M.N. Trends in the development of cooperation in modern Russia. *Economy. Profession. Business*. 2021; (4): 102–110.
4. Trends in the consumer credit cooperative market in 2021. *Central Bank of Russia*. URL: <https://cbr.ru/analytics/microfinance/kpk/2021/>
5. Constitution of the Russian Federation. Adopted by Popular Vote on December 12, 1993 (as amended by the Popular Vote of 01.07.2020). *ConsultantPlus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
6. Kotlyar M. State Duma proposed to create uniform rules for garage cooperatives. *RBC*. URL: <https://www.rbc.ru/society/15/06/2021/60c8af819a79471a5414550f>
7. Tikhonov K.A. Credit consumer cooperative as a subject of financial law: dis. ... cand. jurid. sciences: 12.00.04 / Tikhonov Konstantin Alekseevich. Saratov; 2017. 252 p.
8. Romashkova I.I. Legal regime of the property of a consumer cooperative: dis. ... cand. jurid. sciences: 12.00.03 / Romashkova Irina Ivanovna. Moscow; 2011. 194 p.
9. Civil Code of the Russian Federation: Federal Law No. 30.11.1994 of 51-FZ (sec. Ed. 25.02.2022 No. 20-FZ). *ConsultantPlus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
10. Kovtun O.I., Yapparova E.K. Concepts of family and labor economy and peasant cooperation in the works of A.V. Chayanov. *Bulletin of Tomsk State University*. 2019; (439): 137–141.
11. Bednova E. International Cooperative Principles and the Russian Law on Production Cooperatives. *Russian Justice*. 2000; (1): 28, 29.
12. Canada Cooperatives Act (S.C. 1998, c. 1). *Government of Canada*. URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/C-1.7/page-4.html>
13. Laptev V.A. Corporate law: legal organization of corporate systems. Moscow: Prospect; 2019. 384 p.
14. Buryakov V.N. Inheritance of rights related to participation in cooperatives. *Hereditary law*. 2009; (1): 18, 19.
15. On State Registration of Legal Entities and Individual Entrepreneurs: Federal Law No. 129-FZ of 08.08.2001 (sec. Ed. 30.12.2021 No. 492-FZ). *ConsultantPlus*. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=304446&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.48192199000398495#016270396896645956>
16. Decision of the Constitutional Court of the Russian Federation of 02.12.2021 No. 51-P "On the case of checking the constitutionality of the provisions of Article 21.1 and paragraph 7

- of Article 22 of the Federal Law" On State Registration of Legal Entities and Individual Entrepreneurs "in connection with the complaint of citizen V.I. Trinko ". *ConsultantPlus*. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_402640/
17. Maksimenko A.V., Shevtsov R.M. The emergence and termination of membership in a housing cooperative. *Bulletin of the Belgorod Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2013; (1): 25–28.
18. Decision of the Second Arbitration Court of Appeal of 27.09.2011 in case No. A82-2865/2010-70. *ConsultantPlus*. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=6aC11A&base=RAPS002&n=19216#UUtHv5TguA4NudFQ>
19. On production cooperatives: Federal Law of 08.05.1996 No. 41-FZ (Sep. Ed. 05.04.2021 No. 70-FZ). *ConsultantPlus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10286/
20. On housing savings cooperatives: Federal Law of 30.12.2004 No. 215-FZ (Sep. Ed. 27.06.2019 No. 151-FZ). *ConsultantPlus*. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51058/

Информация об авторах:

Пахомова София Игоревна, бакалавр 4-го курса кафедры гражданско-правовых дисциплин ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: banote43@yandex.ru

Пурге Анна Роландовна, канд. юрид. наук, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: a.purge@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4865-5551>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/102-117>

Дата поступления:
14.06.2022

Одобрена после рецензирования:
22.06.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 343.36

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/118-128>

Онлайн-разрешение споров на китайской платформе электронной торговли «Таобао»*

Ермакова Елена Петровна

Российский университет дружбы народов (РУДН), Юридический институт
Москва, Россия

Аннотация. В статье дан обзор новых форм разрешения споров – необязательного онлайн-арбитража, который в настоящее время проводится частными платформами электронной коммерции («Taobao ODR», «Tmall ODR», «Jingdong ODR», «Gome ODR» и др.), предоставляющими услуги краудсорсингового разрешения споров. Китайское законодательство и государственная политика в отношении Интернета являются одними из самых передовых в мире и включают подробные и конкретные положения, определяющие отношения между платформами электронной торговли, бизнес-операторами и потребителями в онлайн-транзакциях. Все эти положения были закреплены в Законе КНР об электронной торговле 2019 г. Примером государственной политики КНР в этой области также может служить учреждение интернет-судов в Ханчжоу, Пекине и Гуанчжоу. Интернет-суд в Ханчжоу, первый из серии интернет-судов, открытых по всему Китаю, использовал опыт компании «Alibaba», чтобы стать пионером реформы онлайн-разрешения споров. При этом компания «Alibaba» сыграла решающую роль в разработке и функционировании интернет-суда в Ханчжоу, что подчеркнуло готовность правительства КНР работать с влиятельными частными субъектами для проведения судебной реформы.

Ключевые слова: право КНР, альтернативное разрешение споров, онлайн-разрешение споров, платформенное правосудие, искусственный интеллект, платформа «Таобао», платформа электронной торговли, компания «Alibaba».

Для цитирования: Ермакова Е.П. Онлайн-разрешение споров на китайской платформе электронной торговли «Таобао» // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 118–141. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/118-128>.

Original article

Online dispute resolution on the Chinese e-commerce platform "Taobao"

Elena P. Ermakova

RUDN University Law Institute
Moscow, Russia

Abstract. The article provides an overview of new forms of dispute resolution – optional online arbitration, which is currently conducted by private e-commerce platforms ("Taobao ODR", "Tmall ODR", "Jingdong ODR", "Gome ODR", etc.) providing crowdsourcing dispute resolution services. Chinese legislation and government policy on the Internet are among the most advanced in the world and include detailed and specific provisions defining the relationship between e-commerce platforms, business operators and consumers in online transactions. All these provisions were enshrined in the Law of the People's Republic of China on Elec-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Гранта Президента РФ № НШ-3270.2022.2 «Эволюция или революция гражданского судопроизводства: цифровизация через призму искусственного интеллекта».

© Ермакова Е.П., 2022

tronic Commerce in 2019. The establishment of Internet courts in Hangzhou, Beijing and Guangzhou can also serve as an example of the PRC's state policy in this area. The Internet Court in Hangzhou, the first of a series of Internet courts opened throughout China, used the experience of Alibaba to become a pioneer of online dispute resolution reform. At the same time, Alibaba played a crucial role in the development and operation of the Internet Court in Hangzhou, which emphasized the willingness of the PRC government to work with influential private entities to carry out judicial reform.

Keywords: PRC law, alternative dispute resolution, online dispute resolution, platform justice, artificial intelligence, Taobao platform; e-commerce platform, Alibaba company.

For citation: Ermakova E.P. Online dispute resolution on the Chinese e-commerce platform "Taobao" // *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service.* 2022. Vol. 14, № 3. P. 118–141. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/118-128>.

Введение

Появление китайского рынка электронной торговли открыло новую эру в экономике страны. По оценкам «Statista Digital Market Outlook», в 2022 г. выручка на рынке электронной торговли Китая достигла 1,5 трлн дол.; в США, занимающих второе место в мире, – около 875 млрд дол.; в Японии – 241 млрд дол. В 2020 г. почти четверть розничных продаж (25 %) физических товаров в Китае была совершена онлайн, что намного превысило среднемировой показатель – на 18 %. В 2021 г. на долю Китая пришлось более половины (50 %) мировых розничных продаж электронной торговли, при этом объем продаж превысил совокупный объем продаж в Европе и США. Сегодня в КНР проживает самое большое количество цифровых покупателей в мире – более 780 млн человек, а уровень проникновения Интернета составил 64,5 % [7].

Как отметила профессор Чжан Цзюаньцзюань (Университет Макао, КНР), крупнейшая в мире однодневная онлайн-распродажа «Global Shopping Festival», состоявшаяся 11 ноября 2016 г., принесла 120,7 млрд юаней (17,79 млрд дол.) всего за 24 ч на платформах электронной торговли «Alibaba» (в основном на сайтах B2C «Tmall.com» и C2C «Taobao Marketplace»). Платформы сгенерировали 657 млн заказов на доставку и охватили 235 стран и регионов [5]. Увеличение количества сделок электронной торговли в свою очередь привело к увеличению количества споров в этой сфере. Через 10 дней после распродажи 11 ноября суды Ханчжоу, Шэньчжэня и Шанхая получили соответственно 1561, 568 и 221 исковых заявлений, касающихся деятельности компании «Алибаба». В связи с этим многие китайские и зарубежные исследователи неоднократно подчеркивали, что разрешение онлайн-споров имеет жизненно важное значение для успеха системы онлайн-торговли и экономики в целом в КНР [13].

Основная часть

Механизмы онлайн-урегулирования споров (ODS) в Китае

Бум розничной онлайн-торговли привел к радикальным изменениям в юридической практике. Традиционные методы разрешения споров, такие как государственный суд и международный арбитраж, стали неэффективны для рассмотрения большого объема мелких внутренних и мелких транснациональных споров. В этих обстоятельствах для КНР вопрос о том, как создать справедливый, удобный и эффективный механизм онлайн-урегулирования споров, имел большое значение.

Отметим, что в доктрине КНР различают термины *онлайн-урегулирование споров* (online dispute settlement (ODS)) и *онлайн-разрешение споров* (online dispute resolution (ODR)). Об этом писали американский профессор Кэрри Шу Чжан (Политехнический университет штата Калифорния), китайский специалист Вэньли Го (компания «Beiming Software Co. Ltd») [9], профессор Шанхайского университета (КНР) Чанцин Ши, профессора Университета Ньюкасла (Австралия) Тая Сурдин и Бин Ли [10], упомянутая ранее профессор Ч. Цзюаньцзюань (Университет Макао, КНР) [5] и другие авторы. По мнению указанных авторов, ODS осуществляют государственные интернет-суды (смарт-суды) и внутренние платформы электронной торговли, а ODR – арбитражные учреждения КНР (третейские суды), а также различные медиаторские организации КНР.

Исходя из того, имеет ли арбитражное решение юридическую силу, некоторые ученые утверждали, что арбитражные учреждения КНР проводят обязательный онлайн-арбитраж, а внутренние платформы электронной торговли – необязательный онлайн-арбитраж. Таким образом, китайские специалисты выявили, что в настоящее время в Китае существует три направления онлайн-урегулирования споров:

- 1) государственные онлайн-суды (online courts);
- 2) онлайн-разрешение споров (Online Dispute Resolution);
- 3) внутренние платформы электронной торговли (E-commerce internal platforms).

В XX в. традиционными формами разрешения споров считались судебные формы (государственный суд) и несудебные формы (арбитраж). В конце XX в. несудебные формы урегулирования споров расширились, включив в себя кроме арбитража еще медиацию, переговоры и др. Появилось наименование *альтернативные способы разрешения споров* (ADR). С развитием Интернета выяснилось, что медиацию, арбитраж и переговоры можно проводить не только очно, но и с помощью видеоконференций. Так возник еще один термин – онлайн-альтернативное разрешение споров, который был сокращен до трех букв – ODR. При этом подразумевалось, что ODR проводят арбитражные учреждения (третейские суды) и медиаторские организации.

Однако бум электронной торговли принес десятки миллионов споров между онлайн-покупателями и онлайн-продавцами на площадках электронной торговли – интернет-платформах. Безусловно, ни в одной стране не было ни миллиона арбитров, ни миллиона медиаторов для разрешения указанных споров. Так, на платформах онлайн-торговли первоначально в США и Европе («eBay», «Amazon», «Modria»), затем в Китае («Alibaba») стихийно, без нормативного регулирования со стороны государства, стали появляться платформы онлайн-разрешения споров [1]. Платформы онлайн-торговли не стали выдумывать новые термины для своих методов урегулирования споров. Так появились платформы для переговоров, медиации и практики, схожей с онлайн-арбитражем (краудсорсинговый арбитраж).

В 2017 г. израильский ученый Айелет Села (Университет им. Бар-Илана) отмечала, что начиная с конца 1990-х гг. веб-сервисы начали предлагать форумы «кибер-присяжных», где люди могут зарегистрироваться в качестве «присяжных заседателей» и комментировать или голосовать по делам, опубликованным другими людьми [8]. Автор назвала эту процедуру «краудсорсинговым онлайн-разрешением споров» и подчеркнула, что на самом деле эти форумы предоставляют услугу, которая больше похожа на онлайн-опросы общественного мнения или фокус-группы, и в их нынешнем виде они не могут рассматриваться как системы ODR.

Мнение А. Села о том, что «Crowd-Sourced ODR» не могут рассматриваться как системы ODR, разделяют и российские авторы. Так, А. Гудков подчеркнул, что «краудсорсинговое разрешение споров – это офлайн- или онлайн-форма внесудебного трибунала. В то время как офлайн-самосуд может вылиться в преступные действия, такие как линчевание, потребности онлайн-рынка смещают акцент на онлайн-разрешение споров. Разрешение споров с использованием краудсорсинга является общим решением для групп, стремящихся управлять собой путем создания правил и создания органов власти и институтов для содействия социальному регулированию. В отличие от компетентных судей суда и профессиональных арбитров, арбитраж из краудсорсинга состоит из неподготовленных присяжных заседателей, совместно демонстрирующих мудрость толпы» [4]. Формально мы не можем согласиться с этим выводом. Следует напомнить, что ст. 34 Закона КНР об арбитраже не содержит требования, чтобы арбитр был профессионалом; арбитр должен быть беспристрастным и независимым – это два главные требования, при нарушении которых кандидатура арбитра подлежит отводу.

При этом многие зарубежные исследователи, в том числе китайские, не делают теоретических выводов и заключений, а лишь описывают опыт разрешения споров на онлайн-платформах электронной торговли, подразумевая, что указанные платформы осуществляют онлайн-разрешение споров (ODR). Эта позиция полностью соответствует законодательству КНР. Отметим, что ст. 63 Закона КНР об электронной торговле 2019 г.¹ позволила операторам электронной торговли создавать собственные онлайн-системы для разрешения споров.

С нашей точки зрения, различие между ODR и ODS, которое пытаются обосновать китайские авторы, происходит вследствие слишком быстрого развития общественных отношений, в частности, в области электронной торговли, недостаточного правового регулирования и отсутствия доктринальных исследований по этому вопросу как в КНР, так и в других странах мира. По словам американского автора Дженифер Конрад, когда впервые появилась электронная торговля, Китаю еще предстояло создать законодательство для поддержки рынков. Вместо этого правительство фактически передало юридические функции, такие как обеспечение исполнения контрактов и предотвращение мошенничества, доверенным компаниям [3].

¹ E-Commerce Law of the People's Republic of China (Adopted at the Fifth Session of the Standing Committee of the 13th National People's Congress on August 31, 2018). URL: https://ipkey.eu/sites/default/files/documents/resources/PRC_E-Commerce_Law.pdf

Перечисленные выше направления онлайн-урегулирования споров в сфере электронной торговли были внедрены в Китае с учетом политических и нормативных актов КНР, внутреннего опыта частных компаний онлайн-торговли (прежде всего, компании «Alibaba») и рекомендаций Комиссии ООН по праву международной торговли ЮНСИТРАЛ.

Механизм онлайн-разрешения споров компании «Alibaba»

Электронная торговля появилась в Китае в 1993 г. В настоящее время ландшафт электронной торговли Китая развился до неузнаваемости: электронная торговля КНР перешла от зеркального отражения практики западных экономик к разработке своей собственной модели. С 1990-х гг. в КНР появилось несколько новаторских глобальных интернет-компаний: «Alibaba Group» («Alibaba»), «JD.com» и «Suning.com». С 2013 г. Китай возглавил мировые рейтинги по объему розничных онлайн-транзакций. В 2016 г. четыре китайских онлайн-ритейлера – «Alibaba», «JD.com», «Xiaomi» и «Suning.com» – вошли в десятку лучших мировых компаний электронной торговли. С долей рынка в 26,6% компания «Alibaba» возглавила мировой рейтинг за 2016 г. Основанная в 1999 г. Джеком Ма, пионером онлайн-бизнеса в Китае, и его партнерами компания «Alibaba Group» в настоящее время насчитывает более 70 000 человек по всему миру и имеет более 70 офисов в материковом Китае, Индии, Сингапуре, Великобритании и США. С 1999 г. «Alibaba Group» развивает ведущие предприятия в области потребительской электронной торговли, онлайн-платежей, рынков B2B и облачных вычислений [12].

Отметим, что компания «Alibaba», называемая многими исследователями экосистемой, имеет целый ряд платформ электронной торговли и электронных платежей, в том числе:

- крупнейший в мире рынок B2B (business-to-business) – «Alibaba»;
- крупнейший в мире рынок C2C (consumer-to-consumer) – «Taobao»;
- крупнейший внутренний рынок B2C (business-to-consumer) – «Tmall»;
- платежный инструмент – «Alipay».

Профессора Стэнфордского университета Лижи Лю и Барри Вайнгаст отметили, что платформа «Taobao Marketplace», которая была создана компанией «Alibaba Group» в 2003 г., с тех пор превратилась в гигант онлайн-покупок в Китае, а также выросла, чтобы стать восьмым, самым посещаемым сайтом в мире [6]. По состоянию на март 2021 г. его ежемесячные активные пользователи достигли 792 млн, занимая первое место среди китайских и глобальных платформ электронной торговли. При этом компания «Alibaba» создала свою сравнительно совершенную систему разрешения споров в сфере электронной торговли. Внутренний механизм онлайн-урегулирования споров (ODS) в области электронной торговли компании «Alibaba» называется «Система урегулирования споров с участием третьей гражданской стороны». Как утверждали китайские авторы, этот механизм соответствует характеристикам и потребностям онлайн-транзакций, разрешает множество споров в сфере онлайн-транзакций с низкой стоимостью, которые не только поддерживают стабильность и доверие к платформам «Alibaba», но и помогают защитить законные интересы сторон [5].

На основе перечисленных выше нормативных актов КНР и акта ЮНСИТРАЛ «Технические комментарии по урегулированию споров в режиме онлайн» компания «Alibaba» разработала ряд внутренних документов. Для разрешения онлайн-споров компания «Alibaba» опубликовала внутренние нормативные акты, в том числе: «Регламент Таобао»¹, «Регламент Таобао по урегулированию внутренних споров»², «Регламент Tmall по разрешению международных споров»³ и др. Перечисленные регламенты приводятся на вебсайте компании «Alibaba» в редакции на октябрь 2019 г.

Компания «Alibaba» создала различные онлайн-платформы для разрешения споров. Регламенты, действующие на каждой платформе, не имеют ограничений на применение в зависимости от того, где находятся стороны. Китайские исследователи отмечали, что во времена больших объемов данных иногда бывает трудно отличить чисто внутреннюю транзакцию от трансграничной, и большинство регламентов могут быть применимы ко всем транзакциям. Платформа «Таобао» предоставляет своим клиентам доступ к внутреннему каналу разрешения споров, через который они могут предъявлять компенсационные требования к другим пользователям платформы.

Способы разрешения споров на платформе «Таобао»

На заре электронной торговли американские фирмы боролись с аналогичными проблемами в сфере онлайн-разрешения споров. Начиная с 2003 г. онлайн-рынок платформы «eBay» использовал комбинацию медиаторов и автоматизированных систем для обработки жалоб. Платформа «eBay» до сих пор использует версию этой системы, как и платформа «Amazon Marketplace»; клиенты, использующие кредитные карты, могут оспаривать платежи через эмитента карты. Колин Рул, создавший экосистему «eBay», отмечал, что около десяти лет назад компания экспериментировала с общественным судом (community court) в Индии. Пилотная программа не прижилась, но презентация системы в Гонконге привлекла внимание компании «Alibaba» и, возможно, вдохновила на создание первой крупномасштабной онлайн-программы жюри присяжных [3].

Подобно платформам «eBay» и «Amazon», «Таобао» представляет собой платформу для розничной торговли от клиента к клиенту (C2C), поэтому крупные бренды, малые предприятия, предприниматели и частные лица могут открывать свои собственные интернет-магазины с помощью платформы. Благодаря обширной пользовательской базе «Таобао» и возможностям больших данных, поддерживаемым искусственным интеллектом, платформа стала обязательной

¹ "Taobao Rules" 淘宝网市场管理与违规处理规范 2019-05-06. URL: <https://rulechannel.taobao.com/>

² "Taobao Rules of Dispute Settlement" 淘宝平台争议处理规则 2019-05-06. URL: <https://rulechannel.taobao.com/?type=detail&ruleId=99&cId=1154&spm=a2177.72311#/rule/detail?ruleId=99&cId=1154&spm=a2177.72311>

³ "Tmall International Dispute Resolution Rules" 天猫国际规则 (taobao.com) URL: <https://world.taobao.com/wow/oversea/act/seller-rule>

платформой для зарубежных брендов при создании своего онлайн-присутствия в Китае.

Существует 4 способа разрешить онлайн-спор в соответствии с регламентами «Таобао»:

- а) переговоры между сторонами;
- б) вмешательство Службы поддержки потребителей «Таобао» (Taobao Consumer Service Intervening);
- в) система общественного контроля (Public Review system);
- г) онлайн-отчет (Report online).

А. Переговоры между сторонами

В случае возникновения споров по сделке, в соответствии с принципом «автономии», для разрешения споров покупатель может выбрать переговоры или другой альтернативный метод. Выбор должен быть сделан после подачи заявления о возврате средств, т.е. отправной точкой применения «Регламента урегулирования споров Таобао» является заявка покупателя на возврат средств через платформу «Таобао» (ст. 3 и 100 Регламента).

При этом во всех случаях компания «Alibaba» обеспечивает:

- проверку личности через платежную систему «Alipay»;
- автоматическое предоставление онлайн-ритейлеру «Таобао» и его дочернему предприятию «Т-mall» записи транзакций B2C в качестве доказательств;
- шифрование данных;
- хранение и мониторинг данных через облако «Alibaba»;
- соблюдение онлайн-решений в рамках своей экосистемы.

Б. Вмешательство Службы поддержки потребителей «Таобао» (Taobao Consumer Service Intervening)

Статус службы поддержки потребителей «Таобао» равен нейтральной третьей стороне в медиации, и ее решение не имеет обязательной силы. Существует 3 способа инициировать вмешательство службы поддержки потребителей «Таобао»: 1) если через 3 дня после подачи запроса на возврат средств продавец не провел переговоры с покупателем; 2) если стороны не выполнили соглашение, достигнутое в ходе переговоров; 3) если транзакция была завершена, но потребитель обнаружил, что требуется послепродажное обслуживание, то потребитель может подать соответствующие жалобы через 15 дней после завершения транзакции по таким причинам, как задержка доставки, нарушение обещания и т.д. При этом стороны должны представить доказательства, которые включают: фотографии товара, записи чата «Aliwangwang», запись на «Таобао», касающуюся процедуры транзакции, и т.д. Хотя решение, принятое службой поддержки потребителей, не имеет обязательной силы, «Таобао» может напрямую принять меры против продавца и заставить продавца выполнить решение с помощью частных мер по реализации [5].

В. Система общественного контроля (Public Review system)

В 2013 г. на платформах «Alibaba» было совершено более 12,7 млрд транзакций, поэтому создание добровольческой армии присяжных заседателей для урегулирования мелких торговых споров рассматривалось как способ ослабить

давление на оплачиваемых сотрудников, в то же время предоставив пользователям «Таобао» право голоса в том, как работает веб-сайт. В то время как обязанности присяжных заседателей рассматриваются многими в США и странах Европы как неприятная общественная обязанность, более 575 000 судей-любителей охотно отказались от своего свободного времени, чтобы обслуживать Центр разрешения споров пользователей «Таобао» с момента его открытия в декабре 2012 г. и решать в среднем более 2000 жалоб потребителей в день из-за плохо сидящей одежды, сломанных гаджетов, завышенных цен и множества других транзакционных разочарований [12].

Процесс разрешения спора начинается тогда, когда недовольный покупатель просит вернуть деньги. Если продавец оспаривает претензию, покупателю предоставляется возможность урегулировать дело в службе поддержки клиентов «Таобао» или в «Центре разрешения споров». Затем покупатель подает официальную жалобу онлайн. В течение трех дней он должен предоставить подтверждающие доказательства (например, фотографии приобретенного продукта). Каждый этап процедуры урегулирования споров ограничивается определенным временем. Например, через 3 дня после подачи заявления о возврате средств покупатель может обратиться за вмешательством в Службу поддержки потребителей «Таобао», которая должна принять решение о вмешательстве в спор в течение 2 дней, а затем окончательное решение в течение 15 дней.

И покупатель, и продавец излагают свои доводы на онлайн-форуме, записи которого просматриваются комиссией из 31 члена жюри перед голосованием. Комиссия присяжных заседателей (жюри) состоит из добровольцев, которые не получают оплату за свою работу. Они рассматривают доказательства, представленные спорящими покупателями и продавцами, после чего выносят решение простым большинством голосов. Члены жюри могут выбирать дела в соответствии со своими интересами и разрешать до 20 дел в день.

Один из таких народных судей-добровольцев г-н Ли Цян (Li Qiang) говорил, что ему нравится делать покупки на «Таобао Marketplace», гигантском китайском веб-сайте C2C, настолько, что он участвует в разрешении споров о покупках других лиц. После того, как г-н Ли уходит со своей офисной работы, он иногда заходит в «Центр разрешения споров пользователей Таобао» и проводит вечер в качестве «присяжного заседателя» (dispute assessor) «Таобао». Вместе с другими добровольцами Ли Цян рассматривает доказательства и выносит решения о разногласиях между покупателями и продавцами в онлайн-покупках, которые были совершены с нарушениями, вынося решения по более чем 12 делам за вечер. Выступать в качестве присяжного заседателя в народном суде, основанном в Интернете, – это больше, чем хобби, утверждал г-н Ли Цян. «Участие в спорах помогает мне лучше понять правила «Таобао», что может быть полезно, если я однажды решу открыть свой собственный магазин «Таобао», – говорит он. «Я также даю конструктивные предложения своим друзьям, которые владеют магазинами на платформе «Таобао». Они знают онлайн-операции лучше, чем я, но я стал опытным в обслуживании клиентов и разрешении споров» [12].

Добровольный и бесплатный характер деятельности присяжных заседателей отличает платформу по разрешению споров «Таобао» от известных европейских платформ «Kleros» и «Agagon», созданных в 2017 г. во Франции и Швейцарии соответственно. По состоянию на ноябрь 2020 г. на платформе «Kleros» было разрешено около 500 споров и около 400 пользователей участвовали на платформе в качестве присяжных. Присяжным было выплачено около 123 000 дол. в виде арбитражных сборов. Платформа «Agagon» насчитывает 239 присяжных заседателей, но не информирует о количестве разрешенных споров [2].

Г. Платформа отчетов «Таобао»

Благодаря быстрому развитию «Таобао» диверсифицированный товарный состав и плюралистическая бизнес-модель сделали платформу близкой к социальной экосистеме. Будучи вовлеченной в транзакции между потребителями и продавцами, экосистема также порождала множество нарушений. Хотя платформа «Таобао» приложила огромные усилия для улучшения рыночной среды, она не смогла кардинально решить проблему нарушения условий сделки. Чтобы создать более справедливый механизм платформы электронной коммерции, «Таобао» создала «Платформу отчетов» (Report platform), чтобы делегировать пользователям сети право сообщать о нарушениях в «Таобао» и позволить им участвовать в управлении платформой. Администрация платформы «Таобао» должна изучить отчет в течение 7 дней и принять решение. Если продавец недоволен результатом, он может подать заявку на публичное рассмотрение. Создание Отчета для «Таобао» могло бы не только эффективно предотвратить недобросовестную конкуренцию, но и заранее защитить участников от ущерба. Более того, благодаря активному регулированию и социализированному управлению это могло бы помочь платформе постоянно совершенствоваться и обновлять «Регламенты разрешения споров».

Китайские исследователи указывают на эффективность системы разрешения споров «Таобао». В течение одного года, с 25 декабря 2015 г. по 25 октября 2016 г., платформа «Таобао» привлекла более 800 000 независимых арбитров для участия в управлении платформой и в совокупности получила 4 230 000 сообщений с отчетами через «Report to Taobao». На ноябрь 2016 г. на платформе «Таобао» насчитывалось 1 026 117 общественных рецензентов, которые вынесли решение по 2 174 498 делам через Систему общественного контроля «Таобао» [5].

Заключение

Интернет – уникальная среда, основанная на инновациях и постоянно меняющихся технологиях, а также инфраструктура для электронной торговли во всем мире – ставит серьезные вопросы относительно законности традиционных правовых концепций. Традиционные законы основаны на территориальных границах и физических понятиях, однако сфера Интернета представляет собой нефизическую среду, построенную на единой глобальной сети, границы которой не являются территориальными. Следовательно, применение территориальных законов к Интернету и осуществляемой в нем электронной коммерции сопряжено с трудностями.

Китайское законодательство и государственная политика в отношении Интернета являются одними из самых передовых в мире и включают подробные и конкретные положения, определяющие отношения между платформами электронной торговли, бизнес-операторами и потребителями в онлайн-транзакциях. Все эти положения были закреплены в Законе КНР об электронной торговле 2019 г. (E-Commerce Law). Примером государственной политики КНР в этой области может также служить учреждение интернет-судов в Ханчжоу, Пекине и Гуанчжоу.

Интернет-суд в Ханчжоу, первый из серии интернет-судов, открытых по всему Китаю, использовал опыт компании «Alibaba», чтобы стать пионером реформы онлайн-разрешения споров. При этом компания «Alibaba» сыграла решающую роль в разработке и функционировании интернет-суда в Ханчжоу, что подчеркнуло готовность правительства КНР работать с влиятельными частными субъектами для проведения судебной реформы.

Список источников

1. Ермакова Е.П., Фролова Е.Е. Искусственный интеллект в гражданском судопроизводстве и арбитраже: опыт США и КНР: монография. Москва: Юрлитинформ, 2021. 224 с.
2. Aouidef Y. et al. Decentralized Justice: A Comparative Analysis of Blockchain Online Dispute Resolution Projects // *Front. Blockchain*. 2021. 16 March. DOI: <https://doi.org/10.3389/fbloc.2021.564551>
3. Conrad J. China's 'People's Courts' Resolve Online Disputes at Tech Firms // *WIRED*. 1-18-22. URL: <https://www.wired.com/story/china-peoples-courts-resolve-online-disputes-tech-firms/>
4. Gudkov A. On Fiduciary Relationship with Artificial Intelligence Systems // *Liverpool Law Review*. 2020. Vol. 41, № 3. P. 251–273.
5. Juanjuan Z. Chapter 10. On China Cross-Border Online Dispute Settlement Mechanism-Following UNCITRAL Tnodr and Alibaba Experience // *UNCITRAL Emergence Conference*. URL:https://www.wgtn.ac.nz/data/assets/pdf_file/0004/1642594/10-juanjuan.pdf
6. Liu L. and Weingast B. "Taobao, Federalism, and the Emergence of Law, Chinese Style". *Minnesota Law Review*, 2018. URL: <https://scholarship.law.umn.edu/mlr/111>
7. Ma Y. E-commerce in China – statistics & facts // *Statista*. Feb 1, 2022. URL: https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/#dossierContents__outerWrapper
8. Sela A. The Effect of Online Technologies on Dispute Resolution System Design: Antecedents, Current Trends and Future Directions // *Lewis & Clark Law Review*. 2017. № 21, P. 633. URL: https://www.researchgate.net/publication/335125466_
9. Shang C., Guo W. The Rise of Online Dispute Resolution-Led Justice in China: An Initial Look // *ANU Journal of Law and Technology*. September 2020, Vol. 1, Issue 2. P. 25–42.
10. Shi C. et al. The Smart Court – A New Pathway to Justice in China? // *International Journal for Court Administration*. Mar 2021. № 12 (1). P. 4.
11. Staff A. How Taobao Is Crowdsourcing Justice in Online Shopping // *Alizila*. 2014. July 17. URL: <https://www.alizila.com/how-taobao-is-crowdsourcing-justice-in-online-shopping-disputes/>
12. Sun J. Intellectual property and e-commerce: Alibaba's perspective // *WIPO*. September 2018. URL: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/05/article_0004.html

13. Zheng J. Online Resolution of E-commerce Disputes: Perspectives from the European Union, the UK, and China // Springer Nature. 2020. 3 Oct. P. 369. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-54120-0>

References

1. Ermakova E.P., Frolova E.E. Artificial intelligence in civil proceedings and arbitration: the experience of the USA and China: monograph. Moscow: Yurlitinform Publishing house; 2021. 224 p.
2. Aouidef Y. et al. Decentralized Justice: A Comparative Analysis of Blockchain Online Dispute Resolution Projects. *Front. Blockchain*. 2021. 16 March.
3. Conrad J. China's 'People's Courts' Resolve Online Disputes at Tech Firms. *WIRED*. 1-18-22. URL: <https://www.wired.com/story/china-peoples-courts-resolve-online-disputes-tech-firms/>
4. Gudkov A. On Fiduciary Relationship with Artificial Intelligence Systems. *Liverpool Law Review*. 2020; 41 (3): 251–273.
5. Juanjuan Z. Chapter 10. On China Cross-Border Online Dispute Settlement Mechanism-Following UNCITRAL Tnodr and Alibaba Experience. *UNCITRAL Emergence Conference*. URL: https://www.wgtn.ac.nz/__data/assets/pdf_file/0004/1642594/10-juanjuan.pdf
6. Liu L. and Weingast B. "Taobao, Federalism, and the Emergence of Law, Chinese Style". *Minnesota Law Review*; 2018. URL: <https://scholarship.law.umn.edu/mlr/111>
7. Ma Y. E-commerce in China – statistics & facts. *Statista*. 2022. Feb 1. URL: https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/#dossierContents__outerWrapper
8. Sela A. The Effect of Online Technologies on Dispute Resolution System Design: Antecedents, Current Trends and Future Directions. *Lewis & Clark Law Review*. 2017; (21): 633. URL: https://www.researchgate.net/publication/335125466_
9. Shang C., Guo W. The Rise of Online Dispute Resolution-Led Justice in China: An Initial Look. *ANU Journal of Law and Technology*. September 2020; 1 (2): 25–42.
10. Shi C. et al. The Smart Court – A New Pathway to Justice in China? *International Journal for Court Administration*. Mar 2021; 12 (1): 4.
11. Staff A. How Taobao Is Crowdsourcing Justice in Online Shopping. *Alizila*; 2014. July 17. URL: <https://www.alizila.com/how-taobao-is-crowdsourcing-justice-in-online-shopping-disputes/>
12. Sun J. Intellectual property and e-commerce: Alibaba's perspective. *WIPO*. September 2018. URL: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/05/article_0004.html
13. Zheng J. Online Resolution of E-commerce Disputes: Perspectives from the European Union, the UK, and China. *Springer Nature*. 2020. 3 Oct.: 369. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-54120-0>

Информация об авторе:

Ермакова Елена Петровна, канд. юрид. наук, доцент кафедры гражданского права и процесса и международного частного права РУДН, г. Москва. E-mail: ermakova_ep@pfur.ru; ermakovaep@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5722-3641>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/118-128>

Дата поступления:
17.06.2022

Одобрена после рецензирования:
17.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья
УДК 633.15:631.521(470.61)
DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/129-138>

Национальная концепция развития финтех: опыт Китайской Народной Республики*

Горян Элла Владимировна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Аннотация. Объектом исследования являются отношения в сфере правового регулирования финансовых технологий в Китае. Характеризуются положения Плана развития финтеха на 2022–2025 гг. и законодательство Китая в этой сфере. С целью получения наиболее достоверных научных результатов использованы нормативно-правовой и сравнительно-правовой методы. При разработке Плана развития финтеха на 2022–2025 гг. финансовый регулятор учел все возможности для расширения финансовых технологий, озвучил основные цели регулирования и амбиции в отношении передовых финансовых технологий и инклюзивного роста сектора финтеха. Китайская концепция развития финтеха имеет ряд особенностей: законодатель устанавливает конкретные временные рамки достижения контрольных показателей; государственное поощрение и поддержка развития сочетаются с установлением жестких нормативных рамок, что в результате направлено на достижение государственных целей – укрепление экономики, обеспечение безопасности финансовых продуктов и услуг, защита прав и интересов человека. Концепция разработана как существенный элемент механизма обеспечения информационной безопасности. В долгосрочной перспективе такой инструмент будет способствовать формированию благоприятного инвестиционного климата и обеспечению прав инвесторов.

Ключевые слова: финтех, финансовый регулятор, персональные данные, информационная безопасность, Китай.

Для цитирования: Горян Э.В. Национальная концепция развития финтеха: опыт Китайской Народной Республики // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 129–138. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/129-138>.

Original article

National concept of FinTech development: the outcomes of the People's Republic of China

Ella V. Goryan

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Abstract. The object of the research is the legal regulation of financial technologies in China. The provisions of the Fintech Development Plan for 2022–2025 and Chinese legislation in this area are studied. In order to obtain the most reliable scientific results, the normative one and the comparative legal methods were used. While drafting the Fintech Development Plan for 2022–2025, the financial regulator took into account all the opportunities for the expansion of financial technologies, the main goals of regulation and ambitions for

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта 20-011-00454 «Обеспечение прав инвесторов в банковском и финансовом секторах в условиях цифровизации экономики в РФ и ведущих финансовых центрах Восточной Азии: сравнительно-правовой аспект».

© Горян Э.В., 2022

advanced financial technologies and inclusive growth of the FinTech sector. The Chinese concept of fintech development has a number of features: the legislator sets specific time frames for achieving benchmarks; state development support is combined with the establishment of strict regulatory frameworks, which are aimed at achieving state goals – strengthening the economy, ensuring the safety of financial products and services, protecting human rights and interests. The concept has been developed as an essential element of the information security mechanism. In the long term, such an instrument will help to create a favorable investment climate and ensure the rights of investors.

Keywords: *fintech, financial regulator, personal data, information security, China.*

For citation: *Goryan E.V. National concept of FinTech development: the outcomes of the People's Republic of China // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3 P. 129–138. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/129-138>.*

Введение

Финтех (или финансовые технологии) представляет собой комбинацию терминов «финансы» и «технологии». Первоначально термин «финтех» относился к компьютерным технологиям, которые применялись в бэк-офисе банков и других финансовых учреждений, но со временем он превратился в универсальный термин для описания любого бизнеса, который использует технологии для улучшения или автоматизации финансовых услуг и процессов. В настоящее время финтех включает в себя различные виды финансовой деятельности, основанные на технологиях: мобильные платежи, цифровой банкинг, онлайн-страхование, сбор средств и управление инвестициями без помощи человека. Более того, финтех также включает в себя разработку и использование криптовалюты, хотя этот аспект финтеха подвергается все более тщательному изучению во многих странах.

Особый интерес для российской науки и законодательства представляет опыт Китайской Народной Республики (КНР) как основного торгово-экономического партнера России и государства с особой правовой системой, сочетающей рыночные механизмы с протекционистскими методами государственного управления. Финтех как явление и объект правового регулирования прошел три этапа своего развития в Китае. Первый этап выпал на период всеобщей компьютеризации, в том числе финансов. В течение 1993–2004 гг. Народный банк Китая и другие финансовые и банковские учреждения провели цифровизацию своих бэк-офисов¹ и услуг. Области применения информационно-компьютерных технологий включили банкоматы, POS-терминалы, основную банковскую транзакционную систему, кредитную систему, клиринговую систему и т.д. На втором этапе, с 2004 по 2016 г., финансовые учреждения начали создавать онлайн-платформы, собирать множество пользователей и применять технологии мобильного Интернета для преобразования традиционных финансовых услуг (так называемое интернет-финансирование). Активы, транзакции, платежи и капитальные вложения были объединены в одну систему. На этом этапе быстро расширились некоторые финтех-направления: открытие счетов ценных бумаг онлайн, онлайн-банкинг, P2P-кредитование и мобильные платежи.

¹ Бэк-офис – операционное подразделение, которое выполняет расчеты по денежным средствам и ценным бумагам в соответствии с заключенными фронт-офисом сделками. Фронт-офис – подразделение, представляющее собой связующее звено между клиентами и бизнесом.

В настоящее время продолжается третий этап развития финтеха. В отличие от предыдущего современный финтех шире по своему охвату и включает новые технологии больших данных (big data), облачных вычислений, искусственного интеллекта и блокчейна. В своей совокупности они используются для создания новых или улучшения существующих финансовых продуктов или услуг, снижения транзакционных издержек и улучшения операционной эффективности. С помощью создаваемых на их основе программных продуктов осуществляется изучение кредитных историй на основе big data, инвестирование на основе искусственного интеллекта, финансирование цепочек поставок и т.д.

