

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

---

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXVI международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
апреля 2024 г.

Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток  
Издательство ВВГУ  
2024

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-  
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы  
XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых  
ученых (г. Владивосток, апреля 2024 г.) : в 4 т. Т. 1 / под общ. ред. д-ра  
экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ;  
Электрон. текст. дан. (1 файл: 17,7 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. –  
1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или ана-  
логичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной  
памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дис-  
кового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit  
Reader либо любой другой их аналог.**

ISBN 978-5-9736-

Включены материалы XXVI международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потен-циал  
вузов – на раз-витие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихо-  
океанского региона», со-стоявшейся во Владивостокском государственном университете  
(г. Владивосток, апреля 2024 г.).

Том 1 включает в себя следующие секции:

- Актуальные вопросы международных отношений мир и регион в условиях глобальной трансформации.
- Приоритеты развития экономики и общества в условиях новых глобальных вызовов (секция только для аспирантов и соискателей).
- Теоретические и практические аспекты развития сферы туризма и гостеприимства (1-2 курс).
- Инновационные подходы к организации туристской и гостинично-ресторанной деятельности (3–4 курс).
- Медиакоммуникации в цивилизационных системах современного мира.
- Актуальные проблемы науки и практики образования.
- Страны АТР в аспекте языка и культуры.
- Организация транспортных процессов.
- Актуальные вопросы общества, экономики и права в современном мире.
- Индустрия туризма и гостеприимства теория, практика и тенденции развития.

УДК 378.4  
ББК 74.584(255)я431

---

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2024  
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 2024 г.

Объем МБ. Усл.-печ. л.

Тираж 300 (I–25) экз.

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ МИР И РЕГИОН В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

<i>Ганиченко А.В., Исмаилова И.В., Харламов В.В., Николенко А.П.</i> Влияние традиционной корейской культуры на международные отношения.....	7
<i>Губанова А.Ю.</i> Нефтегазовые проекты Сахалинской области: экономические отношения со странами Северо-Восточной Азии в условиях антироссийских санкций .....	10
<i>Дадалова А.С.</i> Профанация политического пространства: политика карнавала .....	14
<i>Демиденко Р.С.</i> Роль побратимских связей в развитии российско-китайских отношений.....	17
<i>Заводнова П.О.</i> Культурные аспекты и их влияние на формирование внешней политики КНР 1949–1990-х гг. на примере конфуцианства .....	21
<i>Карелина А.К., Бутова В.Д.</i> Трансформация современного мирового порядка.....	24
<i>Кузнецова Е.С., Шишкина В.Д.</i> Освещение политики Тибета в СМИ .....	28
<i>Курочкина Д.С.</i> Преодоление западнотризмизма в современном мире: роль мексиканской культуры....	31
<i>Леонте Г.И.</i> Национальный кинематограф Японии как инструмент преодоления кризиса национальной идентичности 60–70-е годы XX века.....	34
<i>Ли Джи Юн, Захаркина Е.А.</i> Исторические особенности немецкого предпринимательства во Владивостоке в период с XIX по XX вв. ....	39
<i>Литвинов А.Е.</i> Северный морской путь: задачи и перспективы.....	42
<i>Макаров Н.А.</i> Влияние неоосманства в Турции на безопасность региона.....	46
<i>Максимова Т.Д.</i> Общественно-политические структуры современного Китая: проблема легитимации и позиционирования.....	49
<i>Мамедова С.А.</i> Внешняя политика РФ на Дальнем Востоке как паттерн развития.....	52
<i>Меринова И.А.</i> Влияние социальных сетей на палестино-израильский конфликт .....	56
<i>Новикова А.Н.</i> Феномен «новых медиа» в современных международных отношениях на примере социальных сетей и мессенджеров .....	59
<i>Норекян О.М.</i> Шанхайская Организация Сотрудничества: проблемы и перспективы.....	63
<i>Павлова А.М., Астафьева А.С., Моисеенкова А.Е.</i> Формирование позитивного имиджа страны как стратегическая задача Республики Корея.....	65
<i>Сюй Лай, Котляр Н.В.</i> «Красная» культура и культурный туризм в современном Китае: приоритеты культурной политики КНР .....	68
<i>Холод П.Ю.</i> Начало заката американской религиозности. Упадок влияния религии на общество и политику.....	72
<i>Чернышов Т.А., Гребенщикова Е.А., Ерёмин А.С.</i> Торговая война между Китаем и США: причины и последствия.....	77
<i>Шестёра А.А.</i> Оценка эффективности политики санкций в отношении России .....	86
<i>Шутов В.В., Тунгусова Е.В.</i> Современное развитие Приморского края как транзитного логистического региона в условиях внешних санкций.....	89

### **Секция. ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ (СЕКЦИЯ ТОЛЬКО ДЛЯ АСПИРАНТОВ И СОИСКАТЕЛЕЙ)**

<i>Белова Е.В.</i> Эволюция понятия инфраструктуры как ведущего сектора современной региональной экономики .....	96
<i>Блюдик А.Р., Масюк Н.Н.</i> Инфраструктурный фактор развития морского транспорта (на примере ПАО «ВМТП»).....	100
<i>Варжин М.Р., Красова Е.В.</i> Изучение влияния информационно-коммуникационных технологий на качество жизни и работы сотрудников: перспектива управления человеческими ресурсами.....	104
<i>Гавриш П.Т.</i> Преподавательский персонал в среднем профессиональном образовании .....	110
<i>Данилов Е.А.</i> Управление информационной обеспеченностью электроснабжения Владивостока в условиях новой градостроительной политики.....	115
<i>Завалин Г.С.</i> Формирование системы показателей интеллектуального капитала региона .....	119
<i>Кудряшов Н.Н.</i> Анализ подходов в управлении субъектами деятельности в сфере промышленности..	122

<i>Лаевский П.В., Красова Е.В.</i> Влияние цифровизации на управление в организациях сферы физической культуры и спорта .....	128
<i>Лысенкова Е.Р., Волыничук А.Б.</i> Перспективы реализации государственной демографической политики в Дальневосточном федеральном округе .....	132
<i>Тао Лися, Вэйсинь.</i> Сравнительный анализ государственной поддержки развития преференциальных режимов в России и КНР .....	136
<i>Чжоу Цюань, Сунь Лимэй.</i> Оценка потенциала социально-экономического развития российского Приморья на основе увеличения добавленной стоимости сельскохозяйственного производства.....	140

**Секция. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА (1–2 курс)**

<i>Ганенко М.К.</i> Перспективы развития туризма Амурской области .....	145
<i>Мансурова Л.И., Петрова Г.А.</i> Формирование гостиничных услуг в условиях низкой сезонности (на примере отеля Юность г. Южно-Сахалинск) .....	148
<i>Салева М.В., Морозова Е.К., Шеметова Е.В.</i> Владивостокский гастро-компас: изучение гастрономического многообразия.....	153
<i>Строкова А.В.</i> Иммерсивные экскурсионные программы как индивидуальный подход к разнообразным аудиториям.....	156
<i>Ступина А.А., Кононов А.Ю.</i> Социальные медиа как инструмент продвижения в сфере туризма на примере Приморского края.....	161
<i>Ханская О.А., Шеметова Е.В.</i> Развитие научного туризма в Приморском крае.....	164
<i>Цитцер А.А., Ден В.Г.</i> Молодежный туризм: актуальность развития и сущность понятия .....	168
<i>Цой Е.А., Ден В.Г.</i> Внедрение цифровых технологий в гастротуризме на примере Приморского края	173
<i>Шинкаренко О.Д., Столярова В.К.</i> Анализ туристско-рекреационной инфраструктуры в национальных парках Приморского края .....	177

**Секция. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (3-4 курс)**

<i>Бояркина А.С., Петрова Г.А.</i> Исследование удовлетворенности организацией досуга в ресторане «Супра Меоре» (г. Владивосток) .....	181
<i>Демидова У.А.</i> Автомобильный квест как ключевой стимул развития автомобильного туризма в Приморском крае .....	185
<i>Долженкова Д.И.</i> Анализ рынка гостиничных услуг г. Владивостока .....	191
<i>Заикина А.Э.</i> Подход к идентификации объектов гастрономического туризма.....	196
<i>Зотиков Д.А., Ден В.Г.</i> Ресурсы для развития кинотуризма в городе Владивостоке.....	202
<i>Лакиза А.Р.</i> Применение цифровых технологий для организации туристско-рекреационной деятельности в национальных парках России .....	207
<i>Мальцева К.А.</i> К вопросу об опыте организации деятельности тематических парков России .....	214
<i>Мединская А.И., Ден В.Г.</i> Использование чат-ботов в гастрономическом туризме (на примере Приморского края) .....	223
<i>Метелкина Д.А., Ден В.Г.</i> Продвижение турпродукта в социальных сетях.....	227
<i>Нехай А.А.</i> Оценка туристской привлекательности Артемовского городского округа (Приморский край) .....	232
<i>Никанорова В.В.</i> Организация досуга на предприятиях общественного питания на примере города Владивостока.....	243
<i>Никифорова О.Е.</i> Сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта применения программ адаптации персонала в сфере гостиничного бизнеса .....	249
<i>Путилина Т.А., Гомилевская Г.А.</i> Инновационные аудиогиды в отечественной экскурсионной практике .....	257
<i>Пятаков М.С.</i> Совершенствование работы службы приёма и размещения (на примере ЗАО «Бизнес-Центр «Парус»», г. Хабаровск).....	260
<i>Рискина В.А., Шеметова Е.В.</i> Использование средств маркетинга в ресторанном бизнесе на рынке г. Владивостока .....	264
<i>Русакова К.В., Шеметова Е.В.</i> Меню, как инструмент продвижения дальневосточной кухни.....	268

<i>Сидорова М.В., Столярова В.К.</i> Экоквест как современная форма экологического воспитания школьников .....	271
<i>Стаценко Б.А.</i> Организация событийных мероприятий в гостинице с целью привлечения аудитории.....	276

**Секция. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ЦИВИЛИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ СОВРЕМЕННОГО МИРА**

<i>Хламенок Е.А., Телицина Т.В.</i> Проморолики как жанр видео-контента .....	286
---	-----

**Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

<i>Будников А.Е.</i> Внутренние и внешние факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятия .....	290
<i>Галева Е.Е.</i> Исследование молодежных интернет-субкультур .....	293
<i>Иванова П.В.</i> О спорном запрете в институте вспомогательных репродуктивных технологий.....	296

**Секция. СТРАНЫ АТР В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ**

<i>Бондарь А.М., Налетка О.А.</i> Английский язык – дипломатия «мягкой силы» в странах АТР.....	301
<i>Бужинская В.И., Ни Ж.В.</i> Актуальные проблемы современной корейской лингвистики.....	304
<i>Дорофеев Г.А., Беловол Д.Е., Горбунова М.В.</i> Этикет японской нации: правила и нормы поведения ....	310
<i>Камаха Д.М., Астахова Д.Ф., Назарова Е.А., Молодых В.И.</i> Некоторые особенности китайского интернет-языка (на примере сленга и неологизмов).....	313
<i>Коноплёв Д.А., Горбунова М.В.</i> Канадский сленг: лингвокультурный аспект.....	317
<i>Никитин А.М., Козинец А.И.</i> Взаимодействие и сотрудничество стран АТР через познание культур и языков народов .....	320
<i>Новикова А.Н., Скачкова А.С., Шестёра А.А.</i> Некоторые особенности отражения китайской культуры (на материале кинематографа) .....	322
<i>Панасюк А.А.</i> Анализ развития сферы культуры Приморского края .....	326

**Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ПРАКТИКИ ОБРАЗОВАНИЯ**

<i>Морозов Д.В., Мазелис А.Л.</i> Анализ рынка образовательных программа ДФО по бизнес-информатике и прикладной математике .....	330
<i>Джабиева А.Б., Чернышева А.С.</i> Цифровая геймификация как средство развития грамматических навыков речи английского языка на примере ресурса Quizizz.com.....	333

**Секция. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ**

<i>Афонская А.И.</i> Международные транспортные коридоры «Приморье-1» и «Приморье-2» в рамках развития сотрудничества приграничных регионов РФ и КНР.....	337
<i>Баранов А.С., Попова Г.И.</i> Применение знаний по начертательной геометрии для решения задач оптимизации транспортной логистики.....	342
<i>Боженова Ю.Д.</i> Оценка результатов реализации национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» и дальнейшие перспективы развития на территории Приморского края .....	345
<i>Дидик И.С., Карсаков К.Б., Городников О.А.</i> Сравнительный анализ программного обеспечения для автоматизации транспортной логистики .....	349
<i>Долгова Д.А., Розанова Е.А.</i> Анализ основных видов конфликтов при обслуживании пассажиров в АО «Терминал».....	354
<i>Емельянова В.А., Новиков Е.А., Разноченков А.В., Гриванова О.В.</i> Подготовка урока-викторины по знанию ПДД для школьников .....	357
<i>Когай М.В., Поготовкина Н.С.</i> Обеспечение безопасности транспортировки крупногабаритных и тяжеловесных грузов .....	359
<i>Крестьянов А.С., Пресняков В.А.</i> Автоматизация логистической деятельности предприятия ООО «Восточный интермодальный сервис» с помощью CRM системы .....	363
<i>Тюрин А.С., Новосельский В.А.</i> Оптимизация транспортной логистики в складской деятельности .....	367
<i>Свиридова К.К., Попова Г.И.</i> Сравнительный анализ зарубежных и отечественных ТСК.....	371

<i>Тарасевич П.С., Яценко А.А.</i> Оптимизация логистических процессов материально-технического снабжения АО «СПАССКЦЕМЕНТ» .....	376
<i>Татаренко С.С., Попорва Г.И.</i> Анализ логистической деятельности популярных маркетплейсов России.....	381
<i>Торбина А.В.</i> Определение устойчивости конструкций сооружений, располагаемых вдоль путей следования автомобильного транспорта и пешеходов .....	384
<i>Щекалёв А.С., Попова Г.И.</i> Использование начертательной геометрии для оптимизации дизайна транспортной инфраструктуры .....	390

## **Секция. ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

<i>Алексеева А.Р., Ден В.Г.</i> Анализ гастрономических туристских продуктов в Камчатском крае .....	393
<i>Браславцева А.В., Кононов А.Ю.</i> Современное состояние рынка общественного питания Сахалинской области (на примере пгт. Южно-Курильск) .....	398
<i>Голишевская А.В., Кононов А.Ю.</i> Литературные фестивали в Приморском крае .....	401
<i>Зайцева А.И., Григорьевская И.В.</i> Анализ и управление клиентскими жалобами в ресторанном бизнесе .....	404
<i>Коткова Д.В., Григорьевская И.В.</i> Культурно-историческое наследие коренных народов Забайкальского края как ресурс развития туризма .....	408
<i>Малютина П.Р., Олейникова И.С.</i> Тенденции российско-китайского сотрудничества в сфере туризма .....	415
<i>Мелешко В.А., Гомилевская Г.А.</i> Организация конного туризма с точки зрения его социально-рекреационной роли.....	420
<i>Ребракова Н.Г.</i> Особенности формирования фирменного стиля ООО «Гранд Раут», ГК «Лампа», г. Владивосток .....	423
<i>Швабский Д.М., Гомилевская Г.А.</i> Научно-эмпирические аспекты развития автотуризма в Дальневосточном федеральном округе .....	436

# Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ МИР И РЕГИОН В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

УДК 821.531

## ВЛИЯНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

**А.В. Ганиченко, И.В. Исмаилова, В.В. Харламов, 3 курс**  
**А.А. Николенко, канд. полит. наук, доцент кафедры международных отношений**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Статья посвящена влиянию традиционной корейской культуры на международные отношения, в эпоху глобализации государства все чаще прибегают к использованию "мягкой силы" для усиления своего влияния на международной арене. Республика Корея активно применяет "мягкую силу" в России, продвигая свой имидж и привлекая партнеров. Особое внимание уделяется популяризации корейского языка и культуры как основному инструменту культурной дипломатии.*

***Ключевые слова:** корейские традиции, Корейский полуостров, корейская кухня, К-поп, традиционная корейская музыка, корейское искусство.*

## INFLUENCE OF TRADITIONAL KOREAN CULTURE ON INTERNATIONAL RELATIONS

***Abstract.** The article is devoted to the influence of traditional Korean culture on international relations, in the era of globalisation states are increasingly resorting to the use of 'soft power' to strengthen their influence in the international arena. The Republic of Korea actively applies 'soft power' in Russia, promoting its image and attracting partners. Special attention is paid to the popularisation of Korean language and culture as the main tool of cultural diplomacy.*

***Keywords:** Korean traditions, Korean peninsula, Korean cuisine, K-pop, traditional Korean music, Korean art.*

### **Введение**

В современной глобализации международные отношения сложно представить без концепции "мягкой силы", (культурного влияния) которую активно используют государства, стремящиеся укрепить свое влияние на мировой арене. Многие страны направляют значительные усилия и применяют разнообразные методы для продвижения своего имиджа с целью привлечения новых партнеров. Их успехи в этой сфере оказываются более эффективными и экономичными по сравнению с внешнеполитической деятельностью государств, ориентированных исключительно на применение "жесткой силы" – военных и санкционных мер воздействия.

В настоящее время, когда Россия активно разворачивается на Восток, Республика Корея уже заняла свою нишу в российском обществе не только в экономической сфере, но и в культурном аспекте, которую мы определяем как "мягкую силу". Все больше россиян становятся поклонниками корейского языка, культуры и кинематографа, особенно молодежь, которая увлечена К-POP. Изучение практик развития "мягкой силы" в странах Восточной Азии привлекло внимание автора к явлению единства языка и культуры в культурной дипломатии Республики Корея. Результаты исследования позволяют российской стороне внимательнее рассмотреть корейский опыт по формированию имиджа страны и использовать его в культурной политике России за рубежом.

Цель данной статьи заключается в представлении читателю одного из наиболее перспективных подходов в социальном анализе – транснационального метода изучения институтов гражданского общества и культурных организаций на примере Республики Корея. Кроме того, статья направлена на демонстрацию того, как популяризация корейского языка и культуры является ключевым инструментом «мягкой силы» в культурной дипломатии страны. Также будет рассмотрена динамика развития и продвижения «мягкой силы» Республики Корея в России, а также практическая значи-

мость единства языка и культуры для успешной реализации стратегии усиления международного влияния корейской «мягкой силы».

Новый комплексный подход, представленный в данном исследовании, впервые позволяет российской стороне более внимательно изучить корейский опыт и эффективно применить его в своей культурной политике для улучшения имиджа на международной арене. Методология данного исследования основана на ключевых положениях, изложенных в монографии «Гуманитарная дипломатия в современных международных отношениях: опыт системного исследования». Важно отметить, что культурная дипломатия Республики Корея приобретает все большее значение в современной внешней политике в постбиполярном мире.

В формировании культурной дипломатии ключевую роль играют международные факторы, в то время как внутренние аспекты, такие как наследие и культурная идентичность, переосмысливаются и переоцениваются в соответствии с текущими тенденциями на международной арене гуманитарного взаимодействия. Культурная политика страны, в свою очередь, тесно связана с ее суверенитетом, защитой и укреплением позиций на мировой сцене. Посредством гуманитарных инициатив на международном уровне, ориентированных на "чужое" население, страна открывает доступ к новым ресурсам развития и, фактически, укрепляет свою суверенную позицию над этими группами.

На сегодняшний день одним из наиболее эффективных подходов к изучению новых форм и практик межкультурного взаимодействия является транснациональный подход, который служит теоретико-методологической основой данного исследования. С начала 1990-х годов в мировом сообществе наблюдается усиление многомерных политических, экономических, этнических, религиозных и культурных взаимодействий, превышающих государственные и территориальные границы. Обсуждения о глобализации, столкновении местных культур, размывании традиционных границ и возникновении новых социокультурных идентичностей привели к появлению транснационализма как важного научного направления. Транснациональные явления и процессы стали объектом активного изучения как западных, так и отечественных исследователей в последние годы.

В рамках данного исследования исследуется транснациональный подход к анализу ключевых компонентов имиджа Южной Кореи и методов их продвижения в России. Этот подход позволяет выявить транснациональные области социокультурного взаимодействия, которые не ограничены определенной территорией. Сюда входят религиозные общины, в основном протестантские церкви, и культурные центры, которые активно распространяют корейский язык, культуру, восточное единоборство тхэквондо и другие аспекты. Корейские социокультурные сети успешно интегрированы на территории России и продолжают развиваться уже три десятилетия.

Для данного исследования использовались данные, полученные в результате полевых и онлайн-исследований, проведенных в различных городах России – Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Саратове, Волгограде, Владивостоке, Южно-Сахалинске в период с 15 мая по 30 июня 2020 года. Эта работа была выполнена в рамках научного проекта факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ и включала в себя как качественные, так и количественные методы исследования.

### **Корейские культурные центры в Москве**

Опыт корейской культурной дипломатии в популяризации языка и культуры подтверждает важность взаимосвязи между языком и культурой. В лингвокультурологии выделяются следующие основные черты этой связи: 1) язык и культура отражают мировоззрение человека; 2) они находятся в постоянном диалоге друг с другом; 3) субъектами культуры и языка всегда выступают индивиды или общества. Феномен единства языка и культуры в «мягкой силе» Республики Корея иллюстрирует все эти характеристики: язык является неотъемлемой частью культуры и основным инструментом ее сохранения, отражая суть корейского духа.

Язык является отражением уникальных черт национального менталитета. Республика Корея успешно объединяет язык и культуру своего народа в рамках культурной дипломатии.

Особую роль в культурном обмене между двумя странами играет Культурный центр при Посольстве Республики Корея. С момента своего открытия в Москве в начале 2000-х годов центр активно способствует развитию культурных связей. Именно в это время произошел мировой всплеск популярности корейской культуры, который затронул также и Россию.

Помимо организации концертов, кинопоказов и выставок, которые знакомят россиян с традиционной и современной корейской культурой, уделяется большое внимание бесплатным занятиям по корейскому языку и культуре. В рамках этих занятий предлагается изучение тхэквондо, традиционных танцев, самульнори (игры на корейских барабанах), танцев К-поп, бумажного искусства,



танцев с масками и другим разнообразным видам искусства. Уникальная политика продвижения корейской культуры включает в себя единство с языком и обладает неповторимым характером, не имеющим аналогов в мировой практике. Кроме того, она отличается общедоступностью, легкостью общения и свободой выбора занятий в рамках кружков.

Изучение корейского языка в нашей организации представляет собой высококачественный процесс, который осуществляется опытными преподавателями из ведущих московских вузов и носителями языка. С 2000 по 2020 годы десятки тысяч человек посетили наши курсы, демонстрируя интерес к корейскому языку и культуре. В 2018 году на курсы корейского языка и разговорного корейского языка было зачислено 4981 и 3653 человека соответственно, а в сентябре 2020 года на начальный курс поступило 34 056 заявок.

Стремительно растущая популярность корейской культуры отражается в количестве заявок на изучение К-POP: 3444 заявок в 2018 году, 1813 заявок в 2019 году и 1056 в январе 2020 года. Также заметно увеличился интерес к занятиям тхэквондо: 849 человек в 2018 году, 345 в 2019 году и 216 в 2020 в 2021 180 заявок и 2022 году снова начался рост количество заявок увеличилось до 2299. Учитывая этот значительный рост популярности, на курсах по изучению корейского языка проводится конкурсный отбор.

Необходимо отметить деятельность Школы Вон Гван, расположенной в Московском вон-буддийском храме. Основанная в 1993 году, школа завоевала популярность среди жителей Москвы благодаря своим разнообразным программам. Основные направления деятельности школы включают обучение корейскому языку, погружение в корейскую национальную культуру (включая танцы, игру на традиционных корейских барабанах, тхэквондо и другие виды искусств). Также в рамках Школы Вон Гван проводятся занятия йогой, воскресные вон-буддийские службы, практики сознания и перевод священных текстов вон-буддизма на русский язык.

Школа Вон Гван совместно с Культурным центром Посольства Республики Корея активно участвует в организации и проведении Фестиваля корейской культуры, посвященного очередной годовщине установления дипломатических отношений между Республикой Корея и Россией. С 1995 года ежегодно 12 июня в День независимости России на стадионе ЦСКА проходит Фестиваль корейской культуры, который объединяет под одной крышей представителей многонациональной России. Число участников достигает 5 тысяч человек.

Специалистами школы был разработан учебник корейского языка, специально ориентированный на русскоязычную аудиторию.

В октябре 2008 года на базе школы Вон Гван был основан образовательный центр "Свет Круга". По словам директора школы, весной 2015 года на курсы корейского языка поступило 714 человек, осенью – 915 человек; весной 2016 года количество студентов составило 910 человек, осенью – 951; весной 2017 года – 782 человек, осенью – 748; весной 2018 года – 729 человек, осенью – 776; весной 2019 года – 801 человек, осенью – 783 человек; весной 2020 года поступило 1001 человек. В 2023 году 2100 заявок Студенты курсов имеют возможность пройти экзамен на уровень владения языком и получить сертификаты шести уровней.

Успешные студенты могут на конкурсной основе получить стипендии для продолжения обучения в Корее. Корейский культурный центр при Посольстве Республики Корея, школа Вон Гван и центр Седжон и Корейский культурный центр в городе Владивосток за последние два десятилетия стали крупнейшими образовательными учреждениями, конкурирующими с высшими учебными заведениями Москвы и Владивостока, которые также имеют корееведческие отделения. Выпускники этих центров обладают преимуществами на российском рынке труда по сравнению с выпускниками московских вузов, так как они более глубоко изучают корейскую культуру и этикет, а также быстрее формируют коммуникативные навыки для работы в корейских компаниях.

## **Вывод**

В данной статье используется транснациональный подход как теоретико-методологическая основа для изучения новых форм и практик межкультурного взаимодействия. Этот подход оказывается эффективным при анализе влияния "мягкой силы" Республики Корея на последние события в российско-корейских отношениях.

Под воздействием транснационализма происходят изменения в менталитете и образе жизни иностранных граждан, связанные с проникновением в их повседневные практики как элементов традиционной корейской культуры, так и продуктов К-POP индустрии.

В целом, стратегия применения "мягкой силы" Республики Корея направлена на улучшение внешней безопасности через создание мирного и привлекательного имиджа государства, мобилизацию международной поддержки для своей политики безопасности, формирование позитивного

образа и предпочтений общественности других стран, а также на укрепление единства корейского общества. Среди таких ресурсов можно выделить успешный опыт быстрой модернизации и демократизации страны, а также создание транснациональной системы продвижения корейского языка и культуры (Korea Foundation).

Корейская Республика смогла создать в России положительное впечатление благодаря продвижению корейского языка и культуры. Это свидетельствует о том, что гуманитарный капитал, основанный на привлекательности корейской культуры, успешно интегрируется в российское общество. Полученный стратегический опыт в области использования "мягкой силы" со стороны Республики Корея может оказаться полезным для России. Во-первых, это поможет улучшить имидж страны за рубежом. Во-вторых, это способствует ускорению процессов модернизации системы государственного управления. В-третьих, необходимо искать мирные пути для решения существующих политических проблем.

---

1. Аигина, Е.В., Новикова, Е.Ю. (2017). Халлю-туризм («корейская волна») как новое направление развития туризма в Республике Корея // Вестник РМАТ, (1), 140–145.

2. Бураев, Д.И., Гармаханов, М.Ц. (2014). Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения // Вестник Бурятского государственного университета, (8), 115–120.

3. Жидков, В.О. (2014). Элементы южнокорейской мягкой силы // Дискурс-Пи, (2–3), 172–177.

4. Кукла М.П. Поворот России на Восток: к проблеме переосмысления российско-южнокорейских экономических отношений // Проблемы Дальнего Востока. 2020, № 2, 71-83

5. Хо А.Р., Ли Д.Х. (2017). Роль корейской волны в продвижении корейской культуры за рубежом // Журнал корейской культуры, 2(1), 1-15.

6. Пак С.Х. (2018). Корейская волна и глобализация корейской культуры // Международный журнал корейских исследований, 23(1), 1-25.

7. Ким Ю.А. (2019). Влияние корейской волны на туризм в Южной Корее // Журнал туризма и досуга, 25(2), 35-50.

8. Ли Дж.Х. (2020). Корейская волна и ее влияние на межкультурную коммуникацию // Журнал межкультурной коммуникации, 10(1), 1-18.

9. Пак Д.С. (2021). Мягкая сила Кореи и корейская волна: анализ с точки зрения международных отношений // Журнал международных отношений, 15(3), 150-175

УДК 327

## **НЕФТЕГАЗОВЫЕ ПРОЕКТЫ САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ СО СТРАНАМИ СЕВЕРО- ВОСТОЧНОЙ АЗИИ В УСЛОВИЯХ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ**

**А.Ю. Губанова, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Проведен анализ состояния основных нефтегазовых Сахалинских проектов, перспектив в период адаптации к новым торгово-экономическим реалиям современного российского нефтегазового рынка. Сделан вывод о влиянии ухода иностранных инвесторов и санкций, что привело к сокращению добычи и переориентации на новых покупателей, таких как Индия и Китай. Несмотря на новые торговые связи, проблемы с платежами, транспортировкой и санкции продолжают бросать вызов развитию проектов на Сахалине, подчеркивая необходимость России найти новые рынки и технологии.*

**Ключевые слова:** *Нефтегазовые проекты Сахалинской области, российский нефтегазовый экспорт, внешнеэкономическая деятельность Сахалина, нефтегазовые проекты, нефтегазовый экспорт в страны АТР.*

# SAKHALIN OBLAST OIL AND GAS PROJECTS: ECONOMIC RELATIONS WITH THE COUNTRIES OF NORTHEAST ASIA IN THE CONTEXT OF ANTI-RUSSIAN SANCTIONS

**Abstract.** *The analysis of the state of the main Sakhalin oil and gas projects and prospects during the period of adaptation to the new trade and economic realities of the modern Russian oil and gas market is carried out. The conclusion is made about the impact of the withdrawal of foreign investors and sanctions, which led to a reduction in production and a reorientation to new buyers such as India and China. Despite new trade ties, problems with payments, transportation and sanctions continue to challenge the development of projects on Sakhalin, emphasizing Russia's need to find new markets and technologies.*

**Keywords:** *Oil and gas projects of the Sakhalin region, Russian oil and gas exports, Sakhalin's foreign economic activity, oil and gas projects, oil and gas exports to the Asia-Pacific countries*

Изменения внешнеполитической ситуации в 2022 году принципиально повлияли и сильно изменили экономическую обстановку в области региональных газовых рынков, что в полной мере коснулось, в частности, Сахалинской области РФ. Нарботанный опыт и уклад ведения нефтегазовых Сахалинских проектов подвергся испытаниям и сильным изменениям. Проекты «Сахалин-1» и «Сахалин-2» создавались и работали по договору соглашения о разделе продукции (СРП) десятки лет.

Оператором проекта «Сахалин-1» являлась компания ExxonMobil. Эксон Нефтегаз Лимитед – дочерняя компания ExxonMobil имела 30% акций «Сахалин-1». Спустя неделю после начала специальной военной операции (2 марта 2022 года) компания ExxonMobil заявила о намерениях выйти из проекта «Сахалин-1», отметив, что не будут инвестировать в новые разработки в России. С апреля 2022 года добыча нефти стала сокращаться, а в сентябре полностью остановилась [1]. В октябре Эксон заявил о полном выходе из проекта. Спустя год после выхода из проекта ExxonMobil ее долю никто не выкупил, и правительство России утвердило, что долю сможет купить только российское юридическое лицо. На данный момент имя нового акционер не известно.

Проект «Сахалин-2» также столкнулся с уходом иностранного акционера. Британско-нидерландская транснациональная компания Shell в конце февраля также объявила о намерениях выйти из Сахалинского проекта и позднее отозвала с острова весь свой персонал. Оператором проекта «Сахалин-2» являлась компания Sakhalin Energy, но 30 июня 2022 года президент РФ Владимир Путин подписал указ о безвозмездной передаче имущества компании Sakhalin Energy, оператора нефтегазодобывающего проекта «Сахалин-2» обществу с ограниченной ответственностью «Сахалинская Энергия». Акционерам отвели месяц, чтобы дать ответ о принятии доли в новом операторе [2]. В Sakhalin Energy Shell принадлежало 28% минус 1 акция, после смены оператора доля Shell осталась свободной и на данный момент предполагаемым покупателем пакета акций может стать компания НОВАТЭК.

Санкции затронули не только компании-операторы, но и подрядные организации, работающие на проектах «Сахалин-1» и «Сахалин-2». Многие компании являлись иностранными и поэтому для продолжения работы на проектах было необходимо юридически изменить компанию на российскую. Интересная ситуация произошла с подрядной компанией «Сахалинской энергии» «Шлюмберже». Нидерландская компания больше ста лет работает на территории России, в том числе на проекте «Сахалин-2». Но в марте 2022 года из-за санкций против России компания отказалась от дальнейших инвестиций в российский рынок. Но уже в январе 2023 года компания поменяла название (сейчас в Сахалинском проекте участвует компании ООО «Шлюмберже Восток») и в связи с уходом с российского рынка основных конкурентов Halliburton Co и Baker Hughes Co стала активно работать на территории РФ, но уже в июле 2023 года снова сообщила о прекращении поставок технологий и продукции в РФ из-за расширяющихся санкций. Сейчас большинство компаний, попадающих под санкции также меняют название компании для дальнейшей работы на проектах [3].

Если рассматривать торговые отношения с покупателями из Северо-Восточной Азии в период санкций, то мы можем заметить, что часть покупателей осталась, несмотря на санкционный режим от стран, экономически влияющих на регион северо-восточной Азии.

С проекта «Сахалин-1» экспортируют нефть в Южную Корею, Китай и Индию. После остановки добычи нефти на проекте, первые поставки нефти сорта Сокол с терминала Де-Кастри отправились двумя танкерами в порт Йосу в Южной Корее [4].

На данный момент двумя главными покупателями российской нефти являются Китай и Индия. В июне 2023 года правительство Сахалинской области пригласило представителей компании из Индии и Китая осваивать энергетические ресурсы региона после ухода крупных европейских и американских нефтегазовых компаний [5]. В 2022 году продажи нефти для Индии выросли в 8 раз, примерно на 10% больше закупает Китай [6]. Индийская компания Oil and Natural Gas Corporation Limited (ONGC) — крупнейшая индийская государственная нефтегазовая корпорация имеет долю 20% в проекте «Сахалин-1». В 2023 году компанией «Роснефть» и ONGC было заключено соглашение об увеличении поставок нефти, в том числе и с проекта «Сахалин-1» [7].

Но несмотря на положительную динамику в экономических отношениях между странами, возникло ряд проблем с поставкой и оплатой груза. Доминированию доллара США в международной торговле нефтью уже давно бросают вызов, а усилиям по поиску альтернатив препятствуют трудности с конвертацией и политические препятствия. Эта проблема усугубляется тем, что Индия настаивает на оплате российской нефти рупиями, на что России невыгодно соглашаться из-за ее ограниченного использования за пределами Индии. В качестве временного решения транзакции с Индией были рассчитаны с использованием комбинации китайских юаней, гонконгских долларов и дирхамов ОАЭ, которые привязаны к доллару США. Однако поиск жизнеспособной альтернативы доллару продолжается, и проблемы, с которыми сталкиваются Индия и другие покупатели российской нефти, подчеркивают сложность этого вопроса.

С момента введения западных санкций против России в 2022 году, Россия была в значительной степени отрезана от международной банковской системы, что побудило ее отказаться от операций в долларах и евро. Хотя этот сдвиг направлен на уменьшение влияния Запада на российскую торговлю, он также сопряжен со значительными проблемами. Менее 10% добываемой в России нефти в настоящее время торгуется в долларах и евро, и использование альтернативных валют, таких как рупии, сопряжено с неизбежными рисками.

Настойчивое требование Индии платить за российскую нефть в рупиях особенно проблематично для России. Индия поощряет расходование рупий внутри своих границ и ввела карательные обменные курсы при конвертации рупий в другие валюты, что еще больше ограничивает возможности России использовать свой экспорт. Эта ситуация могла бы улучшиться, если бы Россия увеличила импорт из Индии, что позволило бы ей компенсировать платежи в рупиях. Однако нынешняя структура российского импорта, ориентированная в первую очередь на товары из Китая, не способствует этому решению.

Поиск жизнеспособной альтернативы доллару США в международной торговле нефтью остается постоянной проблемой, поскольку стремление России к самообеспечению сталкивается со значительными препятствиями. Сложности этого вопроса еще больше усугубляются положительной динамикой отношений между Россией, Индией и другими покупателями российской нефти [8].

Государственная нефтяная компания Индии IOС, заключившая с Россией соглашение о поставках нефти, столкнулась с трудностями при расчетах в дирхамах ОАЭ. ООО «Сахалин-1», новый оператор проекта, заменивший Exxon Neftegaz, не смогло открыть счет в банке Эмиратов, что препятствовало своевременным платежам IOС. Этот платежный тупик привел к задержке поставок нефти, что побудило IOС увеличить закупки нефти на Ближнем Востоке.

Запланированные шесть партий Sokol oil остаются на мели в регионе Шри-Ланки, в то время как российский поставщик по-прежнему намерен поставлять сырую нефть IOС. Правительство Индии рекомендовало государственным компаниям воздержаться от расчетов с Россией в китайских юанях, несмотря на то, что частные трейдеры продолжают это делать. Расчеты в рупиях затруднены из-за ограничений Индии на их использование за пределами страны и трудностей с конвертацией рупий. Не все индийские банки могут осуществлять платежи в долларах, а Россия неохотно принимает такие расчеты.

Еще одна сложность возникает из-за того, что один или несколько задержанных грузов перевозятся танкером NS Century, который недавно подвергся санкциям США. В то время как другие танкеры остаются в районе Шри-Ланки, судно NS Century, как сообщается, направилось в Сингапур.

В ответ на санкции, введенные в отношении России, банки ОАЭ ужесточили свои требования к контрагентам, связанным с Российской Федерацией. Теперь они требуют подробной информации о транзакциях, подтверждениях и источниках финансирования, чтобы избежать потенциальных санкций, в том числе связанных с экспортом нефти, превышающим предельную цену в 60 долларов за баррель [9].

Вторым покупателем по объемам нефти и газа является Китай. Сейчас идет разработка проекта газопровода, и нефтепровода, которые будут присоединяться к сибирским трубопроводам для поставки энергоресурсов в Китай.

Дальневосточный газовый маршрутный проект, предназначенный для доставки природного газа с шельфа острова Сахалин в Китай, столкнулся с потенциальной задержкой из-за санкций, введенных в отношении Южно-Кринского газового месторождения. Несмотря на эту неудачу, российский государственный энергетический гигант «Газпром» подтвердил свою приверженность проекту, намереваясь начать поставки газа позднее в этом году.

Дальневосточный маршрут предусматривает строительство трансграничного участка газопровода через реку Уссури, соединяющего существующую трубопроводную сеть России с китайским городом Хулинь. После ввода в эксплуатацию этот маршрут обеспечит ежегодную поставку 10 миллиардов кубометров российского трубопроводного газа в Китай [10].

Ресурсная база для этого проекта, газового проекта «Сахалин-3», столкнулась с проблемами в 2022 году, когда Вашингтон ввел санкции в отношении Южно-Кринского газового месторождения, основного источника природного газа для проекта. Эти санкции побудили «Газпром» начать разработку отечественных подводных комплексов по добыче газа (НПП) в качестве альтернативы. Это изменение планов вызвало опасения по поводу потенциальных задержек с запуском дальневосточного маршрута.

Однако «Газпром» недавно заявил, что реализация проекта продолжается. Компания уверена в преодолении проблем, связанных с санкциями, и выполнении своих обязательств по обеспечению Китая надежным источником природного газа. Добыча газа на проекте «Сахалин-3» уже ведется и газ экспортируется при помощи танкеров [11].

Количество поставок нефти и газа в Китай в разы увеличилось с приходом антироссийских санкций (см. график 1.4). Дружественные отношения прослеживаются и в нефтегазовой сфере, конечно, такая торговля экономически выгодна Китаю т.к. закупки ведутся в юанях и Россия продает энергоресурсы на выгодных условиях. Так по итогам июня 2023 года Россия вышла на 3-е место по поставкам СПГ в Китай, опередив Малайзию (в январе – июне эта страна поставила в КНР 3,6 млн т). 1-е место занимает Австралия (11,3 млн т), второе – Катар (8,3 млн т) [12].

Следовательно, санкции, введенные западными странами в отношении России в феврале 2022 года, оказали значительное влияние на сахалинские нефтегазовые проекты. Санкции привели к уходу иностранных инвесторов, включая ExxonMobil и Shell, из проектов, а также к трудностям с осуществлением платежей и транспортировкой грузов.

Несмотря на трудности, Россия смогла найти новых покупателей для своей нефти и газа из таких стран, как Индия и Китай. Однако эти новые покупатели требуют платежей в валютах, отличных от доллара США, что усложняет усилия России по снижению своей зависимости от Запада.

Российское правительство также сталкивается с трудностями при разработке новых проектов на Сахалине. Реализация проекта Дальневосточного газового маршрута была отложена из-за санкций, а проект нефтепровода ВСТО сталкивается с трудностями в обеспечении финансирования.

В целом санкции оказали негативное влияние на сахалинские нефтегазовые проекты, но Россия смогла найти некоторые обходные пути для продолжения реализации проектов. Будущее проектов будет зависеть от способности России найти новых покупателей на свою нефть и газ и разрабатывать новые проекты, которые не зависят от западных технологий и финансирования.

---

1 На проекте «Сахалин-1» остановили добычу нефти и газа // РИА Новости. – 2022. – URL: <https://ria.ru/20220928/neft-1819963939.html>

2 Мингазов С. Путин подписал указ о смене оператора нефтегазового проекта «Сахалин-2» // Forbes. – 2022. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/470315-putin-podpisal-ukaz-o-smene-operatora-neftegazovogo-proekta-sahalin-2>

3 Компания «Шлюмберже». – URL: <https://www.slb.ru/>

4 Проект Сахалин-1 наращивает экспорт нефти // Neftegaz.ru. – 2022. – URL: <https://neftegaz.ru/news/companies/757317-proekt-sahalin-1-narashchivaet-eksport-nefti/>

5 Russia's Sakhalin invites India and China to tap energy resources // Reuters. – 2023. – URL: <https://www.reuters.com/business/energy/russias-sakhalin-invites-india-china-tap-energy-resources-2023-06-06/>

6 Виркунен Н. На Сахалине проходит 27-й Дальневосточный энергетический форум // Комсомольская правда. – 2023. – URL: <https://www.sakhalin.kp.ru/daily/27561/4829516/>

7 «Роснефть» обсудила с Indian Oil Company вопросы сотрудничества в «Сахалин-1» // SkhalinMedia. – 2023. – URL: <https://sakhalinmedia.ru/news/1477010/>

8 Currency clashes sour Russia's oil trade with Asia / E. Fabrichnaya, N. Verma, D. Zhdannikov // Reuters. – 2023. – URL: <https://www.reuters.com/markets/currency-clashes-sour-russias-oil-trade-with-asia-2023-11-27/>

9 Поставки нефти в Индию из России задерживаются из-за проблем с оплатой – источники // Нефть капитал. – 2023. – URL: <https://oilcapital.ru/news/2023-12-26/postavki-nefti-v-indiyu-iz-rossii-zaderzhivayutsya-iz-za-problem-s-oplatoy-istochniki-3140270>

10 Трубопровод ВСТО // Sentstory.ru. – URL: <http://www.sentstory.ru/yakutiya/zapad-yakutii/truboprovod-vsto/>

11 Russia to boost gas supplies to China – Energy Ministry // RT. – 2023. – URL: <https://www.rt.com/business/571212-russia-china-gas-far-east/>

12 Милькин В. Экспорт российской нефти в Китай в июне достиг исторического максимума / В. Милькин // Ведомости. – 2023. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/07/21/986261-eksport-rossiiskoi-nefti-v-kitai-dostig-istoricheskogo-maksimuma>

УДК 32.019.51

## ПРОФАНАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА: ПОЛИТИКА КАРНАВАЛА

А.С. Дадалова, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Карнавальная политическая культура представляет собой феномен, присущий определенным общественным группам, который характеризуется использованием карнавальных элементов и символов в политической практике. В данной статье автор рассматривает понятие карнавальной политической культуры, какие ценности и идеи она отражает, а также как влияет на политические процессы в обществе.