С 2018 г. Китай является ведущим мировым инвестором в области финансовых технологий. За последние пять лет размер китайских инвестиций в финтехе вырос в десять раз и составил более 50% от общемирового объема. Рыночная стоимость финтех-сектора увеличилась почти в два раза и достигла 85,7 млрд дол. Сегодня уровень внедрения потребительских финансовых технологий в Китае достиг 87%, а это означает, что 87% населения Китая, активно использующего цифровые технологии, применяет как минимум одну услугу в сфере финтеха (мобильные платежи, онлайн-банкинг, страхование, кредитование и др.) в повседневной жизни [13]. Ожидается, что скорость внедрения будет постоянно расти, поскольку финтех становится более доступным для сельского населения.

Постановка проблемы исследования. Расширение сферы применения новейших технологий в финансово-банковском секторе имеет как положительные (расширение ассортимента и улучшение качества финансовых продуктов и услуг), так и отрицательные (уязвимость потребителей перед угрозой киберпреступлений, монополизация рынка отдельными игроками) результаты. Рост количества киберпреступлений в сфере финтеха и нарушений конфиденциальности данных, в том числе персональных, монополизация рынка и злоупотребление доминирующим или монопольным положением на рынке – эти и другие факторы, влияющие на нарушение прав клиентов финансовых учреждений и инвесторов, определяют необходимость государственного вмешательства и взятия отрасли под контроль.

Научная гипотеза. Сегодня отрасль финтеха имеет решающее значение для экономики и роста благосостояния общества и государства, поэтому рациональное и взвешенное государственное регулирование этих отношений способно решить вышеуказанные проблемы.

Цель и задачи исследования. Цель исследования – охарактеризовать национальную стратегию развития финансовых технологий Китая и выделить ее особенности для внесения предложений в соответствующее российское законодательство. Задачи исследования заключаются: в характеристике программного документа развития финансовых технологий; в анализе основных идей, формирующих концепцию; в определении особенностей китайского подхода к регулированию финтеха и их влияния на обеспечение прав инвесторов в финансово-банковском секторе.

Предмет исследования, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция. Предмет исследования состав-

ляет действующее законодательство КНР в сфере регулирования финансовых технологий. Выбранная для исследования тема вызывает определенный интерес исследователей в последние годы. Авторы рассматривают основные направления развития финтех-а [7] и вопросы создания системы интеллектуального банкинга в Китае [4], исследуют взаимосвязь и влияние финансовых рынков России и Китая [6], а также сравнивают трансформацию финансово-банковского сектора России и Китая под влиянием финтех-а [5]. Однако существует пробел в исследованиях, посвященных правовому аспекту развития финтех-а, заполнить который мы попытались в данном исследовании.

Методология. С целью получения наиболее достоверных научных результатов использованы нормативно-правовой и сравнительно-правовой методы.

Основная часть

Народный банк Китая опубликовал План развития финансовых технологий на 2022–2025 гг. [3], который направлен на дальнейшее развитие сектора финансовых технологий Китая и стимулирование цифровой трансформации финансов в стране в течение следующих четырех лет. Это уже второй план развития финансовых технологий, опубликованный Народным банком Китая; первый План развития финансовых технологий на 2019–2021 гг. был утвержден в 2019 г. [2].

Новый План подчеркивает «наращивание импульса» на основе «накопления», чтобы к 2025 г. совершить скачок в развитии отрасли. Он конкретизирует план четырнадцатой пятилетки Китая, так называемой дорожной карты социально-экономического развития Китая в период с 2021 по 2025 г. В Плате развития финансовых технологий на 2022–2025 гг. изложены основные проблемы, с которыми сталкивается индустрия финтех-а. В частности, несмотря на значительные достижения, развитие финтех-сектора Китая считается несбалансированным и недостаточным. Отмечается заметность цифрового разрыва, вызванного нестабильным применением интеллектуальных технологий в разных регионах и социальных группах (пожилые люди и лица с ограниченными возможностями). Наблюдается неупорядоченное внутрорегиональное финансовое развитие, а также жесткая экспансия некоторых технологических гигантов в финансовый сектор, вызвавшая антимонопольные расследования [1]. Имеет место так называемый «эффект Матфея»¹ в цифровом развитии между крупными и малыми финансовыми учреждениями. Более того, уменьшилась производительность Китая в разработке ключевых прорывных технологий. Эти проблемы имеют ключевое значение для интеграции финансов и технологий в будущем и для продвижения цифровизации финансового сектора.

К 2025 г. Китай хочет добиться скачкообразного улучшения финтех-сектора, в котором полностью будет реализован подход к данным как фактору производства, продвинута качественная цифровая трансформация финансового

¹ Эффект Матфея – феномен неравномерного распределения преимуществ, в котором сторона, уже ими обладающая, продолжает их накапливать и приумножать, в то время как другая, изначально ограниченная, оказывается обделена ещё сильнее и, следовательно, имеет меньшие шансы на дальнейший успех.

сектора, улучшено управление финтехом, углублено применение ключевых технологий, продвинута цифровая инфраструктура. Китай хочет иметь «оцифрованный, интеллектуальный, зеленый и справедливый» сектор финансовых технологий, который может оказать мощную поддержку реализации таких стратегий, как развитие, основанное на инновациях, цифровая экономика, возрождение сельских районов, снижение углеродного следа и достижение углеродной нейтральности.

Для решения вышеуказанных проблем и достижения конкретных результатов китайское руководство поставило восемь основных задач перед финтех-сектором:

1) улучшение управления финансовыми технологиями, в результате которого в финтехе будет внедрена современная структура корпоративного управления, будет осуществляться комплексное формирование цифровых возможностей цепочки поставок и разработаны этические стандарты финтеха;

2) полное раскрытие потенциала данных как производственного фактора: укрепление потенциала, связанного с данными; содействие упорядоченному обмену данными и приложениями; углубление комплексного применения данных и обеспечение их безопасности и конфиденциальности;

3) создание новой цифровой инфраструктуры, включающей: а) экологически чистые центры обработки данных и систем для обеспечения более прочной цифровой базы финансовых инноваций и развития; б) безопасную и всеохватывающую финансовую сеть, использующую технологии 5G, NB-IoT и RFID для обеспечения надежной поддержки финансовых услуг; в) передовую и эффективную распределенную архитектуру системы вычислительных ресурсов;

4) расширение применения технологий для повышения производительности, обеспечения стабильной и надежной цепочки поставок и развития открытой и инновационной промышленной экосистемы;

5) активизация новых катализаторов цифровых операций. Во-первых, требуется создать гибкую инновационную систему путем изучения плоских и сетевых моделей управления, продвижения новых инновационных моделей, таких как цифровые фабрики и инновационные лаборатории, создания и совершенствования механизмов компенсации рисков. При этом важно уделять одинаковое внимание безопасности и эффективности. Во-вторых, важно создать и внедрить модульную, настраиваемую и многоразовую промежуточную платформу² с комплексными бизнес-возможностями. В-третьих, должны быть усовершенствованы автоматизированные механизмы контроля рисков и расширены возможности цифрового и интеллектуального маркетинга в рамках правового поля;

б) рациональное изменение качества финансовых услуг путем создания диверсифицированных и интегрированных каналов обслуживания; использования цифровых технологий для предоставления точных и улучшенных финансовых

² Промежуточная платформа представляет собой архитектуру приложений для организации повторно используемых бизнес-сервисов для удовлетворения изменчивых пользовательских сценариев.

услуг, а также расширение количества и повышение качества финансовых услуг для особых групп (инклюзивность и «гуманизация» финансовых услуг);

7) «благоразумное» регулирование финтех-индустрии путем всестороннего использования науки и техники в области соблюдения и мониторинга бизнеса; укрепления цифровых возможностей системы регулирования, создания брандмауэра против рисков в сфере финансовых технологий и усиления надзора за инновациями в области финансовых технологий. Должен соблюдаться принцип государственного лицензирования финансовых учреждений;

8) устойчивое развитие финтех-индустрии путем правового регулирования финтех-деятельности, разработки системы стандартов и подготовки достаточного числа финтех-специалистов.

Исходя из положений Плана, выделим основные идеи, которые заложил китайский законодатель в основу концепции. *Во-первых*, это усиление регулирующего надзора. После длительного периода невмешательства в деятельность финтех-индустрии власти будут уделять пристальное внимание балансу между инновациями в области финансовых технологий и государственным регулированием. Таким образом рынок финансовых технологий будет расти, но регулируемым образом. В 2020 г. китайские регуляторы обратили внимание на финтех-индустрию, в результате чего первичное публичное размещение (IPO) технологического гиганта Ant Group на сумму 37 млрд дол. было приостановлено. В 2021 г. Китай начал более широкую кампанию по пресечению антиконкурентной деятельности технологических гигантов и усилению надзора за сбором данных, а также по защите конфиденциальности в сфере финансовых технологий. Ведущие финтех-игроки страны, в том числе Ant Group, Tencent и Didi Global, пострадали от штрафов и усиленного контроля со стороны регулирующих органов [8]. В результате согласно Плану власти будут использовать технологии для усиления надзора за отраслью в аспекте соблюдения нормативных требований и управления рисками.

Во-вторых, это идеи конфиденциальности и защиты данных. В 2021 году Китай принял два основополагающих закона в этой сфере, после чего приступил к созданию массива подзаконных нормативных актов, конкретизирующих соответствующие положения Закона о кибербезопасности [10], Закона о безопасности данных [11] и Закона о защите личной информации [12] в сфере финансовых технологий. Кроме того, План устанавливает очень четкие цели в отношении сбора, использования, хранения и защиты данных и личной информации, которые соответствуют принципам, установленным вышеупомянутыми актами. Например, в отношении сбора данных План требует, чтобы «цель сбора и обработки, а также объем использования исходных и производных данных были разъяснены пользователям посредством публичных и личных заявлений, с тем чтобы гарантировать, что сбор и использование данных будут стандартизированы на основе полной осведомленности и явного согласия пользователей; следует избегать чрезмерного сбора, неправильного и чрезмерного использования данных» [3].

Для защиты данных и конфиденциальности План предлагает: создать и улучшить долгосрочный механизм и защитные меры для управления безопасностью всего жизненного цикла данных; строго предотвращать обратную передачу

данных, раскрытие конфиденциальности, подделку данных и ненадлежащее использование средств скрытого запроса, удаление меток и других технических средств; выполнять обязанности по защите конфиденциальности данных субъектов в соответствии с законами и правилами [3].

Чтобы обеспечить право на удаление данных пользователей в соответствии с законом о защите личной информации, в Плане предлагается создать механизм проверки истории безопасности данных, использовать профессиональные технологии и инструменты для удаления пользовательских данных по истечении срока хранения, а также регулярно проводить проверку восстановления данных для гарантии того, что данные не могут быть восстановлены. Для сохранения данных собранная информация должна быть деперсонализирована с согласия пользователей и передана в непроизводственную базу данных для хранения. Таким образом будет достигнута гарантия того, что конфиденциальная информация пользователей не будет прямо или косвенно скомпрометирована [3].

В-третьих, это идея «зеленого» финтеха. В сентябре 2020 г. Си Цзиньпин пообещал, что к 2030 г. Китай достигнет пика выбросов углерода в атмосферу, а к 2060 г. станет углеродно-нейтральным. В Плане развития финансовых технологий на 2022–2025 гг. предлагаются конкретные меры для достижения экологических/низкоуглеродных целей, и это один из основных принципов развития финансовых технологий в Китае.

Помимо интеграции финтеха и «зеленого» финансирования, План предусматривает строительство «зеленых» дата-центров и систем на основе передовых технологий. Он предполагает, что значения энергоэффективности (PUE³) вновь строящихся крупных центров обработки данных (ЦОД) с числом серверных стоек более 3000 и сверхбольших ЦОД (свыше 10 000 стоек) не должны превышать 1,3, а к 2025 г. значения PUE всех центров обработки данных не должны превышать 1,5. В настоящее время значения PUE большинства центров обработки данных в Китае превышают 2,2, а среднее значение PUE крупных центров обработки данных Китая составляет около 1,55.

В-четвертых, это преобразование финансовых услуг с помощью интеллекта в метавселенные⁴: опираясь на функции 5G с высокой пропускной способностью и малой задержкой, такие визуальные технологии, как виртуальная реальность (virtual reality, VR), дополненная реальность (augmented reality, AR) и смешанная реальность (mixed reality, MR), будут тесно интегрированы с банковскими отде-

³ PUE – это отношение общего количества энергии, используемой центром обработки данных, к количеству энергии, подаваемой на вычислительное оборудование. Он описывает, насколько эффективно центр обработки данных использует энергию. Идеальный PUE равен 1,0. Чем выше значение PUE, тем менее эффективна инфраструктура центра обработки данных в энергопотреблении.

⁴ Метавселенная – это постоянно действующее виртуальное пространство, в котором люди могут взаимодействовать друг с другом и с цифровыми объектами через свои аватары, с помощью технологий виртуальной реальности. Взаимодействие может происходить с помощью различных технологических приспособлений, как с помощью традиционных персональных компьютеров, так и с гарнитурами виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR) [9].

лениями, что будет способствовать переходу физических отделений на многогоризонтальные, иммерсивные и интерактивные интеллектуальные отделения [3]. В полученной таким образом среде, виртуальном мире, параллельном физическому, возможно большее совпадение цифровой и физической жизни человека. Поэтому План предусматривает создание мультимедийной, интерактивной и безгранично многоканальной среды для финансовых услуг. Он предлагает использовать интернет вещей и технологии мобильной связи для преодоления ограничения физических сетей, установить интеллектуальные сервисные каналы взаимосвязи между людьми, людьми и вещами, а также вещами и вещами, а также добиться плавного переключения и эффективной координации между различными каналами [3].

В-пятых, это идеи справедливости и инклюзивности. Как упоминалось ранее, разница в экономическом развитии различных регионов и социальных групп является одной из проблем, с которыми сталкивается финтех-сектор Китая. В Плате предлагается всесторонне оценить положение малых и микропредприятий путем анализа данных о деятельности предприятий, государственного управления и финансовой отчетности. Это позволит устранить несоответствие информации между банками и предприятиями и предоставить индивидуальные цифровые финансовые продукты, подходящие для производства, и сценарии работы малого бизнеса.

В области сельского хозяйства будет осуществляться автоматический сбор данных по всей сельскохозяйственной цепочке с помощью технологий интернета вещей и спутникового дистанционного зондирования, а отслеживание и последующий анализ данных с помощью искусственного интеллекта будут способствовать получению точного представления о требуемых финансовых услугах и распространению финансовых технологий в сельской местности. Будут учитываться особые потребности отдельных уязвимых групп населения, включая пожилых людей, инвалидов и меньшинства, с тем чтобы создавать для них доступные финансовые продукты и услуги [3].

Заключение

Подводя итог вышесказанному, отметим особенности китайской концепции развития финтеха. Во-первых, законодатель устанавливает конкретные временные рамки достижения контрольных показателей. Во-вторых, государственное поощрение и поддержка развития сочетаются с установлением жестких нормативных рамок, что в результате направлено на достижение государственных целей – укрепление экономики, обеспечение безопасности финансовых продуктов и услуг, защита прав и интересов человека. Концепция разработана как существенный элемент механизма обеспечения информационной безопасности. В долгосрочной перспективе такой инструмент будет способствовать формированию благоприятного инвестиционного климата и обеспечению прав инвесторов.

Список источников

1. Горян Э.В. Безопасность персональных данных в КНР: тенденции совершенствования правового регулирования в финансово-банковском секторе // Административное и муниципальное право. 2021. № 5. С. 15–32.

2. План развития финансовых технологий на 2019–2021 годы (中国人民银行印发《金融科技 (FinTech) 发展规划 (2019—2021年)》) / People's Bank of China. URL: <http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/3878634/index.html>.
3. План развития финансовых технологий на 2022–2025 годы (人民银行印发《金融科技发展规划(2022-2025年)》) / People's Bank of China. URL: <http://www.pbc.gov.cn/zhengwugongkai/4081330/4081344/4081395/4081686/4470403/index.html>.
4. Трушина К.В., Ян Ч. Финтех в Китае: создание экосистемы интеллектуального банкинга // Банковские услуги. 2022. № 5. С. 24–29.
5. Туруев И.Б., Шашкина Е.О. Трансформация банковского сектора под влиянием финтеха: опыт Китая vs опыт России // Финансы и кредит. 2022. Т. 28, № 2 (818). С. 372–411.
6. Ян Ч. Механизмы и инструменты взаимовлияния формирующихся финансовых рынков Китая и России на основе финансовых технологий // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. № 1. С. 208–211.
7. Ян Ч. Основные направления развития финтеха на формирующихся рынках Китая // Современная школа России. Вопросы модернизации. 2022. № 1-2 (38). С. 32–35.
8. China Weighs Unprecedented Penalty for Didi After U.S. IPO / Bloomberg News. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-07-22/china-is-said-to-weigh-unprecedented-penalty-for-didi-after-ipo>.
9. Chohan U.W. Metaverse or Metacurse? / SSRN.com. URL: <https://ssrn.com/abstract=4038770>.
10. PRC Cybersecurity Law / PKULaw.com. URL: https://pkulaw.com/en_law/4dce14765f4265f1bdfb.html.
11. PRC Data Security Law / NPCObserver.com. URL: <https://npcobserver.com/legislation/data-security-law/>.
12. PRC Personal Information Protection Law / China Briefing. URL: <https://www.china-briefing.com/news/the-prc-personal-information-protection-law-final-a-full-translation>.
13. Slotta D. Market size of fintech market in China 2016–2022 / Statista.com. URL: <https://www.statista.com/statistics/1243178/china-fintech-market-size/#statisticContainer>.

References

1. Goryan E.V. Personal data security in China: trends in improving legal regulation in the financial and banking sector. *Administrative and banking law*. 2021; (5): 15–32.
2. Financial Technology Development Plan 2019–2021 (中国人民银行印发《金融科技 (FinTech) 发展规划 (2019–2021年)》) / People's Bank of China. URL: <http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/3878634/index.html>.
3. Financial Technology Development Plan 2022–2025 (人民银行印发《金融科技发展规划(2022–2025年)》) / People's Bank of China. URL: <http://www.pbc.gov.cn/zhengwugongkai/4081330/4081344/4081395/4081686/4470403/index.html>.
4. Trushina K.V., Yang C. FinTech in China: Creating an Intelligent Banking Ecosystem. *Banking services*. 2022; (5): P. 24–29.
5. Turuev I.B., Shashkina E.O. Transformation of the banking sector under the influence of fintech: experience of China vs experience of Russia. *Finance and credit*. 2022; 28 (2): P. 372–411.

6. Yang C. Mechanisms and instruments of interaction between emerging financial markets of China and Russia based of financial technologies. *Humanities, Socioeconomic and Social Sciens.* 2022; (1): 208–211.
7. Yang C. The main directions of fintech development in the emerging markets of China. *Modern School of Russia. Modernization issues.* 2022; (1-2): 32–35.
8. China Weighs Unprecedented Penalty for Didi After U.S. IPO / Bloomberg News. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-07-22/china-is-said-to-weigh-unprecedented-penalty-for-didi-after-ipo>.
9. Chohan U.W. Metaverse or Metacurse? / SSRN.com. URL: <https://ssrn.com/abstract=4038770>.
10. PRC Cybersecurity Law / PKULaw.com. URL: https://pkulaw.com/en_law/4dce14765f4265f1bdfb.html.
11. PRC Data Security Law / NPCobserver.com. URL: <https://npcobserver.com/legislation/data-security-law/>.
12. PRC Personal Information Protection Law / China Briefing. URL: <https://www.china-briefing.com/news/the-prc-personal-information-protection-law-final-a-full-translation>.
13. Slotta D. Market size of fintech market in China 2016-2022 / Statista.com. URL: <https://www.statista.com/statistics/1243178/china-fintech-market-size/#statisticContainer>.

Информация об авторе:

Горян Элла Владимировна, канд. юрид. наук, доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Ella.Goryan@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5962-3929>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/129-138>

Дата поступления:
10.08.2022

Одобрена после рецензирования:
12.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 347.157.1

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/139-145>

Становление системы защиты прав детей: СССР и современная Россия

Павлюк Евгения Владимировна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

Аннотация. Защита прав детей в современном мире, как и в России, является одним из самых базовых факторов экономического, социального и культурного развития. В статье конструируются права детей как социальный институт, имеющий отношение к многофункциональному характеру современного ребенка. Используются методы анализа первичных источников информации, систематизации, индукции, дедукции, сравнительно-описательный. В ходе исследования были рассмотрены теоретические аспекты становления института защиты прав детей в СССР, проведен историко-правовой анализ, определены предпосылки и факторы, сформировавшие современное развитие политики в сфере защиты прав детей. Анализ правовых норм показал преемственность между позднесоветской практикой и современными подходами властей к противодействию интересам обеих сторон – детей и родителей.

Ключевые слова: права ребенка, права несовершеннолетних, защита прав детей, политика защиты прав несовершеннолетних.

Для цитирования: Павлюк Е.В. Становление системы защиты прав детей: СССР и современная Россия // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 139–145. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/139-145>

Original article

The formation of a system for protection of children's rights: the USSR and modern Russia

Evgeniya V. Pavlyuk

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

Abstract. The protection of children's rights in the modern world, as in Russia, is one of the most important, basic factors of economic, social and cultural development. The article constructs the rights of children as a social institution related to the multifunctional nature of the modern child. Methods of analysis of primary sources of information, systematization, induction, deduction, comparative descriptive are used. In the course of the study, the theoretical aspects of the formation of the institute for the protection of children's rights in the USSR were considered, a historical and legal analysis was carried out, the prerequisites and factors that formed the modern development of policy in the field of the protection of children's rights were determined. The analysis of legal norms showed continuity between late Soviet practice and modern approaches of the authorities to counteract the interests of both sides of children and parents.

Keywords: children's rights, minors' rights, protection of children's rights, policy of protection of minors' rights.

For citation: Pavlyuk E.V. The formation of a system for protection of children's rights: the USSR and modern Russia // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 139–145. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/139-145>.

Введение

События Октября 1917 г. стали поворотным моментом в истории России, направили развитие российского общества в совершенно иное русло, провозгласив равенство сословий и полов, секуляризацию власти и быта и государственную собственность в качестве идеалов социального устройства. Коренным образом изменилось законодательство. Нормативно-правовые акты царских времен были отменены, их заменили декреты ВЦИК, постановления Совнаркома и других органов советской власти.

Декретом ВЦИК и СНК РСФСР от 18 декабря 1917 г. «О гражданском браке, о детях и о ведении актов гражданского состояния» советское государство ликвидировало понятие «родительская власть» и установило взаимные права и обязанности родителей и детей.

Основная часть

В советский период быстрая смена движущих сил вызвала турбулентность в процедурах и учреждениях по защите детей.

Регуляция репродуктивных паттернов и системы поддержки матери постоянно менялись в соответствии с демографическими проблемами, связанными с коллективизмом: события Октября 1917 г., коллективизация и индустриализация страны в 30-е годы, Вторая мировая война и вторая волна индустриализации в 1960-е гг. [1]. Современный институциональный дизайн, характерный для многих постсоветских стран, можно рассматривать как результат преобразований, начатых в конце 1970-х гг. [2].

Во второй половине 1970-х гг. умеренная фамилиализация заменила прежнюю монополию государственной помощи: прямые и косвенные пособия для семей были введены на фоне экономических кризисов и снижения рождаемости [3].

Основным намерением советской политики было изменение ответственности за детей от государственных учреждений перед родителями. Наряду с изменениями в семейной политике появлялись новые меры, направленные на установление более последовательного мониторинга семей. Строгие критерии, связанные с изъятием детей, и ограничение родительских прав были введены Пленумом Верховного Суда в 1979 г. [4].

Постановлением № 9 установлены новые критерии изъятия ребенка из семьи, равные критериям лишения родительских прав. Наряду с этим были введены специальные гарантии для лучшего ухода за больными детьми. Специальное Постановление ЦИК Коммунистической партии в 1987 г. выпустило «Меры по коренному улучшению воспитания, образования и материального обеспечения детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» [5]. Появляются учреждения для найма помогающих специалистов (психологов и логопедов).

Как и в случае с защитой детей в западных странах, поздняя советская политика выступала против интересов как детей, так и родителей; причем последние рассматриваются как потенциально менее компетентные чем профессионалы.

Изменения в институциональном дизайне сопровождались преобладанием эволюционистского подхода, выработанного советской психологией и педагогикой.

Советская общественная жизнь не предусматривала достаточного количества вариантов поэтапного уточнения подходов к сбалансированию различных статусов ребенка [6]. Во время вполне яркого, но довольно короткого периода, когда гуманистический подход был очевиден в практиках (в конце 1960-х гг.), детская литература (как переводы скандинавских авторов, так и родные тексты) и психологические теории частично узаконили понятие «прав ребенка». Но до конца советского периода коммуникативный дискурс вокруг детей в первую очередь рассматривал детей как источник национального богатства [7]. В России это мышление продолжает формировать семейную политику.

Международные эксперты подчеркивают различные недостатки действующего российского законодательства, препятствующие нарушению последовательного применения международных правил: отсутствие положений, касающихся их реинтеграции, и общение с семьями; фрагментарный общественный контроль за жилыми помещениями; отсутствие правовой помощи родителям [8].

Анализ действующих в настоящее время правовых норм свидетельствует о преимуществах между позднесоветской практикой и современными подходами властей к противодействию интересам обеих сторон: детей и родителей.

Семейный кодекс РФ (1994) устанавливает административные основания для изъятия ребенка из семьи (ст. 77). Систематическая практика применения этой меры началась во второй половине 2000-х гг. [8]. Несмотря на правовой порядок, ограничивающий родительские права, судьи поддерживают позицию местных органов власти, и родителям не хватает процедур, обеспечивающих им справедливый судебный процесс [9]. До 2010 г. временное ограничение родительских прав оставалось редким вариантом; ребенок и биологические родители были разлучены лишь в небольшом количестве случаев.

Решение о дальнейшем помещении ребенка на воспитание производится по распоряжению медико-психолого-педагогического совета в отношении детей-инвалидов.

С конца 2000-х гг. закон начал криминализировать поведение родителей и детей введением таких норм, как: комендантский час для несовершеннолетних в возрасте до 18 лет, дополненная родительская гражданско-правовая ответственность в случае нарушения данной нормы (2009); усиление меры в отношении родителей, осужденных за бесчеловечное обращение с детьми (2010); ответственность за сексуальные преступления против несовершеннолетних (2012) [10].

Несколько судебных дел против «безответственных» опасных родителей вызвали широкий общественный резонанс и повлияли на коммуникативный дискурс вокруг вопроса о конфиденциальности и ее границах [11].

Так, Новгородское дело, в котором мать была обвинена в покушении на убийство своей дочери, вызвало большую общественную обеспокоенность в связи с процессом принуждения в случае неумышленного причинения вреда.

Дело Владимира Макарова (который был признан виновным в сексуальном насилии над своей восьмилетней дочерью) демонстрирует растущее недоверие к существующей системе экспертизы и досудебного расследования (РИА Новости, 2011).

В 2009 г. дело Агеевых [12] приобрело важное значение для развития общественной озабоченности по поводу прав детей и границы для принудительного вмешательства в семьи. Агеевы (приемные родители) были лишены родительских прав после того, как их сын был госпитализирован после телесных повреждений.

Агеевы стремились к справедливости на всех национальных уровнях и затем подали апелляцию в Европейский суд по правам человека, который заявил о нарушении их права на личную жизнь. Это выявило существующие недостатки в российских нормативных актах, касающихся семейной автономности. Суд вынес решение против России. Между тем дело Агеевых поляризовало российское общественное мнение. Существовало две позиции, указывающие на нынешний диапазон мнений относительно прав детей, а именно: поддержка интересов ребенка и поддержка интересов родителей. Большинство экспертов поощряли наказание родителей и выступали за публичность вокруг таких случаев, как помощь в предотвращении насилия в отношении беспомощных детей в семьях.

Русская Православная Церковь и союзы родителей выступили против принудительного обращения и использовали дело Агеевых для вербовки общественного мнения в кампанию, названную ими антиювенальной юстицией. Задолго до дела Агеевых ювенальная юстиция определялась как совокупность практик, направленных на ограничение прав родителей и непосредственно бросающих вызов неорганическому влиянию международных органов, которое контрастирует с общепринятым мнением, доказанным веками: кто осмелился намекнуть на приоритет международного права над национальным законодательным органом?

Несмотря на противоположные взгляды, многие эксперты согласны с упрощенным подходом к международному праву: либо игнорировать необходимость разрешить конфликт между основными ценностями, либо отказаться от его использования из-за неясности и обобщенности критерия [14].

В настоящее время Правительство РФ также стремится защитить детей от информации, которая способствует отрицанию традиционных семейных ценностей, в частности, в отношении к нетрадиционным половым отношениям; оно ввело в действие новое законодательство (ФЗ № 35) [15].

Общественные дебаты вокруг новых правил были инициированы международным гуманитарным сообществом; в основном они остались на уровне одиноких голосовых протестов из числа российских ЛГБТ-активистов. Только запрет на усыновление детей американцами (введенный в 2012 г.) привел людей к массовым протестам против государственной политики в отношении детей.

Следуя закону Димы Яковлева (унифицированное название закона, запрещающего американцам усыновление), другие запреты (на усыновление гражданами стран, которые, по мнению российских властей, проводят сочувственную политику по отношению к ЛГБТ) не привлекли внимания общественности. Кроме того, запрет на международное усыновление можно рассматривать как усиление контроля над детскими правами как в частной, так и в публичной сферах.

Коммуникативный дискурс в пользу запрета состоял из двух взаимосвязанных аргументов. Первый подчеркнул невозможность контроля за иностранными семьями и предотвращение насилия в отношении детей. Второй был сосредоточен на нерелевантной культуре (отсутствие терпимости к различиям детей) как угроза развитию ребенка.

Заключение

Развитие политики в отношении защиты прав детей, начиная с периода СССР, изначально было направлено на защиту детей и более жёсткий контроль за семейным институтом, потому что во время коммунизма важным оставалось следование идеологии, даже в воспитании. После 2000-х гг. времена изменились, политика стала активно совершенствоваться в направлении исключительной защиты детей.

Список источников

1. Борисова Н.Е. Конституционные предпосылки защиты прав ребенка // Защита прав ребенка в современной России. Москва, 2014. С. 16.
2. Бернштейн Е.В. Реализация прав ребенка на защиту своих прав // Аспирант и соискатель. 2013. № 2. С. 22–25.
3. Беседкина Н.И. Основания лишения родительских прав // «Черные дыры» в российском законодательстве. 2017. № 5. С. 110, 111.
4. Беседкина Н.И. Права неродившегося ребенка // Государство и право. 2021. № 4. С. 54–60.
5. Беседкина И.И. Правовое регулирование статуса ребенка в Российской Федерации // Государство и право. 2016. № 11. С. 44–51.
6. Боровикова В.В. Вопросы применения Федерального закона Российской Федерации «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» // «Черные дыры» в российском законодательстве. 2018. № 5. С. 75–77.
7. Букалерова Л.А., Атабекова Л.А., Симонова М.А. К вопросу о приемлемости для России положений Стратегии Совета Европы по правам ребенка (2016–2021 гг.) // Государство и право. 2018. № 1. С. 65–71.
8. Букалерова Л.А., Атабекова Л.А., Симонова М.А. К вопросу об имплементации положений Конвенции Совета Европы о защите детей от сексуальной эксплуатации и сексуальных злоупотреблений в российское законодательство // Международное публичное и частное право. 2018. № 6. С. 25–29.
9. Вакуленко Н.А., Соломоненко И.Г. О дополнительных механизмах противодействия деятельности, направленной на побуждение детей к суицидальному поведению // Юрист-правовед. 2017. № 4. С. 103–107.
10. Веретенников А.В. Некоторые актуальные вопросы защиты прав детей, оставшихся без попечения родителей // Российская юстиция. 2019. № 3. С. 26–28.
11. Воронина З.И. Реализация права ребенка на идентифицирующую информацию при применении вспомогательных репродуктивных технологий // Российский юридический журнал. 2018. № 2. С. 63–68.
12. Гавриш И.В. Права и свободы ребенка в выборе религиозных убеждений (на материале международно-правовых актов) // Вестник Московского ун-та. Серия 7. Философия. 2022. № 6. С. 70–83.

13. Галютудинов Б.С. К вопросу о деятельности Института уполномоченного по правам ребенка в России и в зарубежных странах // «Черные дыры» в российском законодательстве. 2019. № 3. С. 12–14.
14. Замотина М. Главное – не оставить детей на произвол судьбы // Человек и закон. 2019. № 10. С. 4–8.
15. Демкина А.В. Споры о детях: место жительства ребенка и порядок осуществления родительских прав // Журнал российского права. 2021. № 5. С. 76–84.
16. Ерохина Е.В., Филиппова Е.О. Проблемы жестокого обращения с детьми // Рос. юстиция. 2021. № 3. С. 23–25.
17. Жаров А.О. Актуальные вопросы совершенствования механизма немедленного отбирания ребенка при непосредственной угрозе его жизни и здоровью в законодательстве Российской Федерации // Закон. 2019. № 1. С. 90–95.
18. Жирикова К.А., Саядян С.Г. К вопросу о практике применения судами законодательства при разрешении споров, связанных с защитой прав и законных интересов ребенка // Российская юстиция. 2018. № 6. С. 55–57.
19. Замалеева С. Жизнь как объект ятрогенных преступлений // Уголовное право. 2019. № 1. С. 24–27.
20. Кузьмина В.М. Становление ювенальной юстиции в России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия. Юридические науки. 2011. № 2. С. 57–68.

References

1. Borisova N.E. Constitutional prerequisites for the protection of the rights of the child. *Protection of the rights of the child in modern Russia*. Moscow; 2014. P. 16.
2. Bernstein E.V. Realization of the rights of the child to protect their rights. *Postgraduate student and applicant*. 2013; (2): 22–25.
3. Besedkina N.I. Grounds for deprivation of parental rights. *"Black holes" in Russia. Legislation*. 2017; (5): 110, 111.
4. Besedkina N.I. The rights of an unborn child. *State and law*. 2021; (4): 54–60.
5. Besedina I.I. Legal regulation of the status of a child in the Russian Federation. *State and law*. 2016; (11): 44–51.
6. Borovikova V.V. Questions of the application of the Federal Law of the Russian Federation "On the protection of children from information that harms their health and development". *"Black holes" in Russia. legislation*. 2018; (5): 75–77.
7. Bukaleroва L.A., Atabekova A.A., Simonova M.A. On the question of the acceptability for Russia of the provisions of the Council of Europe Strategy on the Rights of the Child (2016–2021). *State and Law*. 2018; (1): 65–71.
8. Bukaleroва L.A., Atabekova A.A., Simonova M.A. On the implementation of the provisions of the Council of Europe Convention on the Protection of Children from Sexual Exploitation and Sexual Abuse in Russian Legislation. *International. publ. and private law*. 2018; (6): 25–29.
9. Vakulenko N.A., Solomonenko I.G. On additional mechanisms of countering activities aimed at encouraging children to suicidal behavior. *Jurist-pravoved*. 2017; (4): 103–107.
10. Veretennikov A.V. Some topical issues of protecting the rights of children left without parental care. *Russian Justice*. 2019; (3): 26–28.
11. Voronina Z.I. Realization of the child's right to identifying information when using assisted reproductive technologies. *Russian Legal. journal*. 2018; (2): 63–68.
12. Gavrish I.V. Rights and freedoms of the child in the choice of religious beliefs (based on the material of international legal acts). *Vestn. Moscow. un-ta. Ser. 7. Philosophy*. 2022; (6): 70–83.

13. Galyautdinov B.S. On the issue of the activities of the Institute of the Commissioner for Children's Rights in Russia and in foreign countries. *"Black holes" in Russia. legislation.* 2019; (3): 12–14.
14. Zamotina M. The main thing is not to leave children to their fate. *Man and the law.* 2019; (10): 4–8.
15. Demkina A.V. Disputes about children: the child's place of residence and the procedure for exercising parental rights. *Journal of Russian Law.* 2021; (5): 76–84.
16. Erokhina E.V., Filippova E.O. Problems of child abuse. *Ros. justice.* 2021; (3): 23–25.
17. Zharov A.O. Actual issues of improving the mechanism of immediate selection of a child in case of an immediate threat to his life and health in the legislation of the Russian Federation. *Law.* 2019; (1): 90–95.
18. Zhirikova K.A., Sayadyan S.G. On the practice of applying legislation by courts in resolving disputes related to the protection of the rights and legitimate interests of a child. *Russian Justice.* 2018; (6): 55–57.
19. Zamaleeva S. Life as an object of iatrogenic crimes. *Criminal law.* 2019; (1): 24–27.
20. Kuzmina V.M. The formation of juvenile justice in Russia. *Bulletin of the Russian University of Peoples' Friendship. Series. Legal sciences.* 2011; (2): 57–68.

Информация об авторе:

Павлюк Евгения Владимировна, аспирант, 4 курс, ВГУЭС, г. Владивосток, E-mail: reasonable@inbox.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/139-145>

Дата поступления:
27.05.2022

Одобрена после рецензирования:
05.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья
УДК 504.064.2
DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/146-157>

Связь внутренних обменных полей с критическими показателями в модели Изинга

Сёмкин Сергей Викторович

Смагин Виктор Павлович

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

***Аннотация.** Магнитные фазовые переходы многие годы интенсивно исследуются как теоретиками, так и экспериментаторами. С одной стороны, исследование магнитных фазовых переходов позволяет установить механизмы формирования магнитного упорядочения, закономерности поведения системы в критической области фазового перехода. С другой стороны, системы с магнитными фазовыми переходами представляют практический интерес, поскольку в области перехода происходит контролируемое изменение намагниченности, электросопротивления, теплоемкости, объема и других характеристик, свойств и параметров. В работе используется метод усреднения по обменным полям, суть которого заключается в установлении связей между термодинамическими средними для небольшой группы спинов и функциями распределения спинов из ближайшего окружения этой группы. С помощью усреднения по обменным полям можно построить дополнительные характеристики магнитных систем, как вблизи точки фазового перехода, так и за ее пределами. В качестве дополнительной характеристики можно использовать функцию отношения. Эта функция определяется как отношение таких значений полей обменного взаимодействия, при которых кластерное среднее спина равно среднему по ансамблю. В работе рассмотрена функция отношения для кластеров из одного и двух магнитных атомов. Для модели Изинга на квадратной решетке с помощью решения Онзагера построено точное значение функции отношения. Для этой же решетки построены приближенные значения функции отношения и проведено сравнение их между собой и с точным значением. Использование функции отношения дает возможность строить новые приближенные решения для модели Изинга, делая те или иные предположения об этой функции. В работе показано, что с помощью подходящего выбора функции отношения можно получить критические показатели, отличные от классических.*

***Ключевые слова:** фазовые переходы, модель Изинга, критические индексы.*

***Для цитирования:** Сёмкин С.В., Смагин В.П. Связь внутренних обменных полей с критическими показателями в модели Изинга // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 146–157. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/146-157>.*

Original article

An additional characteristic of a magnet is a function of the ratio of internal fields

Sergey V. Semkin

Viktor P. Smagin

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok, Russia

Abstract. *In the theory of systems of interacting particles, the Ising model is often used. This model can serve as a fairly accurate description of real systems. In addition, the universality principle makes it possible to extend many of the results obtained for simple lattice Ising models to more complex systems. However, there are practically no exact solutions for the Ising model. In fact, the only exact solution is the Onsager solution for a square lattice. There are, of course, approximate methods of solution, but they have fundamental drawbacks, namely: approximate methods give overestimated estimates of the Curie temperature and incorrectly describe the behavior of the system near the phase transition point. However, as shown in this paper, there are ways to improve virtually any approximate methods. Using averaging over exchange fields, one can construct additional characteristics of magnetic systems, both near the phase transition point and beyond it. As such an additional characteristic, you can use the relation function. This function is defined as the ratio of such values of the exchange interaction fields at which the cluster average of the spin is equal to the average over the ensemble. The paper considers the ratio function for clusters of one and two magnetic atoms. For the Ising model on a square lattice, the exact value of the ratio function is constructed using the Onsager solution. For the same lattice, approximate values of the ratio function are constructed and compared with each other and with the exact value. The use of the ratio function makes it possible to construct new approximate solutions for the Ising model, making certain assumptions about this function.*

Keywords: *phase transitions, Ising model, critical exponents.*

For citation: *Semkin S.V., Smagin V.P. An additional characteristic of a magnet is a function of the ratio of internal fields // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 146–157. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/146-157>.*

Введение

Для теоретического исследования магнетиков часто используется модель Изинга [1]. Гамильтониан обобщенной модели Изинга имеет вид

$$E = -\sum J_{ij} \sigma_i \sigma_j - H_{ex} \sum \sigma_i .$$

Здесь σ_i – изинговские переменные, принимающие значения +1 и –1 (в моделях магнетиков эти переменные связаны с проекцией магнитного момента на выделенную ось); J_{ij} – константы, определяющие величину обменного взаимодействия (в решеточных моделях J_{ij} обычно принимается равной J для ближайших соседей и равной 0 для всех остальных пар атомов); H_{ex} пропорциональна внешнему магнитному полю.