**Ключевые слова:** культура, политическая элита, ценности, культура карнавала, деградация.

## PROFANATION OF POLITICAL SPACE: THE POLITICS OF CARNIVAL

**Abstract.** Carnival political culture is a phenomenon inherent in certain social groups, which is characterized by the use of carnival elements and symbols in political practice. In this article, the author examines the concept of carnival political culture, what values and ideas it reflects, and how it influences political processes in society.

**Keywords:** culture, political elite, values, carnival culture, degradation.

Изменение массовой культуры и необратимый процесс глобализации оказывает влияние на качество культуры в сфере политики, разрушая особенности политических традиций разных национальностей, символы политической системы и ценности этой системы. А.Н. Чумаков отмечает, что процесс глобализации всё еще довольно спорный, находящийся как обожателей, так и порицателей. Однако обе стороны дискуссии часто забывают, что глобализация обосновывается историческим развитием, никто добровольно этот процесс не запускал [1, с. 329]. Идеальным последствием глобализации можно было бы назвать совершенствование политической культуры. Ведь государства, обмениваясь опытом, учитывая всё многообразие мирового сообщества, обязательно выстроили бы глобальную политическую культурную, которая вобрала бы в себя всё лучшее, стала бы эталоном. На практике это далеко не так, потому что большая часть мира негласно сошлась во мнении, что политическая культура и политические традиции гегемона, США, должны стоять во главе, формируя универсальную политическую культуру.

Политические акторы современности заявляют о своей верности различным глобальными системам ценностей, которыми будут руководствоваться при принятии решений. Однако дальше заявлений об этой приверженности они не двигаются, имитируя попытки шагов вперед, имитируя деятельность и результаты. Особенно ярким примером являются либералы с их принципами: «Свобода, равенство, братство».

Молодые государства, очарованные идеей демократии западных стран, копируют приверженность этим канонам, пытаясь быть больше и значимее, чем они являются. Стремление соответствовать «самым прогрессивным из прогрессивных», а не развиваться своим путём, приводит к

тому, что политика, являясь чрезвычайно ответственной и существенной сферой, опускается до уровня банального популизма.

Н.К. Радина считает, что причиной копирования является неравенство между развивающимися и уже развитыми странами [2, с. 115]. В особенности это касается сфер науки и технологий. Развивающиеся страны банально не успевают за изменениями в этих областях, поэтому самым оптимальным вариантом для них является заимствование уже устоявшейся практики развитых стран. [3, с. 151].

Еще одним фактором, влияющим на трансформацию политической культуры, является феномен, называемый «постправда». Этот термин «отражает некую постмодернистскую модальность, деформированное состояние сознания, в котором стереотипы уже полностью потеряли связь с реальными образами. В мире постправды эмоции замещают факты, а фейки – новости, задавая тон конструированию политического дискурса и альтернативной реальности» [4, с. 42].

Нарастающими темпами можно встретить мнение о том, что демократия, как политическая идеология, исчерпывает себя, разрушается изнутри. В современном либерализме стран запада всё активнее прослеживаются следующие тенденции: искажение истин и ценностей, иррациональность действий, деградация свободы слова, эскалация этнополитических конфликтов, саморазрушение и т.д. [4, с. 54].

Н. Злобин, анализируя эти тенденции, пришел к выводу, что традиционные сверхдержавы перестают держать под контролем глобальную повестку дня. Они активнее импровизируют, проводя внешнюю политику, что не всегда приводит к успешным результатам. А это значит, что международная система развивается хаотично [5, с. 14]. Свобода слова в СМИ, которой так гордятся демократы, на деле же является свободой воспроизводить «информационный шум», за который СМИ никакой ответственности нести не будут [6]. Сегодняшние времена можно назвать временами медийной борьбы всех против всех, потому что основной целью является отнюдь не беспристрастное освещение событий, а намерение испортить репутацию друг друга. Это демонстрирует присутствие карнавальных традиций в политической культуре элит [7, с. 138].

Современная элитология анализирует основные характеристики политической культуры власти, ее способность справляться с вызовами времени. Г. Алмонд и С. Верба предложили использовать ориентацию к политической системе и своей роли в ней для типологии политической культуры [8]. Сегодня элиты не могут объективно оценить всю систему и свое положение в ней, из-за чего начинают поиск новых критериев и смыслов, что зачастую приводит не к тем результатам, что могли входить в планы изначально.

Различные политические элиты начинают демонстрировать отклонение от традиционного поведения из-за потери ценностных ориентиров и идеалов. Это приводит к упрощению политики, потому что современные политические элиты не в состоянии воспринимать и решать тяжелые политические ситуации в силу низкого уровня компетенции. Происходит упрощение профессиональных практик элит, т.к. карнавальная политическая культура превращается в более удобную форму политической культуры. Она восполняет пробелы в системах ценностей политических элит, которые образовались в следствие их дисфункции. Это можно было бы назвать положительно чертой данной политической культуры, если бы не обратная сторона: не только восполнение «утраченного», но и вытеснение проверенных и одобренных временем и опытом традиции политической культуры. Чем более простой оттенок приобретает политическая культура, чем меньше традиционных ценностей она в себе оставляет, тем хуже она функционирует.

Профессиональная дисфункция – болезнь современных политических элит, которая проявляется в некорректном выполнении их профессионального долга, в отсутствии креативных инициатив. Более того наблюдается снижение профессиональной компетентности и ответственности, в особенности моральной [9, с. 58]. Политики все чаще проявляют пренебрежительное отношение к политической науке и элитологии, не изъявляя желание слышать и воспринимать правдивую информацию о своих действиях, которые всё чаще приобретают дурной характер.

Наличие признаков карнавальной политической культуры свидетельствует о том, что современная политика вместе с её актёрами деградируют. В политическое пространство просачиваются «политики», в которых от политиков только название. Политики превращаются в «политиканов», потерявших связь с реальностью, лишенных своей идентичности [10, с. 93]. Происходит искривление реальности, переименование объективности абсолютно утопическими сценариями, которые разрабатываются современными политиками, руководствующимися какими-то своими отдельными шкалами ценностей, понятными только им. Основные черты этого явления приобретают глобальный характер, хотя раньше подобные признаки могли наблюдаться лишь в марионеточных государствах, которые лишь исполняли приказы «сверху». А сегодня этот «недуг» расширяется, распространяясь по всему миру, неся разрушение и хаос.

Театр абсурда – довольно подходящее сочетание, которое позволит в полной мере охарактеризовать сегодня политическую культуру. Подобная политическая культура переворачивает вверх ногами всё политическое пространство, меняя классические ценности на сомнительные современные тренды, разрушая сложившийся порядок, искажая символы и смыслы, некогда являвшиеся идеалами. Ценностные ориентиры в сферах этики, права и политики отходят на второй порядок, теряя свою актуальность. Другими словами, карнавальная политическая культура – это антикультура, стремящаяся всё извратить, фальсифицировать и переименовать. Обращаясь к данной антикультуре, необходимо смотреть на политический мир современности через приставки «псевдо-» и «анти-»: псевдоценности, антиполитика, антиэлита и т.д. Антиэлиты и псевдолидеры подпитывают этот карнавал, превращая его в общепризнанную политическую культуру и политическую науку. Характерной чертой современных антиэлит является сумбурность мышления, которое с профессионального уровня понижается до бытового. Абсурд становится нормой современных политических отношений.

Этот процесс можно связать с возникновением новой категории «политических деятелей». Подобным политикам представляются скучными «однообразные серые будни», поэтому они решают превратить свою деятельность «в весёлое занятие», включив в него откровенную глупость, пошлость и ложь. Политические шуты и клоуны, надев на себя маски серьёзных политиков, ведут нас к деградации правил политической науки и законов, делая политическое пространство неузнаваемым. Отсутствие профессиональных компетенций или их нехватка и сомнительность, дефицит политической ответственности играют свою роль. У таких «политиков» искажается не только мировосприятие, но и меняется сознание: они не замечают реальных проблем, фокусируясь на чем-то мнимом и отдалённом; они стремятся выдать желаемое за действительное, придумывая всевозможные аргументы; они отказываются признавать свою вину, активно обвиняя всех вокруг. Упрощаясь, «политические» деятели теряют авторитет у сознательного населения, превращаясь в карикатуру, в пародию на политика, к которому нельзя относиться более-менее серьёзно.

Рамки политического карнавала начинаются там, где заканчивается понимание элементарных законов математики, используемых для выстраивания алгоритмов поведения. В последнее время это в большей степени характерно именно для ведущих лиц западных стран (страны ЕС и США), для которых перестают существовать элементарные законы логики. Карнавал прослеживается в том, что их аргументы строятся из противоречий, но корпоративные западные ценности, эгоцентризм и искренняя убежденность в собственной правоте не позволяют этого признать. Но куда более показательным является то, как эти самые ведущие лица запада обвиняют других в несерьёзном отношении к профессиональному долгу, в несоблюдении международного права и т.д. Конечно, это «другое».

Этика уходит на второй план, ответственность за сказанные слова становится чем-то чуждым. Политические заявления превращаются в груды ненужных слов. Высказывания не имеют никакой реальной силы, веса и авторитета. Слова – пустяк, ведь от слов сегодня можно откреститься и забыть, как страшный сон. Современным «политиканам» не так важно то, что они говорят, сколько то, как они это говорят. И парадокс заключается в том, что большинство современных политиков, а особенно западных, не умеют вообще ничего «делать руками», полагаясь лишь на силу слова, которое в большинстве случаев лишено какого-либо конструктивного содержания.

Практики карнавальной политической культуры коррупционные и непрозрачные. Политические элиты предпочитают пустые разговоры и недалекость, используя их как оружие. Они не вникают в проблему, не исследуют её корень и не пытаются заглянуть «за горизонт», принимая во внимание лишь текущие события и их итоги. Это закулисы сегодняшней большой политики: безответственность, профессиональная некомпетентность, имитация, аморализм, расстройство идентичности, эклектика, мания величия, манипуляция и т.д. Может быть подобная аномалия политической культуры – это единственный выход для ослабевших политических элит современности, считающих этот вид политической культуры наиболее удобной.

1. Чумаков А.Н. Путь в философию. Работы разных лет: монография. Москва: Проспект, 2021. 608 с.
2. Радина Н.К. Цифровая политическая мобилизация онлайн-комментаторов материалов СМИ о политике и международных отношениях. // Полис. Политические исследования. 2018. № 2. С. 115-129.
3. Быков И.А., Халл Т.Э. Цифровое неравенство и политические предпочтения интернет-пользователей в России // Полис. Политические исследования. 2011. № 5. С. 151–163.
4. Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. 2017. № 2. С. 42–59.
5. Злобин Н.В. Второй новый миропорядок. Геополитические головоломки. Москва: Эксмо, 2019. 352 с.



6. Кошкин П.Г. Американская журналистика и постправда. Москва: Весь Мир, 2019. 288 с.
7. Карабущенко П. Л. Карнавальная политическая культура: политические элиты в поисках утраченной идентичности // Вопросы элитологии. Т. 1. № 4. 2020а. С. 138–164.
8. Almond G., Verba S. The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations. California: SAGE Publications, 1989.
9. Карабущенко П. Л., Гайнутдинова Е. В. Политическая герменевтика и современная элитократия // Вопросы философии. 2020. № 4. С. 58–68.
10. Карабущенко П. Л. Карнавальная политическая культура: субъекты и объекты театра абсурда // Вопросы элитологии. 2020в. Т. 1. № 3. С. 93–120.

УДК 327.7

## РОЛЬ ПОБРАТИМСКИХ СВЯЗЕЙ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКО-КИТАЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ

**Р.С. Демиденко, магистрант**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Актуальность компонента народной дипломатии, который представляет институт побратимских связей, позволяя поддерживать гуманитарные связи между городами и регионами, который становятся основой для научно-технического, торгово-экономического сотрудничества с учетом потенциала каждого региона или города. Опыт сотрудничества России и КНР на основе института побратимства показал, что данный институт эффективен для двух сторон на этапе укрепления гуманитарных связей. Разница интересов и темпов экономического развития с 2000-х гг. двух стран отразилась на результативности приграничного сотрудничества, отсутствие стратегии России в развитии установленных связей снизил возможности двух стран в реализации экономического потенциала установленных связей. Новым этапом возможностей можно назвать поворот внешней политики России «на восток» с 2014 г., а 2023 г. стал годом официальной декларации о новом этапе двустороннего сотрудничества городов-побратимов.

**Ключевые слова:** бенчмаркинг, сравнительный анализ, компания-эталон, глобализация, экономические стратегии, конкуренция, коммерческая деятельность.

## THE INFLUENCE OF SISTER CITY TIES IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN-CHINESE RELATIONS

**Abstract.** The relevance of the component of public diplomacy, which is represented by the institution of twinning relations, made it possible to maintain humanitarian ties between cities and regions, which become the basis for scientific, technical, trade and economic cooperation, taking into account the potential of each region or city. The experience of cooperation between Russia and China based on the institution of twinning has shown that this institution is effective for the two sides at the stage of strengthening humanitarian ties. The difference in interests and rates of economic development since the 2000s. two countries affected the effectiveness of cross-border cooperation, the lack of a Russian strategy in the development of established ties reduced the ability of the two countries to realize the economic potential of established ties. A new stage of opportunities can be called the turn of Russian foreign policy “to the east” since 2014, and 2023 became the year of the official declaration of a new stage of bilateral cooperation between sister cities.

**Keywords:** Twinning cooperation, regional development, sister cities, sister regions, trade and economic ties, Russian-Chinese relations.

Институт побратимства определяет признание и высокую степень доверия к городу со стороны международных партнеров, несмотря на то, что сами по себе нормы статуса не носят обязательный характер. Институт неправительственной международной организации Всемирная федерация породненных городов была создана – 28 апреля 1957 г. в Экс-ле-Бене (Франция) и к 1970 г. объединяя

до 1 тыс. городов в более чем 50 странах мира. Активное участие СССР стал принимать в 1964 г. от имени Ассоциации по связям советских и зарубежных городов, входящих в Союз советских обществ дружбы (Международная ассоциация «Породненные города» с 1991 г.). КНР стала проявлять активную деятельность в 1954 г. через структуру – Китайская ассоциация дружбы с зарубежными странами (Китайское народное общество дружбы с зарубежными странами с 2007 г.) [1].

Институт побратимских отношений – это инструмент декларации намерений о сотрудничестве стран с учетом региональных интересов во взаимодействии на основе общих интересов. Данный институт называют городской дипломатией. Несмотря на то, что институт можно рассматривать как механизм обеспечения добрососедских отношений, установления межрегиональных связей, значительная роль уделяется в выборе актуальных отраслей взаимодействия, но и подготовки решений межправительственных взаимоотношений. Для взаимоотношений КНР и СССР побратимские связи стали демонстрацией установления взаимовыгодных и важных для двух государств отношений в эпоху перемен на международной арене.

Специфика взаимодействия КНР и СССР в системе городов-побратимов определяется глубиной конфликта в конце 50-х гг. прошлого столетия. Дипломатический конфликт КНР и СССР на десятилетия остановил взаимоотношения двух ранее дружеских стран, чему способствовала и длительность нестабильности политической конфронтации в АТР. Вооруженные конфликты КНР во Вьетнаме, невмешательство СССР, выход из советских войск из Афганистана на некоторое время заморозил конфликт после Даманских событий. В 1980-х гг. вмешательство США во внутренние дела КНР стало поворотным событием в отношении КНР и СССР, оба государства были заинтересованы в укреплении связей для удерживания действий США в регионе. Дэн Сяопин после длительных попыток наладить отношения с советским руководством в октябре 1985 г. высказал Н. Чаушеску в Пекине о том, что если будет решен вопрос о выходе Вьетнама из Камбоджи, то Д. Сяопин готов встретиться с М.С. Горбачевым. В ответ, на выступлении во Владивостоке в июле 1986 г. М.С. Горбачев публично подтвердил готовность к советско-китайской встрече на любом уровне [2].

Первыми городами, подписавшими соглашение о сотрудничестве, стали г. Шанхай и г. Ленинград (г. Санкт-Петербург) 15 декабря 1988 г., в городах уже в 1986 г. были открыты Генеральные консульства. Начало развития побратимских связей происходило с охватом наиболее перспективных для КНР направлений: г. Иркутск и г. Шеньян, автономный район Внутренняя Монголия и Читинская область, провинция Цилинь и Приморский край, – побратимские связи были установлены в 1990 г. Задачами стояли не только установление культурного взаимодействия, но, в первую очередь, создание основ и развитие торгово-экономического партнерства китайского и советского приграничья. С 1990-х гг. по настоящее время на основе изучения китайского материала и нормативно-правовых данных 122 пар российских и китайских городов-побратимов и регионов-побратимов [1].

Интерес Китая к г. Ленинграду обусловлен двумя факторами: культурный и научный потенциал, а также то, что город является своеобразным «окном в Европу», портовым городом, поэтому выбор Шанхая как города с высоким на тот момент уровнем развития образования, потенциалом торгово-экономических связей обоснован значимостью в развитии КНР. Особое место за период с 60-х гг. прошлого столетия занимает сотрудничество университетов городов-побратимов, что влияет на восприятие молодежью двух стран в процессе многопрофильной деятельности администраций городов в реализации культурных обменов [3]. Подписание соглашения об установлении породненных связей г. Санкт-Петербурга в 2007 г. определило новый этап содержания отношений: на встрече делегаций был принят «Меморандум о развитии экономического и торгового сотрудничества Народного Правительства города Циндао и Правительства Санкт-Петербурга, а также Меморандум о стратегическом сотрудничестве китайской корпорации Hisense Group и профильных компаний Санкт-Петербурга. Инициатива китайских партнеров в быстром выходе на новый уровень определил интерес к установлению сотрудничества с научными центрами, формировании благоприятных условий для совместной производственной предпринимательской и иной хозяйственной деятельности [4].

В настоящее время новым направлением городов-побратимов: Шанхай и Санкт-Петербург, рассматривается повышение научно-технического потенциала, создания привлекательного образа на основе имиджевой концепции. В данном аспекте ключевым объектом является образование и инновации, т.е. не просто направления сотрудничества, а совместные действия в области технологического развития городской среды, образования, технологий продвижения культурных и иных событий, обновления оборудования, инженерных исследований [5].

Расширение географии регионов-участников сотрудничества городов-побратимов способствует активному развитию гуманитарных отношений. Наибольшую эффективность в двустороннем сотрудничестве показывают два региональных механизма: «Северо-Восток-Дальний Восток» и «Янцзы-Волга», в следующих направлениях: обучение по совместным программам вузов двух стран, интерактивное взаимодействие между СМИ, обмены в области медицинских технологий, совместное проведение выставок культуры и искусства [6].

В формате «Волга-Янцзы» все мероприятия осуществляются при участии местных правительств в отношении стран и носят официальный характер, а спонтанные контакты между простыми людьми и неправительственными организациями в двух регионах относительно ограничены. На самом деле объем гуманитарного сотрудничества двух стран все еще отстает от общего уровня их стратегических партнерств и взаимодействия, достигнутого в политической сфере [7]. Несмотря на то, что формат объединил связи между 14 федеральными субъектами Приволжского федерального округа РФ и 6-ю провинциями средней и верхней границы реки Янцзы, созданы модели образовательного сотрудничества, обмен студентами и преподавателями, после десяти лет практического развития было достигнуто взаимодействие, но устойчивого сотрудничества не было достигнуто.

Особую роль в развитии побратимских отношений играет китайско-российские гуманитарные обмены, в том числе благодаря проведению молодежных фестивалей, обмену студентами, что влияет на преодоления языкового барьера народов, языковая система которых признана как самая сложная.

Проблемами развития побратимских связей со стороны России определялись внутренними сложностями регионов страны: удаленностью европейских регионов, что связано с ограниченностью транспортно-логистических связей, уровень квалификации кадров, в том числе языковой барьер [8]. Поэтому инициатива в направлении межрегиональных связей удерживалась китайской стороной.

Наибольшую выгоду от побратимских связей получило приграничное сотрудничество. Так на протяжении всех трех десятилетий между городами-побратимами Харбином и Хабаровском осуществлялось активное сотрудничество в области пассажирских перевозок, была сформирована сеть трансграничного логистического направления, система торговли, проведения совместных культурных молодежных мероприятий. Ежегодные встречи администрации двух муниципалитетов сформировали долгосрочные проекты в области торговли, образования, медицины, экономики, культуры, спорта, туризма [9].

Несмотря на то, что приграничное сотрудничество между Китаем и Россией является объективно необходимым, и Приморский край, и Хабаровский край имеют проблемы, тормозящие сотрудничество, в том числе: низкая инвестиционная привлекательность, слабо развитая транспортная логистическая инфраструктура и др. Поэтому развитие связи гуманитарного характера являются для российской стороны наиболее перспективными, в том числе для популяризации туризма, студенческого обмена и др.

Все еще имеются области, в которых гуманитарное сотрудничество слабо развито. Ввиду ограничений культурной среды, число провинций и городов, участвующих в китайско-российском сотрудничестве в области права, защиты окружающей среды и кинематографии, относительно небольшое. К примеру, за исключением Суйфэньхэ, где создан Китайско-российский центр юридических услуг, в других городах провинции Хэйлунцзян, в которых действуют пограничные переходы, практически нет проектов сотрудничества с Россией в правовой сфере [6].

На сегодняшний день в провинциях Хэйлунцзян, Ляонин, Цзи-линь, Шэньси, Хэбэй, городах Пекин, Шанхай и др. существует около 20 китайско-российских технопарков креативных и культурных индустрий [6]. Большинство установленных связей между городами и регионами установлены два типа связей: целевое взаимодействие для создания условий между коммерческими организациями или группами организаций и демонстрация существования связей с целью организации общения определенных социальных групп: молодежи, обучающихся школ, в том числе языковых, научных сотрудников в определенном направлении, сотрудников туристической сферы и транспорта.

Созданные центры и парки китайско-российской культуры не выполняют той функции, которая закладывается форматом. Фрагментарность использования данного ресурса обосновано наличием следующих проблем: слабое управление, недостаточная ведущая роль правительства, разрозненность ресурсов, низкий эффект промышленной кластеризации, отсутствие инноваций, нехватка рекламы и кадров. Российская сторона объясняет результаты тем, что отсутствует нормативно-правовая основа для реализации проектов в рамках института побратимства, а все договоренности носят рекомендательный характер, позволяющий установить контакт между представителями двух стран.

Комплекс проблем в развитии российско-китайского межрегионального сотрудничества связан с непреемственностью и финансовыми аспектами реализации взаимодействия двух сторон: смена

главы муниципалитета или района в России не предполагает ответственность преемника в выполнении договоренностей в рамках программ побратимских связей.

По мнению китайских исследователей, экономические и коммерческие факторы являются одним из самых важных критериев для отбора партнеров для установления побратимских связей [10]. Несмотря на активную деятельность со стороны КНР, инициативность и стремление снижения языковых барьеров и культурных различий, проблем внешнеторговых связей, установление устойчивых отношений на уровне малого и среднего бизнеса, с российской стороны, поэтапного стратегического использования имеющихся ресурсов на региональном и муниципальном уровнях [11].

Создание условий бизнес-структурам для взаимного обмена нужной информацией и развития торгово-экономических связей требует наличия производственно-экономической инфраструктуры в регионах городов-побратимов, при этом заинтересованность должна быть взаимной, предполагается, что и равнозначной. Если в 1990-х гг. тенденция развития отношений основывалась на гуманитарных связях и развитии малого и среднего предпринимательства, то в настоящее время существуют иные экономические и политические условия. Демонстрация возможностей для решения экономических задач осуществляется через организацию международных выставок, ярмарок, форумов, чаще всего при поддержке федеральных органов власти. Таким образом, необходимо применение системного подхода к достижению экономических целей, стимулирующих региональные экономики.

В марте 2023 г. во время встречи с президентом Владимиром Путиным председатель Си Цзиньпин подчеркнул, что важно укреплять основы культурно-гуманитарных обменов, наращивать побратимские связи между провинциями и областями, активизировать контакты городов-побратимов, эффективно проводить перекрестные годы сотрудничества в области физической культуры и спорта, создавать благоприятные условия для взаимных поездок граждан двух стран [12].

Результативность развития побратимских отношений были актуальны для переходного периода развития российской экономики, формируя дополнительные направления развития предпринимательства в переходный период. На фоне интенсивного развития взаимодействия особую роль сыграло межрегиональное сотрудничество по образовательным, культурным и туристическим направлениям.

Если изначально намерения установления побратимских отношений носило гуманитарный характер, то с развитием региональной политики КНР, стремлению стимулировать экономику северо-восточных провинций, смещение интересов сотрудничества на торгово-экономические отношения адаптировались на потенциал регионов и городов России.

Институт городов-побратимов – эффективный инструмент внешней политики, позволяющий на международном уровне установить и закрепить взаимоотношения глав муниципальных образований, представителей ключевых компаний для развития гуманитарных, научно-технических, торговых связей. Опыт сотрудничества России и КНР показал, что после глубоко политического кризиса институт позволяет обеспечить дипломатические связи. Однако, формат предусматривает наличие стратегии взаимоотношений, а неформальный подход позволяет выстроить и реализовать стратегию для взаимовыгодного сотрудничества.

---

1. Макеева С.Б. История реализации политики Китая по развитию межрегионального «побратимского» сотрудничества с Россией // Вестник Томского государственного университета. – 2023. – №487. – С 108-117.

2. Нечай А.А. Советско-китайские отношения в 1980-е годы // Россия в глобальном мире. – 2022. – №24 (47). – С. 68-83.

3. Чжан С., Ли Ц. Исследование путей сотрудничества городов-побратимов Шанхая и Санкт-Петербурга на фоне продления «Российско-Китайского договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве»: в области образования // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – №9 (123). – С. 3-8.

4. Ван Ц., Вовенда А.В. «Дипломатия городов» как инструмент развития сотрудничества РФ и КНР (на примере Санкт-Петербурга и Циндао) // Социально-политические науки. – 2022. – Т.12, №6. – С. 54-59.

5. Инь Мэнюань Перспективы углубления гуманитарного сотрудничества между городами-побратимами Шанхаем и Санкт-Петербургом // Общество: политика, экономика, право. – 2023. – С. 58-65.

6. Бай Сяогуан Ситуация и перспективы гуманитарного сотрудничества между Китаем и Россией / Сюанун Бай // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2022. – Т.14, № 3-4. – С. 65-80.

7. Лу Сюаньтун Развитие гуманитарных обменов между Россией и Китаем в формате «Волга-Янцзы» (2013-2023 гг.) / Сюантун Лу // Этносоциум и межнациональная культура. – 2023. – №6 (180). – С. 63-72.

8. Макеева С.Б. Межрегиональное российско-китайское сотрудничество: экспертный взгляд из регионов и городов России // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2022. – №2. – С. 147-156.

9. Макеева С.Б. История развития китайского города Харбин в системе межмуниципального сотрудничества с Россией (1993 г. по настоящее время) // Вестник Томского государственного университета. – 2022. – №483. – С. 121-129.

10. Мухаметов Р.С. Факторы международной активности российских городов // Вестник МГИМО Университета. – 2020. – №13 (6). – С. 53-174.
11. Макаренко Т.Д., Ожегова Л.А. Побратимские российско-китайские отношения как форма международного сотрудничества // Российско-китайские исследования. – 2019. – Т.3, №2. – С. 42-52
12. Дмитракова Т. Китай готов к всестороннему и широкомасштабному взаимодействию с Дальним Востоком России на высоком уровне. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://rg.ru/2023/09/11/reg-dfo/dobrososedstvo-nash-vernyj-put.html> (дата обращения: 08.02.2024).

УДК 327

## КУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ КНР 1949–1990-х гг. НА ПРИМЕРЕ КОНФУЦИАНСТВА

П.О. Заводнова, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности формирования внешней политики КНР в период с момента ее провозглашения в 1949 г. по 1990-е гг. Основной задачей работы является рассмотрение влияния конфуцианства на формирование внешнеполитической стратегии КНР, расширить понимание взаимосвязей между конфуцианством и политикой в рассматриваемый период.

**Ключевые слова:** КНР, конфуцианство, внешняя политика, культура, культурные аспекты.

## CULTURAL ASPECTS AND THEIR INFLUENCE ON THE FORMATION OF CHINA'S FOREIGN POLICY IN THE 1949-1990'S ON THE EXAMPLE OF CONFUCIANISM

**Abstract.** The article examines the peculiarities of the formation of China's foreign policy in the period from the moment of its proclamation in 1949 to the 1990s. The main objective of the work is to consider the influence of Confucianism on the formation of the foreign policy strategy of China, to expand the understanding of the interrelationships between Confucianism and politics in the period under review.

**Keywords:** China, Confucianism, foreign policy, culture, cultural aspects.

На сегодняшний день, Китай является одним из ключевых игроков на мировой арене в различных сферах жизни мирового сообщества, поэтому представляется актуальным и своевременным изучение китайского опыта формирования внешней политики своей страны. Конфуцианство, как фундаментальная составляющая культурного наследия Китая, оказывало и продолжает оказывать значительное влияние на политическую жизнь страны и ее внешнеполитические ориентиры.

Влияние культуры, а именно конфуцианства, на внешнюю политику КНР в период с 1949 по 1990-е гг. – интересная тема для изучения, так как Китай представляет собой яркий пример успешного государства, основывающего свою политическую философию и внешнюю политику, особенно в отношении дипломатии и международных отношений, где Китай стремился к гармонии и стабильности, на очень древней культуре. Культуру Китая и конфуцианство, как основополагающие составляющие процесса формирования внешней политики этой страны, важно изучать для понимания и анализа внешнеполитических решений Китая как в рассматриваемый период, так и в настоящий момент, так как конфуцианские ценности и учения продолжают оставаться важным фактором, определяющим подход Китая к международным отношениям и его стратегическим целям на мировой арене.

Внешняя политика любого государства формируется под влиянием множества различных аспектов, одним из которых является культура.

Культура является неотъемлемой составляющей любой страны. Она подчеркивает индивидуальность каждого народа, а также отличает одну нацию от другой. Под культурой подразумевается

живопись, музыка, язык, кухня, религия и многие другие аспекты. Формирование культуры происходит под влиянием ряда факторов, таких как исторические события, географическое расположение, язык или взаимодействие с другими культурами. Роль культуры в обществе огромна и многогранна. С одной стороны, культура помогает людям определить свою принадлежность к определенной группе или сообществу, формирует идентичность нации, обеспечивает средства общения и социализации, стимулирует творческое мышление и инновации, а также помогает сохранить и передать наследие предков следующим поколениям. С другой стороны, культура является значительным фактором формирования внешней политики, например, укрепление дипломатических отношений между странами путем культурных обменов, продвижение национальных интересов и продвижение культурного понимания и уважения, что может способствовать уменьшению числа конфликтов и повышению стабильности на международном уровне.

Рассматривая влияние культуры на формирование внешней политики государства, можно использовать термин «культурная дипломатия», поскольку она направлена на создание положительного имиджа страны на мировой арене и укрепление международных связей, что непосредственно связано с внешней политикой любого государства. Культурная дипломатия – это направление дипломатической деятельности, тесно связанное с использованием культуры в качестве основного средства достижения внешнеполитических целей государства, создания положительного имиджа государства на мировой арене и продвижения собственной культуры. Культурная дипломатия может выражаться в создании культурных центров, проведении фестивалей, в распространении национального языка, в международных сотрудничествах в области культуры и т.д.

Важную роль в развитии культуры и соответственно культурной дипломатии Китая сыграло религиозное учение, основанное и разработанное Конфуцием в 6 в. до н. э. – конфуцианство. Конфуцианство представляет собой уникальный синтез традиционных китайских культурных практик, философских концепций, коммунистических идей и постмодернистского влияния, связанного с переломными последствиями глобализации. В основе учения Конфуция лежит идея сплочения государства и народа как членов семьи, а также система отношений «правитель – подданный», с целью обеспечения социального порядка и стабильности в обществе.

На протяжении многих веков китайские правители руководствовались принципом единения государства и народа, заложенным учением Конфуция. Этот принцип и лег в основу политики современного Китая.

Началом формирования современной политики Китая можно считать 1949 год, когда Китай прошел через ряд значительных политических и социальных изменений, которые повлияли на его отношения с другими странами и международными организациями. После победы Коммунистической партии Китая в гражданской войне и установления национальной власти в 1949 году, Китай столкнулся с вызовами установления дипломатических отношений с другими странами.

Первые 30 лет существования Китайской Народной Республики можно охарактеризовать «стратегией заключения союзов» (1949–1979 гг.).

В 1950-е годы Китай проводит дипломатическую стратегию «держаться одной стороны». Эта политика подразумевала развитие всесторонних экономических, идеологических и политических отношений с Советским Союзом. Этот союз можно было назвать «союзом с СССР против США».

В 1960-е годы Китай реализует так называемую концепцию «промежуточных зон» или «борьбы против империализма и против ревизионизма», т.е. против СССР и против США. Е Цзычен, один из самых известных китайских ученых-исследователей геополитики Китая, назвал этот период периодом борьбы «на два фронта», и характеризовался этот этап сворачиванием экономического сотрудничества между СССР и КНР и постепенным идеологическим расколом между КПСС и КПК.

В 1970-е годы КНР стала активно развивать отношения с США, и политика этого периода получила название «стратегия одной стороны». Это название связано с объединенными в стратегическую линию странами вдоль границ с Советским Союзом. Эта линия тянется от США через Японию, Китай, Пакистан, Иран, Турцию и заканчивается Европой. В результате установления дипломатических отношений с США была принята «политика реформ и открытости», которая дала мощный толчок в развитии Китая.

Председатель Коммунистической партии и лидер КНР Мао Цзэдун, который руководил страной с 1949 г. по 1976 г., за годы своего правления полностью переосмысливает геополитику Китая и идеологические методы решения международных проблем, тем самым нормализовав отношения с США, установив дипломатические отношения почти с 70 странами и восстановив к 1971 году свое членство в ООН [1].

Проанализировав период правления Мао Цзэдуна и роль конфуцианства в его внешнеполитических стратегиях, исследователи разделились во мнениях. Одни учёные, преимущественно китайские, придерживаются мнения, что основным разработчиком внешнеполитических направлений в рассматриваемый период являлся непосредственно сам Мао Цзэдун, и его взгляды на управление внешней политикой никак не связаны с конфуцианскими принципами и традициями. С другой стороны, ряд других исследователей, например, Ю.М. Галенович и К.М. Барский, считают, что влияние Конфуцианства в тот период было достаточно велико. Их точку зрения можно подкрепить аргументом, что Мао Цзэдун и его окружение с пристрастием относились к вековому национальному историческому наследию во внешнеполитической сфере [2].

В основе конфуцианства лежат принципы гуманности и добродетели, благородности и стремления к безупречному общественному порядку, но внутренняя и особенно внешняя политики во времена правления Мао Цзэдуна вовсе не носили характер, заложенный конфуцианскими учениями. Его внешняя политика была основана на марксизме-ленинизме, ориентирована на социалистические идеалы и борьбу против империализма. Его политика носила феодальные и китаецентричные воззрения. И в данном случае Мао Цзэдун все же заимствовал что-то из Конфуцианства, а именно конфуцианское отношение к «варварам», которыми наполнен весь мир, и только Китай рассматривается как центр мировой цивилизации и культуры. Конфуций поучал, что китайцы – это люди более мудрые, обладающие уникальной культурой и моральными ценностями, которые делают Китай особенным и позволяют ему играть ведущую роль в мире [4]. Таких принципов по отношению к «варварам», т.е. к другим народам и придерживался Мао Цзэдун.

Однако, стоит отметить, что после завершения войны на Корейском полуострове (1950–1953 гг.) с целью укрепления дипломатических отношений между странами были провозглашены «пять принципов мирного сосуществования», которые включали:

1. Взаимное уважение территориальной целостности и суверенитета;
2. Ненападение;
3. Невмешательство во внутренние дела государства;
4. Равенство и взаимная выгода;
5. Мирное сосуществование [3].

Эти «пять принципов» воплощают идею конфуцианства об уважении многообразия мира, необходимости дорожить миром и необходимости создания мирной международной обстановки. Это то, чему учил Конфуций. Доброжелательность к соседям как самое ценное качество государства.

Следующий период в истории КНР характеризуется правлением Дэн Сяопина, который никогда не являлся официальным руководителем страны, но фактически правил Китаем с 70-х по 90-е годы прошлого столетия.

В 1978 году был окончательно утвержден поворот Китая в сторону прагматичной политики, как внутренней, так и внешней. Это произошло с появлением доклада Дэн Сяопина «Раскрепостить сознание, исходить из практики, сплачиваться воедино, чтобы смотреть вперед». [1] В данном докладе Сяопин призывает к раскрепощению сознания через понимание и сознание собственных желаний, целей и возможностей. Он подчеркивает значимость объединения людей для достижения общих целей и преодоления трудностей, и что только объединившись, люди смогут идти вперед. На это в какой-то степени могла повлиять идея объединения народа, лежащая в основе учений Конфуция.

В декабре 1979 года Советский Союз вводит свои войска в Афганистан. Помимо этого, у СССР в активном пользовании была военно-морская база Камрань во Вьетнаме и в Монголии продолжали располагаться советские войска. Такая геополитическая ситуация вокруг КНР рассматривалась китайским руководством как стратегическое окружение Советским Союзом. Вскоре после этого, со стороны китайского правительства была введена новая стратегия «мира и развития». Эта стратегия, выдвинутая Дэн Сяопином, была направлена на предотвращение разногласий, установление нормализованных отношений с соседними государствами и регионами мира в целом, и на совместное развитие стран [1].

В период руководства страной Дэн Сяопином прослеживался принцип конфуцианства о «доброжелательном отношении к соседям», как о самом ценном качестве государства. Как и учил Конфуций об искренности и честности в отношениях к соседям, взаимовыгоде с соседями и снисходительности для обеспечения стабильных отношений с соседями, как об основе, морали и духовной составляющей каждого государства [4].

В качестве вывода хочется отметить, что влияние культуры, а именно конфуцианства, как одного из аспектов культуры Китая, присутствовало на каждом этапе формирования внешней поли-

тики КНР в период с 1949 г. по 1990-е гг., и благодаря своей успешно сформированной внешней политике, Китай установил политические и экономические связи с большим количеством стран и ведет успешную политику сегодня.

---

1. Грачиков Е.Н. Особенности внешней политики Китая: этапы смены стратегий // Обозреватель. – 2015. – № 3 (302).. – Текст: электронный. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23102698> (дата обращения 12.03.2024)

2. Кудряшева Е.Е. Влияние конфуцианства на внешнеполитическую стратегию КНР в период правления Мао Цзедуна. – Текст: электронный. – URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/179146/1/157-162.pdf> (дата обращения 12.03.2024)

3. Нечай А.А. Роль «пяти принципов мирного сосуществования» Китая в установлении многополярного мироустройства. – Текст: электронный // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – 2023. – № 1 (43). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50745798> (дата обращения 13.03.2024)

4. Фанфэй Лю Роль конфуцианства в формировании основ китайской дипломатии. – Текст: электронный // Геополитика и патриотическое воспитание. – 2017. – № 26. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-konfutsianstvav-formirovanii-osnov-kitayskoy-diplomatii/viewer> (дата обращения 14.08.2024)

УДК 327

## ТРАНСФОРМАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРОВОГО ПОРЯДКА

**А.К. Карелина, В.Д. Бутова, бакалавры**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Мировое сообщество вступило в новую фазу трансформации мирового порядка, сопровождаемого обострением противоречий и конфликтностью между ведущими акторами и их альянсами. В статье рассмотрены ключевые аспекты, вызывающие трансформацию, в частности: тенденции различных стран на мировой арене, усиление региональной интеграции, рост информационных и коммуникационных технологий, глобальные вызовы, глобализация. Проанализированы вызовы и перспективы, возникающие в результате трансформации. Сделан вывод о необходимости сотрудничества между государствами и акторами на мировой арене, адаптации инноваций во всех областях жизни, переходе к новым формам управления и власти, их более разнообразным и гибким моделям.*

**Ключевые слова:** *мировой порядок, трансформация, глобализация, технологический процесс, международные отношения.*

## THE TRANSFORMATION OF THE MODERN WORLD ORDER

**Abstract.** *The world community has entered a new phase of transformation of the world order, accompanied by the escalation of contradictions and conflict between the leading actors and their alliances. The article considers the key aspects causing transformation, in particular: trends of various countries on the world stage, strengthening of regional integration, growth of information and communication technologies, global challenges, globalization. The challenges and prospects arising from the transformation are analyzed. The conclusion is made about the need for cooperation between states and actors on the world stage, adaptation of innovations in all areas of life, transition to new forms of governance and power, their more diverse and flexible models.*

**Keywords:** *world order, transformation, globalization, technological process, international relations.*

Международные отношения и геополитические тенденции претерпели значительные изменения в течение последних столетий, что привело к появлению сложной и многополярной системы глобального порядка. Международный порядок как некая система отношений и представлений о том, на каких принципах должны выстраиваться отношения между странами и в целом в мире, стал формироваться в XVI в., когда начали зарождаться дипломатические отношения и просматриваться контуры системы «великих держав» в Европе, а также система колониальных империй [1]. Одним из примеров такой системы была Британская империя в XIX веке. Ее колониальное господ-



ство охватывало огромную часть мира, и было основано на экономической и военной мощи. Однако с конца XX века начался процесс трансформации мирового порядка. Основной причиной этого являлось развитие международных институтов и организаций, таких как ООН, которые стали служить форумом для различных государств и субъектов международных отношений. Вместе со сменой политических структур и появлением новых государств, в том числе Соединенных Штатов, России и Китая, началась эра многополярности. Эти новые актеры начали участвовать в формировании и решении международных проблем на мировой арене. Следует отметить, что появление новых государств с их собственными национальными интересами способствовало расширению мирового порядка и культурного разнообразия. Одно из ключевых событий, оказавших влияние на мировой порядок, было окончание Холодной войны и распад Советского Союза. Это событие привело к расторжению биполярного мирового порядка, в котором главными игроками были США и СССР. Распад Советского Союза привел к возникновению новых независимых государств [2].