Модель Изинга является одним из теоретических инструментов для исследования не только магнетиков, но и других систем с коллективным взаимодей-

ствием [2]. В некоторых случаях [1] эта модель допускает получение точных результатов. Но эти случаи немногочисленны и не охватывают важных случаев. Кроме того, сама модель Изинга представляется не всегда адекватной для описания многих реальных систем с коллективным взаимодействием. Однако с помощью приближенных методов, основанных на использовании среднего поля или на усреднении по полям обменного взаимодействия [3], можно получить определенные результаты и в тех случаях, когда модель Изинга не допускает точного решения или когда используется более сложная модель.

В работах [3, 4] развит общий подход, основанный на усреднении по полям обменного взаимодействия применительно к спиновым кластерам на магнитной решетке. Используя этот подход, можно ввести в рассмотрение наряду с намагниченностью и спиновой корреляцией некоторые новые характеристики магнетиков [5]. В работе на основе метода усреднения по обменным полям вводится «функция отношения эффективных полей обменного взаимодействия». Эту функцию определим как отношение таких значений полей обменного взаимодействия, при которых кластерное среднее спина равно среднему по ансамблю. При этом ограничимся только кластерами из одного и двух магнитных атомов. В работе установлена связь между функцией отношения и спонтанной намагниченностью как функцией температуры. Эта связь позволяет определить точный вид функции отношения для квадратной решетки (при использовании решения Онзагера [1]) и построить приближенные решения для модели Изинга, связывающие критический показатель температурной зависимости спонтанной намагниченности с температурой Кюри.

Основная часть

Функция отношения эффективных полей и ее связь со спонтанной намагниченностью

Рассмотрим систему из N взаимодействующих частиц, каждая из которых характеризуется некоторым параметром σ , который в дальнейшем, имея в виду применение к модели Изинга, будем называть спином. Обозначим множество всех этих спинов – Ω , а гамильтониан системы – $H(\Omega)$. Два спина σ_i и σ_j будем называть взаимодействующими, если в гамильтониане есть слагаемое, не аддитивно зависящее от σ_i и σ_j .

Рассмотрим в системе группу, содержащую n спинов. Такую группу в дальнейшем будем называть кластером. Множество входящих в кластер спинов обозначим c . Обозначим r множество не входящих в кластер спинов, каждый из которых взаимодействует хотя бы с одним спином кластера, и s множество всех остальных спинов. Очевидно, Ω является объединением непересекающихся множеств c , r и s . Пусть теперь $f(r)$ – некоторая функция спинов, принадлежащих r , а $\varphi(c)$ – некоторая функция кластерных спинов c . Тогда, как показано в [6], среднее по ансамблю значение произведения $f\varphi$ равно

$$\langle f\varphi \rangle = \sum_r f(r) \langle \varphi \rangle_r W(r), \tag{1}$$

где

$$\langle \varphi \rangle_r = \frac{1}{Z_c(r)} \sum_c \varphi(c) \exp\left(-\frac{1}{kT} H_c(c, r)\right), \quad (2)$$

а $W(r)$ – функция распределения для наборов состояний спинов множества r ; $H_c(c, r)$ – «кластерный гамильтониан» – слагаемые в гамильтониане $H(\Omega)$, связанные с взаимодействием спинов, принадлежащих c и r ; k – постоянная Больцмана; T – температура. «Кластерная» статистическая сумма $Z_c(r) = \sum_c \exp\left(-\frac{1}{kT} H_c(c, r)\right)$.

Формулу (2) можно понимать как «кластерное среднее» функции $\varphi(c)$, вычисленное при условии, что конфигурация взаимодействующих с кластером спинов задана и неизменна. Тогда выражение (1) можно интерпретировать как усреднение произведения $f(r)\langle \varphi \rangle_r$ по функции распределения $W(r)$.

Рассмотрим модель Изинга на некоторой решетке с координационным числом q . Пусть в каждом узле решетки содержится изинговский «спин», принимающий значения $+1$ и -1 ; взаимодействуют только спины, находящиеся в соседних узлах. Тогда гамильтониан модели Изинга можно записать как

$$H(\Omega) = -J \sum_{(i,j)} \sigma_i \sigma_j - H_{ex} \sum_i \sigma_i, \quad (3)$$

где J – энергия обменного взаимодействия; суммирование в первой сумме проводится по всем парам соседних спинов, во второй формуле – по всем узлам [1].

Выделим на решетке кластер, состоящий только из одного спина σ_0 . Множество c в этом случае состоит только из этого спина σ_0 , а множество r – из q спинов его первой координационной сферы. Кластерный гамильтониан $H_c(c, r) = -J\sigma_0 H_{ex}$, где h – сумма значений спинов, принадлежащих r , то есть сумма спинов, непосредственно взаимодействующих с σ_0 (спины первой координационной сферы). Будем называть эту сумму «полем взаимодействия», «кластерное среднее» (2) некоторой функции $\varphi(c)$, которая в этом случае зависит только от σ_0 :

$$\langle \varphi \rangle_r = \frac{\varphi(+1) \exp(Kh + h_{ex}) + \varphi(-1) \exp(-Kh - h_{ex})}{\exp(Kh + h_{ex}) + \exp(-Kh - h_{ex})}, \quad (4)$$

где $K = \frac{J}{kT}$ и $h_{ex} = \frac{H_{ex}}{kT}$.

Рассмотрим случай, когда функция $f(r)$ является функцией только поля взаимодействия h . Тогда, поскольку среднее (4) зависит только от h , усреднение в формуле (1) является в сущности усреднением по функции распределения $W(h)$ этого поля взаимодействия:

$$\langle f\varphi \rangle = \sum_h f(h) \langle \varphi \rangle_r W(h). \quad (5)$$

Среднее значение любого спина решетки одинаково и равно M – средней намагниченности в системе. При отсутствии внешнего поля из выражений (4) и (5) при $f(h) = 1$ и $\varphi = \sigma_0$ получим

$$M = \sum_h W(h)th(Kh) . \quad (6)$$

Поскольку намагниченность M принимает значения от 0 до 1, для любой функции распределения $W(h)$ существует такое значение $h = \chi_1$ для которого

$$M = th(K\chi_1) . \quad (7)$$

Возьмем кластер из двух соседних спинов σ_1 и σ_2 (димер). Средняя намагниченность, вычисленная по спинам этого кластера, равна

$$M = \sum_{h_1, h_2} W(h_1, h_2) \frac{sh(K(h_1 + h_2))}{ch((K(h_1 + h_2)) + ch(K(h_1 - h_2))\exp(-2K))} , \quad (8)$$

где h_1 и h_2 – поля взаимодействия, связанные с σ_1 и σ_2 ; $W(h_1, h_2)$ – их совместная функция распределения. Из условия нормировки для $W(h_1, h_2)$ следует, что существует такое значение $h_1 = h_2 = \chi_2$, при котором

$$M = \frac{sh(2K\chi_2)}{ch(2K\chi_2) + x} , \quad (9)$$

где $x = \exp(-2K)$.

Введенные указанным выше способом величины χ_1 и χ_2 будем называть эффективными полями для кластеров из одного и двух узлов соответственно. Из выражений (7) и (9) найдем χ_1 и χ_2 как функции M и x :

$$\frac{\chi_1 = -\frac{1}{\ln x} \ln(1+M)}{1-M} , \quad \frac{\chi_2 = -\frac{1}{\ln x} \left(xM + \sqrt{(xM)^2 + (1-M)^2} \right)}{1-M} . \quad (10)$$

Используя низкотемпературное разложение статсуммы [1], можно показать, что для простых решеток с координационным числом q $\chi_1 \rightarrow q$ и $\chi_2 \rightarrow q-1$ при $x \rightarrow 0$, то есть в пределе низких температур.

Из выражений (7) и (9) получим

$$th(K\chi_1) = \frac{sh(2K\chi_2)}{ch(1K\chi_2) + x} . \quad (11)$$

При $x = x_c$ (то есть при критической температуре) дифференциалы левой и правой частей (11) равны, что приводит к условию

$$\frac{2}{1+x_c} = \left(\frac{d\chi_2}{d\chi_1} \right)^{-1} , \quad (12)$$

из которого находится x_c .

В случае немагнитного разбавления (по связям) выражение (7) не меняется, а формула (9) принимает вид

$$M = (1-b)th(K\chi_2) + b \frac{sh(2K\chi_2)}{ch(2K\chi_2) + x},$$

где b – концентрация магнитных связей.

Предположим, что $\frac{d\chi_2}{d\chi_1}$ не зависит от b (это верно для приближения Бете и, возможно, приближенно верно в других случаях). Тогда $x_c(b)$ находится из уравнения

$$(1-b) + b \frac{2}{1+x_c(b)} = \left(\frac{d\chi_2}{d\chi_1} \right)^{-1} = \frac{2}{1+x_c(1)},$$

то есть

$$x_c(b) = \frac{x_c(1) - \beta}{1 - \beta x_c(1)}, \quad \beta = \frac{1-b}{1+b}.$$

Порог протекания примет вид

$$b_c = \frac{1 - x_c(1)}{1 + x_c(1)}.$$

При $M \rightarrow 0$ ($x \rightarrow x_c$) поля χ_1 и χ_2 тоже стремятся к нулю, причем производные $\frac{d\chi_1}{dM}$ и $\frac{d\chi_2}{dM}$ бесконечны. Поэтому удобно ввести функцию $y(M, x) = \frac{\chi_2}{\chi_1}$, которую будем называть функцией отношения. Из выражения (10) получим

$$y(M, x) = \frac{In\left(xM + \sqrt{(xM)^2 + (1-M)^2}\right) - In(1-M)}{In(1+M) - In(1-M)}. \quad (13)$$

Если известно точное или приближенное значение спонтанной намагниченности как функции температуры $M = M(x)$ или обратной функции $x = x(M)$, функцию отношения $y(M, x)$ можно представить как функцию одной переменной M или x . И наоборот, если из каких-либо соображений известна функция $y(M)$, то из формулы (13) можно найти соответствующую этой функции зависимость $x(M)$:

$$x(M) = \frac{sh(\psi(M))}{M} + \frac{1}{2} M e^{-\psi(M)}, \quad (14)$$

где $\psi(M) = y(M)(In(1+M) - In(1-M)) + In(1-M)$.

Функция отношения для квадратной и других простых решеток

Для плоской квадратной решетки ($q = 4$) известно точное решение для спонтанной намагниченности M (решение Онзагера [1])

$$M^g = 1 - \frac{1}{sh^4(2K)}, \quad (15)$$

из которого получим

$$x(M) = \delta^{\frac{1}{2}} R_1(M),$$

где $\delta = \sqrt{1 - M^2}$ и $R_1(M) = \frac{\sqrt[4]{(1 + M^2)(1 + M^4)}}{1 + \sqrt{1 + \sqrt{1 - M^2}}}$.

Легко показать, что в приближении Бете при $q = 4$

$$x(M) = \delta^{\frac{1}{2}} R_2(M),$$

где $R_2(M) = \frac{1}{\sqrt{1 + M} + \sqrt{1 - M}}$ (16)

Подставив выражение (16) в формулу (14), получим, что в приближении Бете функция отношения не зависит от M и x и равна $\frac{3}{4}$ для $q = 4$. Это означает, что приближение Бете можно трактовать как приближение, в котором функция отношения считается постоянной (что было показано в [3]).

В работе [7] построено обобщение приближения Бете на некоторый класс рекурсивных решеток. Это обобщение для квадратной решетки приводит к

$$x(M) = \delta^{\frac{1}{2}} R_3(M),$$

где $R_3(M) = \frac{1}{\sqrt{1 + \delta + \sqrt{1 + 2\delta + 2\delta^2}}}$. (17)

Во всех этих случаях функция отношения (13) представима в виде

$$y(M) = \left(\ln \left((1 + M)(MR + \sqrt{(MR)^2 + \delta}) \right) - 3/2 \ln \delta \right) / (2 \ln(1 + M) - 2 \ln \delta). \quad (18)$$

Все функции $R_{1-2}(M)$, входящие в выражения (15) – (17), при $M = 1$ равны $\frac{1}{\sqrt{2}}$. (При $M = 0$ $R_1(0) = \sqrt{2} - 1$, $R_2(0) = \frac{1}{2}$ и $R_3(0) = \sqrt{\sqrt{5} - 2}$; эти значения определяются температурами Кюри в точном решении (15) в приближении Бете (16) и для рекурсивной решетки (17) соответственно.) Поэтому при $M \rightarrow 1$ ($\delta \rightarrow 0$) функция отношения (18) во всех случаях стремится к $\frac{3}{4}$, как и должно быть для решетки с координационным числом 4.

Вблизи $M = 0$ $x_c - x \sim M^{\frac{1}{\beta}}$, где β – критический показатель температурной зависимости спонтанной намагниченности [1]. Рассмотрим разложение $x(M)$ (выражение (14)) в ряд по степеням M вблизи $M = 0$. Функция отношения $y(M)$, входящая в формулу (14), является четной функцией M , поскольку поля χ_1 и χ_2 меняют знак при замене M на $-M$. Поэтому разложение $x(M)$ вблизи $M = 0$ будет содержать только четные степени M , то есть выражение (14) можно разложить по степеням $\mu = M^2$ до квадратичного по M слагаемого

$$x = (2y(0) - 1) + \frac{1}{6} \left(12 \frac{dy}{d\mu} \Big|_{\mu=0} + (2y(0) - 1)^3 - (2y(0) - 1) \right) M^2 + \dots \quad (19)$$

Отсюда видно, что критическое значение x_c связано со значением функции отношения при $M = 0$:

$$x_c = 2y(0) - 1. \quad (20)$$

Кроме того, поскольку в области существования спонтанной намагниченности $x < x_c$, должно выполняться неравенство

$$12 \frac{dy}{d\mu} \Big|_{\mu=0} + x_c^3 - x_c \leq 0. \quad (21)$$

Если функция отношения $y(M)$ такова, что для нее вместо выражения (21) выполняется строгое неравенство, критический показатель $\beta = \frac{1}{2}$. Если же неравенство (21) становится равенством, то разложение (19) начинается с более высоких степеней M и критический показатель $\beta < \frac{1}{2}$. В этом случае критический показатель температурной зависимости спонтанной намагниченности определяется первым ненулевым (зависящим от M) членом разложения (19), коэффициент в котором, конечно, должен быть отрицательным.

На рис. 1 показаны функции отношения (18) в зависимости от $\mu = M^2$, вычисленные для точного решения Онзагера (15) (кривая 1), для решения Бете (16) при $q = 4$ (кривая 5) и для рекурсивной решетки (17) при $N = 4$ и $q = 4$ (кривая 4). Видно, что во всех этих случаях зависимость $y(\mu)$ близка к линейной. В связи с этим полагаем, что для решетки с координационным числом q функцию отношения можно приближенно представить линейной функцией μ :

$$y(\mu) = y(0) + A\mu. \quad (22)$$

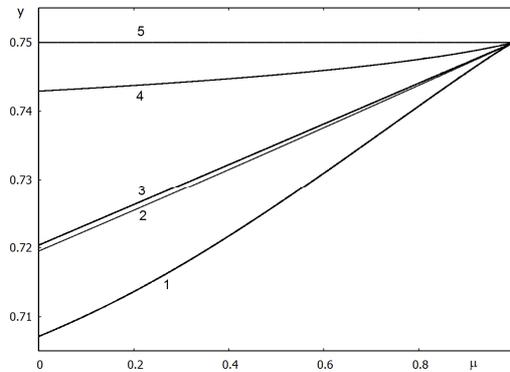


Рис. 1. Функция отношения для точного и приближенных решений на квадратной решетке: кривая 1 – точное значение (15); кривая 2 – приближение (25); кривая 3 – приближение (22); кривая 4 – рекурсивное приближение (17); кривая 5 – приближение Бете (16)

При этом по указанным выше соображениям будем считать, что $y(1) = \frac{q-1}{q}$.

Тогда неравенство (21) приводит к условию

$$\frac{6(q-2)}{q} + x_c^3 - 7x_c \geq 0, \tag{23}$$

то есть $\tilde{x}_c \leq x_c \leq 1$, где \tilde{x}_c – корень левой части выражения (23).

В таблице приведены значения критических температурных параметров $K_c = -\frac{1}{2} \ln \tilde{x}_c$.

**Значения критических температурных параметров
в различных приближениях**

q	Точные значения K_c для простых решеток	Метод среднего поля	K_c для решетки Бете	Прибли- жение (22)	Приближение (25)
3	0,658	0,333	0,549	0,620	0,625
4	0,370 (тет.) 0,441 (кв.)	0,250	0,347	0,410	0,412
6	0,214 (куб.) 0,275 (гр.)	0,167	0,203	0,253	0,252

Если принять $x_c = \tilde{x}_c$, то, как видно из таблицы, получим более точное приближение к критическим температурным параметрам, чем то, что получается в приближении Бете. Кроме того, как было сказано выше, критический показатель $\beta = \frac{1}{4}$. А если в выражении (14) взять линейную функцию отношения (22) с соответствующими значениями $y(0)$ и A , то при $q = 4$ получим температурную зависимость спонтанной намагниченности $M(x)$ (кривая 2 на рис. 2).

Можно предложить другой способ приближенного определения функции отношения $y(\mu)$. Приравняем к нулю коэффициент перед M^2 в разложении (19):

$$12 \frac{dy}{d\mu} \Big|_{\mu=0} = (2n(0) - 1) - (2n(0) - 1)^3. \tag{24}$$

Будем считать, что равенство (24) выполняется не только при $\mu = 0$ но и при других значениях μ . Тогда для функции $y(\mu)$ получим дифференциальное уравнение, которое можно представить в виде, где $t = 2y - 1$. Решая это уравнение, получим

$$y(\mu) = \frac{1}{2} \left(1 + \frac{B e^{\frac{\mu}{6}}}{\sqrt{1 + B^2 e^{\frac{\mu}{3}}}} \right). \tag{25}$$

Постоянную интегрирования B найдем из условия $y(1) = \frac{q-1}{q}$:

$$B = \frac{1}{2} \frac{q-2}{\sqrt{q-1}} e^{-\frac{1}{6}}. \quad (26)$$

Отсюда

$$K_c = \frac{1}{4} \ln \left(1 + \frac{4(q-1)\sqrt[3]{e}}{(q-2)^2} \right). \quad (27)$$

Значения K_c для простых решеток, вычисленные по формуле (27), приведены в таблице.

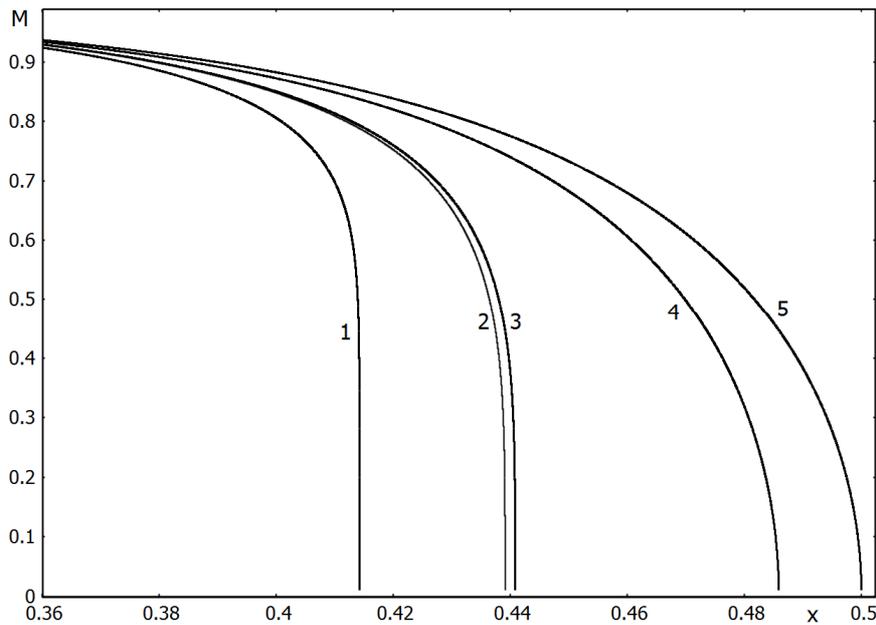


Рис. 2. Температурная зависимость спонтанной намагниченности для точного и приближенных решений на квадратной решетке: кривая 1 – точное значение (15); кривая 2 – приближение (25); кривая 3 – приближение (22); кривая 4 – рекурсивное приближение (17); кривая (5) – приближение Бете (16)

Заключение

В работе построена функция отношения $y(M, x)$, связывающая эффективные поля одноатомного и двухатомного кластеров. Эта функция зависит от спонтанной намагниченности M и температурного параметра $x = \exp(-2K)$, то есть связь между M и x , полученная из точного или приближенного решения, определяет функцию отношения. И наоборот, задание $y(M)$ определяет температурную зависимость спонтанной намагниченности $M(x)$.

Для модели Изинга на квадратной решетке с помощью решения Онзагера построено точное значение функции отношения (кривая 1 на рис. 1). Для этой же решетки построены приближенные значения функции отношения (кривые 2–5 на рис. 1) и проведено сравнение их между собой и с точным значением.

В работе показано, что функция отношения для решетки с координационным числом q стремится при $M \rightarrow 1$ к отношению $\frac{q-1}{q}$.

Значение функции отношения $y(M)$ при $M = 0$ определяет критический температурный параметр $K_c = \frac{1}{2} \ln(2y(0) - 1)$, а поведение кривой $y(M)$ вблизи $M = 0$ связано с величиной критического показателя температурной зависимости спонтанной намагниченности β .

Таким образом, выбирая вид функции $y(M)$, получим набор значений β , допустимых при этом выборе. Выбирая β из этого набора, получим соответствующее значение K_c .

Список источников

1. Бэкстер Р. Точно решаемые модели в статистической механике. Москва: Мир, 1985.
2. Strecka Jozef, Jascur Michal. A brief account of the Ising and Ising-like models: mean-field, effective-field and exact results // *Acta physica slovacica*. 2015. Vol. 65, № 4. P. 235–367.
3. Сёмкин С.В., Смагин В.П. Приближенные методы в теории чистых и разбавленных магнетиков. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2019. 220 с.
4. Сёмкин С.В., Смагин В.П., Юдин П.В. Самосогласованное приближение в модели Изинга чистого и разбавленного магнетика с использованием парной корреляции // *Теоретическая и математическая физика*. 2020. Т. 205, № 1. С. 138–146.
5. Сёмкин С.В., Смагин В.П. Приближенный учет спиновых корреляций в модели Изинга // *Физика твердого тела*. 2021. Т. 63, вып. 8. С. 1084–1089.
6. Сёмкин С.В., Смагин В.П., Люлько В.И. Использование усреднения по полям взаимодействия для построения приближенных методов в модели Изинга разбавленного магнетика // *Физика твердого тела*. 2020. Т. 62, вып. 8. С. 1209–1214.
7. Сёмкин С.В., Смагин В.П., Гусев Е.Г. Модель Изинга с немагнитным разбавлением на рекурсивных решетках // *Теоретическая и математическая физика*. 2020. Т. 202, № 2. С. 304–311.

References

1. Baxter R. Exactly solved models in statistical mechanics. Moscow: Mir; 1985.
2. Strecka Jozef, Jascur Michal. A brief account of the Ising and Ising-like models: mean-field, effective-field and exact results. *Acta physica slovacica*. 2015; 65 (4): 235–367.
3. Semkin S.V., Smagin V.P. Approximate methods in the theory of pure and dilute magnets. Vladivostok: Publishing House of VSUES; 2019. 220 p.
4. Semkin S.V., Smagin V.P., Yudin P.Y. Self-consistent approximation in the Ising model of pure and dilute magnets using a pair correlation. *Theoretical and Mathematical Physics*. 2020; 205 (1): 138–146.
5. Semkin S.V., Smagin V.P. Approximate Accounting of Spin Correlations in the Ising Model. *Physics of the Solid State*. 2021; 63 (8): 1084–1089.

6. Semkin S.V., Smagin V.P., Lyul'ko V.I. Construction of Approximate Methods within the Ising Model of a Diluted Magnet Using Averaging over Interaction Fields. *Physics of the Solid State*. 2020; 62 (8): 1209–1214.
7. Semkin S.V., Smagin V.P., Gusev E.G. Ising model with nonmagnetic dilution on recursive lattices. *Theoretical and Mathematical Physics*. 2020; 202 (2): 304–311.

Информация об авторах:

Сёмкин Сергей Викторович, д-р физ.-мат. наук, профессор кафедры информационных технологий и систем ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Li15@rambler.ru.

Смагин Виктор Павлович, д-р физ.-мат. наук, зав. лабораторией фундаментальной и прикладной физики ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Li15@rambler.ru.

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/146-157>

Дата поступления:
22.07.2022

Одобрена после рецензирования:
27.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья
УДК 510.644.4
DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/158-167>

Нечеткая модель расчета численности персонала контактного центра

Еськов Владимир Александрович
Солодухин Константин Сергеевич

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия

Аннотация. Статья посвящена проблеме прогнозирования численности персонала центра обслуживания вызовов в условиях нечетких входных данных. В работе решается задача разработки нечеткой модели расчета плановой численности персонала контактного центра на каждый час в течение суток. Модель нечеткого логического вывода, представляющая собой модель Мамдани, позволяет рассчитать необходимое на линии каждый час количество операторов при заданных входных параметрах. Модель реализована в пакете MATLAB Fuzzy Logic Toolbox с использованием графического интерфейса, что позволяет быстро и удобно производить необходимые расчеты. Приводятся результаты апробации модели на примере контактного центра крупного оператора связи. Продемонстрированы преимущества использования предложенной нечеткой модели по сравнению с расчетами на основе формул Эрланга. Полученные результаты вносят вклад в развитие инструментария для расчета основных показателей функционирования контактных центров на основе нечетких методов. Практическая значимость результатов определяется возможностью прямого использования предложенной модели при планировании численности персонала центров обслуживания вызовов компаний любых сфер деятельности.

Ключевые слова: контактный центр, центр обслуживания вызовов, прогнозирование численности операторов, нечеткая модель, нечеткий логический вывод, алгоритм Мамдани.

Для цитирования: Еськов В.А., Солодухин К.В. Нечеткая модель расчета численности персонала контактного центра // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 158–167. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/158-167>.

Original article

Fuzzy model for calculating the number of contact center staff

Vladimir A. Eskov
Konstantin S. Solodukhin

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok, Russia

Abstract. The article is devoted to the problem of predicting the number of personnel of the call service center under conditions of fuzzy input data. The paper solves the problem of developing a fuzzy model for calculating the planned number of personnel of the contact center for every hour during the day. The fuzzy inference model, which is the Mamdani model, allows you to calculate the number of operators required on the line every hour for given input parameters. The model is implemented in the MATLAB Fuzzy Logic Toolbox package using a graphical interface, which allows you to quickly and conveniently perform the necessary calculations. The results of testing the model on the example of a contact center of a large telecom operator are presented. The advantages of using the proposed fuzzy model in comparison with calculations based on Erlang formulas are demonstrated. The obtained results contribute to the development of tools for calculating the

© Еськов В.А., 2022
© Солодухин К.С., 2022

main indicators of the functioning of contact centers based on fuzzy methods. The practical significance of the results is determined by the possibility of direct use of the proposed model when planning the number of staff of call service centers of companies in any field of activity.

Keywords: contact center, call service center, forecasting the number of operators, fuzzy model, fuzzy inference system, Mamdani algorithm.

For citation: Eskov V.A., Solodukhin K.S. Fuzzy model for calculating the number of contact center staff // *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service.* 2022. Vol. 14, № 3 P. 158–167. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/158-167>.

Введение

В настоящее время подавляющее большинство средних и крупных компаний предоставляют своим клиентам круглосуточную информационную и техническую поддержку, реализуемую через контактный центр или центр обслуживания вызовов (ЦОВ).

Компании, имеющие собственные контактные центры, несут значительные затраты, связанные с закупкой лицензий и специального оборудования, содержанием помещений, организацией рабочих мест, рекрутингом, оплатой труда сотрудников. В свою очередь, количество операторов может исчисляться сотнями, а зачастую и тысячами штатных единиц. В этой связи компании стремятся, по возможности, сокращать количество сотрудников ЦОВ. При этом, однако, возникает риск снижения качества работы контактного центра, что может привести к снижению лояльности клиентов и их оттоку, а значит, и сокращению доходов. В этих условиях особое значение играет точность планирования численности персонала контактного центра.

Важно отметить, что центры обслуживания вызовов функционируют в условиях априорной неопределенности поведения внешней среды, что отражается в том числе в неопределенности интенсивностей заявок в ЦОВ при ограниченности состава операторов [4]. При этом для расчета основных показателей функционирования ЦОВ (в том числе численности персонала) в подавляющем большинстве случаев используются простейшие аналитические модели, построенные на базе формул Эрланга, которые не способны адекватно отражать реальные процессы, происходящие в контактных центрах с приоритетными заявками и «нетерпеливыми» клиентами [2, 7].

В научной литературе представлены и более сложные модели, основанные в основном на методах теории массового обслуживания [1, 5, 6, 8, 11–13, 16]. В качестве инструментов мониторинга загруженности операторов и прогнозирования их нагрузки активно применяются методы интеллектуального анализа данных и нейронных сетей [9, 15]. Отдельного внимания заслуживают работы, в которых операторская составляющая ЦОВ рассматривается как одна из трех основных его подсистем (наряду с канальной и технической), каждая из которых представлена соответствующей моделью массового обслуживания. При этом при решении задач оптимального распределения ресурсов между подсистемами применяются методы динамического программирования, имитационного моделирования и теории игр [3, 10].

При моделировании систем массового обслуживания мы имеем дело со стохастической неопределенностью, поскольку переменные представляют собой

случайные величины, числовые характеристики (и распределения) которых известны либо могут быть получены статистическим путем (сбором и обработкой соответствующих статистических данных). Это объясняет популярность использования моделей систем массового обслуживания.

Однако возможен и другой подход к моделированию неопределенности, основанный на использовании инструментов теории нечетких множеств. В этом случае переменные модели будут задаваться не функциями распределения, а терм-множествами с соответствующими функциями принадлежности.

Существует большое количество методов построения функций принадлежности. В каждом из этих методов предполагается участие экспертов (поскольку мы имеем дело с лингвистическими шкалами, а значит, возникает лингвистическая неопределенность), однако роли экспертов различны. Одним из таких методов является метод статистических данных, применяемый в случае, когда есть возможность наблюдения за объектом в течение значительного времени и фиксации частоты появления различных фактов. В этом случае функция принадлежности создается на основе статистических данных по определенному алгоритму, но параметры этого алгоритма определяются экспертно. Привлекательность использования данного метода при моделировании деятельности ЦОВ связана с возможностью накопления различных статистических данных за большие промежутки времени. При этом функции принадлежности некоторых других переменных модели могут определяться иными методами.

Нечетко-множественный подход также дает возможность построения и использования систем нечеткого логического вывода, представляющих собой экспертные системы, основанные на нечеткой логике, и позволяющих на основе использования различных алгоритмов получать четкие значения выходной переменной на основе четких значений входных переменных.

Цель данной работы состоит в разработке модели нечеткого логического вывода для расчета плановой численности персонала контактного центра на каждый час.

Основная часть

Представим нечеткую модель для расчета количества операторов, задействованных каждый час времени непосредственно на линии. Ниже приведены переменные модели:

– Incoming Flow (звонковая нагрузка, IF) – количество входящих звонков за определенный интервал времени, ед.;

– Average Handling Time (среднее время обслуживания, АНТ) – продолжительность времени, которая требуется оператору для обслуживания вопроса клиента, с;

– Average Speed of Answer (среднее время ожидания ответа клиентом, ASA) – показатель, демонстрирующий, сколько времени теряет клиент при обращении в колл-центр, ожидая ответа оператора, с;

– Service Level (уровень сервиса, SL) – отношение обслуженных оператором звонков в рамках заданного промежутка времени к общему количеству поступивших в очередь вызовов, %;

– Number of Operators (количество операторов, NO) – плановая численность операторов на линии каждый час, чел.

Лингвистические шкалы для данных показателей и соответствующие функции принадлежности нечетких множеств приведены в табл. 1–5. Заметим, что функции принадлежности определялись методом статистических данных.

Таблица 1

Преобразование вербальных оценок переменной «звонковая нагрузка» в нечеткие множества

Вербальная оценка	Значения x									
	900	800	700	600	500	400	300	200	100	0
	Значения $U(x)$									
Высокая (ВН)	1	0,8	0,5	0,15	0	0	0	0	0	0
Средняя (СН)	0	0	0	0,5	1	1	0,5	0	0	0
Низкая (НН)	0	0	0	0	0	0	0,15	0,5	0,8	1

Таблица 2

Преобразование вербальных оценок переменной «время обслуживания» в нечеткие множества

Вербальная оценка	Значения x						
	600	500	400	300	200	100	0
	Значения $U(x)$						
Высокое (ВДД)	1	0,65	0,35	0	0	0	0
Среднее (СДД)	0	0	0,5	1	0,5	0	0
Низкое (НДД)	0	0	0	0	0,35	0,65	1

Таблица 3

Преобразование вербальных оценок переменной «среднее время ожидания ответа клиентом» в нечеткие множества

Вербальная оценка	Значения x									
	45	40	35	30	25	20	15	10	5	0
	Значения $U(x)$									
Высокое (ВДО)	1	0,8	0,5	0,15	0	0	0	0	0	0
Среднее (СДО)	0	0	0	0,5	1	1	0,5	0	0	0
Низкое (НДО)	0	0	0	0	0	0	0,15	0,5	0,8	1

Таблица 4

Преобразование вербальных оценок переменной «уровень сервиса» в нечеткие множества

Вербальная оценка	Значения x									
	90	80	70	60	50	40	30	20	10	0
	Значения $U(x)$									
Высокий (BC)	1	0,8	0,5	0,15	0	0	0	0	0	0
Средний (CC)	0	0	0	0,5	1	1	0,5	0	0	0
Низкий (NC)	0	0	0	0	0	0	0,15	0,5	0,8	1

Таблица 5

Преобразование вербальных оценок переменной «количество операторов» в нечеткие множества

Вербальная оценка	Значения x									
	168	147	126	105	84	63	42	21	0	
	Значения $U(x)$									
Критично много (КМН)	1	0,7	0,4	0,1	0	0	0	0	0	
Очень много (ОМН)	0,7	1	0,7	0,4	0,1	0	0	0	0	
Много (МН)	0,4	0,7	1	0,7	0,4	0,1	0	0	0	
Выше среднего (BC)	0,1	0,4	0,7	1	0,7	0,4	0,1	0	0	
Среднее (C)	0	0,1	0,4	0,7	1	0,7	0,4	0,1	0	
Ниже среднего (NC)	0	0	0,1	0,4	0,7	1	0,7	0,4	0,1	
Мало (M)	0	0	0	0,1	0,4	0,7	1	0,7	0,4	
Очень мало (OM)	0	0	0	0	0,1	0,4	0,7	1	0,7	
Критично мало (KM)	0	0	0	0	0	0,1	0,4	0,7	1	

В таблице 6 представлен фрагмент базы данных лингвистических правил оценивания эндогенной переменной «количество операторов» на трехуровневом классификаторе по четырем входным переменным. Общее число правил равно $3^4 = 81$.

Модель расчета четких значений переменной «количество операторов» при заданных четких значениях четырех входных переменных на основе алгоритма Мамдани [14] реализована в пакете MATLAB Fuzzy Logic Toolbox с использованием графического интерфейса. Это позволяет удобно и быстро рассчитать необходимое количество операторов, необходимое на линии каждый час, при заданных входных параметрах.

Фрагмент базы лингвистических правил

Номер нечеткого правила	Оператор	Лингвистические значения показателей				Оператор	Количество операторов (NO)
		1-IF	2-АНТ	3-ASA	4-SL		
1	IF	ВН	ВДД	НДО	BC	THEN	КМН
14	IF	ВН	СДД	СДО	CC	THEN	BC
27	IF	ВН	НДД	ДО	HC	THEN	М
39	IF	СН	СДД	НДО	HC	THEN	С
45	IF	СН	СДД	ДО	HC	THEN	М
55	IF	НН	ДД	НДО	BC	THEN	МН
63	IF	НН	ДД	ДО	HC	THEN	М
68	IF	НН	СДД	СДО	CC	THEN	HC
81	IF	НН	НДД	ДО	HC	THEN	KM

Так, например, при следующих значениях переменных: Incoming Flow (звонковая нагрузка) = 780, Average Handling Time (время обслуживания) = 356, Average Speed of Answer (среднее время ожидания ответа клиентом) = 30, Service Level (уровень сервиса) = 80 необходимое на линии количество операторов составляет 113 человек.

Следует заметить, что при расчете каждый час необходимого количества операторов полученные на основе нечеткой модели значения следует умножить на коэффициенты замещения и сменности.

Коэффициент замещения позволяет учесть необходимость перерывов операторов в течение рабочего дня (в том числе обеденный перерыв), а также отсутствие части операторов по причине отпусков, болезней, тренингов и т.п.

Коэффициент сменности позволяет учесть график работы ЦОВ (например, резкое падение количества звонков в ночные часы).

Разработанная нечеткая модель была апробирована в макрорегиональном филиале «Дальний Восток» (г. Владивосток) компании ПАО «Ростелеком». Компания имеет многомиллионную базу абонентов, которая постоянно расширяется. Это вызывает необходимость качественного и своевременного предоставления услуг технической и информационной поддержки, реализуемых с помощью большого числа дистанционных каналов обслуживания, включая один из крупнейших в России контакт-центр.

В настоящее время необходимое количество операторов контактного центра в компании рассчитывается на основе формул Эрланга. Нами были проведены соответствующие расчеты на основе разработанной нечеткой модели для выбранных суток. Полученные результаты приведены в табл. 7.

Таблица 7

Результаты расчетов необходимого на линии количества операторов контактного центра на основе нечеткой модели и калькулятора Эрланга

Время	IF	АНТ	ASA	SL	NO	
					нечеткая модель	калькулятор Эрланга
0:00:00	29	189	30	80	3	3
1:00:00	23	421	30	80	5	5
2:00:00	45	288	30	80	6	6
3:00:00	65	259	30	80	7	7
4:00:00	116	298	30	80	13	13
5:00:00	171	326	30	80	19	19
6:00:00	339	335	30	80	36	36
7:00:00	347	349	30	80	39	39
8:00:00	348	331	30	80	37	37
9:00:00	414	358	30	80	46	47
10:00:00	375	377	30	80	45	45
11:00:00	430	339	30	80	45	46
12:00:00	460	340	30	80	48	49
13:00:00	466	350	30	80	49	51
14:00:00	416	342	30	80	45	45
15:00:00	377	397	30	80	46	47
16:00:00	394	365	30	80	45	45
17:00:00	478	418	30	80	61	62
18:00:00	371	391	30	80	45	46
19:00:00	272	456	30	80	40	40
20:00:00	181	393	30	80	24	24
21:00:00	82	365	30	80	11	11
22:00:00	28	428	30	80	6	6
23:00:00	18	242	30	80	3	3

Заметим, что значения показателей ASA и SL не меняются в связи с принятым в компании целевым уровнем сервиса, при котором 80% звонков должны быть приняты за 30 с ожидания ответа клиентом. Полученные значения количества операторов на линии отличаются лишь в пиковые часы нагрузки. Вместе

с тем суммарные суточные расчетные значения различаются на 7 человек. Если учесть коэффициент замещения, который в компании «Ростелеком» сезонно колеблется от 1,15 до 1,36, то суммарное суточное различие необходимого количества операторов может составлять до 10 человек. С учетом того, что рабочая смена операторов обычно оставляет 9 ч (с перерывом для отдыха и питания), в реальности экономия в количестве операторов на линии может составить лишь 3 человека (если ориентироваться на различия в расчетах для пикового по нагрузке часа с учетом коэффициента замещения). Но надо понимать, что такая ситуация будет повторяться каждые сутки, что может привести к существенной экономии за счет сокращения затрат на оплату труда и социальные выплаты, подбор персонала, организацию дополнительных рабочих мест, покупку лицензий и др.

Заключение

В статье представлена нечеткая модель расчета плановой численности персонала контактного центра на каждый час. Приводятся результаты апробации модели на примере контактного центра крупного оператора связи. Теоретическая значимость представленных результатов состоит в расширении инструментария для расчета основных показателей функционирования центра обслуживания вызовов на основе методов нечеткой логики. Практическая значимость результатов состоит в возможности прямого использования предложенной модели при планировании численности персонала контактных центров компаний любых сфер деятельности.