Генри Киссинджер, бывший государственный деятель и политический аналитик, игравший ключевую роль в формировании внешней политики США, в том числе в период окончания холодной войны, высказывал свои взгляды на новый мировой порядок. Одним из основных идей, выдвигаемых Киссинджером, была необходимость переосмысления геополитических отношений после распада Советского Союза. Он считал, что мир должен стремиться к созданию новой системы безопасности и сотрудничества, которая учитывала бы новые глобальные вызовы и угрозы. Киссинджер также подчеркивал важность взаимодействия между США и их бывшими противниками, включая Россию, чтобы избежать возможного возвращения к конфронтации и установить более стабильный и мирный мировой порядок. Он также высказывался о необходимости баланса интересов между различными региональными и глобальными державами, чтобы избежать доминирования одного полюса в мировых делах [3].

В новом мировом порядке представление о суверенитете государства и его ограничениях начало претерпевать изменения. Наряду с этим, произошли перемены и в концепции международных отношений в целом. Международное сотрудничество и соблюдение международного права стали приобретать все большее значение. Современный мировой порядок часто подвергается трансформации под влиянием различных факторов и событий. Изменение политической, экономической и социальной ситуации в различных регионах мира приводят к изменениям в международных отношениях и глобальном порядке. Итак, отметим несколько ключевых аспектов, которые вызывают трансформацию современного мирового порядка.

Первым аспектом является анализ тенденций, поступающих из различных стран, на мировой арене. В последние десятилетия многие развивающиеся страны стали более активными на международной арене, стремясь укрепить свой голос и влияние в мировом порядке. Китай, Индия и Бразилия, стали существенными участниками в глобальной экономике и политике, и их растущее влияние не может быть игнорированным. Экономический и политический рост этих стран приводит к трансформации мирового порядка и сдвигу в балансе сил.

Вторым аспектом, вызывающим трансформацию современного мирового порядка, является усиление региональной интеграции. В последние годы многие регионы объединились в экономические союзы и интеграционные организации, чтобы укрепить свое положение в мировом порядке. Европейский союз, Африканский союз, Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество – все они направлены на укрепление экономической и политической интеграции регионов и увеличение их влияния на глобальной арене. Региональная интеграция вызывает изменение взаимодействия государств и перегруппировку сил в мировом порядке.

Третий аспект, способствующий трансформации современного мирового порядка, – это рост информационных и коммуникационных технологий. С развитием Интернета и цифровых технологий информационный обмен и общение стали намного проще и быстрее. Это приводит к появлению новых форм связей и взаимодействия между государствами и населением. Онлайн-дипломатия, социальные сети и электронная коммерция – все это становится неотъемлемой частью современного мирового порядка и изменяет способы, которыми государства взаимодействуют друг с другом.

Четвертый аспект – это глобальные вызовы, такие как изменение климата, терроризм и пандемии. Такие глобальные проблемы требуют координации и сотрудничества между государствами для их решения. Эти вызовы призывают к укреплению международных институтов и созданию новых форм сотрудничества, что ведет к трансформации современного мирового по-

рядка. Государства всё больше осознают необходимость совместных усилий для решения глобальных проблем.

Пятый аспект – это глобализация. Глобализация – это процесс, который охватывает все больше сфер нашей жизни и имеет огромное влияние на мировой порядок. Стремительные технологические изменения, развитие мировой экономики, обмен информацией и культурой – все это неразрывно связано с глобализацией [4].

Вместе с тем, глобализация экономики и международных отношений привела к перераспределению власти и ресурсов между странами и регионами. Возникают новые геополитические игроки, а традиционные блоки альянсов и союзов теряют свою значимость. Распределение власти в современном мировом порядке является одной из ключевых проблем и вызовов, с которыми сталкивается современное международное сообщество. В конце XX века произошли значительные изменения в глобальной архитектуре власти, которые повлияли на сбалансированность и справедливость интернациональных отношений. Экономические центры перемещаются, региональные доминирующие силы становятся все более активными и влиятельными. Это вызывает нестабильность и вызовы для традиционных политических и экономических структур. Вместе с этими глобальными изменениями, происходит и изменение самой природы власти. Демократия и авторитаризм спорят о преимуществах и недостатках, а новые формы управления и гражданского участия начинают занимать свое место на глобальной арене. Цифровая дипломатия, цифровые городские общины, гражданские движения, активисты и неправительственные организации становятся основными действующими лицами в нашем обществе. Интерактивность и открытость становятся новыми инструментами воздействия на политический процесс [5]. Однако, несмотря на эти изменения, существует ряд преград для более справедливого распределения власти в современном мировом порядке. Некоторые развитые страны не готовы отказаться от своего доминирования и справедливо распределить власть с развивающимися странами. Более того, многие международные институты и организации подконтрольны определенным странам или группам стран и не способны эффективно отразить интересы всех участников.

Современный мировой порядок сталкивается с рядом вызовов, которые требуют пересмотра и трансформации. В условиях глобализации и быстрого технологического развития, существующие институты и механизмы управления становятся неэффективными. Появление новых актеров и изменение баланса сил в мире создают необходимость в адаптации международных отношений к современной реальности. Одним из вызовов для современного мирового порядка является угроза международному терроризму. Террористические организации демонстрируют способность проникать сквозь национальные границы и угрожать безопасности всех стран. Борьба с терроризмом требует глобального сотрудничества и координации усилий всех государств, включая совместное разработку и применение эффективных мер противодействия. Однако существующие международные организации и механизмы не всегда способны эффективно реагировать на вызовы терроризма, что указывает на необходимость их реформирования в рамках современных реалий.

Еще одним вызовом для современного мирового порядка является изменение геополитического баланса сил. Китай, Россия и другие развивающиеся страны активно укрепляют свою экономическую, политическую и военную мощь, что вызывает сдвиг в международных отношениях. Традиционные мировые лидеры, такие как США и Европейский союз, теряют свою гегемонию, и мировой порядок становится более полицентричным. Это требует пересмотра роли и влияния государств и их институтов в мировой политике. Кроме того, возникают необходимость устанавливать новые правила и нормы сотрудничества, которые отражали бы интересы всех участников мирового порядка и способствовали бы предотвращению конфликтов и достижению устойчивого развития.

Еще одним вызовом для современного мирового порядка является глобальный климатический кризис. Изменение климата является глобальной угрозой для всего человечества и требует совместных усилий для принятия мер по снижению выбросов парниковых газов и адаптации к последствиям изменения климата. Достижение глобальной солидарности и сотрудничества в этой области является критически важным для сохранения нашей планеты и обеспечения устойчивого развития. Однако, существующие структуры и механизмы сотрудничества в этой области не всегда эффективны и требуют пересмотра и усиления. Помимо этих вызовов, современный мировой порядок сталкивается с множеством других проблем и угроз, таких как кибербезопасность, торговые войны и миграционные потоки. Все эти вызовы требуют пересмотра и приспособления существующих международных институтов и механизмов управления к новым реалиям [6].

Перспективы для современного мирового порядка заключаются в том, чтобы создать более демократические и универсальные структуры управления, которые отражали бы интересы всех участников мирового порядка и обеспечивали бы глобальную справедливость и стабильность. Это может включать реформирование Организации Объединенных Наций, создание новых региональных интеграционных организаций и разработку новых норм и правил международного сотрудничества [7]. Кроме того, важно развивать и усиливать сотрудничество между государствами, цивилизациями и общественными группами, чтобы обеспечить взаимопонимание и преодоление конфликтов.

Трансформация современного мирового порядка – сложная и многогранная тема, требующая внимательного анализа и глубокого понимания происходящих процессов. Трансформация современного мирового порядка – это процесс, который неизбежен и неуклонно продвигается вперед [8]. Она требует участия всех нас, чтобы создать более устойчивое и справедливое будущее. Будущее, где мы можем справиться с вызовами нашего времени и достичь глобального прогресса и процветания. В настоящее время мы наблюдаем переход от традиционных форм управления и власти к новым, более разнообразным и гибким моделям. Трансформация мирового порядка требует адаптации и инноваций во всех областях жизни и деятельности. Она предлагает новые возможности и вызовы для каждого из нас. Вопросы экономического равенства, справедливости, сотрудничества и экологической ответственности становятся все более актуальными. При этом необходимо учитывать уникальные условия и потребности каждого региона и страны.

---

1. Гринин Л.Е. Мировой порядок в прошлом, настоящем и будущем. – Текст: электронный // История и современность. – 2016. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-poryadok-v-proshlom-nastoyaschem-i-buduschem>

2. Унтилова И.Л. Концепт «Новый мировой порядок» в современной политологии. – Текст: электронный // Terra Linguistica. – 2012. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-novyy-mirovoy-poryadok-v-sovremennoy-politologii>

3. Генри Киссинджер: международный порядок без такого игрока, как Россия, трудно представить. – Текст: электронный // TASS [сайт]. – URL: <https://tass.ru/interviews/6259637>

4. Леванова К.А. Современный мировой порядок: особенности, проблемы, перспективы. – Текст: электронный // Культура. Духовность. Общество. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-mirovoy-poryadok-osobennosti-problemy-perspektivy>

5. Сурма И.В. Цифровая дипломатия в мировой политике. – Текст: электронный // Государственное управление. Электронный вестник. – 2015. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-diplomatiya-v-mirovoy-politike>

6. Никитин А.И. Современный миропорядок: его кризис и перспективы. – Текст: электронный // ПОЛИС. Политические исследования. – 2018. – №6. – URL: [https://mgimo.ru/library/publications/-sovremennyy-mirovoy-poryadok-ego-krizis-i-perspektivy/?utm\\_source=google.com&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=google.com&utm\\_referrer=google.com](https://mgimo.ru/library/publications/-sovremennyy-mirovoy-poryadok-ego-krizis-i-perspektivy/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com)

7. Формирование нового мирового порядка: на пути к полицентричности? – Текст: электронный // РСМД. – URL: <https://russiancouncil.ru/blogs/v-nezhdanov/formirovanie-novogo-mirovogo-poryadka-na-puti-k-politsentrichnosti/>

8. Ежов Д.А. Жаркова Е.С., Филимонова К.Р. Мировой порядок после 2022 года: сценарии трансформации. – Текст: электронный // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2022. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-poryadok-posle-2022-goda-stsenarii-transformatsii>

## ОСВЕЩЕНИЕ ПОЛИТИКИ ТИБЕТА В СМИ

**Е.С. Кузнецова, В.Д. Шишкина, бакалавры**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Тибет после присоединения к Китаю сохранил флер таинственности и недоступности, из-за чего внутренняя политика Тибета остается интересной западным СМИ. Однако ее освещение западными СМИ однобоко – в глазах иностранного обывателя активно поддерживается образ притесняемого, отсталого Тибета. Этому отчасти способствует закрытость местного населения от внимания посторонних, небольшое количество местных СМИ. В современных китайских и российских СМИ политика, осуществляемая на территории Тибета, оценивается положительно, с точки зрения роста социально-экономического развития региона.

**Ключевые слова:** Тибет, КНР, внутренняя политика, освещение СМИ, культурная политика.

## MEDIA COVERAGE OF TIBETAN POLITICS

**Abstract.** After joining China, Tibet retained a flair of mystery and inaccessibility, which is why the internal politics of Tibet remains interesting to the Western media. However, its coverage by the Western media is one-sided – in the eyes of the foreign layman, the image of oppressed, backward Tibet is actively supported. This is partly facilitated by the closeness of the local population from the attention of outsiders, a small number of local media. In modern Chinese and Russian media, the policy implemented in Tibet is evaluated positively in terms of the growth of socio-economic development of the region.

**Keywords:** Tibet, China, domestic politics, media coverage, cultural policy.

Тибет, являясь закрытой территорией, всегда вызывал интерес со стороны СМИ. Массовое освещение ситуации вокруг Тибета началось в прошлом столетии. При этом стоит отметить, что первые публикации о Тибете в китайских газетах связаны с фальсификацией международных соглашений. Волна интереса к Тибету, поднявшаяся в 1910-1920-х годах, быстро прекратилась.

Активно освещать ситуацию вокруг Тибета вновь стали только в 1950-х годах, после присоединения Тибета к Китаю. Особенно активно СМИ освещали политические события вокруг Тибета в 1959 году – после того, как Далай-Лама и тысячи жителей региона эмигрировали в страны Запада, Гималаи, Индию. Активно освещались вопросы:

- исторического статуса Тибета;
- правомочности действий лидеров Пекина;
- взаимодействие между Петербургом и Лхасой и т.д. [1, с. 180].

Но такие публикации все же нельзя назвать широко распространенными – они прежде всего формировались в научном сообществе, а не для широкой публики.

Тема политики Тибета во многом закрыта для СМИ. Отчасти это связано с китайской политикой в отношении региона, еще отчасти – с малым распространением СМИ внутри него, хотя с развитием информатизации ситуация меняется.

В настоящее время СМИ в Тибете представлены:

- четырьмя радиостанциями;
- телевидением;
- газетами;
- новостными сайтами в сети Интернет;
- микроблогами.

Развитие системы СМИ Тибета ограничено ввиду недостаточного количества ресурсов и обшей отсталости региона [2, с. 144].

При освещении внутренних политических вопросов о Тибете китайские СМИ, в том числе те из них, что передают информацию в зарубежные средства информации, концентрируются прежде всего на культурной политике региона:

- этнокультурным особенностям (свадебным обычаям, национальным праздникам, народным песням и танцам;
- уважению народа к традициям;

- приверженности населения буддизму;
- важности сохранения культурного наследия;
- искусству малых народностей Китая;
- распространению тибетской народной медицины [3, с. 6]

При распространении новостей о внешней и внутренней политике в отношении Тибета СМИ используют два языка – китайский и тибетский. Это сделано для сохранения тибетского языка, подчеркивания его важности для китайской культуры.

Отличия в освещении внутренней и внешней политики Тибета китайскими и иностранными СМИ явно просматриваются. В медиа-ресурсах Запада отношение Китая к Тибету, его внутренняя и внешняя политика оцениваются скорее негативно.

Это становится особенно заметно, если изучить доклад о Тибете «Свобода в мире» 2022 года. Согласно рейтингу СМИ, подготовившего данный отчет, уровень свободы в Тибете установлен на уровне 0 из 100 %.

В качестве подтверждения данной точки зрения приводятся следующие утверждения:

- сосредоточение власти на принятие решений, имеющих значение для жителей региона, в руках китайских чиновников;
- полное подавление инакомыслия среди коренного населения региона (при этом в качестве проявлений такого подавления приводятся запреты на проявления культурной самобытности и религиозных особенностей);
- стимулирование китайскими властями миграции в Тибет населения Китая, не являющегося этническими тибетцами;
- принудительное переселение коренного населения в другие регионы, что привело к сокращению количества этнических тибетцев среди населения региона;
- ужесточение ограничений на поездки в марте 2021 года путем направления в регион полицейских в тибетские сельские общины;
- введение запретов на проведение религиозных практик по причине распространения коронавирусной инфекции, ограничение доступа к храмам и монастырям. В качестве примера религиозных ограничений приводят также осуществление идеологического контроля, внедрение в храмах видеонаблюдения и т.д.;
- расширение программы военной подготовки и внедрение требования о прохождении тибетскими студентами, обучающимися за счет государственных средств, двухгодичной военной подготовки;
- сосредоточение полномочий по принятию решений, важных для населения, в руках китайских чиновников, не избираемых населением региона;
- утверждение о том, что этнические тибетцы, занимающие руководящие посты, фактически являются лишь ширмой для деятельности китайского правительства;
- проверку депутатов-представителей Тибета в китайский парламент со стороны правящей партии Китая;
- возможность осуществления прямых политических выборов только на наиболее низких административных уровнях, из-за чего, по мнению западных СМИ, участие независимых кандидатов в выборах на территории Тибета;
- отсутствие плюрализма;
- непрозрачность деятельности властей на территории Тибета и т.д. [4].

Если принять все приведенные выше утверждения на веру, то формируется негативное мнение относительно осуществления Китаем внутренней политики на территории Тибета. Кажется, что на территории данного региона установлено едва ли не рабство, коренное население региона всячески притесняется и не имеет возможности:

- реализовывать свои культурные особенности;
- осуществлять местное самоуправление;
- реализовывать политические права и свободы;
- реализовывать право на проживание на определенной территории и т.д.

Такая позиция западных СМИ формирует в глазах иностранного обывателя образ Тибета, как притесняемого, отсталого региона, культура и особенности жизни в котором соответствуют сценкам из американских фильмов.

Фактически же 90 % из утверждений, транслируемых проамериканскими СМИ, отсутствует на практике, а соответствующие – пусть и существуют, но переименованы.

Это касается, в частности, усиления контроля за пересечением границы Тибета в 2021 году, а также – внедрения ограничений на проведение религиозных обрядов, посещение храмов и монастырей. Введение таких ограничений было связано с борьбой с распространением коронавирусной инфекции на территории Китая. Несмотря на то, что культурное, религиозное просвещение имеет особую важность для человека, нельзя отрицать тот факт, что в период распространения какого-либо вируса, инфекции, если заражение осуществляется воздушно-капельным путем, посещение религиозных объектов вне зависимости от их особенностей многократно повышает риск заражения. Это объяснимо несколькими фактами:

- религиозные сооружения, как правило, обладают небольшой площадью, в результате чего люди, находящиеся в них, находятся в тесном контакте, что способствует заражению воздушно-капельным путем;

- прикосновения к религиозным святыням также могут способствовать заражению.

Что же касается ограничения на выезд за пределы региона, то в указанный период времени Тибет был не единственным регионом Китая, на территории которого практиковался запрет. Это было необходимо для сдерживания распространения коронавирусной инфекции. Известны случаи, когда при очередных ее вспышках изолировали жилые дома, передавая людям, проживающим в них, воду и продукты питания.

Позиция, изложенная проамериканскими СМИ, также противоречит сведениям от государственных органов Китая. Так, Министерство иностранных дел КНР на своем официальном сайте приводит информацию о Тибете и прямо указывает на то, что Тибет подчинен законодательству Китая и никак не притесняется.

При этом прямо признается, что в определенный период времени, до завершения «культурной революции» в Китае в 1976 году жители Тибета подвергались притеснениям за свои религиозные убеждения, но на данный момент притеснение отсутствует. Приводится информация о том, что в регионе, в соответствии с требованиями китайского законодательства, установлена свобода вероисповедания. Приведены меры, примененные китайским правительством для устранения негативных последствий притеснения:

- восстановлены и заново созданы религиозные институты;
- возрождены традиционные религиозные праздники;
- расширился ареал распространения религиозной деятельности;
- государство инвестировало средства на ремонт и восстановление значимых религиозных сооружений на территории Тибета [5].

Негативная окраска западными СМИ политики Китая в отношении Тибета, фактически, направлена на формирование негативного отношения к Китаю. При этом такими СМИ не учитывается, что те факты, на которые они ссылаются, характерны для более ранних исторических периодов, а не для современности.

Российские СМИ, напротив, оценивают положительные стороны внутренней политики Китая в отношении Тибета.

Отмечается, что с момента присоединения Тибета к территории Китая привело к росту его социально-экономического развития. В качестве обоснования приводятся следующие показатели:

- увеличение средней продолжительности жизни с 35,5 лет в 1951 году до 71,1 года в 2020 году (фактически – двукратное);

- повышение уровня грамотности населения – на момент присоединения Тибета к Китаю 95 % населения было неграмотным. Сейчас ситуация обстоит иным образом, населению Тибета гарантировано бесплатное школьное образование;

- улучшилось обеспечение жителей региона продовольствием и жильем;

- сельское хозяйство и животноводство в регионе перестало зависеть от погодных условий в полной мере;

- регион стал доступным для посещения при помощи поездов, гражданской авиации, автотранспорта, что ежегодно привлекает в Тибет сотни тысяч туристов со всего мира;

- по уровню ВВП Тибет входит в тройку регионов, лидирующих во всем Китае;

- монахи и монахини тибетских храмов имеют доступ к государственной системе социального обеспечения [6].

Несомненно, интеграция Тибета в экономическое и политическое пространство Китая – сложный процесс [7, с. 9]. Однако нельзя сказать, что СМИ отражают правдивую политику Тибета – все зависит от того, какое происхождение имеет СМИ и то, какое отношение к Китаю и Тибету поддерживает государство, в котором оно было учреждено. При изучении СМИ Китая можно понять,

что политика, осуществляемая на территории Тибета, в действительности сильно отличается от позиции, транслируемой западными СМИ.

1. Шаумян Т.Л. События вокруг Тибета в начале XX в. в зеркале российских и иностранных публикаций // Труды Института востоковедения РАН. 2021. № 31. С. 169-187.

2. Ян Л. Система СМИ в Тибете // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. 2021. Т. 1. № 1. С. 141-147.

3. Баранова Т.В., Морозова И.А. Способность СМИ влиять на восприятие актуальных вопросов современности: пример Тибета // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2018. Т. 12. № 3. С. 4-8.

4. Freedom in the world 2022. Tibet. – Текст: электронный. – URL: <https://freedomhouse.org/country/tibet/freedom-world/2022>.

5. Министерство иностранных дел Китайской народной республики. Коротко о Тибете. Религия и вероисповедание. – Текст: электронный. – URL: [https://www.fmprc.gov.cn/rus/about/zgxz/xajk/200303/t20030301\\_926129.html](https://www.fmprc.gov.cn/rus/about/zgxz/xajk/200303/t20030301_926129.html).

6. Российская газета. Тибет вошел в первую тройку районов Китая по экономическому росту. – Текст: электронный. – URL: <https://rg.ru/2021/09/26/tibet-voshel-v-pervuiu-trojku-rajonov-kitaia-po-ekonomicheskomu-rostu.html>.

7. Кулаева Е.К. Проблемы интеграции Тибета в экономическое пространство КНР сквозь призму СМИ // Вопросы фундаментальных и прикладных научных исследований. Сборник статей международной научной конференции. Санкт-Петербург, 2024. С. 9-11.

УДК 327

## ПРЕОДОЛЕНИЕ ЗАПАДНОЦЕНТРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: РОЛЬ МЕКСИКАНСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Д.С. Курочкина, бакалавр

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** Актуальность определяется стремлением к преодолению западноцентризма ради достижения культурного разнообразия и глобальной справедливости не западными культурами. Кроме того, проводится изучения проблемы придания преимуществ западной культуре в ущерб другим культурам и перспективам. Западноцентризм (евроцентризм) рассматривается, как идейно-политическая концепция наполненная предубеждениями в пользу западной культуры, и которая кажется преобладающим явлением в мировом контексте.

**Ключевые слова:** культура, Мексика, история, западноцентризм, влияние западноцентризма, преодоление западноцентризма.

## OVERCOMING WESTERN-CENTRISM IN THE MODERN WORLD: THE INFLUENCE OF MEXICAN CULTURE

**Abstract.** Relevance is determined by the desire to overcome Western-centrism in order to achieve cultural diversity and global justice by non-Western cultures. In addition, the problem of privileging Western culture to the detriment of other cultures and perspectives is explored. West-centrism (Eurocentrism) is seen as an ideological and political concept filled with prejudices in favour of Western culture, which seems to be the dominant phenomenon in the world context.

**Keywords:** culture, Mexico, history, West-centrism, influence of West-centrism, overcoming West-centrism.

Мексиканская культура является результатом многовековой истории, сочетающей элементы древних цивилизаций, испанской колониальной эпохи и взаимодействия с другими культурами. Она представляет собой уникальное наследие, которое продолжает вдохновлять и привлекать людей со всего мира своей богатой и разнообразной палитрой культурных выражений а так же способствует культурному обмену и смешению. Кроме того, эта страна играет важную роль в борьбе с

западноцентризмом и привлекает внимание мирового сообщества своей богатой и уникальной культурой. Будучи подверженной влиянию западных стандартов и тенденций, Мексика успешно сохраняет свою самобытность и достигает широкого признания, параллельно способствуя преодолению западноцентрического мышления.

Итак, целью исследования является изучение преодоления западноцентризма в современном мире и влияния на него мексиканской культуры. На основе поставленной цели можно обозначить следующие задачи: изучение исторического и современного аспектов формирования национальной идентичности Мексики, рассмотрение мнения общественности относительно культурного наследия Мексики, изучение влияния западноцентризма, прежде всего, в сфере культуры, на современный мир, а так же рассмотрение влияния мексиканской культуры на западноцентризм. Научная новизна работы состоит в ее способности предложить новые идеи, которые вносят вклад в развитие научного знания в области культурных исследований и проблемы западноцентризма.

Процесс становления мексиканской культуры является результатом сложного взаимодействия различных культурных, этнических и исторических факторов. Все вместе они представляют собой уникальное сочетание множества влияний, которые сформировали ее основные черты. Эти основные черты включают в себя яркость, разнообразие и праздничность. Одним из ключевых факторов, определивших мексиканскую культуру, является давняя история мексиканского народа. Мексиканская культура проявляется в ярких красках, интенсивной музыке, эмоциональном танце и насыщенных вкусах мексиканской кухни. Она также имеет значительное влияние на другие страны, где пользуется популярностью благодаря своей уникальности, колориту и разнообразию. В целом, мексиканская культура является результатом многовековой истории, сочетающей элементы древних цивилизаций, испанской колониальной эпохи и взаимодействия с другими культурами. Она представляет собой уникальное наследие, которое продолжает вдохновлять и привлекать людей со всего мира своей богатой и разнообразной палитрой культурных выражений.

По итогам проведенных опросов среди граждан Мексики было выявлено, что в независимости от возраста, все мексиканцы знают особенности и нюансы своей культуры, серьезно относятся к соблюдению традиций, ритуалов и обрядов. Прислушиваются к опыту и мнению старшего поколения. Так как они изначально родились в данном обществе, им оказалось легче в нем адаптироваться, нежели иностранцам, которые знают другой уклад жизни, сильно отличающийся от мексиканского.

Представителям других стран часто сложно достаточно глубоко погрузиться в культуру и быт Мексики, потому что эта страна имеет свою специфику и оригинальность. Подобно тому, как сами мексиканцы в своей культуре больше любят традиционные праздники, достопримечательности, кухню и историю, иностранцы тоже заинтересованы в этих аспектах. Но нельзя сказать, чтобы иностранцы имели полное представление о культуре этой страны. Часто киноиндустрия является источником для понимания культуры Мексики, но все же по большей части об этой стране узнают из учебников по истории. Основной причиной популярности мексиканской культуры в России и других странах мира является ее уникальность и яркость, которая привлекает к себе все взгляды. Людям нравится праздник и атмосфера веселья, которую можно встретить в Мексике.

Мексика, будучи страной с богатым культурным наследием и историей, активно противостоит гнету культур стран Запада, оспаривая их доминирующую роль в мировой культуре. Она демонстрирует свою уникальность и самобытность, успешно сохраняет и продвигает свою национальную идентичность, несмотря на влияние западных культурных тенденций.

По общедоступным данным различных СМИ и международных изданий, которые составляют рейтинги стран с тех или иных областях, получается лучше отследить популярность Мексики и спрос на эту страну иностранцами.

Таким образом, по данным разных официальных источников, Мексика стабильно входит в десятку самых посещаемых стран мира на протяжении уже многих лет и занимает 6 или 7 место. Среди всего культурного разнообразия нашего мира и числа стран, именно Мексика не перестает привлекать к себе значительное внимание и так долго удерживается на вершине списка самых интересных стран для посещения.

Спрос на Мексику, ее популярность как культуры и туристического направления обусловлен несколькими факторами. Во-первых, богатство мексиканской культуры, истории и наследия привлекает множество людей, желающих познакомиться с ее уникальными традициями, праздниками, архитектурой и кулинарией. Во-вторых, Мексика контрастирует на фоне всеми любимых, но привычных стран Европы, представляя собой альтернативное место отдыха и путешествий. Она предлагает богатый и разнообразный опыт, отличающийся от традиционных европейских направлений.



Но в то же время, согласно данным сайта Country Cassette [4], где проводился анализ международных прибытий и приводился рейтинг мирового туризма за весь период 2023 года, Мексика заняла 7 место, открыв свои двери для 45 миллионов туристов со всего света. Уступила в этом рейтинге Мексика таким странам как Франция, Испания, США, Китай, Италия и Турция.

Мексика остается одним из самых привлекательных направлений для путешествий и продолжает привлекать туристов со всего мира. Все это дает нам понять, что Мексика является важным примером борьбы за равноправие и признание разнообразия культур.

Основываясь уже только на этой информации, можно сделать вывод, что Мексики может служить важным уроком и вдохновением для других стран, которые также стремятся сохранить свою культурную самобытность и противостоять западному центризму. Мексика показывает, что каждая культура имеет свою ценность и заслуживает признания и уважения в мировом контексте. Она подчеркивает важность сохранения культурного многообразия и укоренения в собственных традициях. Популярность Мексики в мире и ее борьба с западным центризмом делают ее примером устойчивости и уверенности в собственной культуре. Мексика демонстрирует, что культурное разнообразие является сокровищем, которое нужно сохранять и защищать, а признание и уважение каждой культуры являются ключевыми аспектами построения гармоничного и справедливого мирового сообщества.

В связи с тем, что западный центризм приводит к неравному представлению и оценке культурного многообразия, а так же к искаженному восприятию и недооценке других культур, очень важно стремиться к взаимовыгодному и уважительному взаимодействию между культурами.

Конечно, преодоление западного центризма это не быстрое и трудоемкое дело. Но уже сейчас присутствует понимание того, что его преодоление позволит создать мир, где все культуры и цивилизации признаются равноправными и ценятся за их уникальность и вклад в мировую культуру и историю. Это требует совместных усилий и стремления к более справедливому, разнообразному и включающему миру, где многообразие и культурное наследие каждого народа уважаются и ценятся.

Существуют разные подходы в преодолении западного центризма и его влияния на умы людей. Особенно хорошо в этом вопросе проявляет себя деконструкция стереотипов, которая в свою очередь подразумевает избегание упрощенного представления о других культурах и стремление к пониманию их сложности, многогранности и исторического контекста. Это помогает преодолеть предубеждения и неправильные представления.

В современном мире нам необходимо создавать платформы и возможности для встречи и сотрудничества между культурами, чтобы преодолеть западный центризм, а так же стремиться к равноправному взаимодействию. Уже сейчас присутствует понимание того, что преодоление западного центризма позволит создать мир, где все культуры и цивилизации признаются равноправными и ценятся за их уникальность и вклад в мировую культуру и историю. И как раз Мексика играет большую роль в современной мировой политике и дипломатии, так как активно продвигает свою культуру на международной арене, организуя фестивали, выставки и другие мероприятия, которые позволяют познакомиться с богатством и разнообразием мексиканской культуры, а так же и заинтересоваться другими.

Большую роль в решении данного вопроса так же играет политическая и экономическая справедливость. Различные реформы, законы и политики, направленные на устранение неравенства и неправомерности между различными регионами и народами мира, включают в себя справедливую и честную торговлю, доступ к необходимым ресурсам и возможности для всех в равной степени.

Все вышесказанное убеждает нас в том, что преодоление западного центризма в современном мире является важной задачей для всего мирового сообщества, так как это явление вносит дисбаланс в равноправие между различными культурами и их вкладом в мировую историю и культуру. Существуют страны, такие как мексика, которые способны внести свой весомый вклад в это преодоление, так как их культура достаточно богата и разнообразна. Мексика активно противостоит гнету культур стран Запада, оспаривая их доминирующую роль в мировой культуре. Всеми аспектами она демонстрирует свою уникальность и самобытность, успешно сохраняет и продвигает свою национальную идентичность, несмотря на влияние западных культурных тенденций.

Как показало проведенное исследование, западный центризм в культуре это явление, при котором западная культура и ценности признаются как надчеловеческие и ставятся в центр внимания, игнорируя и пренебрегая культурами и перспективами других регионов мира. Это ведет к неравному представлению и оценке культурного многообразия и приводит к искаженному восприятию и недооценке других культур. Не западные культуры помогают предоставить альтернативные перспективы, освещают историю, культуру и достижения различных регионов мира. Они противостоят

одностороннему представлению о западной культуре как единственно значимой. Это способствует более глубокому пониманию и толерантности между разными культурами, а также благоприятствует конструктивному диалогу и сотрудничеству между различными регионами мира. Мексика, в свою очередь, показывает, что каждая культура имеет свою ценность и заслуживает признания и уважения в мировом контексте. Она подчеркивает важность сохранения культурного многообразия и укоренения в собственных традициях.

1. Европоцентризм // Значение слов: – Текст: электронный. – URL: <https://znachenie-slova.ru/европоцентризм> (дата обращения: 22.12.2024).
2. Кара-Мурза С.Г. Евроцентризм – эдипов комплекс интеллигенции. – Москва: Алгоритм, 2002. – 253 с.
3. Ламажаа Ч.К. Валентина Сузукей: как бороться с европоцентризмом в центре Азии // Новые исследования Тувы: Искусствоведение. – 2009. – № 1-2.
4. World Tourism Rankings 2024 // Country Cassette. – Текст: электронный. – URL: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/> (дата обращения: 22.12.2024).
5. Культура Мексики // INSCH. – Текст: электронный. – URL: <https://insch.ru/kultura-meksiki> (дата обращения: 22.12.2024). – Москва: Знание, 1985. – 207 с.

УДК 791.4 + 32.019.51 + 327.83

## НАЦИОНАЛЬНЫЙ КИНЕМАТОГРАФ ЯПОНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ 60–70-е годы XX ВЕКА

Г.И. Леонте, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Актуальность данной работы заключается в анализе фильмов на рубеже 60–70-х годов. Данный анализ позволяет нам рассмотреть влияние японского кинематографа на дальнейшее формирования культуры Японии в целом и мировоззрения японцев.

**Ключевые слова:** идентичность Японии, кинематограф, анализ кинематографа, кризис идентичности Японии, культура Японии, мировоззрение японцев.

## NATIONAL CINEMA OF JAPAN AS A TOOL FOR OVERCOMING THE CRISIS OF NATIONAL IDENTITY 60–70S OF THE TWENTIETH CENTURY

**Abstract.** This article aims to analyse the films at the turn of the 60s and 70s. This research allows us to consider the influence of Japanese cinema on the further development of Japanese culture as a whole and the worldview of the Japanese.

**Keywords:** Japanese identity, cinema, film analysis, Japanese identity crisis, Japanese culture, Japanese world view.

Целью исследования является изучение влияния японского кинематографа 60–70-х годов на преодоления кризиса национальной идентичности Японии. На основе поставленной цели можно обозначить следующие задачи: проанализировать влияние кинематографа 60–70-х годов на идентичность японцев и его влияние на культуру и мировоззрение японцев. Провести анализ общественно-политической обстановки и культурных тенденций 60–70-х годов XX века в Японии, выявив основные факторы, влияющие на формирование национальной идентичности. Рассмотреть, какие темы, мотивы и символы были особенно актуальны в японском кинематографе того времени и как они отражали социокультурные изменения и поиски новой национальной идентичности. Проанализировать, какие методы и техники использовали режиссеры и сценаристы для обращения к национальным традициям, идеалам и ценностям, а также как они поддерживали или преодолевали национальные кризисы и вызовы через художественное выражение. Изучить, какие изменения произошли в общественном восприятии собственной национальной идентичности под воздействием кинематографа, и какие эффекты это оказало на дальнейшее развитие японской культуры и обще-

ства. Сформулировать общие выводы о роли кинематографа в преодолении кризиса национальной идентичности в Японии 60–70-х годов XX века и обозначить возможные перспективы дальнейшего исследования этой темы.

В истории кинематографа Японии 60–70-е годы XX века являются периодом значительных перемен и культурных превращений. Этот период отмечен не только экономическим подъемом и стремительным развитием технологий, но и серьезными вызовами в сфере национальной идентичности. Возникновение новых социальных структур, экономическая реформация и влияние мировых событий ставили под сомнение традиционные ценности и идеалы японского общества. В таком контексте национальный кинематограф выступал важным инструментом как для отражения, так и для преодоления этих вызовов, формируя и реформируя национальную идентичность через мощные художественные образы и повествования [1].

В период 60–70-х годов XX века Япония столкнулась с глубоким кризисом национальной идентичности после окончания Второй мировой войны, сопровождавшимся атомными бомбардировками Хиросимы и Нагасаки, огромными потерями в жизнях людей и капитуляцией. Послевоенный период сопровождался множеством пересмотров восприятия этих событий. Фильмы, посвященные войне и созданные в конце 1950-х – начале 1960-х годов режиссером Окамото Кихати, стали индикатором значимых изменений в общественном сознании. Они представляли положительный образ героя-мужчины и отражали новое понимание исторического прошлого страны. Сравнительный анализ этих фильмов с предшествующими японскими кинокартинами о войне позволит понять, как возвращение политического суверенитета и экономический рост оказали влияние на японское общество и его представление о собственной национальной идентичности [2].

Картины Окамото, включая серию фильмов о головорезах, представляли собой яркий пример "мужского" кинематографа, ориентированного на мужскую аудиторию и возвышающего традиционные идеалы мужественности. Режиссер начал свою карьеру в кинематографе в 1943 году, но вскоре был призван на службу в армию. Вернувшись на студию после окончания войны, он столкнулся с контролем оккупационных властей над производством японских фильмов [3]. В годы американской оккупации (1945–1952) запрещалась пропаганда милитаризма и героизма японских воинов, включая традиционные исторические ленты (дзидайгэки), которые прославляли феодальное прошлое и идеалы мужского героизма [4].

В отличие от западной культурной традиции, где литературные герои могли сочетать в себе черты рыцаря и любовника, в японском театре Кабуки и, следовательно, в японском кино сфера социального долга и любовных отношений была четко разделена между двумя типами персонажей: татэяку (благородные и рассудительные самураи) и нимаймэ (красивые, но слабыхарактерные объекты женской любви). Герои дзидайгэки унаследовали амплуа сильного мужчины-аскета, в то время как герои гэндайгэки представляли собой слабых персонажей [5].

В послевоенный период женщина стала символом новой, демократической Японии, пропагандирующей свободу личности, равенство полов, пацифизм и демократию. Изобилие женских персонажей в японском кино 1940-50-х годов отражало стремление киноиндустрии соответствовать вкусам широкой аудитории, в основном состоявшей из женщин.

В отличие от японской женщины, чье изображение могло символизировать страдания народа, не обращая особого внимания на милитаристское прошлое Японии, представление современного героя-мужчины оказалось чрезвычайно проблематичным для послевоенного японского кинематографа. Он мог быть представителем правящей элиты, которая привела страну к поражению, или простым солдатом-конформистом, подчинявшимся военным приказам без размышлений. В любом случае, оправдать его поступки было непросто. В начале американской оккупации альтернативным героем японского кинематографа стал коммунист-оппозиционер, поплатившийся за свой неконформизм заключением в тюрьме или даже смертью. Однако с началом Холодной войны такие персонажи стали неприемлемыми.

Даже в фильмах, действие которых происходило на передовой, основную роль играла женщина. Примером может служить картина Танигути Сэнкити "Побег на рассвете" (1950), рассказывающая о трагической любви певицы Харуми и солдата Миками. Девушка предстает как носительница более прогрессивных, "послевоенных" взглядов, в то время как ее возлюбленный является идеальным примером слабых и неуверенного в себе героя. Попав в китайский плен, Харуми сохраняет спокойствие и силу духа, в то время как Миками погружается в отчаяние. После возвращения из плена Миками пытается покончить жизнь самоубийством, чтобы избежать публичной казни. Харуми останавливает его, противостоя существовавшему в дооккупационной Японии культу смерти.

В завершающей сцене фильма влюбленные решают бежать из японского лагеря, однако, когда они покидают крепость, офицер стреляет в них из пулемета. Первой падает Харуми, а Миками, смертельно раненный, в последние моменты собирает последние силы, чтобы повернуться лицом к противнику – это его последний акт протеста перед смертью. Именно в этой сцене, перед лицом смерти, Миками проявляет желание сопротивляться. В период съемок фильма "Побег на рассвете" будущий автор фильмов "о головорезах", Окамото, работал ассистентом режиссера Танигути Сэнкити и принимал участие в постановке финальных сцен. Возможно, что Окамото специально усилил протест Миками в конце фильма, чем частично реабилитировал мужественность главного героя.

Японские фильмы о войне, созданные в период американской оккупации и сразу после нее, часто лишены положительных образов маскулинности. Это соответствовало политико-экономической ситуации, в которой оказалась Япония в первые годы после войны. Отсутствие экономической стабильности и политического суверенитета, а также психологическая травма поражения и постоянное присутствие американских войск создавали у нации комплекс неполноценности, который прослеживается в Японии еще со времен Реставрации Мэйдзи (1868).

Кайдан (怪談) представляют собой рассказы о необычном и мистическом, часто об эпизодах с демонами. Этот жанр сложился еще в древние времена и изначально существовал как устные рассказы. В период эпохи Эдо, позднего средневековья, сборники кайданов, известные как кайдансю (怪談集), приобрели особую популярность, и многие из них послужили основой для театральных постановок в жанре кабуки.

С развитием кинематографа в XX веке кайданы получили новое воплощение на экране: помимо традиционных сюжетов, появились новые персонажи и истории, и тема справедливой кары звучала по-новому. Если ранее демоны были воплощением потустороннего мира, то с течением времени многие из них стали персонажами из реального мира. Особую актуальность кайданы приобрели после окончания Второй мировой войны, когда Япония стремилась добиться извинений от Америки за бомбардировки Хиросимы и Нагасаки, однако не получила их. В результате в 50–60-е годы в Японии было выпущено множество кайдан, часто сосредоточивающихся на теме справедливой мести и возмездия [6].

Одним из значительных фильмов этого периода стал "Сказки туманной луны после дождя" («Угэцу моногатари», 雨月物語) режиссера Кэндзи Мидзогути, выпущенный в 1953 году. Основанный на произведениях Уэда Акинари, этот фильм, хотя и относился к жанру исторической драмы (дзидайгэки), также содержал элементы мистики. Мидзогути вернулся к эпохе феодальных войн XVI века, однако зрители четко улавливали аналогии с современными бедствиями и страданиями, вызванными войной. Главный герой, Гэндзюро, теряет свой дом и семью из-за войны и находит временное убежище в доме таинственной госпожи Вакасы, которая оказывается призраком. Владычица Вакаса и ее призрачные служанки обещают ему утешение и покой, но Гэндзюро вскоре осознает, что его жизнь становится заложником призрачной реальности, что лишает его счастья. В итоге он понимает, что не может убежать от своего прошлого и страданий, прячась среди призраков.

Фильм рисует живописную картину военных бедствий, где обман, насилие, предательство и убийства правят людьми, и лишь единицы способны противостоять им. Появление призраков предоставляет возможность решить проблемы, сбросить с себя моральную ответственность за себя и своих близких, уйти в мир иллюзий. Однако, с решением одних проблем человек начинает сталкиваться с более глубокими вопросами, связанными с сохранением своего человеческого достоинства.

Герой фильма возвращается в свою родную деревню, но обнаруживает там полуразрушенный дом и могилу своей жены – это его возмездие за то, что он поддался минутной слабости, обманул реальную любовь ради чувств призрака и бросил своих близких на произвол судьбы в тяжелые времена.

В 1964 году на экраны Японии вышел фильм Масаки Кобаяси "Кайдан" (怪談), созданный на основе народных кайданов, собранных и переведенных Л. Хирном в конце XIX века. Из четырех новелл фильма ("Черные волосы", "Снежная женщина", "Безухий Хойти", "В чашке чая"), посвященных взаимоотношениям людей и призраков, только первая затрагивает тему мести и возмездия. Обедневший самурай-ронин бросает свою жену и женится на богатой наследнице, но это не приносит ему счастья. Спустя время он возвращается в родной дом, где его все еще ждет жена, которая на самом деле уже давно умерла, и только ее дух обитает в старом доме, ожидая его возвращения ради мести.