Список источников

1. Завалишин Д.С., Тимофеев Н.А. Оптимизация режима работы контакт-центра // Информационные технологии моделирования и управления. 2015. Т. 92, № 2. С. 138–144.
2. Зарубин А.А. Call и контакт-центры: эволюция технологий и математических моделей // Вестник связи. 2003. № 8. С. 85–89.
3. Листова Н.В. Математическое моделирование и алгоритм формирования разноприоритетных групп операторов в центре обслуживания вызовов // Автоматизация, телемеханизация и связь в нефтяной промышленности. 2008. № 2. С. 30–34.
4. Листова Н.В. Метод многоуровневого моделирования и оптимизации структуры Центров обслуживания вызовов: автореф. дис.... канд. тех. наук: 05.13.01. Ставрополь, 2011. 19 с.
5. Носова М.Г., Дегтярева М.В. Математическая модель для оптимизации обслуживания вызовов в контакт-центре // Colloquium-journal. 2020. № 11-2 (63). С. 23–25.
6. Носова М.Г., Дегтярева М.В. Построение и анализ модели контакт-центра как системы массового обслуживания с многоуровневым IVR и нетерпеливыми запросами // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9-1. С. 101–106.
7. Росляков А.В., Ваняшин С.В., Решодько А.А. Сравнительный анализ математических моделей центров обслуживания вызовов // Электросвязь. 2004. № 9. С. 32–34.
8. Росляков А.В., Самсонов М.Ю., Шibaева И.В. Центры обслуживания вызовов (Call Centre). Москва: Эко-Трендз, 2002. 272 с.
9. Хитрова Т.И. Развитие автоматизированных систем управления на основе интеграции информационных и интеллектуальных компонент // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2013. № 1. URL: <http://brj-bguerp.ru/reader/article.aspx?id=18696>

10. Червяков Н.И., Листова Н.В. Задача оптимального распределения ресурса между составляющими центра обслуживания вызовов // Инфокоммуникационные технологии. 2008. Т. 6, № 4. С. 55–58.
11. Aksin Z., Armony M., Mehrotra V. The modern call center: A multi - disciplinary perspective on operations management research // Production and Operations Management. 2007. Vol. 16, No. 6. P. 665–688.
12. Garnett O., Mandelbaum A., Reiman M. Designing a call center with impatient customers // Manufacturing and Service Operations Management, INFORMS. 2002. Vol. 4, Is. 3. P. 208–227.
13. Gilson K.A., Khandelwal D.K. Getting more from call centers // The McKinsey Quarterly. 2005. No. November 22. P. 1–8.
14. Mamdani E.H. Application of fuzzy algorithm for control of simple dynamic plant // Proc. IEE. 1974. Vol. 121, No.12. P. 1585–1588.
15. Online flow size prediction for improved network routing / P. Poupart, Z. Chen, P. Jaini [et al.] // ICNP 2016: 24th IEEE International Conference on Network Protocols (ICNP 2016). – Singapore, 2016. P. 1–6.
16. Timofeev N.A. Call center work optimization on the basis of Markovian process theory // Herald of the Ural State University of Railway Transport. 2010. No. 2(6). P. 22–28.

References

1. Zavalishin D.S., Timofeev N.A. Optimizing Contact Center Mode. *Modeling and Management Information Technology*. 2015; 92 (2): 138–144.
2. Zarubin A.A. Call and Contact Centers: evolution of technologies and mathematical models. *Communication Bulletin*. 2003; (8): 85–89.
3. Listova N.V. Mathematical modeling and algorithm of formation of different priority groups of operators in the call service center. *Automation, Telemechanization and Communications in the Petroleum Industry*. 2008; (2); 30–34.
4. Listova N.V. Multilevel Modeling and Optimization of Call Center Structure: autoref. ... dis. cand. teh. sciences: 05.13.01. Stavropol; 2011. P. 19.
5. Nosova M.G., Dektyareva M.V. Mathematical model for optimizing call service in a contact center. *Colloquium-journal*. 2020; 11-2 (63): 23–25.
6. Nosova M.G., Dektyareva M.V. Building and Analyzing a Contact Center Model as a Mass Service with Tiered IVR and Impatient Reguests. *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*. 2019; (9-1): 101–106.
7. Roslyakov A.V., Vanyashin S.V., Reshodko A.A. Comparison of Call Center Mathematical Models. *Telecommunication*. 2004; (9): 32–34.
8. Roslyakov A.V., Samsonov M.Yu., Shibaeva I.V. Call Centre. Moscow: Eco-Trends; 2002. 272 p.
9. Khitrova T.I. Development of automated control systems based on integration of information and intelligent components. *Izvestia of the Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)*. 2013; (1). URL: [http:// brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=18696](http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=18696)
10. Chervyakov N.I., Listova N.V. The task of optimally allocating a resource to the components of a call center. *Infocommunication technologies*. 2008; 6 (4): 55–58.
11. Aksin Z., Armony M., Mehrotra V. The modern call center: A multi - disciplinary perspective on operations management research. *Production and Operations Management*. 2007; 16 (6): 665–688.
12. Garnett O., Mandelbaum A., Reiman M. Designing a call center with impatient customers. *Manufacturing and Service Operations Management, INFORMS*. 2002; 4 (3); 208–227.

13. Gilson K.A., Khandelwal D.K. Getting more from call centers. *The McKinsey Quarterly*. 2005; (22): 1–8.
14. Mamdani E.H. Application of fuzzy algorithm for control of simple dynamic plant. *Proc. IEE*. 1974; 121 (12): 1585–1588.
15. Online flow size prediction for improved network routing / P. Poupart, Z. Chen, P. Jaini [et al.]. *ICNP 2016: 24th IEEE International Conference on Network Protocols (ICNP 2016)*. Singapore; 2016. P. 1–6.
16. Timofeev N.A. Call center work optimization on the basis of Markovian process theory. *Herald of the Ural State University of Railway Transport*. 2010; 2 (6): 22–28.

Информация об авторах:

Еськов Владимир Александрович, аспирант кафедры экономики и управления ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: vova95_@mail.ru

Солодухин Константин Сергеевич, д-р экон. наук, профессор кафедры математики и моделирования ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Konstantin.Solodukhin@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3619-1219>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/158-167>

Дата поступления:
25.07.2022

Одобрена после рецензирования:
28.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 687.021

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/168-177>

Разработка инструментария компьютерного зрения для обнаружения дефектов изготовления швейных изделий на аутсорсинговых фабриках

Гусева Марина Анатольевна

Андреева Елена Георгиевна

Рогожина Юлия Владимировна

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
Москва, Россия

***Аннотация.** Всемирная стратегия развития промышленных предприятий предполагает создание новейших цифровых платформ, объединяющих всех участников производственных циклов, в том числе занимающихся реализацией готовой продукции потребителям. В российской швейной отрасли исторически сложились крепкие производственные связи с аутсорсинговыми фирмами Юго-Восточной Азии, приоритетными из которых являются фабрики Китая. Опыт функционирования бизнес-проектов по производству швейной продукции в содружестве с аутсорсинг-подрядчиками показал, что в условиях геополитических ограничений наиболее эффективные результаты получены компаниями, использующими преимущества промышленного интернета. В период пандемии усилились трудности взаимодействия между заказчиками и исполнителями, как на межгосударственном уровне, так и внутри стран-подрядчиков. На швейных предприятиях наиболее не приспособленным к бесперебойному функционированию в условиях ограничений оказался этап технологического контроля. Классический подход к оценке уровня изготовления одежды основан на контактных измерениях полуфабрикатов и готовых изделий. До настоящего времени в отрасли отсутствовал опыт дистанционных инспекций качества изготовления швейной продукции с помощью компьютерного зрения. В статье представлены инновационные разработки авторов из ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» по оптимизации процесса контроля качества изготовления швейной продукции с использованием систем компьютерного зрения на этапе финального контроля. Апробация предложенного способа проводится на аутсорсинговых предприятиях Китая.*

Ключевые слова: сканирование, машинное зрение, качество швейной продукции.

Для цитирования: Гусева М.А., Андреева Е.Г., Рогожина Ю.В. Разработка инструментария компьютерного зрения для обнаружения дефектов изготовления швейных изделий на аутсорсинговых фабриках // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 168–177. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/168-177>.

© Гусева М.А., 2022

© Андреева Е.Г., 2022

© Рогожина Ю.В., 2022

Original article

Development of computer vision tools for detecting defects in garment manufacturing in outsourcing factories

Marina A. Guseva

Elena G. Andreeva

Iuliya V. Rogozhina

The Kosygin State University of Russia
Moscow, Russia

Abstract. *The global strategy for the development of industrial enterprises involves the creation of the latest digital platforms that unite all participants in production cycles, including those involved in the sale of finished products to consumers. The Russian apparel industry has historically developed strong production links with outsourcing firms in Southeast Asia, of which China factories are a priority. The experience of sewing business projects in cooperation with outsourcing contractors has shown that in the context of geopolitical constraints the most effective results are obtained by companies that use the advantages of the industrial Internet. During the pandemic, the difficulties of interaction between customers and contractors increased, both at the interstate level and within the contractor countries. At sewing enterprises, the stage of technological control turned out to be the most unsuitable for uninterrupted functioning under conditions of restrictions. The classic approach to evaluating the level of clothing manufacturing is based on contact measurements of semi-finished products and finished products. Until now, the industry lacked experience in remote inspection of garment manufacturing quality using computer vision. The article presents innovative developments of the authors from The Kosygin Russian State University to optimize the quality control process of garment production using computer vision systems at the stage of final inspection. The proposed method has been tested at outsourcing enterprises in China.*

Keywords: *scanning, machine vision, quality of sewing products.*

For citation: *Guseva M.A., Andreeva E.G., Rogozhina Yu.V. Development of computer vision tools for detecting defects in garment manufacturing in outsourcing factories // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 168–177. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/168-177>.*

Введение

Аутсорсинговое сотрудничество российских дизайн-бюро со швейными предприятиями Юго-Восточной Азии имеет почти пятидесятилетнюю историю. Бурное развитие аутсорсинга началось с середины XX века. Размещение заказов на производственных мощностях взаимовыгодно всем сотрудничающим сторонам [1]. Российская сторона бизнеса заинтересована в поставках на отечественный рынок модной швейной продукции широкого ассортимента, а сторона аутсорсинг-подрядчиков получает гарантированную занятость населения, новые рабочие места, развитие парка оборудования швейных предприятий и смежных отраслей [2].

Особенность аутсорсинга – это дистанционное взаимодействие и документооборот между заказчиками (дизайн-бюро) и подрядчиками (швейными фабриками). Кроме того, частым явлением в аутсорсинговом швейном бизнесе при-

зано территориальное разделение участников производственного цикла не только в межгосударственном масштабе, но и внутри сотрудничающих стран. Поэтому для обеспечения межличностных и межкультурных коммуникаций среди партнеров-аутсорсеров необходимо знание иностранных языков, владение «профессионально-нравственными нормами международного бизнеса на фоне национального менталитета» [3].

Многолетний опыт авторов статьи, сотрудничающих с аутсорсинговыми бизнес-партнерами, показал, что деловая культура способна адаптироваться к быстроменяющимся геополитическим условиям. Изоляция государств в условиях пандемии негативно сказалась на развитии бизнеса в швейной отрасли. Однако предприниматели из Китая не утратили производственных связей как с заказчиками из России, так и с европейскими партнерами. Особенностью развития промышленных предприятий Китая является быстрое внедрение и адаптация новейших технологий. Поэтому полный перевод швейного производства в цифровой формат [4], вероятнее всего, произойдет именно на территории КНР.

Мировой экономический кризис эпохи пандемии негативно повлиял на развитие модного бизнеса. Отличительной особенностью современного периода стала апробация в обществе новой виртуальной реальности – наличия у потребителей цифрового гардероба. Факторами стимуляции к покупке уже являются не биологические причины [5], основанные на таких чувствах, как осязание и обоняние, а нейротехнологии визуального мерчандайзинга [6], использующие программы-визуализаторы образа человека и программы-симуляторы примерок одежды. С ослаблением пандемийных ограничений обществом не отвергнут цифровой формат общения, а наоборот, цифровизации подвергнуты такие этапы производства и жизненного цикла швейной продукции, которые ранее не планировалось формализовать. Например, в таких отраслях промышленности, как автомобиле-, авиа- и приборостроение, микроэлектроника и фармацевтика, автоматизация производства логично завершается цифровым контролем качества готовой продукции [7]. В швейной отрасли до сих пор неавтоматизированным остается этап контроля качества изготовления одежды. Проблема поставок на российский рынок бракованной продукции, изготовленной с нарушениями стандартов предприятий и ГОСТ, актуальна до сих пор. При ненадлежащем контроле в партиях готовой продукции выявляются изделия с такими дефектами, как разнооттеночность материалов, наличие дыр и пропусков стежков, кривые строчки и швы, несимметричность, криволинейность нижних срезов и горловины, несоответствие габаритов изделий нормативным параметрам и др. Установлено, что большинство из перечисленных дефектов не ассоциируется рабочими аутсорсинговых фабрик как брак, что связано с привлечением работников низкой квалификации для экономии на производстве.

Авторами исследованы причины формирования брака на аутсорсинговом швейном производстве и предложены следующие варианты, не допускающие отгрузку бракованной продукции заказчикам:

1) организовать тотальную инспекцию на фабриках подрядчиков, затратную по времени и по материальным средствам;

2) обеспечить автоматизированный контроль качества продукции на всех этапах производства.

Целью исследования является разработка нового способа контроля качества швейной продукции компьютерным зрением, основанного на апробации известных методик распознавания образов по фотоизображениям.

Основная часть

В качестве известных аналогов технических средств идентификации выбрана программа по распознаванию лиц «Python», применяемая службами безопасности. Алгоритм работы программы основан на предложенном Viola-Jones [8] методе идентификации в видеопотоке изображений с помощью расчета суммарной яркости пикселей в произвольных прямоугольных областях (каскады Хаара, вейвлет-преобразования). С помощью технологии каскадов Хаара выполняют поиск искомых плоских объектов, классификацию «свой-чужой», измерение габаритов изделий, выявляют брак. Программы идентификации образов обучаемы [9], т.е. при правильно составленном алгоритме, основанном на извлечении информации из множества баз данных (нейросетей), виртуальный инструмент способен выполнять действия, сопоставимые с простейшей мыслительной деятельностью человека.

Для контроля качества швейных изделий плоских форм авторами разработан программно-аппаратный комплекс (ПАК) GarmentScanner [10], включающий испытательный стенд с комплектом сканирующего оборудования, компьютер с программным обеспечением. Функционирование GarmentScanner обеспечивают базы данных дефектов [11], систематизированных по причинам их проявления и определению условий их возникновения. Цифровая камера, входящая в комплект ПАК, производит однократное фотографирование размещенных на столешнице испытательного стенда швейных изделий. Далее скан-образ каждого образца классифицируется на идентичность эталонному образцу. Для этого по всей площади изображения программа перемещает scan window, маркирует контур объекта буквенно-цифровым кодом (рис. 1), а для идентификации false/true в каждом его фрагменте выполняет расчет признаков Хаара. Для параметризации изделий бесконтактным измерительным инструментом разработана методика виртуального обмера, где в том числе систематизированы разнообразные дефекты, возникающие из-за нарушений режимов технологии изготовления [12].

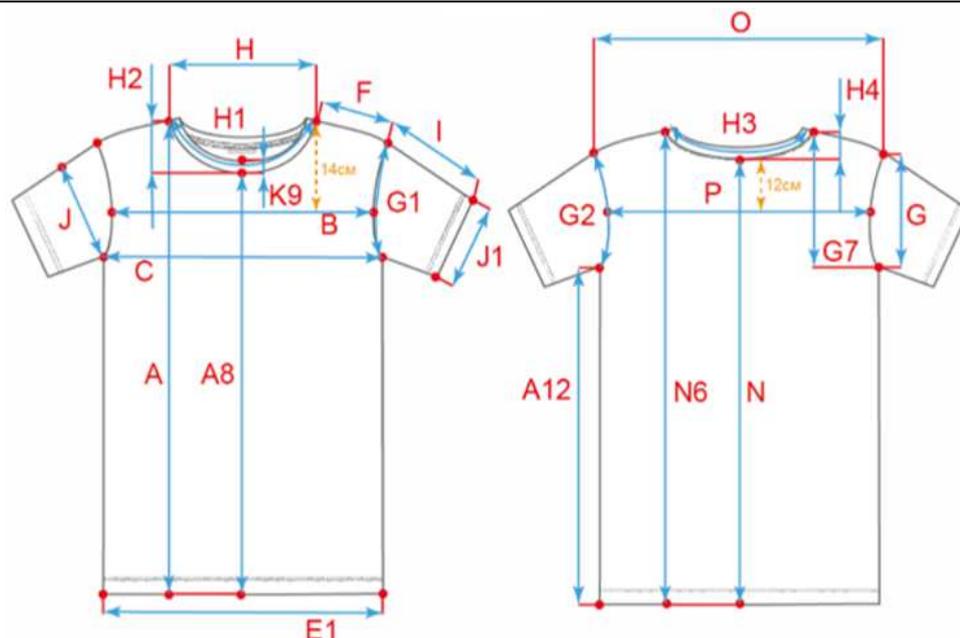


Рис. 1. Схема параметризации футболки для контроля габаритов с помощью ПАК GarmentScanner

В алгоритм работы GarmentScanner включены следующие действия:

- 1) распознавание внешнего контура;
- 2) расчёт координат базовых и ключевых точек на контуре;
- 3) расчёт величин векторов (в соответствии с таблицей мер модели, представленной в нормативной документации на изготовление изделий).

Тестирование работы ПАК GarmentScanner проводится на аутсорсинговом швейном предприятии «Far East» (Китай). Апробацией установлено, что важным условием бесперебойной работы ПАК является правильный выбор цвета столешницы. Выбор цветового решения фона изображения должен быть согласован с индексированной палитрой, близкой по своим характеристикам со стандартной цветовой палитрой системы RGB, при этом фон должен иметь спектральные отличия для четкого восприятия программой контура объекта. Тестирование различных вариантов окрашивания фона показало, что наибольшая вероятность возникновения «шумов» возникает в монохромной интерпретации при использовании коричневого, серого, синего и других цветов. Подобные помехи в аналитике визуальной информации (рис. 2) возникают из-за идентичности цветового решения фона и изделия (либо отделочных деталей в изделии) [13].

Критерием успешной работы бесконтактных измерительных инструментов, использующих компьютерное зрение, является удобный интерфейс программы. Интерфейс GarmentScanner адаптирован под особенности работы технолога-инспектора отдела ОТК. Из-за ограниченного размера поля экрана не представлялось возможным установить названия всех опций на экране. В процессе тестирования ПАК принято решение преобразовать часть названий кнопок в виде графических указателей (рис. 4).

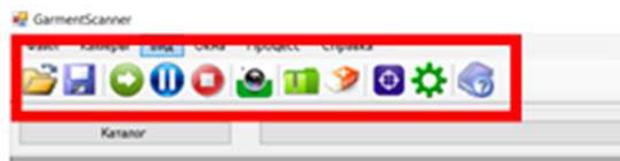


Рис. 4. Графические указатели интерфейса

Интерфейс основного окна содержит кнопки выбора режима отображения: «Каталог», «Таблица измерений», «Проверка» и «Результаты проверки». Кнопкой «Каталог» пользователь открывает дочернее окно в основном интерфейсе программы, содержащее список изделий из хранилища данных системы. База «Таблица измерений» содержит схемы и таблицы величин измерений, в соответствии с которыми проверяются изделия. Эмпирическая информация о числовых параметрах заносится специалистами-технологами предприятий в таблицы баз данных программы вручную для каждого размера-роста изделий производственных партий.

При рассмотрении возможных вариантов хранения информации был предложен вариант хранения в файлах формата MS Excel с импортом данных в программу при её запуске. Данные в файл вносятся пользователем вручную. В каждом файле на разных листах содержится информация о списке изделий, включая данные о листе книги MS Excel, на котором размещен листинг о параметрах изделий и координатах исходных точек для снятия параметров.

Заключение

Преимуществом использования GarmentScanner на этапе финальной инспекции является обезличенный контроль, что востребовано в условиях аутсорсингового сотрудничества. С применением компьютерного зрения значительно ускоряется процесс параметризации швейных изделий [14].

Функционал GarmentScanner обеспечивает управление каталогом качества швейной продукции, сбор и хранение статистики брака на аутсорсинговом предприятии. Автоматизация процесса выявления в производственном потоке бракованных изделий позволяет в бесконтактном режиме в условиях удаленного взаимодействия заказчиков из дизайн-бюро, технологов-инспекторов и исполнителей-аутсорсеров в максимально сжатые сроки обнаружить бракованную продукцию, выявить дефекты системной критичности, доказательно обосновать необходимость возврата партии одежды на переделку.

Вектором дальнейшего развития функционала ПАК GarmentScanner является формирование нейросети, предназначенной для обучения программного обеспечения распознавать и идентифицировать дефекты, обнаруженные в швейных изделиях сложных форм. Открытость архитектуры GarmentScanner позволяет наполнять базу системы новой информацией.

С внедрением в производственный цикл изготовления одежды технологии контроля ее качества компьютерным зрением на отечественный рынок начнет поступать швейная продукция высокого качества, что позволит говорить о полном переводе швейных предприятий в режим цифровых фабрик.

Список источников

1. McKinsey. Is apparel manufacturing coming Home? Apparel, Fashion@Luxury Group. 2018. 32 p.
2. Цифровизация дефектов одежды для оптимизации аутсорсингового изготовления «Fast Fashion» коллекций / М.А. Гусева, В.В. Гетманцева, Е.Г. Андреева [и др.] // Дизайн и технологии. 2020. № 75 (117). С. 36–44.
3. Очиров О.Р. Деловая культура Китая // Ученые записки Забайкальского ГГПУ им. Н.Г. Чернышевского. 2009. С. 101–104.
4. Отдельные аспекты PLM-систем для создания цифровых фабрик в швейной промышленности / Н.Л. Корнилова, С.В. Салкуцан, М.В. Болсуновская [и др.] // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2018. № 4 (376). С. 103–106.
5. Camerer C., Loewenstein G., Preles D. Neuroeconomics: How Neuroscience Can inform Economics // J. Economic Literature. 2005. № 43. P. 9–64.
6. Панасенко С.В., Рамазанов И.А. Нейротехнологии визуального мерчандайзинга в розничной торговле // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19, № 3. С. 657–670.
7. Steger C., Ulrich M., Wiedemann C. Machine vision algorithms and applications. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH, 2018. 516 p.
8. Viola P., Jones M. Rapid object detection using a boosted cascade of simple features // Proceedings of Proceedings of IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition. 2001. Vol. 1. P. 511–518.
9. Nazil P., Darshan K., Ishan B. An overview on template matching methodologies and its applications // International Journal of Research in Computer and Communication Technology. 2013. Vol. 2, № 10. P. 988–995.
10. GarmentScanner / Ю.В. Рогожина, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева [и др.] // Св-во о регистрации программы для ЭВМ; № 2021617946 RUS.; зарег. 20.05.2021.
11. Базовые цифровые шкалы технологических дефектов швейных изделий, определяемых техническими средствами идентификации / Ю.В. Рогожина, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева [и др.] // Св-во о регистрации БД; № 2020621712 RUS.; зарег. 18.09.2020.
12. Цифровые шкалы измерений швейных изделий для автоматизированного контроля качества / М.А. Гусева, Ю.В. Рогожина, Е.Г. Андреева [и др.] // Св-во о регистрации базы данных; № 2020622292 RUS.; зарег. 16.11.2020, Бюл. № 11.
13. Rogozhina Iu., Guseva M., Andreeva E. Garment Production Quality Evaluation Using Machine Vision // Proceeding of the International Science and Technology Conference "FarEastCon 2021". Серия: "Smart Innovation, Systems and Technologies". Springer, Singapore. 2022. Vol. 275. P. 309–318. https://doi.org/10.1007/978-981-16-8829-4_27

14. Искусственный интеллект в оценке качества готовой швейной продукции / В.С. Белгородский, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева [и др.]. // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022. № 2 (398). С. 168–177.

References

1. McKinsey. Is apparel manufacturing coming Home? Apparel, Fashion@Luxury Group; 2018. 32 p.
2. Digitalization of clothing defects for optimization of outsourcing manufacturing of "Fast Fashion" collections / М.А. Гусева, В.В. Getmantseva, Е.Г. Андреева [et. al.]. *Design and technology*. 2020; 75 (117): 36–44.
3. Ochirov O.R. China's business culture. *Scientific notes of the Trans-Baikal University named after N.G. Chernyshevsky*. 2009; 101–104.
4. Some aspects of PLM-systems for creating digital factories in the garment industry / N.L. Kornilova, S.V. Salkutsan, M.V. Bolsunovskaya [et. al.]. *Proceedings of higher education institutions. Textile industry technology*. 2018; 4 (376): 103–106.
5. Camerer C., Loewenstein G., Preles D. Neuroeconomics: How Neuroscience Can inform Economics. *J. Economic Literature*. 2005; (43): 9–64.
6. Panasenko S.V., Ramazanov I.A. Neurotechnologies of visual merchandising in retail. *Russian entrepreneurship*. 2018; 19 (3): 657–670.
7. Steger C., Ulrich M., Wiedemann C. Machine vision algorithms and applications. Weinheim: Wiley-VCH Verlag GmbH; 2018. 516 p.
8. Viola P., Jones M. Rapid object detection using a boosted cascade of simple features. *Proceedings of Proceedings of IEEE Computer Society Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*. 2001; (1): 511–518.
9. Nazil P., Darshan K., Ishan B. An overview on template matching methodologies and its applications. *International Journal of Research in Computer and Communication Technology*. 2013; 2 (10): 988–995.
10. GarmentScanner / Yu.V. Rogozhina, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева [et. al.]. *Certificate of registration of computer programs; № 2021617946 RUS; 20.05.2021*.
11. Basic digital scales of technological defects of garments determined by technical means of identification / Yu.V. Rogozhina, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева [et. al.]. *Certificate of registration of the database; № 2020621712 RUS; 18.09.2020*.
12. Digital measurement scales for garments for automated quality control / М.А. Гусева, Yu.V. Rogozhina, Е.Г. Андреева [et. al.]. *Certificate of registration of the database; № 2020622292 RUS; 16.11.2020, Bull. № 11*.
13. Rogozhina Yu., Guseva M., Andreeva E. Garment Production Quality Evaluation Using Machine Vision. *Proceeding of the International Science and Technology Conference "FarEastCon 2021". Series: "Smart Innovation, Systems and Technologies"*. Springer, Singapore. 2022; (275): 309–318. https://doi.org/10.1007/978-981-16-8829-4_27
14. Artificial intelligence in quality assessment of finished sewing products / V.S. Belgorodsky, М.А. Гусева, Е.Г. Андреева [et. al.]. *Proceedings of higher education institutions. Textile industry technology*. 2022; 2 (398): 168–177.

Информация об авторах:

Гусева Марина Анатольевна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий, г. Москва. E-mail: guseva_marina67@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3491-6132>

Андреева Елена Георгиевна, д-р техн. наук, профессор, профессор кафедры художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий, г. Москва. E-mail: elenwise@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1464-0450>, ResearcherID: Q-1132-2015

Рогожина Юлия Владимировна, аспирант кафедры художественного моделирования, конструирования и технологии швейных изделий Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина, г. Москва. E-mail: arsenevae@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-2/168-177>

Дата поступления:
15.04.2022

Одобрена после рецензирования:
04.05.2022

Принята к публикации:
11.05.2022

.....

Современное образование

.....

Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 178–188

The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 178–188

Научная статья

УДК 159.9

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/178-188>

Развитие психологического образования во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса. ВГУЭС и психология – 25 лет вместе

Чернявская Валентина Станиславовна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Владивосток. Россия

***Аннотация.** Автором статьи предпринята попытка описать историю развития психологического образования во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса. Рассмотрены исторические аспекты развития психологии во Владивостоке, в Приморском крае. Раскрываются варианты актуализации научных специальностей на кафедре: диссертационные исследования, выпускные квалификационные работы по психологии. Дан количественный анализ выпускников-психологов по годам и направлениям исследований, представлены мнения преподавателей о работе кафедры.*

***Ключевые слова:** история психологии, университет, психологическое образование, Владивосток, научные специальности, психологи, выпускники.*

***Для цитирования:** Чернявская В.С. Развитие психологического образования во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса. ВГУЭС и психология – 25 лет вместе // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 178–188. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/178-188>.*

.....

Modern education

.....

Original article

Development of psychological education at Vladivostok State University of Economics and Service. VVSU and psychology – 25 years together

Valentina S. Chernyavskaya

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok. Russia

***Abstract.** The author of the article attempts to describe the history of the development of psychological education at the Vladivostok State University of Economics and Service. The historical aspects of the development of psychology in Vladivostok, in the Primorsky Territory are considered. The variants of actualization of scientific specialties at the department are*

© Чернявская В.С., 2022

revealed: dissertation research, final qualifying works in psychology. A quantitative analysis of psychology graduates by years and research directions is given, aspects of the experience of teachers' work at the department are highlighted. Keywords: history of psychology, university, psychological education in Primorsky Krai, scientific specialties, psychologists graduates.

Keywords: *history of psychology, university, psychological education, Vladivostok, scientific specialties, psychologists, graduates.*

For citation: *Chernyavskaya V.S. Development of psychological education at Vladivostok State University of Economics and Service. VVSU and psychology – 25 years together // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 178–188. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/178-188>.*

Введение

Ситуация в современной психологии требует решения множества задач, которые формулируются для решения новых проблем: вихревого роста изменений, цифровизации, которая меняет не только социум, научные методы, но и определенные аспекты личности. Требуют решения и фундаментальные проблемы психологии как науки, консультативной практики и образовательной области: а) академик Д.В. Ушаков указывает на сложность организации структуры психологических теорий и научно-психологического сообщества, на эмпирическую многоаспектность психологии, что формирует психологию «фасеточного типа» [1]; б) Ф.Е. Василюк сформулировал проблему психологии как схизис между научной и практической психологией [2]; в) А.В. Юревич доказал необходимость разработки макропсихологических вариантов исследования состояния общества [3]. Тем не менее важнейшей остается проблема реального современного человека, а значит, и проблема подготовки профессионала-психолога, способного ему помочь.

Владивостокскому государственному университету экономики и сервиса исполняется 55 лет. Факторы и компоненты его развития необходимо изучать с разных научных и социальных позиций, в том числе с точки зрения социальной психологии; в частности, взаимосвязи этапов развития университета с развитием общества, образовательных систем, динамики развития ценностей и характеристик человека.

Статус университета подразумевает не просто учреждение высшего образования, но и широту спектра фундаментальных и прикладных специальностей в нем, а значит, воспроизводство групп образованных людей.

Однако современные образовательные практики не обеспечивают «личного присутствия» и ответственности студента, в то время как жизнь человека их настоятельно требует [4]. Г.Н. Прозументова характеризует это явление как коллизию современного образования в антропологическом контексте [4].

Вклад в методологию развития и ее реализацию в образовании дает наиболее существенные результаты для развития духовного потенциала общества. Возможности такого развития, с точки зрения автора статьи, открываются, если учитывать, что образовательное пространство вуза – это организация определенного жизненного мира, который создается на основе согласованных принципов. Реализация в системе образования стратегии, основанной на принципах, отражающих экзистенциально-гуманистическую методологию, способствует

«воплощению человека» с его способностями и возможностями в таком пространстве.

В 1997 г. психологическое образование стало частью ВГУЭС. Еще 30 лет назад общество в нашей стране не различало психологию и психиатрию. Сегодня такое смешение встречается существенно реже. Психология как наука и образование прошла определенный этап и стала более востребованной современным человеком.

Цель исследования – проанализировать историю психологии в университете, описать путь развития психологического образования во ВГУЭС. Формальный анализ для реализации данной цели затруднен. Ее достижение разворачивается в рамках отражения ряда задач, таких как: описание социально-исторического контекста развития психологии в Приморском крае; организация научной и практической работы с молодыми психологами на кафедре психологии; выяснение характеристик студенческих исследований; описание мнений преподавателей о кафедре психологии.

Основная часть

Экскурс в историю психологического образования в Приморском крае

Варианты «размещения» психологических служб и практик в течение тридцати лет еще нуждаются в изучении, но, на взгляд автора, в Приморском крае в 90-е гг. психологи работали в системе образования гораздо чаще, чем сегодня. В силовых же структурах психологов было крайне мало. Сейчас эта ситуация стала принципиально другой, хотя подготовка психологов идет в одних и тех же вузах.

Активный старт психологического образования в Приморском крае связан с именем Эдуарда Ивановича Киршбаума, который в 1990 г. открыл факультет психологии в Морской государственной академии им. адм. Г.И. Невельского (ДВГМА им. Г.И. Невельского, в настоящее время МГУ им. Г.И. Невельского).

Факультет был особой, уникальной образовательной системой: деиерархизированной и пропитанной идеями гуманизма и ключевой регулятивной роли самосознания человека. Это подтверждают все выпускники того периода. Достаточно сказать, что все преподаватели и студенты общались друг с другом на «ты». Такая образовательная среда существовала благодаря безусловному личному и научному авторитету ее основателей. С их отъездом в Германию эта уникальная среда постепенно унифицировалась. Вместе с тем каждая образовательная среда в чем-то уникальна. Ученики Эдуарда Ивановича и Алины Ильиничны Киршбаум (Еремеевой) привнесли дух этой среды в свою деятельность, включились в новую образовательную среду (систему), часть из них стала преподавателями. В 1997 г. и во ВГУЭС открылась кафедра психологии, где преподавали, прежде всего, ученики Алины Ильиничны и Эдуарда Ивановича Киршбаум.

В 2010 г. Э.И. Киршбаум посетил ВГУЭС в рамках межрегиональной конференции «Инновационный потенциал психологии в развитии человека XXI века» (грант РГНФ, проект № 09 – 06 – 14213г, научный руководитель – В.С. Чернявская).

В 2015 г. в ДВФУ состоялась онлайн-встреча основателей психологического образования в Приморском крае со студентами и преподавателями кафедр психологии приморских вузов. Встреча была посвящена 25-летию психологического образования в Приморском крае, в ней приняли участие первые психологи-исследователи и практики – Эдуард Иванович и Алина Ильинична Киришбаум (Еремеева), Александр Давидович Резник. Уехав из страны, они сохраняют связи со своими учениками, интерес к Владивостоку и психологическому образованию в нашем городе.

Э.И. Киришбаум, описывая ключевые ценности психологического факультета, отметил: «Последовательное внедрение философских текстов в обучение психологов было призвано сместить взгляд психолога на человека, построить ему «третий глаз», позволяющий видеть человека в ином измерении, отрефлексировать необходимость установки, что человек не просто биологическое, социальное, психологическое (носитель, пусть даже высших, психических функций, отличающих его от других психических существ), что он – существо метафизическое, способное к трансцендированию, что он – существо не только эксцентричное, отличающееся от других живых существ, но и существо экзистенциальное» [5, с. 11]. Такой подход в образовании психологов важен и нужен, но сейчас, когда содержание образования во многом диктует стандарт, это становится все менее реалистичным.

А.И. Киришбаум открыла интересный взгляд на степень «психологизации» городов России как дробь, в числителе которой – количество психологов-выпускников государственных вузов, в знаменателе – количество жителей города. Исходя из этого Алина Ильинична сделала вывод о том, что в 90-е гг., да и сейчас, Владивосток является самым «психологизированным» городом в России. Если принять за среднюю величину 30 выпускников в каждом из четырех вузов Владивостока, выпускающих психологов сегодня, то за 30 лет их количество достигает 3600 человек. Число выпускников-психологов при делении на число жителей города составило 0,006. Существенное число наших выпускников транслируют психологические ценности в свой микросоциум, в консультативную практику. Около трети выпускников имеют достаточно широкий круг влияния на социум в рамках консультативной практики, активности в качестве блогеров.

Развитие психологии во ВГУЭС: наука и работа с молодыми психологами

Кафедра психологии во ВГУЭС была открыта доктором медицинских наук Ю.Н. Казаковым. Большую помощь оказывал факультет психологии МГУ им. М.В. Ломоносова, в частности доктор психологических наук, профессор А.Н. Гусев, который приезжал во Владивосток для помощи молодой кафедре, устанавливал программы по психодиагностике. На этапе становления кафедра ориентировалась на подготовку психологов-консультантов в рамках специалитета. Первым заведующим кафедры был А.Л. Коробкин, который в 2002 г. защитил кандидатскую диссертацию «Символическое моделирование позитивного образа будущего и его зависимость от индивидуально-типологических особенностей личности» по специальности 19.00.01 в г. Хабаровске.

Известный психолог Вера Гавриловна Сахарова, которая входила в число основателей психологической школы Приморского края, защитила диссертацию кандидата наук «Ответственность как личностный фактор и возможности ее диагностики», работая на кафедре психологии ВГУЭС. В 2004 г. в Красноярске защитили диссертации старшие преподаватели кафедры Е.Б. Агафонова (по теме «Особенности образа будущего у подростков из неполных семей различного типа» по специальности 19.00.13) и А.С. Бондаренко (по теме «Личностные доминанты у лиц с суицидальными тенденциями» по специальности 19.00.01). В Красноярске в 2006 г. Е.В. Фадеев защитил диссертацию кандидата психологических наук по специальности 19.00.13 и диссертацию по теме «Развитие компетентности в обратной связи в процессе коммуникации муниципальных служащих». На кафедре выполнила свою диссертацию по теме «Социально-психологические детерминанты потребительских предпочтений женщин» Р.М. Гимаева и в 2012 г. защитила ее по специальности 19.00.05 в РГСУ (г. Москва). В 2021 г. В.С. Шibaев защитил диссертацию по теме «Культурная специфика когнитивных процессов в дифференциальном функционировании заданий теста спм+ на материале исследования русского и якутского этносов» по специальности 19.00.01 (г. Москва, Институт психологии РАН). На рисунке 1 представлены количественные данные защит на кафедре по научным специальностям психологии.



Рис. 1. Защиты диссертаций на кафедре по научным специальностям:
19.00.01 – «Общая психология, психология личности, история психологии»;
19.00.13 – «Психология развития, акмеология»;
19.00.05 – «Социальная психология»

Несмотря на ограниченность научных специальностей (см. рис. 1), спектр научных интересов преподавателей кафедры психологии всегда оставался достаточно широк; они транслируют полученные в исследованиях новые знания студентам и магистрантам, интегрируя их в образовательный процесс.

Кафедра реализовывала научные проекты, выигрывала гранты. С 2011 г. реализованы 8 проектов в рамках фондов РГНФ, РФФИ, Министерства образования и науки, «Росмолодежь». Сегодня здесь действует научная школа «Психология и педагогика способностей» (научный руководитель – автор статьи), которую поддерживает руководство университета.

Кафедра психологии отличается от аналогичных кафедр других вузов тем, что в течение семи лет ее сотрудниками организовывались и проводились региональные и всероссийские олимпиады для развития профессиональных и над-профессиональных ресурсов студентов-психологов. Они включали интенсивные практики, конкурсные задания, разработку и презентацию программ, проектов, новые тренинги, исследования, публикации. В них участвовали команды из вузов Владивостока, Хабаровска, Читы, Новосибирска, Комсомольска-на-Амуре, Смоленска, Москвы, Новокузнецка, Благовещенска и других городов. Каждая олимпиада позволила актуализировать особые способности и умения студентов как будущих профессионалов-психологов, о чем свидетельствует тематика:

1. Дальневосточная региональная студенческая олимпиада по психологическому образованию «Метакомпетенции в профессиональной деятельности психолога» (15–17 апреля 2015 г.).

2. Дальневосточная региональная студенческая олимпиада по психологическому образованию «Стратегический ресурс психологии в творчестве и проектировании социума» (18–21 апреля 2016 г.).

3. Всероссийская олимпиада студентов-психологов «Психологические ресурсы самораскрытия способностей личности» (14–16 апреля 2017 г.).

4. Всероссийская олимпиада студентов-психологов «Психология способностей: от самораскрытия к профессиональной реализации» (12–14 апреля 2018 г.).

5. Олимпиада «Измерения в психологии» в рамках одноименного Фестиваля студентов-психологов (18–21 сентября 2019 г.).

Студенты и их результаты – выпускные квалификационные работы

Главным результатом («продуктом») работы кафедры являются образованные психологи-выпускники. В течение 25 лет 702 выпускника ВГУЭС получили профессию психолога. Заметные колебания численности студентов (рис. 2) могут объясняться открытием новых программ: с 2003 г. очно-заочной формы обучения на базе высшего образования, с 2018 г. магистерских программ очного и заочного обучения. В среднем за год получили образование во ВГУЭС 33 выпускника-психолога.

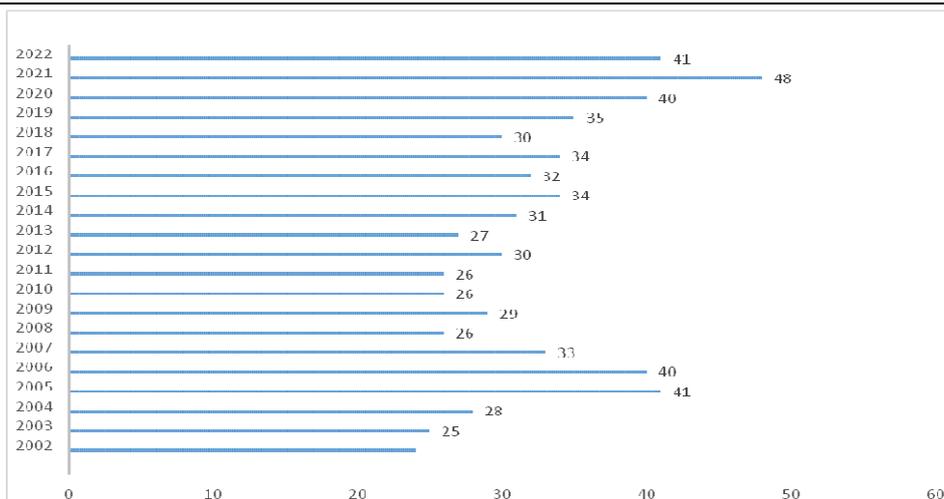


Рис. 2. Количество выпускников-психологов с 2002 по 2022 г.: специалисты, бакалавры, магистранты

С 2018 г. открылась магистратура по психологии по специальности «Психологическое консультирование», а с 2021 г. – «Юридическая психология». Наибольшее количество психологов (см. рис. 2) кафедра выпустила в 2021 г. Стали квалифицированными психологами группы бакалавров дневной и заочной формы обучения, магистров дневной и заочной форм обучения.

Качество исследований наших выпускников неуклонно растет. Это связано, на взгляд автора, прежде всего, с изменением квалификации научных руководителей: с 2017 г. ВКР руководят только преподаватели, имеющие научную степень, в то время как в предыдущие периоды студенты заочной формы обучения выполняли исследования под руководством старших преподавателей без достаточной научной квалификации.

Охарактеризовать психологические исследования непросто – остаются проблемными области методологии, в частности конкретизация объекта и предмета исследования в психологии зачастую становится предметом договоренности. Кафедра психологии ВГУЭС – не исключение: по аналогии с другими представителями научного сообщества она ориентируется на конвенциональные нормы относительно объекта исследования.

Психика как объект изучения является нематериальным объектом. Целостную, живую психику зарегистрировать невозможно; реалистичными остаются лишь «следы» ее активности. Познание психических явлений непосредственно возможно лишь в самонаблюдении. Выбор естественно-научной методологии в психологическом исследовании с необходимостью апеллирует к регистрации объективных признаков, критериев и показателей, что требует использования специальных приборов и устройств, которые способствуют росту качества исследовательских работ.

С развитием инструментальной, аппаратной базы кафедры получила бы новый импульс для объективизации и роста объективной, естественно-научной составляющей психологического образования и качества научных результатов. Так, например, автор статьи и Л.Л. Панченко объяснили необходимость приобретения для кафедры айтрекеров [6].

Рассмотрим результаты исследовательской деятельности студентов. Особенно заметна динамика публикационной активности студентов: еще 10 лет назад публиковались не более 5% студенческих работ, в настоящее время публикуются работы 18% студентов бакалавриата и 80% магистрантов, которые к защите своей выпускной квалификационной работы имеют порой несколько научных публикаций. Во многом это связано с организацией в университете научных конференций и форумов. Устойчивая тенденция в работе над исследованием у студентов кафедры состоит в практикоориентированности их исследований. Это, безусловно, связано не только с установками кафедры, но и со стратегиями университета. Система психологической службы МВД предоставляет места для практики с начала развития кафедры – с 2002 г. В настоящее время среди психологов системы МВД работает большое число выпускников ВГУЭС. Некоторые из них имеют звания полковника и майора, ученую степень кандидата наук.

Распределение ВКР по отраслям психологии носит ориентировочный характер, поскольку объект и предмет исследования в работах не всегда ясно выделены по причинам, указанным выше. Тем не менее анализ выпускных работ студентов позволил определить направления исследований, которые ранее были связаны с местами возможной преддипломной практики. В настоящее время количество мест практики увеличилось по ряду причин: психологические исследования чаще стали запрашиваться работодателями; студенты стали более заинтересованы в выборе тем исследований и приступают к их разработке часто со второго курса в рамках курсовой работы.

Распределение выпускных квалификационных работ по направлениям представлено на рис. 3.

Наибольшее количество ВКР на кафедре выполняется по социальной психологии. К этому направлению относятся исследования, в которых описана разработка социально-психологических программ, изучены их результаты, а также социальные закономерности развития групп, социальные девиации. Несколько меньше представлено работ по психологии труда.

Если сравнить рис. 1 и 3, то можно заметить некоторое несоответствие количества диссертаций, выполненных на кафедре, и студенческих ВКР по соответствующим научным направлениям. Причины этого кроются в широте интересов педагогов и студентов, а также в том, что преподаватели, защитившие диссертации, не всегда остаются на кафедре (по разным причинам они уходят). Новые преподаватели раскрывают студентам другие области исследований. К ним относятся: психология труда, социальная психология. К тому же сейчас многие студенты в исследовании реализуют интересы, связанные с личным опытом.

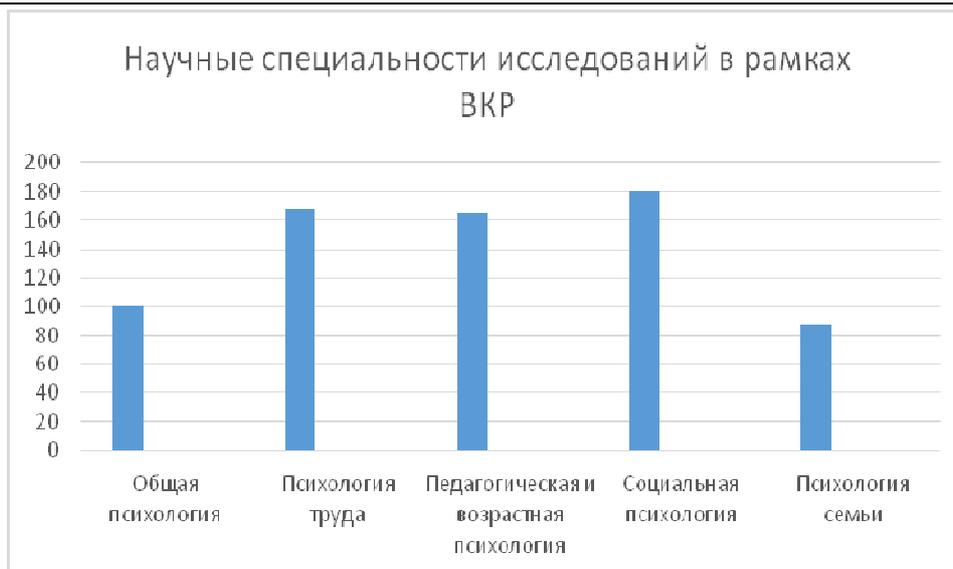


Рис. 3. Количество ВКР, выполненных на кафедре психологии

Примечание: 1) «Общая психология, психология личности» соответствует научной специальности 19.00.01 (в настоящее время 5.3.1); 2) «Психология труда» – 19.00.03 (с 2022 г. 5.3.3); 3) «Педагогическая психология и психология развития, возрастная психология» – 19.00.07, 19.0013 (в настоящее время 5.3.4, 5.3.7 соответственно); 4) «Социальная психология» – 19.00.05 (в настоящее время 5.3.5). В это направление также были включены «Психология отклоняющегося поведения», «Психология спорта»; 5) «Психология семьи. Гендерные особенности личности» – 19.00.01 (см. п. 1).

Мнения преподавателей о кафедре

Для анализа развития кафедры важным этапом были интервью с некоторыми преподавателями, имеющими научные степени, которые работали или недавно работают на кафедре.

Основные компоненты интервью состояли в выделении важного события, связанного с кафедрой, переживаний, динамики личностной и профессиональной зрелости студентов.

Рита Маснавиевна Гимаева (работала на кафедре с 2000 по 2016 г.): «Сравнение с предыдущим местом работы было, скорее, в пользу кафедры психологии ВГУЭС. Много в восприятии кафедры и личных переживаний зависело от ее руководителей – вклад лучших из них представлял заботу о деле, способность его двигать, умение вести переговоры, культуру, интеллигентность. Защита диссертации стала основным событием, хотя и крайне непростым. Она потребовала большого напряжения, сохранения мотивации. Успех, радость от результата почувствовались существенно позже самой защиты. Наиболее сильные впечатления произвела работа со студентами, с которыми довелось вести занятия начиная с третьего курса. Они были в основном зрелыми, с ними всегда было интересно работать, обсуждать подходы к исследованию и психологической практике».

Вера Гавриловна Сахарова (работала на кафедре с 2000 по 2002 г.) отметила, что для ее профессиональной жизни работа на кафедре была значимой, несмотря на то, что она работала и в ДВГМА, и в университете Санкт-Петербурга. В качестве важных событий она выделила предложение защитить диссертацию, активное поощрение научной работы в университете. Особую роль в этом Вера Гавриловна отдала У.Г. Хабибуллину – руководителю одного из научных отделов университета, который внес большой вклад в подготовку научных кадров. Студентов она всегда считала интересными и разумными.

Владислав Иванович Екинцев (работает на кафедре с 2019 г.) рассказал, что наиболее сильное впечатление на него произвела международная конференция «Самораскрытие способностей как внутренний диалог: когнитивные, метакогнитивные и экзистенциальные ресурсы человека», которая состоялась в 2020 г. Образовательный процесс, его содержание, считает он, отражают контекст кафедры. Необычное сочетание философии и психологии представляется В.И. Екинцеву интересным.

Ирина Юрьевна Махова (работает на кафедре с 2021 г.) отмечает в качестве наиболее значимого события на кафедре участие в фестивале «Измерения в психологии» и олимпиаде студентов-психологов, где участники имели возможность проявлять свои способности и профессиональные умения. Количество искренне заинтересованных в знаниях студентов на кафедре, считает Ирина Юрьевна, больше, чем в группах других вузов, где она преподавала.

Заключение

Кафедра – основное звено высшего образования. Никакие стратегии, транслируемые другими структурами, не могут быть реализованы, если кафедра их не принимает. Это относится и к кафедре психологии ВГУЭС. В настоящее время название кафедры лишь косвенно отражает ее суть. Вероятно, в ближайшее время оно будет восстановлено, поскольку в основе кафедры лежит 25-летняя деятельность по образованию в области психологии, которую изучают студенты, любят, исследуют и практикуют педагоги кафедры. В этом состоит ценностно-ориентационное единство преподавателей, что характеризует кафедру как коллектив единомышленников, у которого большие перспективы. Примечательно, что в 2021 г. председатель правления Приморской профессиональной ассоциации психологов автор статьи получила поздравление с Днем психолога от политика В.В. Жириновского. Вероятно, это явилось свидетельством консолидированности сообщества психологов Приморского края.

Список источников

1. Ушаков Д.В. На пути к целостному видению человека. Психология // Журнал Высшей школы экономики. 2020. Т. 17, № 4. С. 617–629.
2. Василюк Ф.Е. Методологический смысл психологического схизиса // Вопросы психологии. 1996. № 6. С. 25–40.
3. Проблема психологического состояния общества и политических процессов в современной России / Т.А. Нестик, А.В. Селезнева, Е.Б. Шестопал, А.В. Юревич // Вопросы психологии. 2021. Т. 67, № 5. С. 3–14.

4. Прокументова Г.Н. Образовательные инновации: феномен «личного присутствия» и потенциал управления (опыт гуманитарного исследования). Томск: Изд-во Томского ун-та, 2016. 412 с.
5. Киршбаум Э.И. О философской и филологической компонентах психологического образования / Владивостокский государственный университет экономики и сервиса // Инновационный потенциал психологии в развитии человека XXI века: сб. материалов межрегиональной научно-практической конференции с международным участием (25–27 июня 2009 г.). Изд. 2-е, испр., доп. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2010. С. 11–17.
6. Чернявская В.С., Панченко Л.Л. Психодиагностические возможности айтрекинга и перспективы использования метода окулографии в обучении психологов // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2019. Т. 8, № 2 (27). С. 400–402.

References

1. Ushakov D.V. On the way to a holistic vision of man. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2020; 4 (17): 617–629.
2. Vasilyuk F.E. Methodological meaning of psychological schism. *Questions of psychology*. 1996; (6): 25–40.
3. The problem of the psychological state of society and political processes in modern Russia / T.A. Nestik, A.V. Selezneva, E.B. Shestopal, A.V. Yurevich. *Questions of psychology*. 2020; 67 (5): 3–14.
4. Prokumentova G.N. Educational innovations: the phenomenon of "personal presence" and the potential of management (experience of humanitarian research). Tomsk: Publishing House Vol. Un-ta; 2016. 412 p.
5. Kirshbaum E.I. On the philosophical and philological components of psychological education / Vladivostok State University of Economics and Service. *Innovative potential of psychology in human development of the XXI century: collection of materials of the interregional scientific and practical conference with international participation / (June 25–27, 2009)*. Vladivostok: Ed.in VSSU; 2010. 11–17 p.
6. Chernyavskaya V.S., Panchenko L.L. Psychodiagnostic possibilities of eyetracking and prospects for using the method of oculography in the training of psychologists. *Azimut of scientific research: pedagogy and psychology*. 2019; 8 (2): 400–402.

Информация об авторе:

Чернявская Валентина Станиславовна, д-р пед. наук, профессор кафедры философии и юридической психологии ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: valstan13@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6634-6305>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/178-188>

Дата поступления:
18.08.2022

Одобрена после рецензирования:
24.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 314.7

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/189-198>

Миграционные настроения современной молодёжи Приморского края

Абросимова Евгения Евгеньевна

Ягафарова Элина Ураловна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Владивосток. Россия

Аннотация. Проблема оттока населения сохраняется на Дальнем Востоке уже не один десяток лет. Дальний Восток характеризуется непростыми природно-климатическими условиями, изолированностью и сложностями в экономическом развитии. Это и побуждает его население к миграции. Основной частью миграционных потоков всегда было молодое население, что объясняется его спецификой как особой социально-демографической группы. Дальний Восток каждый год теряет молодое население, которое является значимым стратегическим ресурсом развития общества, региона. Потеря значительной части молодого населения – это серьёзная угроза для социально-экономического развития регионов Дальневосточного федерального округа. Миграция молодёжи из родного региона обусловлена высоким уровнем миграционных настроений, который складывается на основе оценки возможностей и реалий проживания в регионе или своём населённом пункте. Настоящая статья посвящена анализу миграционных настроений молодёжи на примере Приморского края – одного из регионов ДФО, где наблюдается большой миграционный отток. В качестве метода исследования выбран социологический опрос – анкетирование. Авторами были опрошены 156 молодых человек из различных населённых пунктов Приморского края в возрасте 16–22 лет. По результатам исследования выяснены: уровень миграционных настроений молодёжи Приморского края, который определён как высокий; причины, побуждающие молодёжь к миграции; а также выделены социально-демографические характеристики молодёжи с высоким уровнем миграционных настроений. Проведённое исследование даёт возможность утверждать, что для Приморского края есть потенциальная опасность потери значительной части его молодого населения, что грозит необратимыми, негативными последствиями для социально-экономического развития региона. Результаты исследования могут расширить другие исследовательские векторы, направленные на изучение территорий Дальневосточного федерального округа.

Ключевые слова: молодёжь, миграция, миграционные настроения, Приморский край, анкетирование, социологическое исследование.

Для цитирования: Абросимова Е.Е., Ягафарова Э.У. Миграционные настроения современной молодёжи Приморского края // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 189–198. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/189-198>.

Original article

Migration intations of modern youth in Primorsky Krai

Evgeniya E. Abrosimova

Elina U. Yagafarova

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok. Russia

© Абросимова Е.Е., 2022

© Ягафарова Э.У., 2022

Abstract. *The problem of the outflow of the population has been persisting in the Far East for more than a dozen years. The Far East is characterized by difficult natural and climatic conditions, isolation and difficulties in economic development. This is what encourages its population to migrate. The main part of migration flows has always been the young population, which is explained by its specificity as a special socio-demographic group. The Far East every year loses its young population, which is a significant strategic resource for the development of society and the region. The loss of a significant part of the young population is a serious threat to the socio-economic development of the regions of the Far Eastern Federal District. A high level of migration sentiment, which is formed on the basis of an assessment of the possibilities and realities of living in the region or in their locality, can push young people to the desire to migrate from their native region. This article is devoted to the analysis of the migration intentions of young people on the example of Primorsky Krai, one of the regions of the Far Eastern Federal District, where there is a large migration outflow. As a research method, the authors chose the method of sociological survey – questioning. 156 young people from various settlements of Primorsky Krai aged 16–22 were interviewed. Based on the results of the study, the level of migration intentions of the youth of Primorsky Krai was clarified, which was defined by the authors as high. The reasons that encourage young people to migrate were also clarified, the socio-demographic characteristics of young people with a high level of migratory moods were identified. The conducted research makes it possible to assert that for Primorsky Krai there is a potential danger of losing a significant part of its young population, which threatens with irreversible, negative consequences for the socio-economic development of the region. The results of the study can expand other research vectors aimed at studying the territories of the Far Eastern Federal District.*

Keywords: *youth, migration, migration intentions, Primorsky krai, questioning, sociological research.*

For citation: *Abrosimova E.E., Yagafarova E.U. Migration intentions of modern youth in Primorsky Krai // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 189–198. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/189-198>.*

Введение

Миграция является демографической проблемой и сложным явлением, отражающимся на социально-экономическом развитии города/региона/государства в целом. Она оказывает влияние на качество трудового потенциала, количество человеческого капитала. Молодёжь – высококомобильная часть населения, представляющая наиболее активной в миграционных потоках как в России, так и во всём мире. Поскольку молодёжь являет собой основной трудовой, воспроизводящий ресурс, ценную часть человеческого капитала и предстаёт как носитель инновационных идей, то потеря ее значительной части грозит отрицательными последствиями в социально-экономических процессах государства, а также проблемой демографического кризиса.

Молодёжные миграции – частый объект изучения исследователями. В российской науке молодёжные миграции рассматриваются чаще в контексте образовательной миграции. Изучение миграции молодёжи на территории Российской Федерации главным образом основывалось на данных опросов выпускников школ или опросов студентов касательно их намерений на отъезд или же уже совершённых ими миграций [1, с. 1].

Результаты исследования возрастных особенностей межрегиональной миграции в России Л.Б. Карачуриной и Н.В. Мкртчяна [2, с. 49] указывают на то, что на территории Российской Федерации наибольшее количество внутренних мигрантов представляют люди молодого возраста – 18–35 лет. Пик внутренней

миграции приходится на 18–20 лет. Данное обстоятельство связано с тем, что в этом возрасте большое количество молодых людей получают профессиональное образование, что и обуславливает потребность в миграции. После указанного возраста интенсивность перемещения населения постепенно уменьшается, а уже после 30 лет она снижается еще сильнее. Обычная миграционная ситуация для России – отток большей части молодёжи студенческого возраста в другие регионы. Отток молодёжи до 30 лет – менее сильный. Этот вполне закономерный процесс обусловлен социальным статусом данной демографической группы: люди уже имеют образование, работают, обзаводятся постоянным жильём, семьёй и детьми, а при таких обстоятельствах сложнее решиться на переезд в другой регион, в отличие от людей младшего возраста, находящихся в поиске лучшей и комфортной жизни.

Молодые мигранты как особая социальная группа, определяемая социально-демографическими признаками, имеют ряд характеристик [3, с. 60]:

1. Настойчивость в достижении целей и устойчивое намерение удовлетворить свои потребности как можно скорее.
2. Решимость жить и достигать поставленных целей в условиях ограничений (например, жить с минимальными удобствами, постоянно в чём-либо себя ограничивая).
3. Трудное финансовое положение (у молодых мигрантов, только что переехавших на новое для себя место, расходы достаточно велики, а вероятность найти источник денежного дохода, особенно в самом начале, очень низкая).
4. На новом месте молодые мигранты сразу стараются обрести эмоциональный контакт и поддержку среди нового круга своих знакомых.

Молодые люди мигрируют, стремясь удовлетворить свои потребности в самоактуализации, саморазвитии, получении качественного образования и достойной работы. Если они сталкиваются с препятствиями на пути к своему развитию (в виде отсутствия или низкой возможности самореализации, возможности в получении желаемого образования, с бедностью рынка труда, низким уровнем жизни), то с наибольшей долей вероятности они захотят мигрировать в другой населённый пункт, регион или даже государство. Чем сильнее они ощущают эти препятствия, тем сильнее у них выражено желание переехать и тем выше уровень миграционных настроений.

Для многих российских регионов характерен отток молодёжи, но больше всего это касается дальневосточных регионов. Серьёзная проблема убыли населения, в том числе и молодого, не нова для Дальнего Востока. С 1990-х гг. в регионах Дальнего Востока наблюдается отрицательная демографическая динамика. Экономический спад и снижение уровня жизни населения вследствие краха СССР в 1991 г. оказали деструктивное влияние на формирование дальневосточного населения в 1990-е гг. Это снижение происходило как за счет естественной убыли населения, так и за счет его миграционного оттока.

Исходя из данных Федеральной службы государственной статистики можно заключить, что Дальний Восток продолжает терять своё население. Количество населения в регионе снижается; оно не растёт вследствие естественного прироста и

миграционного притока, поскольку коэффициенты естественного и миграционного прироста являются отрицательными. С 2014 по 2020 г. численность дальневосточного населения сократилась на 153 тыс. человек, то есть на 1,9 %. По состоянию на 2020 г. в ДФО проживало 8,1 млн человек [5].

Специфической чертой ДФО, безусловно, является и географическое местоположение. Дальневосточный федеральный округ является удалённым регионом с суровыми климатическими условиями, что не способствует активному миграционному притоку на его территории. Что побуждает дальневосточное население к переезду из ДФО? Самые частые причины: высокая стоимость жизни, малый размер оплаты труда, дорогая недвижимость, тяжёлые климатические условия [6, 8]. Главным образом, люди уезжают по экономическим мотивам.

Явление отрицательной демографической динамики и миграционного оттока на Дальнем востоке, в частности, затрагивает и Приморский край. За 2020 г. миграционный отток населения в Приморском крае составил 6215 человек от общей численности населения в 1,9 млн человек [10]. По мнениям исследователей данной проблемы, миграционная убыль будет расти, ситуация продолжит усугубляться. Если так и окажется в будущем, то всё это приведёт к значимым негативным последствиям, представляющим угрозу для социально-экономического развития Приморского края.

На рисунке 1 отображены миграционный прирост/убыль в Приморском крае за 2000–2020 гг. Можно заметить, что проблема миграционного оттока действительно является актуальной для Приморья.

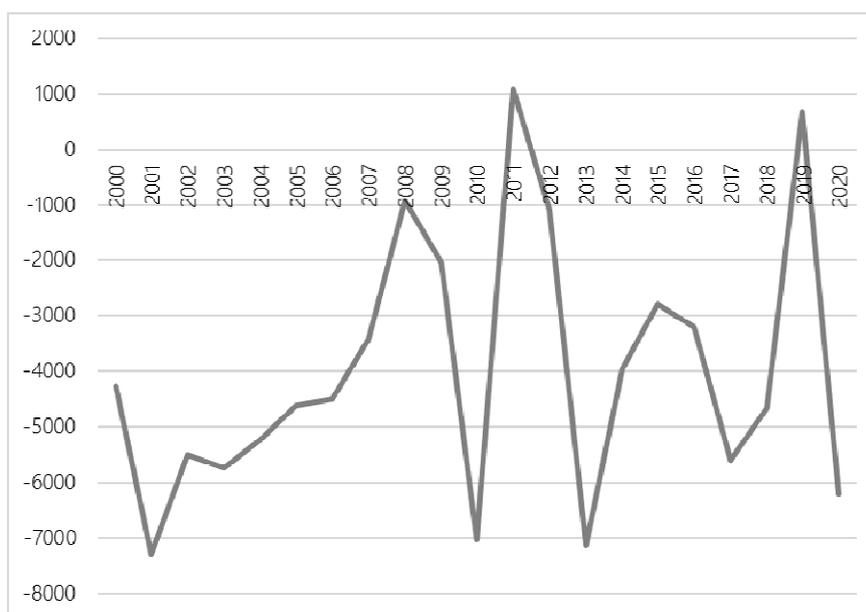


Рис. 1. Миграционный прирост/убыль в Приморском крае, человек (на основе данных Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю)

Примечание: составлено авторами по [10].

Вследствие этого проблемой исследования работы стал сохраняющийся не один год отток населения из Приморского края, в том числе и молодого.

Обозначенная проблема Приморского края позволила исследователям сформулировать цель данной работы – изучить миграционные настроения молодёжи Приморья и на ее основе поставить следующие задачи: определить долю молодых людей, желающих уехать из Приморского края и желающих остаться; выявить основные мотивы отъезда молодёжи из Приморского края; изучить причины, по которым молодые люди не желают уезжать из Приморья; изучить основные географические территории РФ, куда хочет мигрировать молодёжь Приморского края; выделить основные социально-демографические характеристики молодёжи, желающей покинуть Приморский край.

В качестве объекта исследования авторы выбрали молодёжь Приморского края в возрасте от 16 до 22 лет. Данный возрастной критерий выборки обусловлен тем, что именно на этот жизненный период приходится наивысшая интенсивность миграций. Люди указанной возрастной категории являются студентами или учатся в школе, планируют искать работу или продолжать образование. Предмет исследования – миграционные настроения молодёжи Приморского края в возрасте от 16 до 22 лет.

Сбор эмпирических данных для исследования был осуществлён с использованием метода социологического опроса – анкетирования, поскольку целью исследования является изучение мнения населения. Анкета была создана при помощи онлайн-сервиса и включила в себя 16 вопросов.

Основная часть

Исследование в форме анкетирования проходило на выборке количеством в 156 человек, представляющих возрастную когорту 16–22 лет и проживающих в разных населённых пунктах Приморского края.

География проживания респондентов оказалась достаточно широкой: от Владивостока до Дальнереченска. Большая часть опрошенных, а именно 67,9%, пришла на город Владивосток, остальные 32,1% оказались из других населённых пунктов: Арсеньева, Артёма, Находки, Большого Камня, Партизанска, Уссурийска, Лесозаводска, Спасска-Дальнего, Дальнегорска, Дальнереченска.

Из рисунка 2 видно, что наибольшее число опрошенных принадлежит к возрастной категории 18–22 года – студенческому возрасту. Самому наибольшему числу опрошенных – 20 лет. Именно на этот возраст приходится пик миграций в России, как было отмечено выше. На школьный возраст, 16 и 17 лет, в совокупности пришлось 14,7%.

76,3% респондентов – учащаяся молодёжь. 66,6% обучаются в вузах, 20,8% – в средне-специальных образовательных учреждениях (колледжи/училища/техникумы), 12,5% ещё являются школьниками. Наибольшая часть опрошенных – это студенты высших учебных заведений.

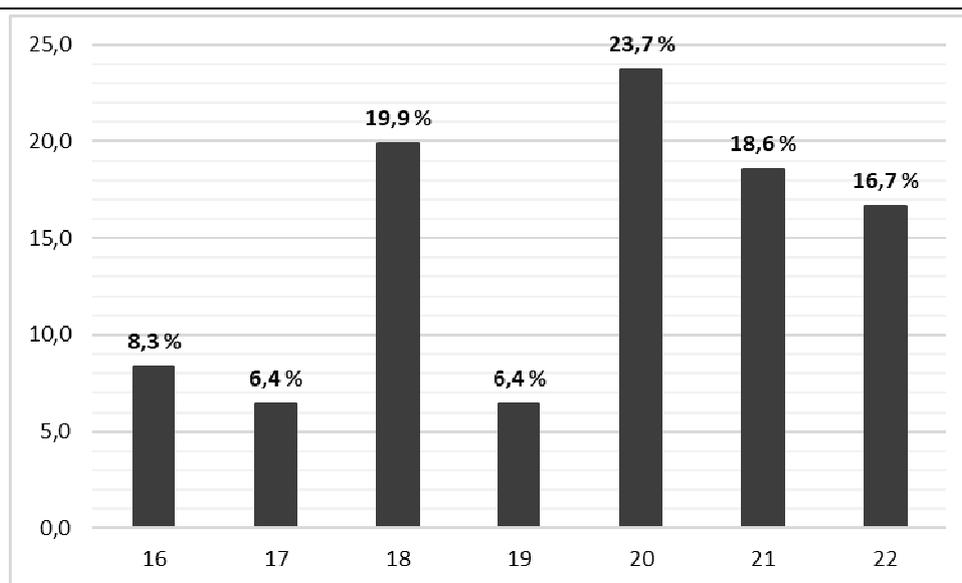


Рис. 2. Возрастная структура респондентов

Примечание: составлено авторами по результатам исследования.

Выясним, какова доля тех опрошенных, кто желает покинуть Приморский край, и тех, кто желает остаться. 55,1 % молодых людей хочет покинуть Приморский край, 34 % не хотят переезжать из Приморья, 10,9 % затруднились дать ответ. Из этого следует, что количество информантов, которые желают покинуть Приморский край, преобладает над той частью опрошенных, которая планирует остаться. Распределение ответов о намерении покинуть Приморский край представлено в таблице.

Распределение ответов о намерении покинуть Приморский край

№ п/п	Варианты ответа	Ответившие, %
1	Да	55,1
2	Нет	34
3	Затрудняюсь ответить	10,9

Примечание: составлено авторами по результатам исследования.

Следуя данным, представленным в таблице, можно заключить, что уровень миграционных настроений молодого населения Приморского края можно охарактеризовать как «выше среднего».

Чем респонденты объясняют свою мотивацию покинуть Приморский край? В анкете им предлагались на выбор готовые варианты ответов, также предоставлялась возможность написать собственный вариант. Большинство опрошенных выбрали предоставленные авторами варианты. Анализ данных опроса отра-

зил тот факт, что наиболее популярные причины, приводящие к появлению у молодёжи желания покинуть Приморский край, следующие: высокая стоимость жизни – 55,2 %; неудовлетворительный размер заработной платы – 54,3 %; мало возможностей для самореализации, развития карьеры – 49,5 %.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что современные молодые люди, проживающие на территории Приморского края, озабочены вопросами будущего трудоустройства, профессионального и личностного развития. Однако они не видят потенциала в своём родном регионе, поэтому готовы мигрировать на другие территории. Кроме этого можно отметить, что респондентам знакомы проблемы высокой стоимости жизни и недостаточного размера оплаты труда, характерные для Приморского края. Среди других причин переезда часть юных респондентов отметили климат, желание пожить где-нибудь ещё и изучить другие города.

Очевидно, что молодые жители Приморского края в большей степени ориентированы на переезд. Однако важно понимать, какие территории являются наиболее привлекательными для желающих уехать. 63 % респондентов изъявили желание переехать в другой регион России, 37 % – в зарубежные государства. Данные опроса показали, что желающие сменить место жительства в большей степени настроены на перемещение внутри страны, чем на эмиграцию.

Географическая протяженность нашей страны представляет огромное множество потенциальных территорий для смены места жительства. Тем не менее традиционно популярностью, особенно среди молодежи, пользуются Москва и Санкт-Петербург – 27 и 22 % соответственно. Помимо них в ответах респондентов наиболее часто встречаются Калининград и Краснодар – 10 и 18 % соответственно. Опрошенные также отметили следующие потенциально одобряемые города: Нижний Новгород, Новосибирск, Сочи, Екатеринбург, Омск, Хабаровск, Красноярск, Улан-Удэ и Благовещенск.

Анализ основных причин выбора респондентами соответствующих локаций позволил авторам выделить такие наиболее весомые, как:

- 1) самореализация, профессиональное развитие – 69,2 %;
- 2) высокий уровень жизни – 59,6 %;
- 3) трудоустройство – 47,1 %.

Представленные результаты достаточно сильно перекликаются с причинами, которые выделяют респонденты при формулировании причин для переезда из Приморья. Молодые люди хотят переехать из-за небольших возможностей для самореализации, развития карьеры и неудовлетворительного размера заработной платы. Населенные пункты, обозначенные молодежью как перспективные, выбирают ради самореализации, профессионального развития и трудоустройства. Можно заключить, что для многих, кто хочет покинуть Приморье, уровень жизни в их населённом пункте не является удовлетворительным.

62,2 % опрошенных молодых людей собираются покинуть Приморский край ради обучения. Примечательным являются их ответы на вопрос о том, вернутся ли они в родной регион после получения образования. 11,3 % выбрали ответ «Да», 44,3 % – ответ «Нет», 44,3 % затруднились ответить. Очевидно, что та доля

респондентов, которые планируют свое возвращение, ничтожно мала. Необходимо принять во внимание тот факт, что даже желание вернуться домой после получения образования не гарантирует того, что это произойдет. Получение образования – это не только путь профессионального становления и самоопределения; это также формирование социальных связей, которые могут повлиять на желание молодого человека вернуться.

Ответы респондентов на вопрос о том, в течение какого времени они собираются уехать из Приморского края, распределились следующим образом: в течение года – 9,3 %, в течение 2–3 лет – 34,3 %, в течение 4–5 лет – 20,4 %, через 5 лет и более – 13 %, затруднились ответить – 17,6 %, другое – 5,4 % (например, «уже переехал», «как получится»). Большинство опрошенных отметили достаточно короткий временной диапазон, что свидетельствует о достаточно четком и сформированном решении о переезде. Молодые люди планируют строить свою жизнь «здесь и сейчас», выбирая для себя более комфортные и перспективные условия для жизни и труда.

Доля тех молодых людей, кто не хочет мигрировать из Приморского края, составляет 34 % (в соответствии с таблицей). На основе ответов респондентов можно выделить 3 главные причины, почему они не хотят уезжать из Приморья:

- 1) «Здесь моя семья, мои близкие» – 67 %;
- 2) «Люблю свой населённый пункт» – 41,5 %;
- 3) «Жизнь в Приморском крае меня полностью устраивает» – 37,2 %.

Данные, приведенные выше, также отражают высокую значимость и важность для респондентов социальных связей и межличностных отношений, которые сформировались на определенном жизненном этапе.

По мнению исследователей, важно понимать, какие социально-демографические характеристики присущи тем молодым людям, которые планируют покинуть Приморский край:

- 1) пол – женский/мужской;
- 2) возраст – 20 лет;
- 3) место проживания – небольшие города Приморья, Владивосток;
- 4) образование – получение высшего образования в вузе;
- 5) работа;
- 6) уровень дохода, который можно расценивать как средний, поскольку большая часть определила его следующим образом: «Денег хватает на покупку еды, одежды и обуви, но не на приобретение дорогих вещей».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что уезжать из Приморского края планируют учащиеся и работающая молодежь, которые являются основным экономическим потенциалом развития края. По результатам проведенного исследования были выяснены миграционные настроения молодежи Приморского края, уровень которых, как отмечалось выше, можно расценивать как высокий.

Заключение

На основе проделанной работы можно заключить, что молодёжная миграция как особая разновидность миграции имеет свои особенности. Миграционные

процессы в молодёжной среде протекают гораздо активнее, чем в других социально-демографических группах.

Для России остро стоит проблема оттока молодёжи из регионов. В основном молодёжь покидает родные регионы ради получения образования. Молодые люди, убедившись в разнице уровня жизни в родном регионе и в том, в который они прибыли, не желают возвращаться обратно. Регионы лишаются ценной части человеческого капитала и возможности потенциального развития.

Анализ миграционных настроений молодёжи Приморского края дал возможность убедиться в том, что проблема оттока молодёжи в Приморье в настоящее время является острой и потенциально опасной для развития края. Это даёт повод утверждать, что отток молодых людей, представляющих собой важный стратегический ресурс для развития региона, не останавливается и будет продолжаться.

Молодёжь Приморского края не удовлетворена имеющимися возможностями для собственного развития и образования, сложившейся экономической ситуацией, обеспокоена своим будущим, невозможностью обеспечить себя и свою семью жильём, проблемами с трудоустройством. Эти причины, вместе и по отдельности, формируют у современной приморской молодёжи устойчивое желание покинуть свою малую родину для обеспечения себя более комфортными и перспективными условиями жизни.

Данное исследование позволило сформировать более эффективный инструментарий для сбора эмпирических данных и расширить дальнейшие исследовательские векторы, которые ориентированы на изучение всех территорий, входящих в Дальневосточный федеральный округ.

Список источников

1. Кашницкий И.С., Мкртчян Н.В., Лешуков О.В. Миграция молодёжи в России // Демоскоп Weekly. 2016. № 703. С. 1–19.
2. Карачурина Л.Б., Мкртчян Н.В. Межрегиональная миграция в России: возрастные особенности // Регион: экономика и социология. 2017. № 3. С. 47–65.
3. Санькова И.Ю., Шинкоренко А.В. Миграционные процессы в молодёжной среде // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых учёных. 2014. № 2. С. 57–63.
4. Симонян Р.Х. Миграционные настроения российской молодёжи: региональный аспект // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 6. С. 313–326.
5. Население в Дальневосточном федеральном округе // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю: официал. сайт. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/134164>
6. Мотрич Е.Л. Дальневосточный регион в демографическом пространстве России: пореформенный тренд // Пространственная экономика. 2017. № 3. С. 133–153.
7. Донец Е.В., Чудиновских О.С. Современные тенденции миграции в регионах Дальневосточного федерального округа // Уровень жизни населения регионов России. 2017. № 4 (206). С. 88–94.

8. Маклашова Е.Г. Дальний Восток в разрезе статистики: основные социально-экономические показатели и движение населения // Региональные проблемы. 2016. Т. 19, № 2. С. 66–74.
9. Олейник Е.Б., Шмидт Ю.Д., Карп Д.Б. Отток населения из регионов Дальнего Востока России: тенденции и причины // Экономические науки. 2019. № 12 (181). С. 300–305.
10. Миграционный прирост, убыль населения в Приморском крае // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю: официальный сайт. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/27118>

References

1. Kashnitskiy I.S., Mrcrchayn N.V., Leshukov O.V. Interregional Migration of Youths in Russia. *Demoscope Weekly*. 2016; (703): 1–19.
2. Karachurina L.B., Mrcrchayn N.V. Age specific of interregional migration in Russia. *Region: Economics & Sociology*. 2017; (3): 47–65.
3. Sankova I.U., Shinkorenko A.V. Migration processes of the Youth. *Bulletin of the Scientific Society of Students, Postgraduates and Young Scientists*. 2014; (2): 57–63.
4. Simonyan R.H. Migration attitudes of Russian youth: a regional dimension. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2017; (6): 313–326.
5. Population in the Far Eastern Federal District. *Territorial body of the Federal State Statistics Service for Primorsky Krai: official. website*. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/134164>
6. Motrich E.L. Far East in Russian Demography: Trends during Reform. *Prostranstvennaya Ekonomika*. 2017; (3): 133–153.
7. Donets E.V., Chudinovskikh O.S. Current trends in migration in the regions of the Far Eastern Federal District. *Living standards of the population of regions of Russia*. 2017; 4 (206): 88–94.
8. E.G. Maklashova Far East in the context of statistics: the main socio-economic indicators and population movement. *Regional problems*. 2016; (2): 66–74.
9. Oleinik E.B., Shmidt Yu.D., Karp D.B. Outflow of the population from the regions of the Far East of Russia: trends and causes. *Economic Sciences*. 2019; 12 (181): 300–305.
10. Migration growth, population decline in Primorsky Krai. *Territorial body of the Federal State Statistics Service for Primorsky Krai: official. website*. URL: <https://primstat.gks.ru/folder/27118>

Информация об авторах:

Абросимова Евгения Евгеньевна, канд. социол. наук, начальник отдела организации научно-исследовательской работы ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: gaijony@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2332-7204>

Ягафарова Элина Ураловна, студент ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: inaja-gafarova@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1269-5802>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/189-198>

Дата поступления:
04.07.2022

Одобрена после рецензирования:
18.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

.....

Гуманитарные науки

.....

Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 199–207

The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 199–207

Научная статья

УДК 81'276.6:656.61.08

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/199-207>

Лексические особенности морского дискурса (на примере журнала «Safety at sea»)

Чернышева Анна Сергеевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Владивосток. Россия

***Аннотация.** Английский язык уже более двух веков является основным средством общения на море. Несмотря на активное развитие в XVIII–XIX вв., официальный статус международного языка морской сферы был присвоен лишь к середине 90-х гг. XX в. Анализ происшествий на море свидетельствует о том, что около 80 % аварий и катастроф происходят из-за отсутствия надлежащих знаний английского языка. В настоящее время уделяется большое внимание обучению курсантов морских училищ и университетов, повышению квалификации моряков. Однако исследования, которые проводят лингвисты в области морского английского, также вносят свой вклад в развитие профессиональной области мореходства. В лингвистике чаще всего встречается понятие «морской английский язык», однако, понятие «морской дискурс» не так активно рассматривается в современной периодической литературе. В данной статье предпринята попытка выявить особенности лексики морского дискурса, а именно способы перевода морской терминологии, составные компоненты профессиональной лексики и употребление аббревиатур. В работе рассматриваются также такие понятия, как морской английский язык и морской дискурс. Материалом для анализа послужил один из ведущих журналов в области безопасности на море «Safety at sea». В данном издании освещается широкий круг вопросов, связанных не только с мореходством, но и с последними разработками в области технического обеспечения безопасности экипажа, а также правовые аспекты и проблемы экологии.*

***Ключевые слова:** морской дискурс, способы перевода, профессиональная лексика, безопасность на море, журнал «Safety at sea».*

***Для цитирования:** Чернышева А.С. Лексические особенности морского дискурса (на примере журнала «Safety at sea») // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 199–207. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/199-207>.*

.....

Humanities sciences

.....