В целом, фильм "Кайдан" Масаки Кобаяси представляет собой не только колоритное кинематографическое произведение, но и глубокий философский размышление о человеческих ценностях, моральных дилеммах и вечных темах жизни и смерти. Через образы призраков и взаимоотношений с людьми фильм исследует не только японские фольклорные мотивы, но и более общие человеческие аспекты, такие как любовь, жертвенность, предательство и месть.

Сюжет фильма подчеркивает, что даже в мире мистических явлений и привидений, человеческие действия и решения имеют реальные последствия, а погружение в мир иллюзий может привести к потере самого себя и своего человеческого достоинства. Возвращение главного героя в родную деревню становится символом конфронтации с собственным прошлым и своими ошибками, а его последний взгляд на полуразрушенный дом и могилу жены служит напоминанием о необходимости принятия ответственности за свои поступки.

Таким образом, фильм "Кайдан" оставляет зрителя с глубокими размышлениями о ценности жизни, выборе между реальностью и иллюзией, а также о поиске истинного смысла человеческого существования.

Японский кинематограф является неотъемлемой частью культурного наследия этой страны, отражая её исторические и социокультурные трансформации. В особенности, в 60–70-е годы XX века, период после второй мировой войны, японское общество столкнулось с глубокими изменениями в своей национальной идентичности. В этот период национальный кинематограф Японии активно принимал участие в процессе переосмысления и преодоления кризиса идентичности, а одним из ключевых жанров, игравших значительную роль в этом процессе, стали гангстерские фильмы, известные как якудза-эйга.

В 1953 году японское кинематографическое сообщество столкнулось с вызовом, представленным в форме телевизионного вещания, который стал конкурентом для традиционного кинематографа. Вскоре телевидение стало предпочтительным средством развлечения, заменив походы в кинотеатры домашними просмотрами, что привело к резкому сокращению аудитории в кинотеатрах. Даже широкие экраны и широкоформатные ленты не смогли привлечь зрителей обратно в кинозалы, что привело к спаду в кинопроизводстве и увеличению доли зарубежных фильмов, особенно из США, на японском рынке [7].

В ответ на эти вызовы японские кинематографисты стали искать новые темы и формы выражения. Они стремились создать кино, которое было бы нечем-то отличным от того, что уже предлагалось на экране. Вследствие этого начался период значительного разнообразия в японском кинематографе, с резким подъемом жанрового кино. Жанр якудза-эйга, или гангстерских фильмов, стал одним из самых популярных и востребованных. Он привлекал зрителей своей динамичностью, нестандартностью образов героев и преступной романтикой, а также благодаря таланту таких режиссеров, как Фукасаку Киндзи, Судзуки Сэйдзюн, Китано Такэси, и выдающихся актеров, включая Такакура Кэна.

Жанр якудза-эйга стал ярким примером успешного преодоления кризиса национальной идентичности в японском кинематографе. Он продемонстрировал способность японского кинематографа адаптироваться к изменяющимся условиям и сохранять свою привлекательность для зрителей, предлагая им уникальные и захватывающие истории.

Фильмы о якудза-эйга, или гангстерские фильмы, имели огромное влияние на японское кино и привлекали внимание самых известных кинематографистов. История этого жанра иногда ассоциируется с именем Куросавы Акира, чьи работы сочетали в себе элементы самурайских боевиков с острой социальной направленностью. Однако его фильм "Бешеный пес" (1948 год) скорее описывал жизнь обездоленных в послевоенной Японии и не является типичным представителем якудза-эйга [8].

Более характерными образцами гангстерского кино того времени были фильмы, посвященные легендарному боссу якудза Дзиротё Симидзу, которые стали суперхитами 1950–1960-х годов. Эти фильмы представляли собой забавные истории о больших кланах якудза, действовавших в подпольном мире.

В 1960-е годы тематика якудза-эйга начала меняться, отражая изменения в обществе. Теперь создатели криминальных лент стали обращать внимание на одиноких мужчин, приехавших из провинций в крупные города в поисках работы. В условиях экономического роста множество молодых людей мигрировало в города, оставляя семьи в деревнях. Они искали смысл жизни и чувство принадлежности, находя утешение в посещении кинотеатров и погружении в мир кино, где могли почувствовать себя частью группы людей, сталкивающихся с подобными жизненными проблемами.

В современных фильмах о якудза герой не обязательно погибает в открытой схватке, как в старых картинах. Это осознание помогает ему смягчить свое одиночество и продолжать бороться. Более того, новые фильмы активно пропагандируют идею о том, что даже маленькая группа людей, сражающаяся против крупной криминальной структуры, не обязательно обречена на поражение, если у них есть высокие цели и целеустремленность.

Эти фильмы и их идеи оказались востребованными практически всеми политическими силами Японии в условиях бурных общественных волнений, охвативших страну в 1960-е годы. Консерваторы и националисты рассматривали эти фильмы о благородных якудза как возвышение японских ценностей прошлого. Известный писатель Мисима Юкио сравнивал их с античными трагедиями. Студенты и левые активисты видели в этих вымышленных персонажах бесстрашных защитников интересов простого народа. Режиссер Фукасаку Киндзи признавал, что для бунтарей 60-х годов фильмы о якудза стали эмоциональной разрядкой.

Стремление романтизировать якудза в Японии соответствовало стремлению представителей организованной преступности реабилитировать себя в глазах общества. Они финансировали гангстерские фильмы и неофициально участвовали в кинопроизводстве. Их влияние на мир кино было настолько сильным, что когда полиция пыталась препятствовать выпуску на экран одной из криминальных лент, сын известного главы клана Ямагитигуми, Таока Мицуру, мгновенно решил все проблемы. Японская мафия также проявляла интерес к меценатству и всегда уважительно относилась к своим кумирам, в числе которых был и идол японского криминального кино Такакура Кэн, сыгравший благородных гангстеров во многих фильмах киностудии "Тоэй".

Однако Кудо не смог осуществить настоящую революцию в области якудза-эйга, разрушив старые каноны поджанра нинкё и сделав дзицуроку главным явлением японского криминального кино. Этот успех достиг его старый друг Фукасаку Киндзи, чьи фильмы в жанре дзицуроку получили всемирное признание. Тем не менее, Кудо продолжал попытки внести в мир гангстерских фильмов элементы новизны и развлекательности. Для этого он даже проводил смелые эксперименты, соединяя жанр комедии с боевиком в сериале «Братство гадюки» («Хэбигуми мадэн», 1964). Однако эти творческие поиски не продолжались долго. Вновь наступил кризис в японском кино, и Кудо, как и его коллеги, вынужден был искать спасения от творческого простоя на телевидении, где он вернулся к съемке самурайских телесериалов. Фильмы о гангстерах, снятые в эти годы для большого экрана, уже не могли повторить успеха его ранних работ. В конечном итоге режиссер разочаровался в японском кино и стал поклонником американских боевиков, признавая, что даже фильмы Китано Такэси вызывают у него больший интерес.

Ито Тай и его творческие товарищи предприняли попытку воплотить эти идеи на практике, приступив к съемкам фильма «Женщина-игрок по кличке "Красный пион"» («Хиботан бакуто», 1968–1972). Этот проект впервые в криминальных фильмах студии «Тоэй», специализирующейся на производстве фильмов «мужского» жанра, представил женщин-подруг якудза, их жен и вдов, которые смело защищали своих мужей и любовников, не уступая мужчинам. Фильмы также содержали эффектные сцены женских баталлий, смешанные с откровенными сексуальными сценами, и в них снялись известные актрисы Фудзи Дзюнко и Ивасита Сима. Однако успех этих фильмов оказался недолгим.

Идея привлечения внимания к женской стороне криминальных сюжетов не исчезла. В конце 1960-х – начале 1970-х годов Японию потрясли агрессивные деяния женских криминальных групп, получивших название сукэбан, что переводится с японского как «женские боссы». Эти группы сформировали одну из первых молодежных субкультур. Девушки-сукэбан, одетые в строгие школьные формы и вооруженные острыми бритвами и тяжелыми цепями, часто собирались около железнодорожных станций и совершали кражи, воровство и акты насилия. Они соблюдали строгую дисциплину, не допуская непослушания старших и контактов с противоположным полом. Их деяния вызывали интерес и опасение даже у якудза. Таким образом, эта тема представляла собой потенциальный материал для криминального кино.

В стенах студии «Тоэй» появился новый поджанр якудза-эйга – сукэбан, который стал жестоко эксплуатироваться режиссерами, постепенно приобретая элементы боевика, триллера и даже эротики. Один из ранних образцов этого нового поджанра – фильм «Сукэбан-блюз: контратака королевы пчел» («Сукэбан бурусу: мэсубати-но гякусю», 1971), который рассказывает о сложных отношениях между женской молодежной бандой сукэбан и местными якудза. Еще одним из популярных фильмов этого жанра является «Сукэбан-прокурор» (2006) от известного режиссера Фукасаку Кэнта, сына покойного Фукасаку Киндзи. В центре сюжета – история девушки, завербованной политической организацией «К» и отправленной в элитную школу, чтобы предотвратить террористический акт [9].

Еще одним примером сукэбан является фильм «Сукэбан-блюз: месть» или «Партизанская война девушки-босса» («Сукэбан гэрира», 1972), который рассказывает о дружбе и соперничестве двух женских криминальных группировок мотоциклисток. В то время в Японии на смену сукэбан пришла другая массовая молодежная субкультура – босодзоку. Появление босодзоку было вдох-

новлено западными байкерскими движениями, вызванными фильмами с участием Джеймса Дина и Марлона Брандо. В Японии байкеры стали героями не только криминальных сводок, но и криминальных фильмов, получивших название босодзоку. Эта субкультура была известна своими театральными элементами, начиная с экстравагантных костюмов. СМИ уделяли им много внимания, что создало скандальную репутацию босодзоку в обществе [10].

1. Селимов М. Г. Визуальные приемы кино в прозе крупнейшего японского писателя XX века Танидзакэ Дзюнъитиро // Новые российские гуманитарные исследования. – 2021. – Т. 16. – С. 169.
2. Кузьмин В.Л. Кинематограф и анимация Японии «самурайское кино» в немую эпоху: становление жанра дзидайгэки в японском кинематографе // Terra Aestheticae. – 2022. – № 1(9). – С. 10-20.
3. Авдохова О.С. Влияние американской оккупации на японский кинематограф // Научный альманах. – 2021. – № 3-2(77). – С. 77-81.
4. Федорова А.А. Возвращение героя в японском кино на рубеже 1950-х и 1960-х гг // Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. – 2015. – № 3(3). – С. 135–144.
5. Рейфман Б.В. "Визуальная сложность" в японском и европейском кино 1950–1960-х годов: стилистические и смысловые сходства и различия // Наука телевидения. – 2022. – Т. 18, № 3. – С. 179-202. – DOI 10.30628/1994-9529-2022-18.3-179-202.
6. Дуткина Г.Б. Об изучении японских демонов на Западе и в России // Восточная Азия: факты и аналитика. 2024. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-izuchenii-yaponskih-demonov-na-zapade-i-v-rossii> (дата обращения: 05.05.2024).
7. Михеев В.А. Кризис в японском кинематографе во второй половине шестидесятых и семидесятые годы двадцатого века и его влияние на дальнейшее развитие кино страны // Colloquium-Journal. – 2019. – № 6-7(30). – С. 23-25. – DOI 10.24411/2520-6990-2019-10131.
8. Синицын А.А. «Боевиковый» эпизод в фильме А. Куросавы «Красная Борода» (1965) (об эстетических принципах японского режиссера) // Terra Aestheticae. – 2022. – № 1(9). – С. 35-70.
9. Безрукова А.О. Особенности японского кино конца XIX – начала XX века // Научные достижения и открытия современной молодежи: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 17 мая 2019 года. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 327-329.
10. Японское кино для начинающих // Арзамас – URL: <https://arzamas.academy/mag/119-japan-cinema>

УДК 94

## ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВО ВЛАДИВОСТОКЕ В ПЕРИОД С XIX по XX ВВ.

Ли Джи Юн, Е.А. Захаркина, бакалавры

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Актуальность исследования исторических особенностей немецкого предпринимательства во Владивостоке в период с XIX по XX века определяется не только интересом к историческим аспектам развития экономики и культуры региона, но и их значимостью для современного понимания взаимоотношений между Россией и Германией, а также для анализа исторических корней предпринимательской активности во Владивостоке. Исследование позволит рассмотреть влияние немецких предпринимателей на формирование экономической и социокультурной среды в городе Владивосток.

**Ключевые слова:** немецкое предпринимательство, история Владивостока, международные отношения, социокультурное развитие.

## HISTORICAL CHARACTERISTICS OF GERMAN ENTREPRENEURSHIP IN VLADIVOSTOK IN THE PERIOD FROM XIX to XX cc.

**Abstract.** The relevance of researching the historical features of German entrepreneurship in Vladivostok from the 19th to the 20th century lies not only in the interest in the historical aspects of the region's economic and cultural development but also in its significance for the contemporary understanding of the relationship between Russia and Germany. Additionally, it provides insights into the historical roots of

*entrepreneurial activities in Vladivostok. This study allows for an examination of the influence of German entrepreneurs on the formation of the economic and socio-cultural environment in the city of Vladivostok.*

**Keywords:** *German entrepreneurship, history of Vladivostok, international relations, ethnic integration, socio-cultural development.*

Целью исследования исторических особенностей немецкого предпринимательства во Владивостоке в период с XIX по XX век является подробное изучение его влияния на экономическое и социокультурное развитие региона. На основе поставленной цели можно обозначить следующие задачи: анализ вклада немецких предпринимателей в различные сферы, включая торговлю, промышленность и инфраструктуру, оценка их влияния на общественную жизнь и социокультурную среду города, а также выявление факторов успеха или препятствий на пути развития немецкого бизнеса в регионе. Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к анализу исторических аспектов немецкого предпринимательства во Владивостоке и его влияния на экономический и культурный ландшафт региона, что позволяет расширить наши представления об этом периоде и его значении для современности.

На протяжении рассматриваемого периода во Владивостоке работало множество немецких компаний и филиалов крупных немецких корпораций. Характерной особенностью их работы было разнообразие направлений деятельности. Подробнее о том, какие функции выполняли немецкие предприниматели и какая судьба их ждала, речь пойдет далее.

России в этот период удалось плавно влиться в мировую экономическую систему. Она привлекала иностранный капитал и поддерживала бизнес зарубежных предпринимателей, в частности немецких, на выгодных условиях и для предпринимателей, и для страны. Впрочем, немцы всегда играли важную роль в развитии России. До XX века их отношения с Россией отличались скорее тесным сотрудничеством, чем противостоянием.

Говоря о Владивостоке, большинство иностранных журналистов и предпринимателей видели в нем такой же потенциал, какой на тот момент был в Китае или Японии, если не больший. Властей иностранных граждан привлекал слабо освоенный край: отсутствие конкуренции, торговля с Сибирью и азиатскими странами [1]. Немецкий журналист Рудольф Цабель в своей книге писал: «В противоположность Китаю или Японии Владивосток для человека молодого продолжает оставаться эльдорадо. Если он не служит Афродите и Гамбринусу (легендарный изобретатель пива), то может откладывать большую часть жалованья, и кое-кто уже прибывал сюда с пустыми руками, а домой уезжал с солидной суммой. Если он прилежен, то шансы его высоки, куда выше, чем дома, где можно рассчитывать на 150 марок в месяц – и все. Поэтому, если меня спросят, стоит ли молодому человеку ехать во Владивосток, то я с полной уверенностью отвечу: «Да», если только он удовлетворяет приведенным выше условиям» [2, с. 94].

Во Владивостоке немецкие предприниматели активно участвовали в различных сферах, внося значительный вклад в экономическое развитие города. Их деятельность охватывала торговлю, промышленность и развитие инфраструктуры, формируя тем самым облик города. Несмотря на некоторые трудности, немецкий бизнес процветал, что свидетельствует о взаимовыгодном характере отношений с Россией [3].

Конечно, несмотря на открывавшиеся для предпринимателей возможности, реальность была прозаичней. Немцы были вынуждены столкнуться с такими испытаниями, как нужда, аморальное поведение, алкоголизм и повседневная грубость заброшенных во Владивосток русских, не говоря уже о культурных и бытовых различиях. Учитывая отдаленность от европейской части страны и существовавшую обособленность от крупных азиатских городов того времени, неудивительно, что и местная мода, и местный нрав жителей отталкивали педантичных немецких предпринимателей от ведения продолжительной деятельности во Владивостоке. Таким образом понятно стремление, например, Густава Кунста и Густава Альберса спустя время вернуться в более «цивилизованную» обстановку.

Как и многие удаленные от столицы новые города, Владивосток испытывал серьезную нехватку товаров. Во времена, когда Транссибирская магистраль еще не была завершена, материально-техническое снабжение и торговля сталкивались с серьезными препятствиями. Однако в 1862 году город получил статус порто-франко – экономической зоны, свободной от налогов. Задача системы порто-франко во Владивостоке заключалась в том, чтобы обеспечить жителей региона иностранными промышленными и сельскохозяйственными товарами в условиях отсутствия местного производства и надежных транспортных путей. Это открыло масштабные перспективы для предпри-



нимательства и сделало Дальний Восток привлекательным для предпринимателей из разных уголков мира [4].

Исследователи, изучающие немецкое предпринимательство в России, отмечают, что благоприятные условия для деятельности немецких предпринимателей, переехавших в Россию из Германии, были обусловлены наличием обширной немецкой диаспоры. Оказавшись в такой «родственной атмосфере», они сохраняли ярко выраженную национальную идентичность, что затрудняло их быструю ассимиляцию. Кроме того, укреплению позиций крупных немецких предпринимателей в России способствовали династические связи между немецким и российским родами [5]. В 1871 году, после объединения, Германия переживала период активной индустриализации и развития ключевых отраслей экономики за счет технического прогресса. Она стала мировым лидером в таких сферах, как химическая, электротехническая и фармацевтическая промышленность, а также машиностроение. Немецкие предприниматели поставляли на Дальний Восток металл и изделия из него, инструменты, различные виды техники, химическую продукцию, в том числе красители, а также электрооборудование и фармацевтические препараты. Экспорт стал одним из важнейших направлений деятельности немецких фирм на Дальнем Востоке.

Один из самых известных предпринимателей того времени Иоганн Лангелитье принимал активное участие в деятельности Общества изучения Амурского края (ОИАР) с момента его основания. Он внес значительный вклад в развитие региона, особенно в контексте содействия обмену знаниями и опытом между различными культурами и народами.

В свою очередь, Генрих Вильгельм Дикман также заслуживает внимания за свою активную роль в развитии бизнеса на Дальнем Востоке. Благодаря его заслугам в развитии морской торговли и проведении успешных коммерческих операций удалось укрепить экономические связи региона с другими регионами мира. Генрих Вильгельм Дикман, основатель фирмы «Дикман и Ко», владел несколькими магазинами, складом, конторой и пароходами, совершавшими рейсы по реке Амур и между Николаевском и Гамбургом.

Компания «Вальдекер и Пеппель» была крупным поставщиком химической и фармацевтической продукции на Дальний Восток. Благодаря удачному расположению гостиницы «Централь» компания получала высокую прибыль за счет постояльцев. Некоторые крупные компании арендовали помещения гостиницы под офисы и магазины, в том числе и Торговый дом «Вальдекер и Пеппель».

В конце XIX века Готлиб Штейнбах и Александр Рейс стали пионерами пивоварения на Дальнем Востоке. Граф Генрих Кейзерлинг основал собственную судоходную компанию и успешно конкурировал с «Доброфлотом» на местных маршрутах [6].

Деятельность торгового дома «Куст и Альберс» так же сыграла значительную роль в развитии немецкого предпринимательства на Дальнем Востоке в целом и во Владивостоке в частности. В середине 80-х годов XIX века «Кунст и Альберс» возводят универмаг нового типа, чего не было даже в самой Германии – лишь Париж, Лондон, Чикаго и Нью-Йорк могли похвастаться таким. У местных жителей появилась возможность купить буквально все, от булавки до шубы, от бутылки пива до сенокосилки. Со временем в здании разместились 18 самостоятельных торговых отделов: галантерея, галантерейные товары для мужчин, ювелирные изделия, товары для путешественников и оптика, охотничье оружие, парфюмерия, скобяные изделия, льняное белье, ткани, белые товары, аптекарские товары, колониальные товары, вина, дамский и мужской конфекцион, мебель, стекло и фарфор, а также меха и кожаные изделия [2, с. 103].

Долгое время основные закупки торговый дом совершал в Гамбурге. Там можно было достать почти все: от изысканнейшего до простецкого. Однако качество и происхождение поставляемых товаров были иногда сомнительными. Некий николаевский купец поведал одному английскому путешественнику, что именно из-за наличия огромного количества подделок старинный ганзейский город является самым дешевым рынком для новых краев. В каком именно объеме фальсификаты поступали через «Кунста и Альберса» на Дальний Восток, annals фирмы, конечно же, умалчивают, но без них было не обойтись: тот же николаевский коллега по ремеслу трезво замечает, что качественными импортными товарами русские покупатели лишь восхищались бы, а дешевые они разбирают.

К концу XIX века особое место среди поставщиков импортных товаров на Дальний Восток занимал немецкий город Гамбург. Если верить вышедшему незадолго до Первой мировой войны немецкому путеводителю, то роль Гамбурга как поставщика в свое время была настолько велика, что по мнению одного и сибиряков Гамбург есть ничто иное, как большое королевство с Германией, лежащей в нем [2, с. 82].

Отмечен целый ряд немецких коммерсантов, которые в свое время вместе с «Кунстом и Альберсом» определили импортную торговлю во Владивостоке. Прежде всего это были уже упомянутые гамбургцы Иоганн Лангелитье и Вильгельм Дикман, далее – коммерсанты Хатемайер, Шпенглер, Штейнбах и Кёрнер. Последний был представителем давно осевшего в Николаевске негоцианта и гамбургского консула Людорфа [2, с. 85].