Original article

Lexical features of maritime discourse (based on «Safety at sea» magazine)

Anna S. Chernysheva

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok. Russia

Abstract. English language has been the main source of marine communication for more than two centuries. Having received active development in XVIII–XIX centuries, by mid-1990s it has become an acknowledged language of maritime sphere. Marine accidents analysis shows that about eighty percent of collisions and catastrophes take place due to the lack of proper knowledge of English language. Nowadays huge attention is given to the cadets' educational process at the maritime colleges and universities and advanced courses for staff. But linguistic researches in maritime sphere contribute a lot in development of this professional area. The conception "maritime English" is more common in linguistics though "maritime discourse" is not so actively investigated in modern periodicals. This paper attempts to identify the peculiarities of lexical features in maritime discourse namely: ways of translating maritime terminology, key components of professional lexis among different, allied with marine spheres and the use of abbreviations. Also this paper deals with such conceptions as "maritime English" and "maritime discourse". Linguistic analysis was based on one of the leading magazines for seafarers «HIS Safety at sea». This periodical covers the wide range of issues connected not only with navigation, but describes the latest technical equipment inventions, crew safety, legal issues and ecological aspects.

Keywords: maritime discourse, types of translation, professional vocabulary, safety at sea, «Safety at sea» magazine.

For citation: Chernysheva A.S. Lexical features of maritime discourse (based on «Safety at sea» magazine) // *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*. 2022. Vol. 14, № 3. P. 199–207. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/199-207>.

Введение

Английский язык является международным, действующим по сей день способом общения на море. Это рабочий язык множества мировых судоходных компаний. Члены экипажа, выполняющие абсолютно разные обязанности, на борту корабля говорят на английском. Сигналы бедствия, а также сообщения о спасательных операциях принимаются также на английском языке. Различные аварии судов показывают, что 90 % столкновений происходит из-за человека, а точнее, из-за его невозможности адекватно оценить ситуацию, из-за неопытности либо малого багажа знаний. В данном случае передача информации на английском языке должна происходить незамедлительно и без колебаний, что весьма сложно из-за того, что человеку в критической ситуации свойственно паниковать и совершать необдуманные поступки, тем самым ставя в опасность не только свою жизнь, но и жизнь людей вокруг. Для предотвращения подобных случаев нужна подготовка и очень крепкое психическое состояние человека, его готовность донести важную и срочную информацию в максимально понятном и емком виде, а также предпринять все возможные меры для получения благополучного исхода ситуации. Были случаи, когда интерфейс системы автоматической идентификации судов, переведенный на русский язык, содержал ошибки и отображал очень недостоверную информацию о статусе и типе корабля. Переводческие ошибки или недоразумения во время разговора, неверное толкование ситуации и объяснение различных факторов, игнорирование достаточно важных деталей в общении между кораблями приводят к авариям, в которых гибнут люди и наносится ущерб окружающей среде; также это влечет за собой финансовые потери.

Морской английский язык – это особая система, сформированная за счет автономности и направленности употребления. Подобная профессиональная сфера не была оставлена без внимания и учеными-лингвистами с точки зрения изучения способов перевода терминов, особенностей профессиональной лексики,

специфики грамматических конструкций и т.д. Среди современной периодической литературы есть работы, посвященные способам перевода морской терминологии на материале технических текстов [4] и международного договора COLREGS (International Rules of Preventing Collision at Sea) [6], однако, выбранный нами для анализа материал журнала «Safety at sea» как одного из ведущих изданий в области безопасности мореходства анализируется впервые. *Цель работы* заключается в рассмотрении понятия «морской дискурс» и выявлении особенностей лексики данной профессиональной сферы.

В работе использовались следующие *методы исследования*: метод сплошной выборки, метод количественного анализа и описательный метод.

Основная часть

Морской английский язык получил значительное развитие в XVIII–XIX вв., так как в этот период наблюдалось повсеместное распространение английского языка по всему миру, и моряки, работники портов, не являющиеся носителями языка, были вынуждены осваивать деловой морской английский язык с целью поддержания эффективной коммуникации. Начало XX в. было связано с изобретением и активным внедрением во все технические области жизни человека радио. Морская сфера не стала исключением. До этого момента процесс общения между судами происходил путем поднятия или опускания флага, что повлекло за собой развитие особого пласта терминологической лексики, связанной с коммуникацией между судами. Уже в конце XX в., в 1995 г., Международная морская организация (ИМО) объявила английский язык официальным языком морской отрасли, что привело к публикации целого ряда документов, описывающих правила общения на море и обучения будущих судоводителей, электромехаников, связистов и т.д. В 2002 г. были выпущены «Стандартные фразы ИМО» для общения на море, а в 1999 г. был представлен курс обучения морскому английскому языку (Maritime English Model Course 3.17).

По прошествии почти двух веков морской английский язык сформировался как отдельная профессиональная сфера со специфической лексикой, терминологией, письменным и разговорным вариантами. Безусловно, лингвистами активно изучаются вопросы этимологии, образования и перевода морской лексики, особенности грамматических конструкций и т.д. Среди работ российских исследователей чаще встречается понятие «морской английский язык» в контексте публикаций, посвященных проблемам обучения курсантов морских училищ и университетов. Понятие «морской дискурс» не так часто встречается среди российских исследователей, работающих над вопросами данной профессиональной сферы.

Само понятие дискурса можно охарактеризовать следующим образом. Так, Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, т.е. текст, взятый в событийном аспекте [2]. А.А. Кибрик выделяет такие параметры, как жанр, функциональный стиль и формальность дискурса [5]. О.В. Акимова полагает, что при построении типологии профессионального дискурса «следует исходить из характеристик тех видов профессиональной деятельности, которые проявляются в исследуемом дискурсе (например,

дискурс деловых переговоров, рекламный дискурс, дискурс радиообмена гражданской авиации, медицинский дискурс, дискурс теле- и радиоинтервью и т.д.)» [1].

Итальянский ученый Д. Франчески определяет морской английский язык как многосторонний вид профессионального дискурса. Он выделяет два стиля – общеделовой и разговорный. Общеделовой стиль характеризуется наличием специально-технической лексики, в которой преобладает лексика морской отрасли и в меньшей степени присутствует лексика смежных технических областей (инженерная и электротехническая лексика, лексика морского права и экологии). Синтаксис характеризуется сложносочиненными предложениями. Разговорный морской английский язык является неким гибридом. С одной стороны, это стандартный «микроязык», созданный для осуществления коммуникации на море, с другой – он претерпевает ряд изменений в силу того, что им пользуются люди, для которых английский не является родным языком, и в таком случае первоочередной задачей всех участников коммуникации является понимание друг друга, а не правильность речи. Этот стиль представляет собой своего рода «lingua franca», универсальный язык, понятный всем участникам коммуникации; является своеобразным продуктом моряков – не носителей английского языка, где преобладают конструкции настоящего времени, повелительное наклонение, простая и понятная лексика и присутствует эмоциональная окраска [10].

Таким образом, морской дискурс является частью профессионального дискурса, представляет собой уникальный набор профессиональной лексики из различных областей знания, которые используются на море как в письменном, так и устном общении.

Цель работы – проанализировать особенности лексики морского дискурса на примере одного из ведущих журналов в области безопасности на море «Safety at sea». Журнал публикуется с 2000 г. британским издательским домом HIS Markit, уполномоченным агентом Международной морской организации ИМО. Основная миссия журнала – понять и выявить серии событий и причин, которые приводят к катастрофам на море, а не перекладывать вину за случившееся. Море всегда было и останется очень сложной средой для работы. Таким образом, вопрос безопасности становится главным для всех, кто связан с управлением судами, обработкой грузов, наймом моряков. Людям морских профессий нужен единый источник информации, который будет изучать данную проблематику, поэтому журнал является наилучшим местом для размещения новостей и освещения отдельных случаев аварий на море. Каждый месяц выпуск публикует работы по морскому законодательству, интервью с экспертами о последних разработках в области безопасности на море. Специалисты журнала делают особый акцент на обучении спасению жизни и правильному общению среди операторов, с целью избежания типичных аварий и улучшения культуры общения. Журнал полезен для всех, кто работает на море, начиная от капитана судна и заканчивая судостроителями.

Для исследования особенностей лексики морского дискурса были проанализированы 80 примеров, отобранных методом сплошной выборки, из 6 выпусков журнала за 2016–2021 гг. Их можно разделить на следующие основные разделы:

Виды судов: vessel – судно; chemical and dry bulk vessels – химические и балкерные суда; mothership – материнский корабль; ice-class bulk carrier – сухо-

груз ледового класса; towing ship – буксирующее судно; clinker-built boat – судно с обшивкой кромка на кромку; compact high specification quality life craft – компактное спасательное судно с высокими техническими характеристиками; escort boat – катер сопровождения.

Профессии и должности: operator – оператор; oceanologist – океанолог; shoreside staff – береговой персонал; coastguard – береговая охрана; naval teams – команды военно-морского флота; docker – докер; commander – капитан третьего ранга; lieutenant junior grade – младший лейтенант; engine rating driver – старшина-машинист.

Термины, связанные с безопасностью на море: man overboard retrieval systems – системы спасения человека за бортом; safety-related equipment – оборудование, связанное с безопасностью; safety protocols – протокол безопасности; fire detection products – системы обнаружения пожаров; rescue center – спасательный центр; pre-voyage risk assessments – оценка рисков перед рейсом; lifeboat hook – крюк спасательной шлюпки; automatic identification system transceiver – приемопередатчик с автоматической идентификационной системой; total immersion suits – гидрокостюмы для полного погружения; drysuit – сухой гидрокостюм; lifeboats – спасательная шлюпка; liferafts – спасательный плот; lifejackets – спасательные жилеты; lifesaving equipment – спасательное оборудование; buoy – буй; hydrographic charts – гидрографические карты; vicinity – зона подхода к координате; dog watch – собачья вахта; ice navigation – ледовое плавание.

Оборудование для связи: satellite services – услуги спутниковой связи; multi-band prepaid solution for crew Internet – многодиапазонное предоплаченное решение для доступа экипажа в Интернет; land-based radio navigation system – наземная радионавигационная система; electronic navigation charts – электронные навигационные карты; transmitting tower – ретрансляционная вышка; low-frequency – низкая частота.

Части судна/судовое оборудование: engine room – машинное отделение; release gear – спусковое устройство; hydraulic ramp – гидравлическая рампа; forepeak – форпик; steel deck – стальная палуба; bridge – мостик; grat – решеточный настил; lanyard – тросовый талреп; anchor arm – рог якоря; bridge – мостик; bulkhead – переборка; pad eye – кипа с фланцем; scupper – водовыпускное отверстие; main deck – верхняя палуба.

Большой пласт лексики относится к таким сферам, как безопасность на море и средства связи. Это объясняется основной направленностью журнала, относящейся к освещению вопросов безопасности на море, предотвращению столкновений и аварий. Авторы статей описывают последние технические разработки в области радиосвязи и навигации, в том числе в условиях Северного Ледовитого океана, поскольку Арктика является одним из активно развивающихся направлений для судоходства. Проблема спасения утопающих на море в результате различных происшествий также является одной из основных среди материалов журнала «Safety at sea»; в связи с этим публикуются статьи об обучении экипажа при подобных ситуациях, о новых спасательных шлюпках, оборудовании для крепления спасательного инвентаря.

В ходе анализа выпусков журнала была выявлена еще одна особенность морского дискурса – частое употребление аббревиатур и сокращений. Нами было выделено 40 примеров сокращений, которое можно разделить на два типа: общепринятые и сокращенные термины. Из 40 примеров выборки 10 относятся к общепринятым, например, IMO – ИМО, US – США, UK – Великобритания, UN – ООН, NSR (Northern Sea Rout) – Северный морской путь и т.д. (в тексте статей идут без расшифровки); 30 примеров относятся к сокращенным терминам: P&L (Personal injuries – индивидуальные травмы), PCG (Philippine Coast Guard – Береговая охрана Филиппин), MOB (man overboard – человек за бортом), STCW (Standards of Training, Certification, and Watchkeeping – Стандарты подготовки, дипломирования и несения вахты), MSCHOA (Maritime Security Centre – Horn of Africa – Центр морской безопасности – Африканский Рог). При первом упоминании в тексте такие словосочетания пишутся в полной форме; в скобках указывается аббревиатура, которая идет далее по тексту [9].

Вопросы безопасности на море связаны не только с проблемами столкновений, аварий, спасения терпящих бедствие и т.д. Одной из основных задач судовладельцев и капитанов морских экипажей является юридическая безопасность команды, а в некоторых случаях и неправомерных актов насилия. Читателям журнала рассказывают о последних изменениях в законодательстве, вопросах уголовной ответственности для экипажа при столкновениях, повлекших смерть человека. Одна из самых острых проблем – пиратство и, как следствие, похищение членов команды с целью выкупа и угон судов. Учитывая данную тематику выделяется часть лексики *юридической направленности*. Например: stakeholders – заинтересованные стороны; hijack – захват, похищение судна; framework agreement – рамочное соглашение; valid clauses – правомерные пункты; “warlike area” – область военных действий; cargo claim – убыток по грузу; negligent homicide – причинение смерти по неосторожности; court-martial – военный суд (трибунал); abduction risk – угроза похищения; maritime crime – преступность на море; piracy – пиратство.

Стоит обратить внимание на еще один пласт лексики, связанный с безопасностью окружающей среды. Взаимодействие человека и природы неразрывно, и мореходство не является исключением. Морской транспорт оказывает достаточно негативное влияние на экологию моря из-за загрязнения воды отходами с судна, разлива топлива, нефти и т.д. Авторы публикаций не оставляют данную тему в стороне, что позволяет выделить небольшой раздел лексики, связанной с *экологией*: heavy fuel – тяжелое топливо; sulphur cap – ограничения по выбросу серы; curbing carbon emission – ограничение выброса углеводородов; environmental risk – риск для окружающей среды; polar waters – полярные воды; marine pollution incidents – случаи загрязнения морской среды; oil spill – разлив нефти.

Как подчеркивает Л.И. Борисова, проблемы перевода лексики профессионального дискурса являются наиболее важными и актуальными, поскольку основной единицей перевода является термин или общенаучная лексическая единица. Лексические средства образуют особую лексическую подсистему языка, отражающую научное мышление человека. Регулярные перевод-

ческие ошибки приводят к искажению смысла оригинала, к нарушению стилистических норм языка оригинала [3].

Поскольку русскоязычной версии журнала не существует, говорить о переводе лексики морского дискурса можно только опосредованно, через словари, включая терминологические. Анализируя перевод выбранных нами примеров, будем опираться на способы перевода, предложенные Р.Ф. Прониной и З.Г. Прошиной. Первый автор выделяет такие способы, как: калькирование, перевод с помощью использования родительного падежа, перевод с помощью использования различных предлогов, перевод одного из членов словосочетания группой поясняющих слов, перевод с изменением порядка компонентов атрибутивной группы [7]. Второй автор предлагает следующие способы перевода: транскрипцию, транслитерацию, калькирование, перевод слова и использование его как термин, описательный перевод и аналоговую замену [8].

В ходе анализа мы определили такие способы перевода морской лексики, как: 1) *калькирование* – 38% (multi-band prepaid solution for crew Internet – многодиапазонное предоплаченное решение для доступа экипажа в Интернет, keelhaul gear – спусковое устройство, chemical and dry bulk vessels – химические и балкерные суда, total immersion suits – гидрокостюмы для полного погружения, man overboard retrieval systems – системы спасения человека за бортом и т.д.); 2) *транслитерация* – 8% (hydraulic ramp – гидравлическая рампа, oceanologist – океанолог); 3) *транскрипция* – 7% (buoy – буй, forepeak – форпик); 4) *перевод слова как термин* – 6% (mothership – материнский корабль, dog watch – собачья вахта, bulkhead – переборка); 5) *описательный перевод* – 8% (non-weld sealing solution – раствор для герметизации без сварки, grat – решеточный настил); 6) *аналоговая замена* – 13% (anchor arm – рог якоря, engine room – машинное отделение, pad eye – кипа с фланцем); 7) *перевод с использованием родительного падежа* – 20% (ice-class bulk carrier – сухогруз ледового класса, route planning – планирование направленности, abduction risk – риск похищения, shrinking ice – сокращение ледяного покрова).

Заключение

В ходе анализа публикаций журнала «Safety at sea» были выявлены следующие особенности лексики морского дискурса. Во-первых, лексическая составляющая терминологии определяется несколькими профессиональными областями, помимо непосредственно морской терминологии (названия судов, частей судна, профессий); в значительном объеме встречается инженерно-техническая лексика, связанная со средствами связи и безопасности на море, а также юридическая и экологическая терминология. Это объясняется спецификой публикуемых в журнале статей, посвященных новым технологиям для улучшения качества связи, безопасности мореходства и юридическим аспектам, связанным с нормативными документами. На рисунке 1 представлен анализ выборки в виде диаграммы, на которой показана частотность употребления лексики из различных профессиональных областей.

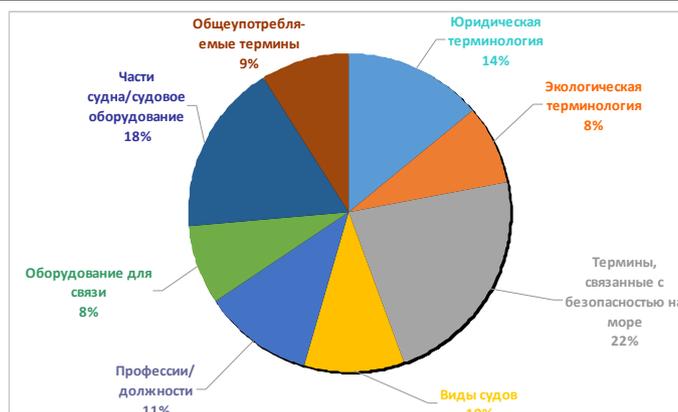


Рис. 1. Частотность употребления лексики из различных профессиональных областей

Во-вторых, большое количество технических аббревиатур, которые являются важной составляющей профессионального дискурса, экономят место и облегчают понимание и прочтение текста специалистами. В-третьих, при переводе терминов чаще всего применяются такие способы, как калькирование, перевод с использованием родительного падежа и аналоговая замена.

Список источников

1. Акимова О.В. Типы профессионального дискурса / Казанский государственный университет; под общ. ред. К.Р. Галиуллина, Г.А. Николаева // III Международные Бодуэновские чтения: И.А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23–25 мая 2006 г.): труды и материалы: в 2 т. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2006. С. 36–38.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. Москва: Советская энциклопедия, 1990. 688 с.
3. Борисова Л.И. Лексические особенности англо-русского научно-технического перевода. Москва: НВИ-Тезаурис, 2005. 216 с.
4. Каразия Н.А., Хачатрян А.А. Особенности перевода технических терминов на материале текстов морской тематики // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. 2021. № 1 (37). С. 33–36.
5. Кибрик А.А. Модус, жанры и другие параметры классификации дискурсов // Вопросы языкознания. 2009. № 2. С. 3–21.
6. Нильсен Е.А., Малиновская М.Н. Способы перевода морской терминологии // Когнитивные исследования языка. 2019. № 36. С. 490–495.
7. Пронина Р.Ф. Пособие по переводу английской научно-технической литературы. Москва: Высшая школа, 1973. 176 с.
8. Прошина З.Г. Теория перевода (с английского языка на русский и с русского языка на английский): учебник на англ. яз. 3-е изд., перераб. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2008. 276 с.
9. Улиткин И.А., Нелюбин Л.Л. Использование и перевод сокращений в научно-техническом тексте // Филологические науки. 2014. URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-i-perevod-sokrascheniy-v-nauchno-tehnicheskome-tekste/viewer>
10. Daniele Franceschi. The Features of Maritime English Discourse // International journal of English linguistics. 2014. URL.: <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijel/article/view/32964>
 11. Журнал IHS Safety at Sea // Fairplay.IHS.com. URL: https://www.joc.com/sites/default/files/u45421/Whitepapers/SAS_05-

References

1. Akimova O.V. Types of professional discourse / Kasan State University; under gen. ed. K.R. Gallilulina, G.A. Nikolaeva. III International Boduen's readings: I.A. Boduen de Courtene and modern problems of theoretical and applied linguistics (Kazan, 23–25 May 2006): works and materials: in 2 vol. Kasan: Kasan Un-ty edition, 2006. P. 36–38.
2. Arutunova N.D. Discourse. Linguistic encyclopedia dictionary. Moscow: Soviet encyclopedia, 1990. 688 с.
3. Borisova L.I. Lexical features of English-Russian technical translation. Moscow: NVI-Tezaurus, 2005 216 с.
4. Karzia N.A., Khachatran A.A. Translating maritime terms based on marine texts. Vestnik KRAUNTS. *Humanitarian science*. 2021; 1 (37): 33–36.
5. Kibrik A.A. Modus, genres and other ways of classifying discourses. Voprosy yazykoznaniya. 2009; (2): 3–21.
6. Nylsen E.A., Malinovskaya M.N. Types of marine terminology translation. *Cognitive research of the language*. 2019; (36): 490–495.
7. Pronina R.F. English scientific-technical literature translation textbook. Moscow: Visshaya shkola; 1973. 176 p.
8. Proshina Z.G. Theory of translation (from English to Russian and from Russian to English): Textbook. 3-e edition. Vladivostok: Far Eastern Un-ty; 2008. 276 p.
9. Ulitkin I.A., Nelubin L.L. Usage and translation of contractions and abbreviations in scientific-technical text. Филологические науки; 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-i-perevod-sokrascheniy-v-nauchno-tehnicheskome-tekste/viewer>
10. Daniele Franceschi. The Features of Maritime English Discourse. International journal of English linguistics. 2014. URL: <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijel/article/view/32964>
11. Magazine IHS Safety at Sea. Fairplay.IHS.com. URL: https://www.joc.com/sites/default/files/u45421/Whitepapers/SAS_05-

Информация об авторе:

Чернышева Анна Сергеевна, канд. ист. наук, доцент, Институт педагогики и лингвистики ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: Chernysheva.Anna@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2224-472X>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-2/199-207>

Дата поступления:
18.08.2022

Одобрена после рецензирования:
23.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 331.108.2

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/208-220>

Формирование корпоративной культуры на предприятии общественного питания

Масилова Марина Григорьевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

***Аннотация.** В статье рассматриваются особенности формирования корпоративной культуры на малом предприятии общественного питания, связанные со спецификой организации, жизненным циклом и концепцией компании. Данная сфера выбрана в силу расширения ресторанного бизнеса, ее значимости для развития туризма, где корпоративная культура может выступить ключевым фактором конкурентоспособности. Цель исследования – охарактеризовать особенности формирования корпоративной культуры на малом предприятии общественного питания на этапе его становления. Методологической основой исследования явился анализ документов, методики диагностики типа оргкультуры К. Камерона, Р. Куинна и Д. Дэнисона, анкетирование. Объектом исследования выбрано предприятие общественного питания нового формата – гастробар, который функционирует на рынке второй год. В процессе исследования выявлены особенности построения корпоративной культуры с учетом характерологических особенностей поколений Z и Y, определены профили реальной, оптимальной и предпочтительной культуры заведения и установлено, что декларируемая на настоящий момент культура не соответствует реальной. Показано, что оптимальный для гастробара тип культуры обеспечит заведению конкурентные преимущества. В результате показана необходимость регулярного мониторинга культуры для дальнейшего ее формирования и развития в соответствии со стратегическими целями заведения. Практическая значимость исследования состоит в раскрытии необходимости целенаправленной работы по развитию требуемых составляющих культуры и применению для этого предложенных подходов.*

***Ключевые слова:** корпоративная культура, предприятие общественного питания, малый бизнес, управление персоналом, формирование корпоративной культуры.*

***Для цитирования:** Масилова М.Г. Формирование корпоративной культуры на предприятии общественного питания // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 208–220. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/208-220>.*

Original article

Formation of corporate culture at a public catering enterprise: experience and problems

Marina G. Masilova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok. Russia

***Abstract.** The article discusses the features of corporate culture at a catering company related to the specifics of work, the life cycle of the company, the business concept. This area was cho-*

© Масилова М.Г., 2022

sen due to the expansion of restaurant business services, its importance for the tourist destination, where corporate culture can be a key factor of competitiveness. The purpose of the study is to identify problems and determine the most effective ways to form a corporate culture at a catering company. The methodological basis of the study was the analysis of documents, typological diagnostics of K. Cameron and R. Quinn, D. Denison, secondary methods, as the main method, a questionnaire was used to identify the image of the organization and its values; management style and culture; attitudes towards employees. The object of the study was chosen a new format of a catering company – a gastrobar, which has been operating on the market for a little more than a year. At the same time, in the course of the study, the currently declared culture was revealed, the features of its construction taking into account the characterological features of generations Z and Y, the profiles of the real, optimal and preferred culture of the institution were determined. It is shown that it is the optimal type of culture for a gastrobar that will provide it with competitive advantages. As a result of the established discrepancy between the declared and real culture, the necessity of its regular monitoring for further formation and development in accordance with the strategic guidelines of the institution is shown. The practical significance of the study consists in revealing the need for purposeful work on the development of the required components of culture and the application of the proposed approaches for this.

Keywords: corporate culture, catering enterprise, small business, personnel management, formation of corporate culture.

For citation: Masilova M.G. Formation of corporate culture at a public catering enterprise: experience and problems // *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*. 2022. Vol. 14, № 3. P. 208–220. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/208-220>.

Введение

В современных социально-экономических условиях сфера общественного питания в России, несмотря на негативные последствия пандемии, интенсивно развивается: увеличивается число предприятий и количество занятых в них работников, появляются новые виды ресторанов, кафе и др. Согласно информации компании HeadHunter число вакансий в сфере общественного питания в 2022 г. выросло на 76 % [1]. По данным Росстата, в 2021 г. оборот предприятий общественного питания в России достиг 1,87 трлн рублей, что на 23,5 % больше показателя годичной давности. Данный вид услуг становится все более востребованным среди населения в связи с формированием новой культуры потребления и образа жизни в целом.

Растущая конкуренция на рынке ресторанного бизнеса и высокие требования к качеству работы предприятий общественного питания приводят к необходимости поиска путей совершенствования управления персоналом, поскольку в данной сфере деятельности персонал является ключевым фактором конкурентоспособности. Кроме того, многие предприятия общественного питания относятся к сетевому бизнесу, что обуславливает более сложные процессы управления, которые должны учитывать особенности каждого филиала, всей сети и бренда в целом. Необходимо принимать во внимание специфику управления персоналом в малом бизнесе, так как большая часть предприятий общественного питания являются малочисленными.

Результаты исследования управления персоналом в сфере общественного питания М.А. Курамшиной показывают, что даже у известных компаний имеет место проблема отсутствия единой структурированной системы управления пер-

соналом, что приводит к увеличению затрат на выполнение управленческих функций [2]. Вследствие этого снижается эффективность трудовых процессов, увеличивается время обслуживания клиента и снижается уровень удовлетворенности гостей предоставляемыми услугами.

Таким образом, актуальность исследуемой темы связана, с одной стороны, с динамичным развитием отрасли, а с другой – с наличием проблем в системе управления персоналом, негативно влияющих на деятельность организаций общественного питания.

Одним из современных направлений повышения эффективности управленческой деятельности традиционно признается развитие корпоративной культуры. В сфере общественного питания данный фактор нередко становится определяющим, так как формирует узнаваемое «лицо» ресторана или кафе, тем самым повышая его привлекательность для посетителей. Этим обусловлена значимость рассмотрения вопросов формирования корпоративной культуры в ресторанном бизнесе.

Цель исследования – охарактеризовать особенности формирования корпоративной культуры на малом предприятии общественного питания на начальном этапе становления бизнеса.

Вопросам формирования и изучения корпоративной культуры посвящено множество научных публикаций. Проблемами диагностики корпоративной культуры, выявлением ее типов и составляющих зарубежные ученые занимаются со второй половины XX века (У. Оучи, Л. Смирнич, Г. Хофстеде, Ч. Ханди, Э. Шейн, М. Элвессон и др.). Практически все авторы предлагают собственное видение культуры организации и методологии ее исследования.

Так, в 1982 г. исследователи Т. Дил и А. Кеннеди определили основные аспекты, лежащие в основе корпоративной культуры: историю, из которой выкристаллизовываются ключевые ценности; ритуалы и обряды, которые часто порождают героев и мифы, а также символы и артефакты, наиболее легко идентифицируемые [3]. Эти измерения играют ключевую роль в корпоративной культуре. По мнению авторов, основные методы поддержания корпоративной культуры проходят через социализацию процессов, принятие ценностей и формирование ожидаемого поведения у работников.

Среди отечественных авторов, глубоко изучающих культуру организации, следует выделить Т.Ю. Базарова, Н.В. Волкову, И.В. Грошева, П.В. Емельянова, Л.В. Карташова, Р.Л. Кричевского, Т.В. Никонову, И.М. Скитяеву, Т.О. Соломанидину, Ю.Г. Одегова и др. В их работах дается теоретическое обоснование культуры организации, описываются ее свойства и функции, раскрываются подходы к формированию [4].

Большинство исследователей используют термин «корпоративная культура» для отражения уникальности и неповторимости отдельно взятой организации, определяя ее как набор целей, ценностей, норм и правил, носящих относительно стабильный характер и разделяемых большинством сотрудников (О.С. Виханский, В.В. Глухов, В.Д. Козлов, А.И. Наумов, В.А. Спивак, Э. Шейн и др.). Термин «корпоративный», как правило, ассоциируется с обособлением в рамках

узкогрупповых интересов занятых общим делом людей, образующих в корпоративном, профессиональном или ином отношении некую целостность [5]. Именно в таком представлении данный термин вызывает интерес.

Вопросам корпоративной культуры предприятий общественного питания посвящено не так много публикаций (А.В. Пеша, С.М. Гвоздева и др.). Их изучение показывает, что авторы рассматривают ее взаимосвязь с качеством предоставления услуг, уровнем сервиса, поскольку в современном ресторанном бизнесе это имеет особую важность. Вместе с тем уровень культуры оказывает влияние на все стороны деятельности заведения: его конкурентоспособность, мотивацию работников, мобильность и динамичность процессов, рентабельность.

Многообразие понимания корпоративной культуры приводит к сложностям ее изучения. Как правило, в качестве предмета исследования выступают различные аспекты – доминирующий тип корпоративной культуры, наличие и соотношение других типов, тип предпочитаемой культуры; ценности, которые, оказывают влияние на все стороны деятельности; система отношений и складывающийся на ее основе корпоративный климат и др.

Типологический анализ корпоративной культуры проводится в целях ее идентификации. В настоящее время известно множество типологий корпоративной культуры (Ч. Ханди, Г. Хофштеде, Т.Е. Дила и А.А. Кеннеди, Р. Рюттингер, М. Бурке, Р. Аккофа и др.). Некоторые типологии имеют выраженный инструментальный характер, позволяя создать соответствующие методики для применения в прикладных исследованиях. Так, традиционно используется методика диагностики корпоративной культуры К. Камерона и Р. Куинна (OCAI), в основу которой авторами положена «рамочная конструкция конкурирующих ценностей» [4].

Данные методики не всегда подходят к конкретной организации, а именно к предприятию общественного питания. Так, Ю.С. Ключева выделяет следующие особенности работы предприятий общественного питания и основного производственного персонала в них:

1. Человеческий фактор, которому принадлежит ведущая роль.
2. Запросы потребителей и их личные впечатления, а также уровень конкуренции на существующем рынке услуг.
3. Коллективный процесс трудовой деятельности (при реализации производственно-технологического процесса предоставления конкретной услуги и сервиса непосредственное участие принимают несколько сотрудников, которые обязаны координировать свои действия).
4. Отклонения от нормативов рабочего времени, увеличение длительности рабочего дня сотрудников за счет сменности и работы в ночное время суток.
5. Стрессовый характер труда основного производственного персонала, связанный с тем, что данный персонал занят непосредственным обслуживанием клиентов. Это требует значительных затрат энергии работников.
6. Наличие дифференцированных профессиональных характеристик и требований по ряду должностей.

7. Непосредственное участие в продажах всего персонала предприятия общественного питания [6].

В.Г. Кузнецов отмечает, что в сфере обслуживания сотрудники, которые непосредственно контактируют с гостем, рассматриваются как часть товара, поскольку обеспечивают его функциональное качество: работник должен выполнять как операционные задачи (непосредственный функционал сотрудника), так и маркетинговые (продажи и продвижение продукта). «Таким образом, работник компании в сфере услуг может выполнять тройную функцию: одновременно быть специалистом по выполнению той или иной операции, продавцом и частью продукта» [7].

Данная специфика работы заведений общественного питания требует эмпирического обоснования модели построения корпоративной культуры на предприятиях общественного питания.

Основная часть

Изучение формирования корпоративной культуры проводилось автором на базе ООО «Ресто» – гастробара «Южане» (г. Владивосток). Гастробар – достаточно новое для российского рынка понятие, объединяющее атмосферу бара и широкий ассортимент блюд кухни ресторана. Предшественниками подобных заведений можно считать традиционные бары, питейные заведения – места сбора мужчин после работы для хорошего времяпрепровождения в теплой компании. Закуски в подобной обстановке имели второстепенное значение, угощения были простые и незамысловатые. Ситуация начала меняться в начале 90-х гг. прошлого века, когда один из владельцев бара Великобритании попытался привлечь посетителей изысканным ассортиментом блюд. Это выделило бар среди конкурентов, и успех не заставил себя ждать. Идея распространилась во многих странах, в том числе в России. Особенность отечественных гастробаров подчеркивают домашняя атмосфера, лаконичный и концептуальный интерьер. Стилистика обычно стремится к практичности: присутствует и сдержанное ретро, и подчеркнутый минимализм, и головокружительный модерн. Однако меню гастробаров под стать ресторанному с богатым ассортиментом напитков и коктейлей.

Гастробар «Южане» открыт в 2021 г. Таким образом, предприятие находится на этапе становления, характеризующемся необходимостью наряду с комплектованием кадрами, налаживанием бизнес-процессов формировать корпоративную культуру. Учреждение относится к малому бизнесу со всеми присущими ему особенностями. Так, в организации деятельности малых предприятий можно выделить такие позитивные аспекты, как:

- 1) тесные деловые отношения между работодателем и персоналом, что позволяет легче решать проблемы;
- 2) скорость принятия решений и коммуникативных процессов; работники могут принимать участие в процессе принятия решений;
- 3) достижения работников, которые быстрее признаются и вознаграждаются;
- 4) заработная плата, сравнимая с оплатой труда, которую платят на крупных предприятиях; участие работников в доходах предприятия; они могут стать партнерами;
- 5) отсутствие жестких ограничений и многочисленных правил.

Штатная численность работников гостиницы составляет 54 человека, при этом среднесписочная численность за год уменьшилась на 20 %, текучесть кадров за первый квартал 2022 г. составила 11 %. Высокий оборот кадров – характерная тенденция предприятий общественного питания, связанная с особенностями работы, заработной платы, зависящей от производительности труда, характеристик персонала.

Большая часть кадрового состава представлена работниками кухни и зала (75 %), остальные – административно-управленческий и прочий персонал. При этом работники существенно различаются по возрасту, уровню образования, опыту работы. Преимущественно это молодые люди до 30 лет со средним профессиональным образованием или получающие в настоящее время образование, с небольшим опытом работы. Большинство официантов относится к так называемому поколению Z. Они отдают предпочтение занятиям, таким, где не требуется тяжёлый физический труд; считают, что достойны большего, предпочитают спонтанность. В то же время часть коллектива из числа работников кухни и административно-управленческого персонала относятся к поколению Y, для которых важна доброжелательная «семейная» атмосфера на работе; часто они не стремятся принимать на себя обязательства взрослой жизни. Опросы работодателей показывают, что у такой молодёжи завышенные ожидания от трудоустройства, они склонны часто менять места работы, предпочитают подстраивать условия работы под свою жизнь, использовать гибкое рабочее время. При этом они трудоспособны, хотят отдачи от своей работы и большего участия в принятии решений.

Наличие у персонала разных ценностей, установок и мотивации требует учета при формировании корпоративной культуры, а также при ее исследовании.

В данном исследовании, состоящем из трех этапов, на первом, аналитико-эмпирическом, этапе проводился анализ корпоративных стандартов, изучались такие документы, как концепция гостиницы, стандарты обслуживания и требования к фирменному стилю. Их анализ позволил сделать вывод о декларируемой корпоративной культуре.

На втором этапе осуществлялся подбор инструментария исследования и его проведение. С целью определения складывающейся в гостинице культуры выбраны методики измерений корпоративной культуры Д. Дэнисона, В. Козлова, Н. Сальникова, К. Камерона и Р. Куинна и следующие индикаторы: тип культуры, основные ценности, стиль руководства, атмосфера в коллективе, уровень мотивации работников. Разработанный опросник включал вопросы закрытого типа с возможностью выбора вариантов ответа «да», «нет», «затрудняюсь ответить» на каждый индикатор. Всего в анкету включено 25 вопросов; для удобства анкетирование проводилось с помощью приложения в Google Forms. В опросе приняли участие 44 работника различных категорий персонала (83 % общей численности).

На третьем этапе проводилось обобщение и сопоставление полученных результатов, формулирование выводов.

Изучение концепции корпоративного стандарта обслуживания и фирменного стиля показало, что ресторан позиционируется как заведение средиземноморской кухни (философия гастробара – «подарить жителям Владивостока маленький Санторини, кусочек живописного архипелага в Эгейском море»), призванное создавать настроение сибаризма, дарить искусство наслаждения моментом. При этом прослеживается стремление создавать продукт и сервис высокого уровня по демократичным ценам, комфортную и располагающую к удовольствию обстановку, которая будет навевать воспоминания о приятном отдыхе на средиземноморских курортах [8].

Отличительными характеристиками кухни гастробара «Южане» являются сочетание уникальных ингредиентов – морских деликатесов, продуктов дальневосточного бассейна с классическими рецептами средиземноморской кухни, щедрые порции, оригинальность подачи блюд. Вместе с тем, наряду с богатством гастрономических вкусов и напитков, в гастробаре создается особая атмосфера, включающая изысканный и в то же время современный интерьер, продуманный фирменный стиль с использованием атрибутов, ассоциирующихся с культурой и искусством Средиземноморья. Однако особое внимание уделяется внедрению стандартов обслуживания, так как это составляет конкурентное преимущество заведения.

Основные стандарты сервиса, необходимые для работы предприятий общественного питания, должны адаптироваться под каждое заведение индивидуально, в зависимости от концепции, типа заведения, портрета гостей и команды. К основным стандартам можно отнести: стандарты чистоты (чистота зала, рабочих зон персонала, входной группы и т.д.), стандарты внешнего вида (форма персонала, обувь, прически, украшения, маникюр, макияж и т.п.), стандарты обслуживания гостей (сценарий обслуживания, конфликтные ситуации, комплименты и лояльность, встреча гостей с детьми, продажи, работа с возражениями, обратная связь с гостем и т.д.), стандарты подачи блюд и напитков (правила выноса блюд и напитков, комплиментов и угощений, время подачи), стандарты сервировки (до прихода гостя, во время его пребывания, после прощания с гостем, в перерывах между подачей блюд и т.д.) [9].

Под стандартом обслуживания понимают последовательность действий персонала от встречи гостя до его ухода из заведения. Сюда входят поведенческие паттерны, коммуникационные ориентиры, оперативность реагирования на запросы гостей, общая доброжелательность, активность и готовность к взаимодействию с разными типами посетителей.

Как показывают наблюдения, типология посетителей гастробара отличается разнообразием: в дневное время гости, как правило, ожидают быстрого обслуживания; есть те, кто посещает заведение из-за оптимального соотношения между ценой и качеством, что требует необходимости оптимизировать технологическую цепочку; гости, которые приходят вкусно поесть (официант должен уметь рассказать о блюдах и помочь с выбором); есть постоянные посетители, требующие индивидуального подхода (по отношению к ним реализуется стратегия «близость к потребителю»). В связи с этим ценности, отраженные в концеп-

ции ресторана, различны: от создания впечатления уютного семейного заведения до молодёжного кафе.

В соответствии с принятым языком бренда в гастробаре сформированы речевые формулы, составлены специальные словари с описаниями блюд и напитков, чтобы официанты могли дать развернутые пояснения. На каждый типовой вопрос или возражение клиента подготовлены речевые модули – типовые ответы, сформулированные в соответствии с ценностями заведения. Подробные инструкции являются своеобразным учебным пособием для новичков в период адаптации.

Изучение стиля и культуры управления в гастробаре выявило следующие особенности организации деятельности:

- как правило, работа носит комплексный характер, функции между работниками закреплены не жестко и могут гибко изменяться при необходимости, что приводит к формированию универсальной компетентности. При этом формальная регламентация должностных обязанностей отсутствует, ее заменяют устные договоренности. Это способствует сокращению дистанции и установлению доверительных отношений между административно-управленческим персоналом, но социальные различия, например в оплате труда, сохраняются;

- организационная структура простая, линейная двухуровневая. С одной стороны, это упрощает управление, способствует оперативному внедрению изменений и лучшему контролю, с другой – ограничивает возможности карьерного роста и требует формирования понимания карьеры не как повышения в должности, а как роста профессионализма, увеличения заработной платы;

- оперативность информирования работников о событиях в бизнесе, происходящих процессах и результатах деятельности всего гастробара. Это делает работодателя зависимым от мнения и отношения работников и приводит к необходимости формировать штат, как правило, по знакомству и рекомендациям;

- отсутствует «забюрократизированность» в работе. Нет необходимости в письменных приказах и распоряжениях, практически нет локальных нормативных актов, регламентирующих деятельность персонала. Вместо этого существует система неофициальных установок и указаний. Такой подход требует различных решений в разных ситуациях, может приводить к конфликтам, основанным на личных отношениях руководителей к работникам;

- взаимодействие руководства с работниками носит характер близких и непосредственных открытых отношений, общение с работниками организовано постоянно и направлено на решение проблем, устранение конфликтов и пр.

Однако наиболее ярко проявляющейся характеристикой стиля управления является нацеленность на достижение результатов, что отражается в проведении постоянной текущей оценки деятельности работников, установлении связи оплаты труда с производительностью и др.

Данные характеристики позволяют (если взять за основу типологию К. Камерона и Р. Куинна [10]) построить профиль и отнести корпоративную культуру в гастробаре к рыночно-адхократическому типу, что не характерно для заведения общественного питания малого бизнеса. Как правило, для подобных заведе-

ний оптимальным является преимущество кланового типа культуры с несколько меньшей и относительно равномерной представленностью адхократической и предпринимательской культуры и минимальной выраженностью иерархической. Однако на этапе становления организации объяснимо стремление руководства к иерархии для достижения результатов, оправдания вложений и приобретения конкурентных преимуществ (рис. 1).

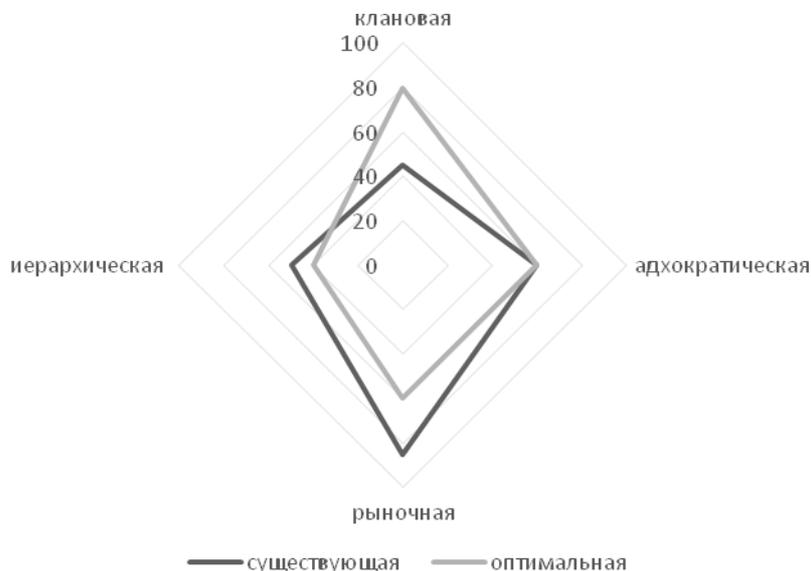


Рис. 1. Реальный и оптимальный профиль культуры гастробара

Примечание: составлено автором.

Вместе с тем изучение мнения и отношения работников к культуре гастробара показало, что по ряду составляющих имеют место расхождения декларируемой культуры, реально складывающейся и предпочитаемой работниками. Так, с миссией заведения ознакомлены немногим больше половины респондентов (64%). Положительно ответили на утверждение «Я понимаю и разделяю концепцию гастробара» только 30% респондентов преимущественно административно-управленческого персонала, а среди сотрудников зала, которые являются носителями культуры заведения и его имиджа, лишь 5 человек из 24.

Ответы на вопрос о знании смыслового значения эмблемы заведения также свидетельствуют о недостаточном когнитивном подходе к поддержанию корпоративной культуры: смысл логотипа знают только 59% респондентов.

Однако с утверждением «Кухня нашего заведения уникальна» согласна основная часть персонала (89%), что соответствует общей концепции заведения.

Несмотря на то, что в заведении стремятся передать атмосферу Италии (в том числе используется итальянский язык в меню, на салфетках, посуде и пр.),

от всех респондентов получен отрицательный ответ на вопрос-утверждение «Я учу итальянский, чтобы применять его в работе».

Отношение к руководству и стилю управления также не однозначно. Сотрудники считают, что их мнение недостаточно учитывается в принятии решений (так ответили 69% респондентов), и не со всеми принятыми руководством решениями респонденты согласны; больше половины утверждают, что они не эффективны. Данные результаты свидетельствуют об определенном недоверии и низкой лояльности к руководству.

Вместе с тем у всех опрошенных сложилось высокое мнение об уровне заботы по отношению к сотрудникам. Все подтвердили, что их труд не остается без поощрения, проходят корпоративные мероприятия, предоставляется питание. Часть опрошенных (63%) ответили утвердительно относительно организации обучения на рабочем месте (преимущественно работники зала), то есть обучение сотрудников сосредоточено на определенной категории, работающей в контактной зоне.

Большинство сотрудников (74%) признали, что им интересно работать в гостробаре, однако почти четверть могут уволиться при появившейся возможности. Чуть больше половины сотрудников ощущают себя частью команды гостробара (52%), тогда как 48% не хотят участвовать в жизни коллектива, что может характеризовать его как недостаточно сплоченный. При этом сотрудники стараются поддерживать хорошие взаимоотношения друг с другом.

Особого внимания требуют ответы, выявляющие основную мотивацию труда в заведении. Для половины респондентов (51%) работа в гостробаре – это возможность подработки, то есть они воспринимают ее как временную и в любой момент могут покинуть заведение, увеличивая и без того высокий оборот кадров.

Таким образом, исследование мнения сотрудников о важнейших характеристиках корпоративной культуры заведения показало низкое усвоение, принятие и разделяемость культуры, которую позиционирует руководство. Это может быть обусловлено недостаточным вниманием к целенаправленной работе по формированию внутренней культуры, сплочению коллектива и созданию соответствующей мотивации.

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что работники тяготеют к типу культуры, который гармонично отражал бы все ее характеристики. Однако, принимая во внимание закономерности организационного развития, необходимо учитывать, что только при переходе на этап стабильного функционирования станет возможным ослабление иерархической составляющей культуры, а стремление противостоять нарастающей конкуренции потребует дальнейшего удержания рыночного типа (рис. 2).

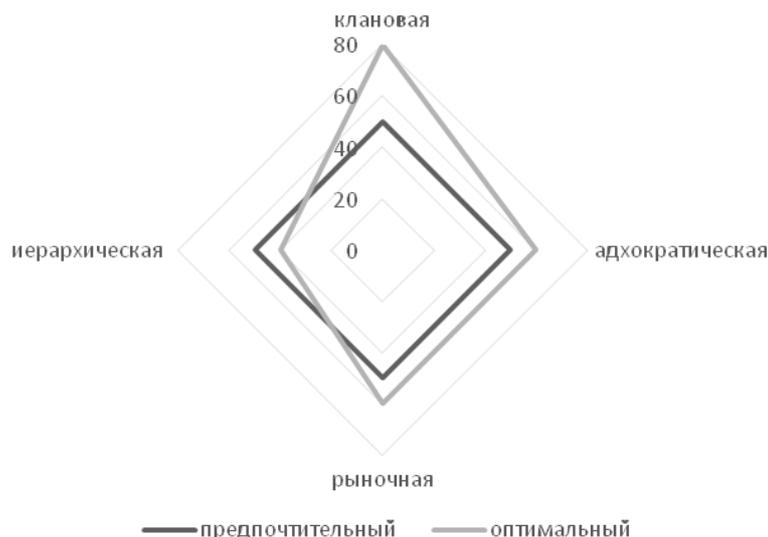


Рис. 2. Предпочтительный и оптимальный профиль культуры гостиничного бара

Примечание: составлено автором.

На диаграмме, представленной на рис. 2, явно прослеживается тенденция оптимального типа культуры к гибкости и дискретности, которых можно добиться, не ожидая контроля, понимая важность ориентации на клиента – на внешний фокус и проявляя слаженность в работе, взаимопомощь и креативность.

Работа по формированию и изменению корпоративной культуры требует временных, организационных и финансовых затрат, а также применения различных подходов.

Когнитивный подход ориентирует персонал на получение сведений о компании, знакомит персонал со стратегической направленностью и перспективами развития, философией и принятыми ценностями. Управление культурой при данном подходе осуществляется путем проведения различных форм обучения, тренингов, информирования персонала и т.д.

При помощи символического подхода можно знакомить сотрудников с символикой и внешней атрибутикой, одинаково понимаемой всеми членами коллектива; традициями и обрядами, разъясняя им, какие глубинные смыслы корпоративной культуры они отражают.

Побуждающий подход способствует мотивированию и стимулированию персонала для формирования ценностной ориентации, норм и правил их поведения в соответствии с целями и интересами заведения.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование позволило применить теоретико-методологические подходы к типологизации и изучению корпоративной культуры

организации общественного питания малого бизнеса и выявить особенности ее формирования на начальном этапе становления конкретного ресторанного заведения. Расхождения между декларируемой, сложившейся и оптимальной культурой обусловлены, по мнению автора, недостаточным осознанием необходимости целенаправленной работы по развитию требуемых составляющих культуры и системы управления персоналом в целом, отсутствием необходимых инструментов влияния на мотивацию работников и кадровую ситуацию в организации.

Формирование требуемого типа культуры возможно при разработке и последовательной реализации соответствующей программы, включающей создание системы соответствующих подходов, регламентации деятельности и поведения работников, внедрения модели мотивации, соответствующей рыночным условиям ведения бизнеса, развития ценностной основы управления. Эти и другие направления будут способствовать повышению эффективности деятельности гастробара и его конкурентоспособности.

Список источников

1. Рестораторы жалуются на кадровый голод // Газета. Ру. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2021/05/14/13593056.shtml>
2. Курамшина М.А. Исследование современных методов управления персоналом в ресторанном бизнесе // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 4. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/04/67496>
3. Deal T.E. and Kennedy A.A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Harmondsworth: Penguin Books, 1982.
4. Масилова М.Г. Организационная культура вуза: нетрадиционные подходы к ее восприятию и изучению // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2015. Т. 28, № 1. С. 52–57.
5. Чиликина Г. Формирование корпоративной культуры в условиях инновационного развития // Самоуправление. 2011. № 4. С. 28, 29.
6. Клюева Ю.С., Николенко П.Г. Теоретические аспекты управления персоналом в сфере сервиса // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2015. № 1. С. 70–74.
7. Кузнецов В.Г. Особенности управления персоналом в сфере услуг // Вектор экономики. 2017. № 3. С. 30.
8. Южане – гастробар. URL: <https://yuzhanev1.ru/#about>
9. Ерошек Р. Стандарты сервиса в ресторане // PROhotelia. URL: <http://prohotelia.com/2017/06/standarty-servisa-v-restorane/>
10. Камерон К., Р. Куинн. Диагностика и изменение организационной культуры (Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on Competing Values Framework). Серия «Теория и практика менеджмента». Санкт-Петербург: Питер, 2001.

References

1. Restaurateurs complain about staff hunger. *Newspaper. Ru*. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2021/05/14/13593056.shtml>
2. Kuramshina M.A. Research of modern methods of personnel management in the restaurant business. *Modern scientific research and innovation*. 2016; (4). URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/04/67496>

3. Dil T.E. and Kennedy A.A. Corporate Cultures: Rites and Rituals of Corporate Life. Harmondsworth: Penguin Books; 1982.
4. Masilova M.G. Organizational culture of the university: non-traditional approaches to its perception and study. *The territory of new opportunities. Bulletin of the Vladivostok State University of Economics and Service*. 2015; 28 (1): 52–57.
5. Chilikina G. Formation of corporate culture in the conditions of innovative development. *Self-government*. 2011; (4): 28, 29.
6. Klyueva Yu.S., Nikolenko P.G. Theoretical aspects of personnel management in the service sector. *Azimut of scientific research: economics and management*. 2015; (1): 70–74.
7. Kuznetsov V.G. Features of personnel management in the service sector. *Vector of Economics*. 2017; (3): 30.
8. Southerners – gastrobar. URL:<https://yuzhanevl.ru/#o-companies>
9. Eroshek R. PROhotelia. URL: <http://prohotelia.com/2017/06/standarty-servisa-v-restorane/>
10. Cameron K., Quinn R. Diagnostics and change of organizational culture (diagnostics and change of organizational culture based on competing values). The series "Theory and practice of management". St. Petersburg: Peter; 2001.

Информация об авторе:

Масилова Марина Григорьевна, канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: marina.nasilova@vvsu.ru.
ORCID:<http://orcid.org/0000-0002-6384-8100>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/208-220>

Дата поступления:
12.07.2022

Одобрена после рецензирования:
26.07.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 159.942

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/221-231>

Переживание одиночества людьми, предпочитающими виртуальные отношения с вымышленными персонажами

Черемискина Ирина Игоревна

Холупова Ксения Андреевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия

***Аннотация.** В статье представлены результаты исследования переживания одиночества у молодых людей, которые предпочитают виртуальные отношения с вымышленными людьми отношениям с реальными людьми. В современном мире цифровые технологии затрагивают буквально все аспекты человеческой жизни. Посредством Интернета можно поддерживать отношения не только между живыми людьми, но и создавать виртуальные отношения с вымышленными персонажами. К сожалению, в данном случае отказ от взаимодействия с реально существующими людьми и уход в виртуальный мир могут оказать деструктивное влияние на человека и общество в целом. В работе были использованы диагностические методы анкетирования, тестирования, а также статистические методы обработки, что позволяет говорить о высокой достоверности полученных результатов, также достоверность обеспечивается большим объемом выборки. В исследовании приняли участие 308 молодых людей ($N = 308$). Результаты показали, что люди, предпочитающие виртуальные отношения с вымышленными персонажами, имеют средний и высокий уровни переживания одиночества, а также позитивное отношение к одиночеству; те, кто не видит себя в подобных отношениях, имеют низкий и средний уровень переживания одиночества. Таким образом, результаты показывают, что виртуальные отношения с вымышленными персонажами не могут компенсировать негативные переживания молодых людей, что представляет собой серьезную проблему для психологов-практиков. Полученные данные могут быть использованы в психоконсультативной практике, а также в психотерапии для лучшего понимания проблемы клиента, имеющего негативные экзистенциальные переживания, и совершенствования его психологического сопровождения.*

Ключевые слова: одиночество, виртуальные отношения, вымышленные персонажи.

Для цитирования: Черемискина И.И., Холупова К.А. Переживание одиночества людьми, предпочитающими виртуальные отношения с вымышленными персонажами // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 221–231. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/221-231>.

Original article

The experience of loneliness by people who prefer virtual relationships with fictional characters

Irina I. Cheremiskina

Kseniya A. Kholupova

Vladivostok State University of Economics and Service
Vladivostok, Russia

© Черемискина И.И., 2022

© Холупова К.А., 2022

Abstract. *The article presents the results of a study of the experience of loneliness in young people who prefer virtual relationships with fictional people to relationships with real people. In the modern world, digital technologies affect literally all aspects of human life. Through the Internet, you can maintain relationships not only between real people, but also create virtual relationships with fictional characters. Unfortunately, in this case, the refusal to interact with real people and going into the virtual world can have a destructive effect on the person and society as a whole. The work used diagnostic methods of questionnaire, testing, as well as statistical processing methods, which allows us to talk about the high reliability of the results obtained, and reliability is provided by a large sample size, 308 young people took part in the study (N = 308). The results showed that people who prefer virtual relationships with fictional characters have medium and high levels of experiencing loneliness, as well as a positive attitude towards loneliness; and those who do not see themselves in such relationships have a low and medium level of experience of loneliness. Thus, the results show that virtual relationships with fictional characters cannot compensate for the negative experiences of young people, which is a serious problem for practice psychologists. Thus, the results can be used in psycho-consultative practice, as well as in psychotherapy to better understand the client's problem and improve his psychological support.*

Keywords: *loneliness, virtual relationship, fictional characters.*

For citation: *Cheremiskina I.I., Kholupova K.A. The experience of loneliness by people who prefer virtual relationships with fictional characters // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 221–231. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/221-231>.*

Введение

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день стремительное развитие интернет-технологий даёт возможность человеку самыми разнообразными способами пытаться удовлетворить свои потребности, в том числе и высшие. Например, социальные потребности человек может пытаться восполнить путём виртуального дистанционного общения с другими людьми посредством различных медиаресурсов. Однако стоит отметить, что при возникновении объективных или субъективных препятствий на пути взаимодействия с реальными людьми возможна попытка восполнить данный интерес альтернативными способами. На сегодняшний день известно множество способов виртуального взаимодействия с вымышленными партнерами через видеоигры, специальные тематические сайты, приложения, а также видео- и аудиоресурсы. Создатели данных медиаматериалов продумывают примерные темы разговоров, создавая множество альтернативных вариантов, стимулируя при этом различные эмоциональные реакции пользователя для того, чтобы он смог принять виртуального партнёра за настоящего собеседника. Если человек заменяет реальное общение виртуальным возникает вопрос по поводу его переживания одиночества: способен ли виртуальный вымышленный партнёр полностью удовлетворить социальные потребности человека? На данный момент эта тема является недостаточно изученной как в России, так и за рубежом.

Предмет исследования. Ещё в древнегреческих легендах и мифах прослеживаются сюжеты о благородных героях, оставленных в детстве в полной изоляции от остальных людей. Их находили могучие звери (волчица, медведица и т.д.) и вскармливали как собственных детей; герои в свою очередь наследовали от зверей могучую и необыкновенную силу. Так, можно предположить, ещё в древние времена человечество воспринимало одиночество как нечто страшное, способное сломить человека, но в то же время и как серьёзное и тяжёлое испы-

222

тание, пройти которое сможет только сильный телом и духом человек. Датский философ С. Кьеркегор считал, что одиночество есть мир замкнутого самосознания, а чтобы спастись от страданий одиночества, необходимо обрести веру [3]. Данные примеры показывают, насколько субъективно восприятие одиночества практически у каждого человека. Даже сегодня можно встретить совершенно различное восприятие одиночества: для кого-то это нечто спокойное и умиротворённое, а для кого-то – пугающая пустота.

Таким образом, проанализировав ранние работы исследователей, можно выделить внутренние и внешние причины состояния одиночества. Если под внешними причинами можно понимать определённые ситуации невозможности социальных контактов (в данном случае результатом одиночества являются независимые условия), то под внутренними причинами исследователи понимают некие особенности личности и психики человека, а также личные убеждения об одиночестве, то есть зависимые условия. В обоих случаях, как отмечают исследователи, такое нарушение социализации человека, как одиночество, является негативным психическим состоянием человека, которое оказывает на него деструктивное влияние.

Проблема одиночества на сегодняшний день продолжает быть объектом исследования современных авторов. Несомненно, существует множество факторов, провоцирующих появление состояния одиночества. Как отмечают Н.П. Дедов и О.А. Комиссарова, одной из важнейших причин переживания одиночества являются психологические и психические процессы подросткового возраста, а также нарушения в их протекании: формирование самосознания, становление личности, интимно-личностное общение со сверстниками и т.д. В результате проведённого исследования была подтверждена гипотеза о формировании у современных подростков чувства одиночества, которое коррелирует со снижением коммуникативных способностей [2]. О.А. Белобрыкина также отмечает характерное для современного подростка чувство «социальной пустоты», которое может привести к активизации его нигилистического отношения к обществу и формированию у него протестных, аддиктивно-девиантных форм поведения. В результате проведённой работы автором было выявлено, что независимо от уровня переживания одиночества у подростков наблюдается тенденция к эмоциональному истощению и коммуникативной дефицитарности, а также то, что и высокий и низкий уровни переживания одиночества ведут к дисгармоничности в развитии личности подростка [1]. Ещё один фактор одиночества многие авторы видят в негативном раннем детском опыте, который может проявляться в нарушенных детско-родительских отношениях в семье. Так, Е.А. Густовой было выявлено, что девушки из разведённой семьи склонны испытывать диссоциированное одиночество, характеризующееся максимальной степенью идентификации и полным обособлением, а также скачкообразной сменой тенденций; для юношей из разведённых семей было характерно переживание диффузного одиночества, которое возникает при идентификации себя с другими людьми и проявляется в том, что уход от собственного «Я» делает трудным личностное обособление, тормозит рефлексивность, останавливает личностный рост и развитие [5]. Таким образом, переживание одиночества было более характерно для детей из

разведённых семей, чем для детей из полных семей, что свидетельствует о важности данного фактора в возникновении переживания одиночества. На основании данных исследований можно также предположить сильное влияние фактора неблагоприятного раннего детского опыта, связанного с нарушением семейных взаимоотношений, на появление негативных психических и психологических переживаний, провоцирующих возникновение одиночества.

Таким образом, одиночество воспринимается обществом в двух своих формах: как фактическая внешняя изоляция от социума и как внутреннее переживание, которое могут испытывать люди даже при отсутствии нарушений социальных контактов с окружающими. Отметим следующие факторы переживания одиночества: возрастные кризисы, личностные характеристики индивидуума, а также травматизация личного опыта человека. Следовательно, под одиночеством понимается системный психологический феномен, возникающий в результате потери связи с социумом. Большинство авторов отмечает, что в независимости от причины возникновения одиночества само переживание в любом случае будет проявляться как негативный аспект человеческой жизни.

Понятие «парасоциальные отношения» впервые было использовано Р. Волем и Д. Хортоном [8]. Под данным понятием понимают романтическую привязанность к определённой медиаперсоне или, как в нашем случае, к вымышленной персоне. Таким образом, люди склонны представлять вымышленные романтические или дружеские взаимоотношения с неким персонажем, когда фактическое взаимодействие, в случае если эта личность всё же является реальной, отсутствует. Другими словами, реальный человек, который является объектом вымышленных взаимоотношений, даже не будет знать об этом. Как можно предположить, возникновение такого рода отношений может быть связано с особенностями подросткового возраста (если это подросток), когда ребёнок чувствует привязанность к наиболее авторитетной личности под влиянием чувства восхищения. В случае же с вымышленными персонажами определить причину гораздо сложнее. Однако стоит отметить большое влияние современной культуры на данный феномен. Сегодня происходит массовое производство различных предметов, которые могут «одушевить» вымышленных виртуальных персонажей: мягкие игрушки, миниатюрные фигурки и даже голограммы. Помимо этого существует значительное количество способов взаимодействия с этими персонажами: vr-реальность, видеоигры, игровые автоматы и т.д. Всё это, к сожалению, способствует повышению в обществе интереса к подобным взаимоотношениям. Ю.Л. Полупан в своей работе отмечает, что с помощью подобного рода парасоциальных отношений с вымышленными персонажами происходит процесс самоидентификации; представители некоторых субкультур могут ассоциировать себя с персонажами любимых художественных произведений [6]. В данном случае подростковый возраст выступает как фактор возникновения таких отношений, то есть как способ осознания подростком своей идентификации. Маю Койке с соавторами [9] считают, что виртуальные отношения с вымышленными персонажами не только удовлетворяют потребность во взаимоотношениях, но и не содержат определённых барьеров, которые мешают формированию романтиче-

ских отношений. Интересно, что данные исследования показали, что игроки подобных игр отмечают, что целями виртуальных отношений с вымышленными персонажами являются снижение стресса, полученного в течение дня, и приобретение навыков общения, которые, по их мнению, они смогут использовать в дальнейшем, но уже в реальном мире. В. Сонг и Д. Фокс в своём исследовании «Игра ради любви в романтических видеоиграх: идентификация аватара, парасоциальные отношения и романтические убеждения китайских женщин» выявили тесную взаимосвязь между идентификацией своего «аватара» (персонаж, с помощью которого человек взаимодействует с виртуальной реальностью) и усилением парасоциальных отношений с вымышленными персонажами, что в итоге представляет собой идеализированный образ отношений для респондентов [10]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что парасоциальные отношения с виртуальными персонажами являются неким инструментом адаптации, посредством которого человек может снять стресс, понизить влияние напряжения, а также удовлетворить свои социальные потребности, если не представляется такого шанса в реальном мире. На основании этого можно предположить, что парасоциальные отношения являются для человека защитным механизмом в ответ на дискомфортные ощущения, с которыми он сталкивается в реальности.

На основании проанализированных выше исследований было выявлено, что люди, предпочитающие виртуальные отношения с вымышленными персонажами, убеждены в полном удовлетворении своей социальной потребности, следовательно, они не предъявляют жалоб на переживание одиночества, то есть эмоционально-личностная привязанность к вымышленному персонажу является достаточным фактором для социального комфорта человека. Однако нельзя не отметить, что в процессе «взаимодействия» с вымышленными персонажами нарушается сам процесс общения, не происходит межличностной связи между двумя людьми. Напротив, человек «общается» только лишь со своим представлением об этом персонаже, при этом не получая «подлинного» ответа. Т.Д. Лопатинская в своей работе «Одиночество в сети: особенности самореализации человека в условиях виртуальной среды» отмечает, что к такой мистификации подлинного акта общения человек может прийти при отсутствии возможных других способов коммуникации с реальными людьми [4]. Таким образом, человек замещает свой дефицит общения виртуальным взаимодействием. Е.А. Седовой и И.И. Черемискиной при исследовании образа Я у подростков-геймеров было выявлено, что у них может проявляться сниженная социальная активность за счет узкого спектра способов взаимодействия с социумом [7].

Таким образом, одиночество всё-таки имеет место при полной замене реальных людей на вымышленных. Как отмечалось выше, в данном случае происходит нарушение самого процесса общения. Человек не получает взаимной реальной обратной связи от своего собеседника, следовательно, такое общение превращается в одностороннюю привязанность. На наш взгляд, не стоит игнорировать возможности самовнушения, а именно убеждения себя в том, что такого рода отношения действительно способны в полной мере удовлетворить потребности человека. Для того чтобы знать точный ответ на данный вопрос, не-

обходимо дальнейшее изучение вопроса о переживании одиночества людьми с парасоциальными отношениями с вымышленными персонажами, что и обуславливает актуальность данного исследования. Исходя из указанной актуальности целью нашей работы было проведение сравнительного исследования и выявление переживания одиночества у молодых людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами. Отметим, что переживание одиночества у этих молодых людей будет выражено ярче, чем у тех, кто в подобных отношениях не состоит. Данное обстоятельство явилось гипотезой нашего исследования. Предметом исследования стало переживание одиночества.

Методы исследования. В исследовании приняли участие 308 молодых людей от 18 до 28 лет. Из них 180 согласно результатам анкетирования предпочитают вымышленных персонажей реальным. Остальные 128 отметили, что не состоят в подобных отношениях. Таким образом, 180 респондентов, предпочитающих отношения с вымышленными персонажами, составили эмпирическую группу и 128 остальных респондентов – группу сравнения.

Методическое обеспечение исследования составили: модифицированная шкала измерения одиночества UCLA (Д. Рассел, Л. Пепло, М. Фергюсон), дифференциальный опросник переживания одиночества (Е.Н. Осин, Д.А. Леонтьев). Обработка данных, полученных в ходе исследования, производилась с использованием программного пакета «SPSS». В работе также произведен расчет U-критерия Манна – Уитни.

Основная часть

Результаты, полученные в двух группах по модифицированной шкале измерения одиночества UCLA, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Уровень переживания одиночества у людей, склонных к виртуальным отношениям с вымышленными персонажами, и людей, не предпочитающих данные отношения

Уровень переживания одиночества	Эмпирическая группа, чел.	Группа сравнения, чел.
Высокий	71	27
Средний	82	62
Низкий	27	39

Так, было выявлено, что всего у 27 исследуемых из 180 среди тех, кто предпочитает виртуальные отношения с вымышленными персонажами, наблюдается низкий уровень субъективного переживания одиночества, то есть у этих респондентов отсутствуют болезненные переживания ситуации изоляции и их нынешнее социальное положение является вполне удовлетворительным, а взаимодействие с другими людьми не доставляет им какого-то ощущения дискомфорта. Однако важно заметить, что преобладающая часть эмпирической выборки,

предпочитающей виртуальные отношения с вымышленными персонажами, имеют средний и высокий уровни переживания одиночества. Следовательно, несмотря на наличие у них виртуальных отношений с вымышленными персонажами, показатели субъективного ощущения одиночества остаются на высоком уровне, что свидетельствует о недостаточной роли виртуальных взаимодействий с фиктивными героями для удовлетворения социальных потребностей. Попытка заменить реальных людей на взаимодействие с виртуальными образами не влияет на личное переживание человека социальной изоляции.

Большая часть респондентов в группе людей, не выбирающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, имеют низкий и средний уровень переживания одиночества. Таким образом, для исследуемых, не испытывающих желание выбора виртуальных отношений с вымышленными персонажами, в большей степени характерно удовлетворительное отношение к своим нынешним контактам с окружающими, то есть респонденты не испытывают переживаний по поводу ситуации одиночества, а с установлением контактов с другими людьми не возникает проблем и трудностей.

Результаты дифференциального опросника переживания одиночества у людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Результаты дифференциального опросника переживания одиночества
в эмпирической группе**

Шкала	Низкий уровень выраженности, чел.	Средний уровень выраженности, чел.	Высокий уровень выраженности, чел.
Общее переживание одиночества	13	87	80
Зависимость от общения	32	112	36
Позитивное одиночество	21	103	56

Таким образом, как и было подтверждено ранее, большая часть выборки людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, имеют высокий уровень переживания одиночества. В целом распределение баллов по шкале «Общее переживание одиночества» схоже с результатами модифицированной шкалы измерения одиночества UCLA, что, вероятно, может подтверждать достоверность полученных результатов. Можно сказать, что большая часть выборки имеет неоднозначное отношение к одиночеству. Вероятно, в одних определённых ситуациях одиночество может рассматриваться достаточно нейтрально, а в других – будут присутствовать ощущения непереносимости и нетерпимости. Так, если предположить, что взаимодействие с вымышленными героями не способно полностью удовлетворить социальную потребность человека, то такое ситуативное отношение к изоляции будет оправдан-

ным, то есть, вероятно, пребывая достаточно долгое время в уединении, человек может убеждать себя в том, что никаких отрицательных последствий одиночества для него не несёт, таким образом бессознательно защищая себя, однако затем, рано или поздно, осознание нехватки социальных контактов даст о себе знать. Значительная часть эмпирической выборки отношения с вымышленными персонажами воспринимает как возможность получения внутреннего ресурса. И, несмотря на наличие объективной изоляции, в зависимости от ситуации одиночество будет восприниматься ими или терпимо и положительно, или негативно. Как и было сказано выше, принимая во внимание наличие подобных отношений, респонденты могут использовать данные убеждения о позитивных качествах одиночества как бессознательную попытку защитить себя от болезненного и неприятного осознания наличия проблемы с коммуникациями.

Результаты дифференциального опросника переживания одиночества у людей, не предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, представлены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты дифференциального опросника переживания одиночества у людей, не предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами

Шкала	Низкий уровень выраженности, чел.	Средний уровень выраженности, чел.	Высокий уровень выраженности, чел.
Общее переживание одиночества	39	53	36
Зависимость от общения	30	73	25
Позитивное одиночество	16	83	29

Так, у большей части группы сравнения наблюдаются низкий и средний уровни выраженности общего переживания одиночества. В целом результаты схожи с результатами модифицированной шкалы измерения одиночества UCLA, что, вероятно, может свидетельствовать о достоверности полученных данных. Следовательно, можно сделать вывод о том, что для людей, не предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, не характерно сильное и болезненное переживание одиночества; исследуемые не испытывают проблем при взаимодействии с окружающими и не воспринимают себя как одиноких людей. В отличие от эмпирической группы для людей, не предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, показатели немного больше, чем для людей, спокойно относящихся к нахождению в одиночестве. Таким образом, последние характеризуются низким уровнем переживания одиночества, а также неоднозначным отношением к ситуации уединения, то есть в зависимости от ситуации исследуемые будут или испытывать значительную нехватку социальных контактов и взаимодействий, или, наоборот, терпимость по отношению к одиноче-

ству и принятие его. Для людей, не предпочитающих виртуальные отношения с придуманными героями, характерно неоднозначное и даже ситуативное восприятие позитивных сторон уединения. Как и было сказано выше, в зависимости от происходящих обстоятельств респонденты переживают «двойное» отношение к изоляции: либо воспринимают её полезные и позитивные стороны, либо воспринимают её как наличие проблемы, с которой необходимо справиться.

Статистическая обработка эмпирических данных с помощью U-критерия Манна – Уитни в программе SPSS 20 позволила выявить значимые различия по шкалам «Общее переживание одиночества» и «Зависимость от общения» между двумя исследуемыми группами. Таким образом, в эмпирической группе значение по показателю «Общее переживание одиночества» гораздо выше, чем в группе сравнения. Это может свидетельствовать о том, что люди, склонные к выбору виртуальных отношений с вымышленными персонажами, испытывают значительную нехватку эмоциональной близости и контактов с окружающими и в целом ощущают себя достаточно одиноко. Несмотря на наличие у них виртуальных отношений с вымышленными героями, уровень одиночества остаётся на высоких показателях, что может свидетельствовать о невозможности в данном случае замены настоящих живых собеседников виртуальными образами.

Авторами было выявлено, что в эмпирической группе значение по показателю «Зависимость от общения» выше, чем в группе сравнения, то есть исследуемые, предпочитающие виртуальные отношения с вымышленными персонажами, ощущают острую нехватку социальных контактов и потребность в попытке избежать данную ситуацию любой ценой. Другими словами, несмотря на предпочтение вымышленных собеседников и констатации факта наличия эмоциональных близких отношений с ними, респонденты всё равно ощущают значительную потребность в социальном взаимодействии, как можно предположить, именно в традиционном своём виде. Так, данные статистические результаты доказывают, что виртуальные отношения с вымышленными персонажами, какими бы идеальными они не были для человека, не способны удовлетворить социальную потребность, а следовательно, и заменить взаимодействие с настоящими собеседниками.

Заключение

Одиночество – это системный психологический феномен, возникающий в результате потери социальных связей. Под воздействием роста влияния информационных технологий на жизнь человека уровень объективного одиночества возрастает, что, вероятно, может повлиять и на субъективное переживание человеком одиночества. В результате проведённого исследования было выявлено, что для молодых людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, характерно в большей степени преобладание переживания негативных эмоций по поводу ситуации социальной изоляции, ощущение чувства покинутости, а также трудности в установлении контактов с окружающими. Можно предположить, что проявление взаимодействий с вымышленными героями является попыткой справиться с переживанием чувства одиночества. Однако стоит заметить, что, несмотря на наличие таких отношений, уровень одиночества всё равно остаётся высоким. Это свидетельствует о неэффективно-

сти данного способа и о том, что образ вымышленного героя не способен заменить живого собеседника для удовлетворения своей социальной потребности. Люди без предпочтения отношений с вымышленными персонажами, скорее, ощущают ситуативное переживание чувства одиночества. Такие люди могут болезненно переживать изоляцию от общества, а в других ситуациях, наоборот, оставаться спокойными и толерантными; обычно они не испытывают каких-либо трудностей при взаимодействии с окружающими.

Таким образом, наша гипотеза о том, что у людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, переживание одиночества выражено ярче, чем у людей, кто не склонен выбирать отношения с вымышленными персонажами, была подтверждена.

Значимость данной работы заключается в ее теоретическом применении: полученные результаты исследования переживания одиночества у людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, могут заполнить имеющийся теоретический пробел об особенностях влияния взаимодействия с виртуальными вымышленными партнёрами на субъективное переживание одиночества человека. Значимость работы также заключается в возможности её практического применения: полученные сведения о переживании одиночества у людей, предпочитающих виртуальные отношения с вымышленными персонажами, могут быть использованы в психоконсультативной практике, а также в психотерапии для лучшего понимания проблемы клиента и совершенствования его психологического сопровождения.

Список источников

1. Белобрыкина О.А. Дифференциальные дескрипторы субъективного переживания одиночества подростками. Часть II: Результаты эмпирического исследования // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4, № 3 (15). С. 158–192.
2. Дедов Н.П., Комиссарова О.А. Социально-психологические особенности одиночества у современных подростков // Вестник ГУУ. 2020. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-osobennosti-odinochestva-u-sovremennyh-podrostkov>
3. Кьеркегор С. Жизнь. Философия. Христианство / сост. и пер. с англ. И. Басс. Санкт-Петербург: Дмитрий Буланин, 2004. 242 с.
4. Лопатинская Т.Д. Одиночество в сети: особенности самореализации человека в условиях виртуальной среды // Общество: философия, история, культура. 2016. № 10. С. 34–36.
5. Перлман Д., Пепло Л. Теоретические подходы к одиночеству // Лабиринты одиночества / пер. с англ.; сост., общ. ред. и предисл. Н.Е. Покровского. Москва: Прогресс, 1989. С. 152–169.
6. Полупан Ю.Л. Цифровая этнография в исследованиях фанатских онлайн-сообществ // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2021. № 2. С. 68–72.
7. Седова Е.А., Черемискина И.И. Образы у подростков-геймеров // Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности. 2012. № 2. С. 209–212.

8. Horton D., Wohl R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance // *Psychiatry*. 1956. № 19. P. 215–219.
9. What factors attract people to play romantic video games? / M. Koike, S. Loughnan, S. Stanton, M. Ban // *PLoS ONE*. 2020. № 15 (4). URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231535>
10. Song W., Fox J. Playing for love in a romantic video game: Avatar identification, parasocial relationships, and Chinese women's romantic beliefs // *Mass Communication and Society*. 2016. Т. 19, № 2. С. 197–215.

References

1. Belobrykina O.A. Differential descriptors of subjective experience of loneliness by adolescents. Part II: Results of empirical research. *Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and economic psychology*. 2019; 4 (3): 158–192.
2. Dedov N.P., Komissarova O.A. Socio-psychological features of loneliness in modern adolescents. *Bulletin of GUU*. 2020; (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-psihologicheskie-osobennosti-odinochestva-u-sovremennyh-podrostkov>
3. Kierkegaard S. Life. Philosophy. Christianity / comp. and per. With English I. Bass. St. Petersburg: Dmitry Bulanin; 2004. 242 p.
4. Lopatinskaya T.D. Loneliness in the network: features of self-realization of a person in a virtual environment. *Society: philosophy, history, culture*. 2016; (10): 34–36.
5. Perlman D, Pepló L. Theoretical approaches to loneliness. *Labyrinths of loneliness* / trans. From English; comp., general ed. And predisl. N.E. Pokrovsky. Moscow: Progress; 1989. P. 152–169.
6. Polupan Yu. L. Digital ethnography in research of fan online communities. *Medicine. Sociology. Philosophy. Applied research*. 2021; (2): 68–72.
7. Sedova E.A., Cheremiskina I.I. The image I have in teenage gamers. *Personality in extreme conditions and crisis situations of life*. 2012; (2): 209–212.
8. Horton D., Wohl R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*. 1956; (19): 215–219.
9. What factors attract people to play romantic video games? / M. Koike, S. Loughnan, S. Stanton, M. Ban. *PLoS ONE*. 2020; (15). URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231535>
10. Song W., Fox J. Playing for love in a romantic video game: Avatar identification, parasocial relationships, and Chinese women's romantic beliefs. *Mass Communication and Society*. 2016; 19 (2): 197–215.

Информация об авторах:

Черемискина Ирина Игоревна, канд. психол. наук, доцент кафедры философии и юридической психологии, г. Владивосток. E-mail: irina-cheremiski@mail.ru. ORCID:<http://orcid.org/0000-0001-8227-5670>

Холупова Ксения Андреевна, студент ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: white-stand.offish@gmail.com. ORCID:<http://orcid.org/0000-0003-2518-0952>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/221-231>

Дата поступления:
10.08.2022

Одобрена после рецензирования:
24.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

Научная статья

УДК 379.822

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/232-247>

Разработка мероприятий по использованию выставочных объектов «Улица Дальнего Востока» в рамках ВЭФ

Метляева Татьяна Викторовна

Брусенцова Анна Андреевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Владивосток. Россия

***Аннотация.** На сегодняшний день функционирующие на постоянной основе и передвижные выставки могут быть визитными карточками как отдельно взятой организации или бренда, так и целого региона. Кроме того, выставочная деятельность является одним из эффективных способов поддержки малого бизнеса. Благодаря этому демонстрируется промышленный потенциал и наиболее перспективные возможности для бизнеса. Участие в выставках – это один из самых эффективных методов проведения маркетинговых мероприятий, демонстрации новинок и достижений на рынке, выбора деловых партнеров и инвесторов, заключения долгосрочных контрактов и анализа конкурентной среды.*

***Ключевые слова:** выставка, выставочная деятельность, имидж территории, выставочные павильоны, событийные мероприятия.*

***Для цитирования:** Метляева Т.В., Брусенцова А.А. Разработка мероприятий по использованию выставочных объектов «Улица Дальнего Востока» в рамках ВЭФ // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 3. С. 232–247. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/232-247>.*

Original article

Development of activities on use of exhibition objects at Street of the Far East as part of the WEF

Tatyana V. Metlyaeva

Anna A. Brusentsova

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok. Russia

***Abstract.** To date, permanent and traveling exhibitions can be the business cards of a single organization or brand, as well as the whole region. In addition, exhibition activities are one of the most effective ways to support small businesses. Thanks to this, the industrial potential and the most promising business opportunities are demonstrated. Participation in exhibitions is one of the most effective methods of conducting marketing events, demonstrating new products and achievements in the market, choosing business partners and investors, concluding long-term contracts and analyzing the competitive environment.*

***Keywords:** exhibition, exhibition activity, image of the territory, exhibition pavilions, event events.*

***For citation:** Metlyaeva T.V., Brusentsova A.A. Development of activities on use of exhibition objects at Street of the Far East as part of the WEF // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 3. P. 232–247. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/232-247>.*

© Метляева Т.В., 2022

© Брусенцова А.А., 2022

232

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена осознанием того факта, что выставки являются неотъемлемой частью современного общества и играют важную роль не только в продвижении товара или компании на рынке, но и в формировании имиджа этого товара или компании. С появлением современных компьютерных технологий возможность знакомства с товаром или с деятельностью организации становится более доступной, однако для более глубокого понимания сущности того же товара или организации необходима «реальная встреча».

Проектирование и строительство специализированных временных выставочных зданий началось в середине прошлого века. По мере развития событий они стали рассматриваться как выставочные экспонаты, демонстрирующие последние достижения в области строительства. Затем, по мере развития различных сфер здравоохранения, образования, автомобилестроения и так далее, выставочная деятельность видоизменялась, совершенствовалась в зависимости от трансформации общества, его запросов и востребованности в посещаемости выставок.

Основная часть

Современная выставка является не только площадкой для знакомства с новыми достижениями в какой-либо отрасли, но и эффективным средством продаж, а также в большей степени средством связи и обмена информацией. Вместе с тем это и место для установления профессиональных и личных контактов, возможности обсуждения важнейших вопросов в отдельной отрасли, как на региональном, так и международном уровне.

Так, по мнению К.А. Любарской, подготовка к выставке, её проведение являются важным элементом в системе маркетинговых коммуникаций. Качественное проведение выставки определяет её эффективность и в целом влияет на увеличение численности клиентов компании. Выставки являются важным, универсальным и высокоэффективным бизнес-инструментом. В развитой экономике выставки стали неотъемлемой частью всего маркетингового комплекса наряду с прямыми продажами, рекламой, рассылкой и размещением информации в Интернете. Выставка является элементом маркетинговых коммуникаций [5, с. 136].

Выставочная деятельность вносит значимый вклад в деловую активность региона. Эффективная организация таких мероприятий благоприятно отражается на экономике страны и улучшении её макроэкономических показателей. Благодаря выставкам осуществляется интенсивный информационный обмен между предприятиями различных городов, стран и отраслей деятельности, а также образуются крупные финансовые потоки, которые увеличивают доходность как отдельных регионов, так и страны в целом [8, с. 281].

С точки зрения структурного подхода специфика выставочной деятельности включает исторический, структурно-функциональный, ресурсный, интеграционный и коммуникационный аспекты. В таблице 1 представлен анализ сущности понятия «выставка (ярмарка)».

Таблица 1

Анализ сущности понятия «выставка (ярмарка)»

Автор	Трактовка понятия «выставка (ярмарка)»
К.А. Любарская	Это не только источник информации о развитии отрасли, отдельных организаций, но и эффективный маркетинговый инструмент, а также установление личного контакта с партнером
М.А. Сиротина, О.Ю. Егорова	Средство приобретения информации или товаров в одном месте и в сжатые сроки... Выставка предполагает тесный контакт потенциального клиента с образцами товаров или услуг, что позволяет повысить эффективность всего коммуникационного инструментария, используемого на выставке
В.А. Бас, И.Г. Зимин	Одна из наиболее эффективных форм представления и продвижения новых достижений в социальной, экономической, управленческой и научной областях деятельности государств, регионов и предприятий
М.А. Евтеев	Наиболее результативное средство маркетинговых коммуникаций, уникальный механизм продвижения продуктов и услуг и эффективный инструмент повышения продаж
Р.Р. Кликс	Это специально созданная и художественно преобразованная предметно-пространственная среда, предназначенная для публичного показа с определенными социальными целями

Н.В. Александрова и И.К. Филоненко рассматривают выставку как высокоорганизованное мероприятие, которое проводилось в специально построенных сооружениях, однако носило единовременный характер. Организатором обычно выступало государство; выставки создавались для демонстрации определённых достижений в разных сферах деятельности. Ярмарки же проводились регулярно на разных площадках. На ярмарках товары продавались, а на выставках – нет [1].

Основные функции выставочной деятельности и получаемые эффекты (в зависимости от области применения) представлены в работе Д.В. Нестеровой [6, с. 128] (табл. 2).

Таблица 2

Основные функции и получаемые эффекты выставочной деятельности

Сфера применения	Функции выставки	Получаемые эффекты
Общество в целом	Инновационная, информационная, политическая, связи с общественностью	Развитие технологий, организация коммуникаций, международные коммуникации, имидж страны
Национальная экономика	Анализ и прогнозирование рынка, организация акций обмена, оптимизация каналов сбыта, мониторинг состояния отрасли (сектора экономики)	Взаимодействие спроса и предложения, доходы от экспорта и импорта, формирование конкурентных преимуществ

Сфера применения	Функции выставки	Получаемые эффекты
Отдельная компания (экспонент)	Информационная, мотивационная, продвижение имиджа, налаживание каналов сбыта	Информация о существующих и потенциальных конкурентах, расширение и оптимизация каналов сбыта
Отдельная (выставочная) компания	Предоставление услуг, формирование доходов, расширение масштабов деятельности	Позиционирование компании на рынке выставочных услуг

Рассмотрев функции выставочной деятельности, нами были проанализированы работы ряда авторов [3, 4, 10] и выявлены следующие критерии классификации выставок, на которые мы опирались в эмпирической части исследования:

- территориальный (международные, гостевые, национальные, региональные);
- целевой (имиджевые, пробные выставки);
- тематический (универсальные, специализированные многоотраслевые и узкоспециализированные);
- имиджевый [значимый для города, региона, страны (выставки федерального значения, межрегиональные выставки, региональные выставочные мероприятия, выставки местного (городского) значения)];
- коммуникационный (связь бизнеса с потребителем В2С или связь компаний В2В);
- географический (всемирные, международные, национальные, межрегиональные, местные);
- по продолжительности функционирования (постоянные, временные, кратковременные).

Наряду с этим в своем исследовании мы опирались на следующую типологию выставочных мероприятий [11, с. 76]: всемирные, национальные, международные, с международным участием, межрегиональные, региональные (местные), многоотраслевые, специализированные.

В результате была выделена следующая классификация выставок/ярмарок по значимости мероприятия, разработанная Ф.Г. Панкратовым [9, с. 364]: выставки федерального значения (значимые для страны в целом); выставки межрегионального значения (значимые для нескольких регионов страны); выставки регионального значения (значимые только для одного региона); выставки местного значения (значимые для города, области).

Национальные павильоны – это то, что является «главным блюдом» на всех международных Ехро. Наиболее интересные и необычные конструктивные решения, новейшие технологии и межотраслевые достижения представляют современные архитекторы. Сегодня к ним присоединились художники и дизайнеры. Это очень важный момент в жизни каждого человека, который связан с проектированием и строительством нового здания.

Выставочный павильон как сооружение предназначено для демонстрации экспозиций; иногда он сам может быть образцом технических, научных, архитектурных и конструктивных достижений. По большей части это относится к международным и всемирным выставкам. При этом выставочные павильоны бывают универсальными и тематическими; по времени существования – временными и постоянными; по степени мобильности – передвижными и стационарными.

На сегодняшний день по числу проведенных выставок, имеющих мировое значение, лидером является Европа. Ее доля составляет 58 % от всех проведенных выставок. Наряду с этим такими же лидерами являются Китай, США, Германия, Великобритания и Франция. В последние десятилетия на выставочном мировом рынке о себе смело заявляет Россия.

Рассматривая понятие «выставка (ярмарка)» в историческом аспекте, мы выявили, что в российской практике выставочная деятельность берет начало еще с мануфактурных изделий. Выставка, знаменовавшая собой начало «промышленного переворота» в России, была открыта в Санкт-Петербурге 15 мая 1831 г. и действовала до 8 июня.

Успех выставки и внимание к ней общественности были настолько высоки, что в ноябре 1831 г. в Москве состоялась «Выставка произведений отечественной промышленности», которая объединила только московских купцов и заводчиков, занимавшихся текстильным делом.

Первые постройки из России появились на Всемирной выставке в Париже в 1867 г. Около дворца Индустрии разместили русскую избу, украшенную резными наличниками и другими элементами русских деревянных зданий.

Вновь активно выставочно-ярмарочная деятельность в России начала развиваться только в 90-х гг. XX века.

Изначально выставочное движение в России полностью подчинялось государству, а выставочные мероприятия были направлены на показ достижений народного хозяйства страны. В настоящее время проведение торговых ярмарок и выставок – это многоцелевой инструмент предпринимательской коммуникации. В связи с политической, экономической и технологической обстановкой данное направление хозяйственной деятельности требует концептуальных подходов; это быстрорастущая отрасль хозяйствования имеет высокую степень развития.

Наше исследование проводилось на основе анализа развития выставочной деятельности в ДФО и выставки «Улица Дальнего Востока» (далее – выставка, «УДВ»), организованной Фондом Росконгресс (с 2019 г.) и аппаратом полномочного представителя Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе, ставшей традицией Восточного экономического форума (далее – ВЭФ) во Владивостоке. Выставка проходит на территории набережной бухты Аякс (кампус ДВФУ).

Всего на данной территории было спроектировано 11 павильонов субъектов Дальнего Востока (Камчатский край, Республика Бурятия, Хабаровский край, Приморский край, Амурская область, Забайкальский край, Сахалинская область, Чукотский автономный округ, Республика Саха (Якутия), Магаданская область,

Еврейская автономная область), где каждый из них представлял свои достижения, туристические возможности и культурное наследие. На территории выставки помимо самих павильонов была спроектирована центральная площадка, на которой находились деловая зона, рыбный рынок, гостиная, дом на Гектаре и главная сцена.

Дополнительными объектами выставочного комплекса являются павильон Министерства спорта РФ, Augus, а также экспозиция «Вертолеты России».

Внутри павильонов посетители могут ознакомиться с бизнес-проектами, историей и культурой региона, осмотреть экспонаты или производимые регионом товары.

Целью выставочных объектов всего комплекса является демонстрация экономического и инвестиционного потенциала регионов Дальнего Востока, привлечение инвесторов и представителей сферы бизнеса. Выставка «УДВ» – уникальная возможность продемонстрировать свой потенциал для иностранных делегаций, международного бизнеса, научных и общественных кругов. Выставка позволяет представить свои достижения в области социально-экономического развития территорий.

Основные задачи ВЭФ и выставки «УДВ» [7]: содействие укреплению связей между бизнесом и органами власти на всех уровнях; повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности регионов, в том числе на международном уровне, а также оценка экономического потенциала Дальнего Востока; представление современных условий ведения бизнеса на территориях опережающего развития; государственная поддержка перспективных инвестиционных проектов.

Рассмотрим значимость каждого региона и наполнение программы презентации об основных направлениях его деятельности:

1. Павильон Камчатского края, представленный слоганом «Береги Камчатку» (общая площадь 440 м²), был оформлен в виде кальдеры (обширная циркообразная котловина вулканического происхождения). Гостям представляли проект развития водородной энергетики, рассказывали о строительстве нового аэропорта «Елизово», туристическом и научном потенциалах полуострова. В спортивную программу входили показательные выступления и мастер-классы по «Северному многоборью»: метание топора на дальность, метание тынзяна (аркана) на хорей (деревянный шест), тройной национальный прыжок, прыжки через нарты, бег с палкой.

2. Павильон Республики Бурятия представлен под девизом «Байкал-Бурятия. Традиции с Будущим» (общая площадь 1100 м²). Продукцию авиапредприятия – вертолеты VRT500 и Ми171А2 можно было увидеть на уличной экспозиции. В торговых павильонах были представлены товары народных промыслов от ремесленников Бурятии, а также в них находилась зона с выставочными витринами, демонстрацией и продажей изделий из нефрита – «Сокровища Бурятии». В павильоне также были организованы чайные церемонии, представление и обучение народному бурятскому танцу «Ехор» и консультация врача-тибетолога. Открытые павильоны были предназначены для проведения мастер-классов и дегустиаций.

3. Павильон Хабаровского края был представлен под девизом «Будущее сегодня» (общая площадь 520 м²). В павильоне были продемонстрированы достижения в промышленности, авиастроении и социальной сфере. На территории павильона был открыт «Технопарк», где можно было подробно ознакомиться с особенностями самолетов Су-57 и Sukhoi Superjet 100, а также с ещё одной новинкой – современной системой мониторинга ДВ популяции животных и птиц. На территории также находились арт-объект «Сделано в Хабаровском крае» и спортивная зона, демонстрирующая «Спорт» (хоккей с мячом с помощью технологии AR).

4. Павильон Приморского края представлен под девизом «Международный терминал – International Terminal» (общая площадь 836 м²). Посетители выставки могли увидеть продукцию местных предприятий. Помимо деловых зон на стенде работал Arseniev Terminal – интерактивное пространство для знакомства с удэгейской культурой и показа мультимедийных презентаций и фильмов о Владимире Арсеньеве к 150-летию со дня его рождения. Отдельной зоной была расположена площадка «Сделано в Приморье», где продавались сувениры, мед, конфеты, изделия хэндмейд направления и дизайнерская одежда местных производителей. На территории павильона был расположен летний кинотеатр и сцена, на которой выступали приморские рок-группы.

5. Павильон Амурской области представил экспозицию «Экономика устойчивого развития» (общая площадь 391 м²). В нем находились информационные стенды о мерах развития агропромышленного комплекса региона и экспортного потенциала, интерактивная экспозиция «Развитие газохимического кластера области». Хозяева экспозиции также провели виртуальную экскурсию по популярным туристическим местам области.

6. Павильон Забайкальского края представлен под слоганом «Забайкалье – стремление вверх» (общая площадь 180 м²). В нем можно было увидеть: художественные интерактивы: керамическую мастерскую, зону рукоделия, мини-музей и видеостену.

7. Павильон Сахалинской области (общая площадь 925 м²) представлен под девизом «Зеленый бизнес – зеленые острова». Интерактивы осуществлялись как в павильоне, так и на территории перед ним. Фильмы о туристических маршрутах с возможностью увидеть территорию в очках дополненной реальности («Полеты над Сахалином»), выступление сахалинских артистов, викторины и розыгрыши, четыре фотозоны представляли огромный интерес для посетителей выставки. Из новинок павильона были представлены квадросфера единой дальневосточной авиакомпании «Аврора», кафе, позиционирующее блюда направления: «здоровое питание», Healthy-Bar.

8. Павильон Еврейской автономной области представлен под названием «Радужный мост» (общая площадь 530 м²). В программе выставки был показан видеоролик о регионе. В павильоне расположена открытая веранда, где осуществлялись продажи сувенирной продукции, мастер-классы художника-дизайнера. На центральной сцене была показана концертная программа народного

ансамбля скрипачей, кавер-группы Holiday, организовано выступление молодёжного театра «Добрые люди».

9. Павильон Чукотского автономного округа представлен под названием «Чукотка – граница между человеком и Арктикой» (общая площадь 570 м²). Округ является крайним северо-восточным регионом России. Помимо информации о промышленном потенциале округа, посетители выставки могли открыть «интерактивную дверь в Чукотку» и перенестись в различные туристические точки региона. В спортивной программе были представлены национальные виды спорта народов Севера.

10. Павильон Республики Саха (Якутия) представлен под названием «В Якутию!» (общая площадь 692 м²). На главной сцене выставки была показана концертная программа, работала выставка-ярмарка по продаже местной продукции «Made In Yakutia», представлены фотозона, площадка для питч-сессий (оборудована мультимедийным экраном для проведения презентаций инвестиционного и туристского потенциала региона).

11. Павильон Магаданской области представлен под названием «Магаданская область – территория больших перспектив» (общая площадь 504 м²). В программе были представлены мастер-классы по косторезному искусству и декоративно-прикладному творчеству, а также по изготовлению своими руками традиционных изделий. На протяжении всей работы павильона функционировала выставка-продажа компании «Русское золото» изделий из самородного золота. Концертная программа представлена выступлением популярного в области ансамбля песни и танца народов Севера «Энэр».

По окончании форума павильоны решили оставить для «оживления» набережной ДВФУ, а также с целью экономии бюджетных средств на повторное строительство павильонов для проведения ежегодных выставок в рамках ВЭФ. В целях дальнейшего развития набережной ДВФУ протоколом Совета округа было поручено проработать варианты круглогодичного использования павильонов выставки.

Вместе с тем в связи с климатическими особенностями о. Русского (сильные ветра и промерзание грунта в зимний период года), а также отсутствием достаточного количества посетителей (туристов, горожан, студентов) на набережной с ноября по апрель предлагается рассмотреть возможность организации работы выставочных зон в течение теплого периода года (с мая по октябрь).

С целью анализа активности в посещаемости выставочных объектов на территории набережной б. Аякс в предлагаемые периоды, а также с целью выявления пожеланий жителей Приморского края о возможности их использования на постоянной основе круглогодично было проведено анкетирование, в котором приняли участие 466 человек всех возрастных категорий, из них 77,3 % женщин и 22,7 % мужчин.

На вопрос «Бывали ли Вы на мероприятии «Улица Дальнего Востока» в период ВЭФ?» большинство респондентов (59,1 %) ответили – «Да, были», 24,2 % – «Не были, но хотели бы побывать» и 16,7 % – «Нет, не были» (рис. 1).

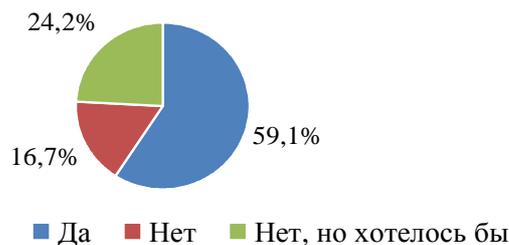


Рис. 1. Анализ ответов на вопрос «Бывали ли Вы на мероприятии «Улица Дальнего Востока» в период ВЭФ?»

Далее респондентам было предложено выбрать, выставки каких регионов им запомнились больше всего и что именно. В вариантах ответов были перечислены как павильоны, позиционирующие достижения народного хозяйства региона, так и культурная программа (можно было выбрать несколько вариантов). Мнения респондентов разделились. Наибольшее количество ответов получили павильон Республики Саха (Якутия) (36,4%), а также кухни регионов Дальнего Востока (36,2%), павильоны Камчатского края (33,37%) и Чукотского автономного округа (36,2%). Павильон Приморского края и продукция Приморского края получили 24% голосов, павильон Республики Бурятии – 21%, павильон Забайкальского края и Культурная программа выставки – 18% голосов, 14% получил Рыбный рынок и 12% голосов было отдано павильону Хабаровского края. Наименьшее количество ответов получили павильоны: Еврейской автономной области (7,6%), Амурской области (6,1%), Магаданской области (6,1%) [рис. 2].

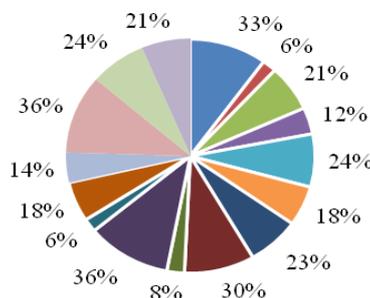
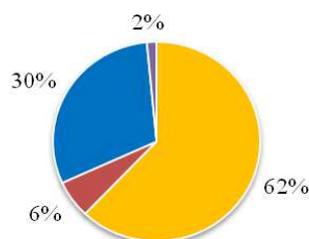


Рис. 2. Анализ ответов на вопрос «Что Вам запомнилось больше всего?»

С целью определения актуальности круглогодичной работы выставки «Улица Дальнего Востока» был задан вопрос «Хотели бы Вы, чтобы выставочные объекты функционировали круглогодично?». 62,1% опрошенных ответили положительно, 30,3% – хотели бы, чтобы выставка функционировала только в период каникул и новогодних праздников и лишь 6,1% дали на этот вопрос отрицательный ответ. Полученные результаты представлены на рис. 3.



Да ■ Нет ■ В период каникул ■ В период новогодних праздников

Рис. 3. Анализ ответов на вопрос «Хотели бы Вы, чтобы выставочные объекты функционировали круглогодично?»

Для того чтобы убедиться в актуальности и востребованности рекомендаций по использованию выставочных объектов, был задан вопрос «Что бы Вы хотели увидеть на выставке?». Большинство опрошенных (58 %) выбрали вариант «Мероприятия, представляющие культурные традиции и обряды жителей Дальнего Востока» (рис. 4), что подтверждает востребованность установки чума в одном из павильонов. Наименьшее количество ответов набрали показатели: «История Дальнего Востока и Приморья» (2 %). «Традиционные ремесла народностей, проживающих на Дальнем Востоке, в том числе малых коренных народностей» – 53 %, «Продукция местных производителей (ТИНРО)» – 47 %, «Знакомство с туристическими объектами» – 47 %, «Знакомство с флорой и фауной Приморского края и ДВФО» – 35 %, «Достижения народного хозяйства ДВФО» – 27 %.

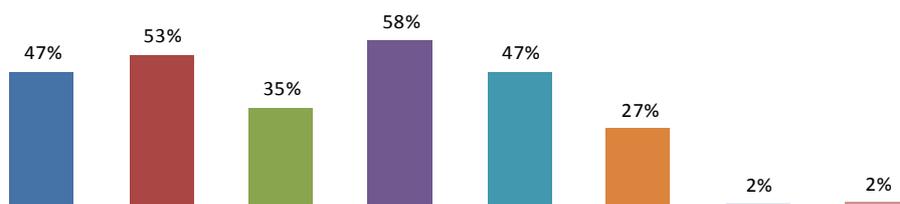


Рис. 4. Анализ ответов на вопрос «Что бы Вы хотели увидеть на выставке?»

На вопрос «Приобретали ли Вы продукцию регионов на выставке?» большинство опрошиваемых ответили «Нет» (74,2 %), оставшиеся 25,8 % ответили «Да» (рис. 5).

Вопрос «Что именно Вы приобрели на выставке?» выявил, что наиболее часто покупаемыми товарами на выставке были: рыбная продукция (36 %), сувениры (29 %), чай с дикоросами (15 %), биологические добавки (11 %), продукция коренных народов ДВ (5 %), украшения (3 %), термосы (2 %) [рис. 6].

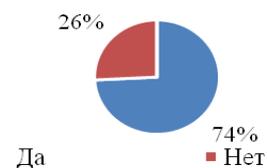


Рис. 5. Анализ ответов на вопрос «Приобретали ли Вы продукцию регионов на выставке?»



Рис. 6. Анализ ответов на вопрос «Что именно Вы приобрели на выставке?»

Таким образом, в результате проведенного исследования и внесенных респондентами пожеланий, а также анализа текущего положения в использовании выставочных объектов на территории ДВФУ (г. Владивосток) были разработаны следующие рекомендации:

Проведение праздников. Как правило, праздники всегда являлись неотъемлемой частью жизни общества. Они служили не только формой отдыха, общения, развлечения, но и выполняли важную функцию социализации человека, способствовали формированию и укреплению социальной общности.

Региональные праздники. Например, день рождения региона, где ключевым звеном будет являться павильон именинника; другие региональные павильоны также будут функционировать со своей программой.

День Приморского края проводится 25 октября. Традиционно к этому празднику края во многих учреждениях образования и культуры проходит множество праздничных мероприятий – концерты, выставки, конкурсы, конференции, открытые уроки и т.д.

Продажа различных товаров, бижутерии, рукоделия, туристические услуги, фотовыставки – все это было представлено в День Приморского края на набережной Владивостока.

Проведение мероприятий для поддержки и популяризации коренных народов. Исторически сложилось так, что в каждом субъекте Дальнего Востока проживают представители разных национальностей и народностей, среди которых есть малочисленные, проживающие на территориях традиционного расселения своих предков и сохраняющие традиционные образ жизни, хозяйственную деятельность и промыслы. Сохранение этих народов, а также их традиций является важным социокультурным и государственным процессом. В свою очередь не менее значимым для этого является знакомство как взрослых, так и молодых людей с коренными народами, их промыслом, бытом и культурой. Именно поэтому можно организовывать мероприятия, целью которых будет знакомство с представителями и традициями коренных малочисленных народов.

На основе вышеперечисленных рекомендаций был составлен событийный календарь (рис. 7) на базе инфраструктуры выставки «Улица Дальнего Востока».



Рис. 7. Событийный календарь выставки «Улица Дальнего Востока»

Примечание: составлено авторами.

Праздники были разделены на «Национальные», «Приморского края», праздники регионов Дальнего Востока и малых коренных народов.

Национальные праздники России: День Народного Единства (4 ноября), День России (12 июня), Праздник Весны и Труда (1 мая).

Праздники Приморского края: День города Владивостока (2 июля), День Приморского края (25 октября), Сагди дава (Большая рыба) (25 сентября).

Наиболее популярные праздники регионов ДФО:

- Якутия: Ысыах, Эвенский обрядовый праздник «Айанна Мяланни»;
- Камчатский край: «День оленевода», «День первой рыбы», Корякский обрядовый праздник «Хололо»;
- Сахалинская область: традиционный праздник народов севера «Тени Гу», праздник-обряд кормления Духа хозяина моря, региональный фестиваль народных художественных промыслов и ремесел КМНС «Живые традиции»;
- Мурманская область: фестиваль саамской музыки «Моайнас ланнь»;
- Чукотский автономный округ: «Теркык, аматгыргын»;
- Ханты-Мансийский автономный округ: Уринэква хотал (Вороний день).

Праздники коренных народностей: Международный день единения (6 февраля), Международный день родного языка (21 февраля), областной праздник коренных народов Севера и Дальнего Востока (12 сентября), «Жылгаяк» (21–22 марта), Шорцкий праздник (22 марта), «Цветение тундры» (4 июня), Маарыш (1 августа).

Из всех вышеперечисленных праздников были выделены и взяты за основу календаря каждого месяца (январь, февраль, март) следующие праздники: Чукотский национальный праздник «Теркык, аматгыргын» (16 января), День Единения Саамов (6 февраля) и Навруз (21 марта).

После того, как были проанализированы основные праздники всех регионов Дальнего Востока, а также с учетом пожеланий респондентов, участвовавших в анкетировании, были разработаны рекомендации по использованию отдельных павильонов выставки «Улица Дальнего Востока» в период до проведения ВЭФ и после него.

Павильон коренных народностей. В одном из павильонов, например Магаданской области, предложено установить ЧУМ – копию временного жилища охотников, которую они устанавливали в поселениях-стойбищах. В 2018 г. молодые охотники из села Красный Яр установили чум в качестве одного из экспонатов выставки для гостей правового семинара представителей малочисленных народов. Гостям выставки показывали резные сувениры из липы и кости, ловцы снов, расшитые национальными узорами меховые рукавицы и другие изделия мастеров. На мероприятии также рассказывали посетителям о жизненном укладе удэгейского народа, исполняли народные песни и проводили уроки удэгейского языка. Мы предлагаем наряду с вышеуказанными экскурсиями проводить день национальной кухни в выходные дни.

Павильон продукции Приморского края. В павильоне предложено осуществить демонстрации и продажи уникальной продукции регионов Дальнего Востока. Одним из участников может являться Тихоокеанский филиал ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт рыбного хозяйства и океанографии» (ТИНРО). Продукция данного предприятия (биологически активные добавки к пище, вытяжки, экстракты, биогели и лечебная косметика) представляет большой интерес не только для жителей Приморского края, но и других покупателей.

Исходя из уникальности и эффективности продукции ТИНРО, купить её довольно сложно. Торговой площадкой может стать павильон, действующий на постоянной основе.

Павильон-площадка для культурных мероприятий. Его предложено организовать на территории выставочного комплекса Республики Бурятия; также предложено проводить мастер-классы, праздники как общие (Масленица, Встреча весны, Пасха), так и традиционные для других регионов Дальневосточного федерального округа (Бурятия, Камчатка, Сахалина, Биробиджана, Амурской области и др.).

Экспозиция вертолета на постоянной основе. Предложено оставить на постоянной основе экспонат, произведенный в городе Арсеньеве, – гражданский вертолет Ка-62, демонстрирующий посетителям и гостям ВЭФ развитие завода «Прогресс» и промышленного туризма.

Павильон, представляющий возможности знакомства с флорой и фауной Приморского края. Его предложено расположить на территории выставочного комплекса Еврейской автономной области. В данном павильоне могут демонстрироваться видеофильмы, представляющие флору и фауну Приморского края, «За что любят Приморье», а в дальнейшем и других регионов Дальневосточного федерального округа, включая экспонаты Ботанического сада, музея трепанга и другие видеоматериалы.

Наряду с этим в процессе разработки рекомендаций по организации мероприятий с целью функционирования выставки «Улица Дальнего Востока» (б. Аякс, кампус ДВФУ) было предложено проведение летнего фестиваля «Зов океана» ко Дню молодежи (27 июня).

Актуальность данного проекта заключается в том, что фестиваль, являясь одной из наиболее крупных форм творческой деятельности, способен вовлечь в процесс общения большое количество участников и зрителей с целью развития культурных организаций и сотрудничества молодежи, а также обеспечения культурной активности молодой аудитории Дальнего Востока.

Фестиваль «Зов океана» – это уникальная технология неформального образования и общественная система поддержки активных и талантливых детей и молодежи. Он открыт для всех институтов общества и является социально-значимым событием в жизни молодежных общественных объединений.

Цель мероприятия: способствовать сплочению представителей различных молодежных течений, обмену опытом, развитию контактов между людьми различных социальных, национальных групп, а также привить молодому поколению любовь к национальным культурным традициям и к истории Дальнего Востока.

Участниками мероприятия могут выступить: солисты и музыкальные коллективы, студенческие отряды, косплееры, представители активного спорта, краевой федерации киберспорта, уличные художники и проч.

В культурную программу фестиваля могут войти следующие мероприятия: лекция «История Приморского края» в павильоне Приморского края; мастер-классы, например, по лепке бузз в павильоне Бурятии; VR-экскурсия по достопримечательностям края; лекция «Народные промыслы жителей Чукотки» в павильоне Чукотского автономного округа; дегустация национальной кухни Якутии, выставка ювелирных изделий.

Заключение

В результате проведенного исследования было выявлено, что выставочная деятельность – это главный инструмент, который обеспечивает продвижение предприятий и их продукции на рыночной площадке как конкретной страны, так и всего мира. Выставочные экспонаты содействуют поддержанию партнерских взаимосвязей, а также получению информации обо всех современных тенденциях в конкретной сфере деятельности.

Результаты проведенного эмпирического исследования свидетельствуют о заинтересованности жителей Приморского края в том, чтобы выставочные объекты в б. Аякс (кампус ДВФУ, г. Владивосток) использовались круглогодично. Доказаны актуальность и востребованность введения мероприятий, связанных с культурой и историей Дальнего Востока.

Исходя из полученных данных социального опроса, был сделан вывод о том, что такой формат проведения мероприятий будет востребован и служить поддержанию традиций и развитию современных подходов к продвижению ДФО в целом.

Список источников

1. Александрова Н., Сорокина Е., Филоненко И. Выставочный менеджмент. Москва: Промэкспо, 2019. 963 с.

2. Виноградова Е. Европа все еще остается центром мировой выставочной индустрии // Вестник. 2018. URL: http://www.vedomosti.ru/business/articles/2013/03/27/aziya_dogonyuet
3. Габдуллина Л.М., Липина Е.С. Выставочно-ярмарочная деятельность как инструмент маркетинга // *Nauka – Rastudent.ru*. 2014. № 3. С. 1–9.
4. Гончарова Л.Н., Болотова И.С. Выставка как способ продвижения продукции на рынок // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. № 4. С. 121–125.
5. Любарская К.А. Оценка эффективности выставочной деятельности организации // Молодой ученый. 2022. № 14 (409). С. 135–137.
6. Нестерова Д.В., Кулакова Т.В. Презентационно-выставочная деятельность в продвижении экспорта транспортных услуг // Экономика региона. 2012. № 10. С. 127–136.
7. Официальный сайт «Росконгресс». URL: <https://roscongress.org/>
8. Падашуля А.И. Введение в основы психологии выставочной деятельности. Днепропетровск, 2009. 281 с.
9. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. 17-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. 538 с.
10. Седенков С.Е., Бритвина В.В. Выставки как новые формы рекламной коммуникации // Международный туризм и спорт: материалы II Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием. Москва: РГУФКСМиТ, 2017. С. 105–109.
11. Селезнева Е.В. Маркетинг выставочной деятельности предприятия // Молодой ученый. 2018. № 29. С. 76, 77.

References

1. Alexandrova N., Sorokina E., Filonenko I. Exhibition management. Moscow: Promexpo; 2019. 963 p.
2. Vinogradova E. Europe is still the center of the global exhibition industry. *Vedomosti*. 2018. URL: http://www.vedomosti.ru/business/articles/2013/03/27/aziya_dogonyuet
3. Gabdullina L.M., Lipina E.S. Exhibition and fair activity as a marketing tool. *Nauka – Rastudent.ru*. 2014; (3): 1–9.
4. Goncharova L.N., Bolotova I.S. Exhibition as a way to promote products to the market. *Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law*. 2014; (4): 121–125.
5. Lyubarskaya K.A. Evaluation of the effectiveness of the organization's exhibition activities. *Young scientist*. 2022; 14 (409): 135–137.
6. Nesterova D.V., Kulakova T.V. Presentation and exhibition activities in the promotion of export of transport services. *The economy of the region*. 2012; (10): 127–136.
7. The official website of Roscongress. URL: <https://roscongress.org>
8. Padashulya A.I. Introduction to the basics of psychology of exhibition activity. Dnipropetrovsk; 2009. 281 p.
9. Pankratov F.G., Bazhenov Yu.K., Shakhurin V.G. Fundamentals of advertising. 17th ed. Moscow: Dashkov and K; 2021. 538 p.
10. Sedenkov S.E., Britvina V.V. Exhibitions as new forms of advertising communication. *International tourism and sports: materials II Vsros. sci.-practice. conf. with international participation*. Moscow: RSUFKSMiT; 2017. P. 105–109.
11. Selezneva E.V. Marketing of the exhibition activity of the enterprise. *Young scientist*. 2018; (29): 76, 77.

Информация об авторах:

Метляева Татьяна Викторовна, канд. культурологии, доцент кафедры дизайна и технологий ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: metlaevatv@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4475-2576>

Брусенцова Анна Андреевна, бакалавр кафедры дизайна и технологий ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: klevskaya_off@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-3/232-247>

Дата поступления:
28.06.2022

Одобрена после рецензирования:
24.08.2022

Принята к публикации:
27.08.2022

.....

Правила оформления статей

.....

Статьи в научном журнале «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса» публикуются бесплатно.

Редакция журнала в своей деятельности руководствуется положениями гл. 70 «Авторское право» Гражданского кодекса Российской Федерации и рекомендациями международного Комитета публикационной этики (COPE) – <http://publicationethics.org/resources/flowcharts>.

Публикуемые материалы, мнения и выводы могут не совпадать с точкой зрения редакции. Авторы несут ответственность за оригинальность публикации, подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, статистических данных, имен собственных, географических названий и прочих сведений, а также использование данных, не предназначенных для открытой печати.

При цитировании и копировании публикаций ссылка на журнал обязательна.

Рубрики журнала:

Экономические науки
Региональная экономика
Инвестиционные проекты будущего
Территория опережающего развития
Юридические науки
Цифровизация общества: правовой аспект
Международные отношения
Политические науки
Технические науки
Инновационные технологии
Современное образование
Экология
Туризм
Гуманитарные науки
Физико-математические науки

Тематика статей, публикуемых в журнале, соответствует следующим группам научных специальностей, по которым присуждаются ученые степени:

- 1.3. Физические науки
- 2.6. Химические технологии, науки о материалах, металлургия
- 2.9. Транспортные системы
- 5.1. Право
- 5.2. Экономика
- 5.8. Педагогика
- 5.10. Искусствоведение и культурология

Направление авторских рукописей в адрес редакции рассматривается как передача авторами прав на их публикацию редакцией научного журнала «Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса». Публикуя статью в журнале с последующим ее размещением на сайте журнала, автор соглашается с условиями ее распространения в информационной среде на условиях открытой лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (подробнее – <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>). Таким образом, автор размещает свою статью для открытого использования с обязательным указанием на авторство и полным сохранением всех авторских прав на публикацию. В одном номере журнала может быть опубликовано не более двух статей одного автора, в том числе в соавторстве.

Электронный вариант статьи направляется по адресу электронной почты vestnik@vvsu.ru. Имя файла в латинской транскрипции должно совпадать с фамилией автора (например, [ivanov.doc/Ivanov.docx](#)).

Требования к аннотации и структуре научной статьи

Структура статьи:

- тематическая рубрика статьи;
- шифр научной специальности;
- шифр УДК;
- название статьи (на русском и английском языках);
- фамилия, имя, отчество (если есть) всех авторов полностью (на русском и английском языках);
- полное название организации – место работы/учебы каждого автора в именительном падеже, страна, город (на русском и английском языках). Если все авторы статьи работают в одном учреждении, можно не указывать место работы каждого автора отдельно;
- подразделение организации (по желанию) (на русском и английском языках);
- должность, звание, ученая степень и иная информация об авторах (на русском и английском языках);
- адрес электронной почты (e-mail) и контактный номер телефона для каждого автора;
- аннотация статьи на русском и английском языках (200–250 слов);
- ключевые слова (на русском и английском языках) (не более 12);
- список источников (оформляется в виде нумерованного списка пристатейных источников в конце статьи). Вначале в алфавитном порядке приводятся русскоязычные источники, затем – иностранные. В тексте в квадратных скобках указывается номер источника из списка. Список необходимо оформлять в соответствии с ГОСТ 7.0.7–2021. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

Аннотация

Аннотация (200–250 слов) является источником информации о содержании статьи и изложенных в ней результатах исследований. Аннотация к статье должна быть:

- информативной (не содержать общих слов);
- содержательной (отражать основное содержание статьи и результаты исследований);
- структурированной (следовать логике описания результатов в статье).

Статья

Структура статьи должна соответствовать стилю изложения текста в научно-исследовательской работе. В ее содержании обязательно должны присутствовать и иметь четкие смысловые разграничения следующие разделы:

- **Введение** (включает актуальность темы исследования, постановку проблемы исследования, формулирование научной гипотезы, формулирование цели и задач исследования).
- **Предмет и источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция.**
- **Методы исследования, методологические принципы и инструменты, методика и инструментарий исследования.**
- **Основная часть, апелляция к оппонентам и позициям, описание содержания исследования, его значимости** (экспериментальная часть, анализ, обобщение и разъяснение собственных данных или сравнение теорий, доктрин, анализ действующего нормативно-правового материала и т.д.).
- **Выводы и научная новизна.** Статья обязательно должна содержать в себе ответы на вопросы, поставленные в вводной части, продемонстрировать конкретные выводы, предложения, практические положения по совершенствованию, корректировке и проч., а также отражать научную и практическую новизну полученных выводов для их дальнейшего использования и т.п.
- **Список источников** включает только использованные в статье авторские исследования, статистику, эмпирические и аналитические данные, архивные и нормативно-правовые источники. Оформляется в алфавитном порядке.

Не принимаются к публикации избранные части из диссертаций, книг, монографий, а также материалы, опубликованные ранее в других изданиях.

В случае отправки статьи одновременно в разные издания автор обязан известить об этом редакцию, в противном случае статья подлежит ретракции.

Оформление текста

- Текст статьи (от 12 до 20 тысяч печатных знаков) должен быть сохранен в формате DOC/DOCX или RTF (шрифт Times New Roman, кегль 12, межстрочный интервал одинарный, отступ красной строки – 1,25 см, поля: верхнее и нижнее – 2 см, правое и левое – 2 см, ориентация – книжная).
- Рисунки в формате JPEG и диаграммы представляются в отдельных файлах и в тексте статьи. Все рисунки должны быть пронумерованы и иметь подрисуночную подпись с объяснением элементов рисунка. Все рисунки публикуются на страницах журнала в черно-белой гамме.
- Таблицы должны быть пронумерованы и озаглавлены. После каждой таблицы в примечании указывают источник данных, приведенных в таблице.
- Формулы выполняются во встроенном «Редакторе формул». Формулы необходимо нумеровать справа в круглых скобках.
- В связи с тем, что электронные версии публикаций обрабатываются в специальных программах для размещения в различных электронных библиотечных системах, математические символы, формулы с надстрочными и подстрочными индексами и буквы греческого алфавита в заголовках статей, аннотациях и ключевых словах теряются. Убедительная просьба избегать употребления таких символов в указанных частях публикации!
- Страницы должны быть пронумерованы и не содержать разрывов, колонтитулов.

ISSN 2073-3984



9 779772 073390 84