Трагический перелом в деятельности иностранных предпринимателей наступил с началом Первой мировой войны. Охватившие страну шпиономания и германофобия не миновали и Дальний Восток. Дальнейшую судьбу решила газетная война и «черный пиар», которые наделили их клеймом «врагов России» и «немецких шпионов». В частности, Адольф Даттан, взявший в свое время русское подданство, был арестован, сослан в Сибирь, а также неоднократно обвинен в шпионаже. Судьба его коллег и других немецких предпринимателей на Дальнем Востоке была аналогичной.

Немецкие предприниматели внесли значительный социальный и экономический вклад в развитие Дальнего Востока в период с XIX по XX век. Они принесли с собой свои традиции и обычаи, способствуя культурному обмену и слиянию с местным населением, а также внесли существенный вклад в развитие образования, науки и искусства в частности во Владивостоке, открывая школы, университеты и театры. Благодаря своему предпринимательскому духу и инновационным подходам, они способствовали развитию экономики региона и созданию новых рабочих мест, параллельно активно участвуя в общественной жизни, поддерживая благотворительные программы, социальные проекты и культурные мероприятия. Таким образом, можно сказать, что немецкие предприниматели сыграли важную роль в развитии культурного, социального и экономического аспектов жизни региона.

---

1. Молчанова Е.Г. Немецкие предприниматели на Дальнем Востоке России во второй половине XIX – начале XX вв. // Тихоокеанский государственный университет. Хабаровск, 2022. С. 9–14

2. Деер Л. Кунст и Альберс. История немецкого торгового дома на российском Дальнем Востоке (1864–1924 гг.) / пер. с нем. Е. Крепак. – Владивосток: Издательский дом Дальневосточного федерального университета, 2012. – 396 с.

3. Молчанова Е.Г., Молчанова Д.В. Роль немецких предпринимателей в развитии производительных сил и рыночной инфраструктуры // Общество: философия, история, культура. 2021. №6 (86). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-nemetskih-predprinimateley-v-razvitii-proizvoditelnyh-sil-i-rynochnoy-infrastruktury-dalnego-vostoka-rossii-vo-vtoroy-pолоvine> (дата обращения: 05.05.2024).

4. Фисенко А.И., Хамаза Е.А. Порто-франко Владивосток: исторический опыт и современные задачи – Текст: электронный // Фундаментальные исследования. – 2015. – №6 (часть 3). – С. 637–642 – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38674> (дата обращения: 06.05.2024).

5. Молчанова Е.Г., Молчанова Д.В. Социокультурная характеристика немецкой общины на российском Дальнем Востоке во второй половине XIX – начале XX вв. – Текст: электронный // Восток – запад: история и современность 2022. – С. 63-68 – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_49912602\\_29878060.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_49912602_29878060.pdf) (дата обращения: 05.05.2024)

6. Молчанова Е.Г. Немецкие предприниматели на Дальнем Востоке России в годы Первой мировой войны – Текст: электронный // Общество: философия, история, культура. – 2020. №6 (74). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nemetskie-predprinimateli-na-dalnem-vostoke-rossii-v-gody-pervoy-mirovoy-voyny> (дата обращения: 06.05.2024).

УДК 327.7

## СЕВЕРНЫЙ МОРСКОЙ ПУТЬ: ЗАДАЧИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**А.Е. Литвинов**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу инфраструктуры Северного морского пути (СМП). Целью исследования является оценка плана развития СМП до 2035 года с учетом его воздействия на экономическое развитие. В статье рассматриваются ключевые аспекты современной инфраструктуры СМП. Представленные данные и аналитические выводы позволяют оценить текущее состояние и потенциал дальнейшего развития Арктики.*

**Ключевые слова:** *СМП, Арктика.*

## NORTHERN SEA ROUTE: CHALLENGES AND PROSPECTS

**Abstract.** *The article analyzes the infrastructure of the Northern Sea Route (NSR). The purpose of the study is to assess the NSR development plan until 2035, taking into account its impact on economic development. The article considers key aspects of the current NSR infrastructure. The presented data and analytical conclusions allow us to assess the current state and the potential for further development of the Arctic.*

**Keywords:** *NSR, Arctic.*

Исследование вопроса развития Северного морского пути (СМП) остается приоритетным направлением для роста экономического потенциала Российской Федерации и акторов, заинтересованных в развитии СМП. Стремление России к освоению этого логистического маршрута и его преобразованию в часть международной логистики позволит увеличить товарооборот между странами, повысить авторитет на международной арене, а также позволит лоббировать интересы для реализации собственных проектов. Необходимость развития Северного морского пути обусловлена тем, что он является кратчайшим морским путем между европейской частью России и Дальним Востоком. На данный момент, происходит непосредственно его освоение, а арктические проекты являются двигателями: развивается инфраструктура и формируется грузовая база.

Итак, цель исследования – проанализировать развитие инфраструктуры, через которую проходит маршрут. Объектом исследования выступает Северный морской путь. Предметом исследования – план развития Северного морского пути на период до 2035 года.

План развития СМП до 2035, принятый в 2022 году, включает в себя более 150 проектов. Они направлены на развитие экспортной грузовой базы, безопасности, строительство новых ледоколов, в том числе атомных, а также на строительство железнодорожных путей и автомагистралей. Все эти проекты способствуют облегчению плавания в акватории СМП. В будущем эти проекты обеспечат надежную и безопасную перевозку грузов и товаров для людей, живущих в районах Крайнего Севера, а также создадут условия для реализации инвестиционных проектов в Арктической зоне страны [1].

Более того, для эффективной координации действий, был создан единый орган по управлению всем судоходством, закрепленный в документе о создании федерального государственного бюджетного учреждения "Главное управление Северного морского пути". ФГБУ «Главсевморпуть» был создан с целью улучшения управления и координации деятельности в рамках СМП. Его создание мотивировалось необходимостью более эффективного контроля за выдачу разрешений на плавание в акватории, обеспечением безопасности судоходства в данном регионе, мониторинга гидрометеорологической, ледовой и навигационной обстановки и осуществление оперативного контроля за судами, находящимися в сложных погодных, ледовых и других условиях. Учреждение также отвечает за обеспечение соблюдения законодательства и международных норм в области судоходства [2]. Ранее, судно получившее разрешение на плавание, могло использовать его в течение года. Однако с учреждения данного органа, выдавая разрешение на рейс, он способен как внести изменения, так и прекратить действие разрешения в случае непредвиденных ситуаций. Обычно это происходит в пограничные месяцы: июнь-июль, когда навигация осуществляется безо льда, и соответственно октябрь-ноябрь, когда происходит переход к ледовому покрову [3].

В целом, создание такого учреждения может способствовать систематизации процессов и эффективному развитию Северного морского пути, что в свою очередь может послужить драйвером для экономического и геополитического развития России и других стран, расположенных вокруг Арктики. В соответствии с этими факторами происходит увеличение грузопотока и к 2035 году планируется достичь отметки в 220,3 млн тонн.

Главными преимуществами Северного морского пути над альтернативным маршрутом через Суэцкий канал (Южный морской путь) – это продолжительность навигации, отсутствие очереди и платы за проход и возможность использования судов с ядерной энергетической установкой. В сравнении с Южным морским путем, где продолжительность навигации составляет 365 дней, а продолжительность навигации через СМП без ледокольного обеспечения составляет от 45 до 90 дней и от 275 до 320 дней с ледокольным обеспечением, мы видим явные преимущества. Данные утверждения были озвучены заместителем Председателя государственной комиссии по развитию Арктики Пановым Владимиром Александровичем на Петербургском международном экономическом форуме в 2023 году. Таким образом, преимущества СМП четко показывают превосходства над Южным морским путём [4].

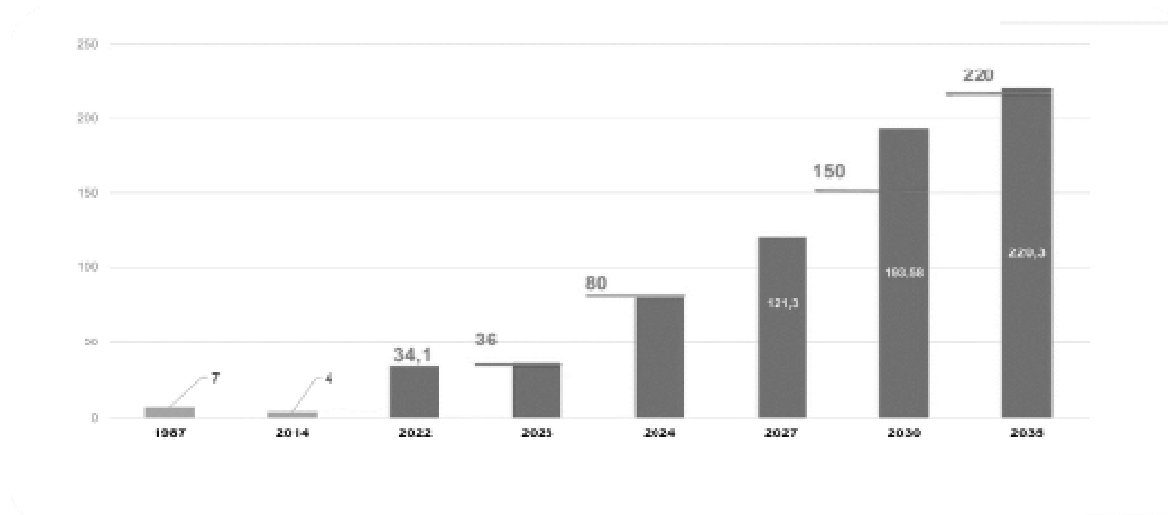


Рис.1. Прогноз грузопотока по Северному морскому пути

Северный морской путь трудно представить без современного флота, поэтому для Арктики необходим мощный ледокольный и грузовой флот, развитая портовая инфраструктура. В соответствии с Указом президента РФ №126 от 27 февраля 2023 года для развития инфраструктуры Арктической зоны должно быть построено семь универсальных атомных ледоколов проекта 22 220, один головной атомный ледокол проекта 10510 и дополнительно четыре неатомных ледокола [5].

26 января 2024 года на Балтийском заводе состоялась закладка пятого универсального атомного ледокола проекта 22 220 "Ленинград" мощностью 60 Мвт, который будет сдан уже к концу 2024 года. Таким образом, судостроение выходит на серийное производство атомных ледоколов, которые будут обеспечивать проводку грузовых судов в акватории западного район Арктики, в том числе Баренцево, Печорское и Карское моря [6].

Еще одним грандиозным проектом, сдача которого запланирована на 15 декабря 2027 года, считается головной атомный ледокол «Россия» проекта 10510, мощность которого в два раза превышает предыдущий: 120 Мвт.

Заместитель генерального директора госкорпорации «Росатом» – директор Дирекции Северного морского пути Вячеслав Рукша в ходе последнего Восточного экономического форума отметил, что на Северном морском пути к 2030 году необходимо минимум 17 ледоколов и не менее 22 ледоколов к 2035 году.



Рис. 2. Целевые сроки ввода в эксплуатацию арктических ледоколов до 2030 г.

Перспективы освоения Северного морского пути заключаются не только в открытии нового логистического маршрута, но и освоения новых месторождений. Так, в 2020 году началось строительство обогатительного комбината на Сырадасайском угольном месторождении. Проект компа-

нии «Северная звезда на Таймыре подразумевает строительство грузового причала, береговой зоны и соединительной дамбы. Там будут установлены конвейерная линия и судопогрузочная машина. Площадь территории порта составит более 20 га. В комплекс войдут склады, где одновременно сможет храниться до 1 млн тонн готовой продукции. По оценкам, запасы месторождения огромны: 5,68 млрд тонн каменного угля. Планируемые мощности складов и терминалов говорят о значительном потенциале данных проектов для увеличения экспорта и обеспечения стабильных поставок на мировой рынок [7].

Следующий проект компании «Роснефть»: нефтеналивной терминал порт «Бухта Север». Этот стратегически важный объект обеспечит перевалку нефти с месторождений «Восток Ойл». «Восток Ойл» – крупнейший проект в мировой нефтегазовой отрасли с ресурсной базой свыше 6 миллиардов тонн нефти. Порт станет крупнейшим в России нефтеналивным терминалом с парком для приема и хранения нефти. К 2030 году планируется ввести в эксплуатацию 102 резервуара. С использованием инфраструктуры первой очереди, объем перевалки нефти через морской терминал порта планируется довести до 30 млн тонн в год с последующим поэтапным выходом на общий объем перевалки до 100 млн тонн в 2030 году [8].

Ещё один значимый проект компании «НОВАТЭК», терминал «Утренний», по производству сжиженного пригодного газа общей мощностью 19,8 миллионов тонн в год и стабильного газового конденсата до 1,6 миллионов тонн в год. Строительство терминала «Утренний» позволит увеличить отгрузку углеводородов на экспорт в объеме 21,6 млн тонн в год в рамках освоения месторождения проекта «Арктик СПГ 2», который предусматривает строительство трех технологических линий по производству сжиженного природного газа [9].

Проекты, связанные с освоением Северного морского пути, представляют собой значимые шаги в развитии региона и укреплении позиций России на мировой арене. Эти проекты подчеркивают стремление России укрепить свои позиции на мировом рынке энергоносителей и диверсифицировать свои возможности для экспорта. Они не только способствуют увеличению логистических возможностей СМП, но и стимулируют экономическое развитие региона и страны в целом. Однако это лишь малая часть проектов, запланированных для реализации.

В заключении статьи следует отметить, что развитие инфраструктуры Северного морского пути (СМП) играет ключевую роль в стратегическом планировании и развитии не только России, но и мировой торговли и логистики. Стремление к освоению этого маршрута является одним из приоритетов для России. Анализ плана развития СМП до 2035 года показывает, что его основные направления включают в себя развитие грузовой базы, обеспечение безопасности судоходства, строительство новых ледоколов и инфраструктуры. Эти проекты направлены на улучшение условий плавания в акватории СМП, что в свою очередь способствует облегчению транспортировки грузов и товаров. Общая оценка развития Северного морского пути позитивная. Это подразумевает инвестиционную привлекательность региона. Таким образом, развитие инфраструктуры Северного морского пути обещает создать благоприятные условия для увеличения грузопотока и развития экономики в регионе, что в свою очередь может иметь значительное значение для России.

---

1. План развития Севморпути до 2035 года от 1 августа 2022 года №2115-р – Текст: электронный / Министерство Российской Федерации. – URL: <https://strategy.arctic2035.ru/c/documents/plan-razvitiya-sevmorputi-do-2035-goda/> (дата обращения 10.04.2024)

2. Предмет деятельности и функции ГУСМП – Текст: электронный / Национальный центр управления судоходством и обеспечения безопасности на море. – URL: <https://nsr.rosatom.ru/o-kompanii/predmet-deyatelnosti-i-funktsi-gusmp/>

3. Выступление Владимира Панова. – Текст: электронный / Российский инвестиционный форум. – URL: <https://roscongress.org/speakers/panov-vladimir/quotes/> (дата обращения 11.04.2024)

4. SPIEF Arctic 2023: Северный морской путь: итоги и планы – Текст: электронный / Российский инвестиционный форум. – URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-arctic-2023-severnnyu-morskoj-put-itogi-i-planu/translation/#> (дата обращения 15.04.2024)

5. Проект «Северный морской путь» – Текст: электронный / PortNews. – URL: <https://portnews.ru/projects/project55/> (дата обращения 15.04.2024)

6. Универсальный атомный ледокол проекта 22220 – Текст: электронный / Федеральное государственное унитарное предприятие "Росатомфлот". – URL: <http://www.rosatomflot.ru/flot/universalnyy-atomnyy-ledokol-proekta-22220/>

7. О мерах по развитию арктической зоны Российской Федерации: Постановление Правительства Российской Федерации от 11 апреля 2022 г. № 0000. – Текст: электронный / Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://government.ru/docs/46171/> (дата обращения 20.04.2024)

8. Новости – Роснефть. – Текст: электронный / Роснефть. – URL: <https://www.rosneft.ru/press/news/item/211323/> (дата обращения 20.04.2024)

9. Проект "Утренний". – Текст: электронный / Arctic SPG. – URL: <https://arcticspg.ru/proekt/terminal-utrenniy/> (дата обращения 20.04.2024)

УДК 327.2

## ВЛИЯНИЕ НЕООСМАНИЗМА В ТУРЦИИ НА БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА

**Н.А. Макаров**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу воздействия политики неосманизма в Турецкой Республике на безопасность региона. В ней рассматривается внешняя политика Турецкой Республики, в рамках концепции неосманизма, и её влияние на безопасность региона и соседних государств.*

**Ключевые слова:** *неосманизма, Турция, безопасность, Ближний Восток.*

## ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE SANCTIONS POLICY AGAINST RUSSIA

**Abstract.** *The article analyses the impact of the policy of neo-Ottomanism in the Republic of Turkey on the security of the region. It examines the foreign policy of the Republic of Turkey, within the framework of the concept of neo-Ottomanism, and its impact on the security of the region and neighboring states.*

**Keywords:** *neo-Ottomanism, Turkey, security, Middle East.*

Анализ влияния неосманизма в Турции на безопасность региона является важным и актуальным в контексте измерения мирового порядка, преобладания концепции многополярного мира, усиления региональных амбиций и стремления Турции к расширению своего влияния на территориях, исторически связанных с Османской империей. Неосманизм становится одним из ключевых факторов, формирующих политический ландшафт Ближнего Востока, Балкан и Кавказа. Анализ этой доктрины и её последствий для международных отношений и региональной стабильности помогает понять текущие тенденции в межгосударственных взаимодействиях, а также прогнозировать возможные изменения в региональной динамике.

**Цель исследования** – изучение концепции неосманизма в рамках и прогнозирование последствий развития внешней политики Турции в рамках неосманизма.

**Предмет исследования** – влияние современной внешней политики Турции, именуемой неосманизмом, на безопасность региона и соседних государств.

**Объект исследования** – концепция неосманизма, негласной внешнеполитической концепции Турции на современном этапе, и её выражение во внешней политике Турецкой Республики.

Неосманизм – это термин, используемый для описания политической стратегии, которая стремится возродить влияние Турции на территориях, ранее входивших в состав Османской империи, через современные методы внешней политики. Эта доктрина включает в себя элементы культурного, экономического и политического воздействия и направлена на укрепление регионального лидерства Турции. В последние годы неосманизм приобрел особую значимость в свете активизации турецкой внешней политики, особенно в таких регионах, как Балканы, Ближний Восток и Северная Африка. Доктрина неосманизма вызывает значительный интерес и дискуссии, поскольку она влияет на региональную безопасность и может переопределять баланс сил в этих ключевых геополитических зонах.

Неосманизм, как идеология и политическая доктрина, уходит корнями в официальные идеологии и практики бывшего Османского государства, как классического, так и более позднего периодов. Это направление в современной турецкой политике возникло как ответ на поиск новой национальной идентичности, которая была бы укоренена в славном прошлом и одновременно отвечала бы вызовам современности. Неосманизм в Турции часто ассоциируется с правлением Партии

справедливости и развития, которая пришла к власти в начале 2000-х годов и использовала неоосманистскую риторику для укрепления своего внутреннего и внешнего влияния.

Османское наследие играет центральную роль в формировании политической идентичности современной Турции. Это проявляется в использовании символов и референций, которые напоминают о былой мощи и величии Османской империи. Неоосманизм использует наследие, религиозные сети и общую историю как средства расширения влияния Турции. Эта стратегия включает в себя не только культурное, но и экономическое и дипломатическое присутствие в регионах, которые исторически были связаны с Османской империей.

Возрождение интереса к османскому прошлому в турецкой популярной культуре также способствует усилению неоосманистских тенденций. Это проявляется в популярности исторических сериалов и фильмов, которые романтизируют османскую эпоху, и в увеличении туристических поездок к историческим местам, связанным с Османской империей. Таким образом, неоосманизм в Турции является сложным явлением, которое сочетает в себе государственную политику и популярные культурные представления о прошлом.

Неоосманизм во внешней политике Турции представляет собой стремление Анкары к возрождению своего влияния в регионах, исторически связанных с Османской империей, используя смесь дипломатических, культурных и экономических инструментов. Основные принципы неоосманистской политики включают укрепление региональных связей, продвижение турецкой культуры и языка, а также использование экономического сотрудничества и инвестиций как средства увеличения геополитического веса Турции.

Примеры неоосманистских внешнеполитических инициатив в региональной политике включают активное участие Турции в процессах урегулирования конфликтов на Балканах, углубление двусторонних отношений с государствами Ближнего Востока и Северной Африки, а также стремление к лидерству в мусульманском мире. Так, Турция активно поддерживала процессы восстановления после конфликтов в Боснии и Герцеговине, а также участвовала в строительстве инфраструктурных проектов и культурных центров, которые способствуют распространению турецкого влияния.

Важным аспектом неоосманизма является также стремление Турции к усилению своего влияния в международных организациях, таких как Организация исламского сотрудничества и Группа двадцати, что отражает желание Анкары играть более активную роль в глобальных делах. Эти усилия направлены на создание восприятия Турции как центральной державы, способной влиять на региональные и международные процессы.

Неоосманизм оказывает заметное влияние на региональную безопасность, особенно в странах Балканского полуострова, Ближнего Востока и Кавказа, где Турция активно использует свою внешнюю политику для укрепления своих геополитических интересов. Неоосманизм во внешней политике Турции проявляется через стремление к установлению культурных, экономических и политических связей, что в некоторых случаях приводит к усилению регионального сотрудничества, а в других – к конкуренции и напряженности.

На Балканах Турция стремится восстановить своё историческое влияние, поддерживая тесные связи с мусульманскими общинами и инвестируя в экономические проекты. Это приводит к усилению её политического влияния в регионе, но также вызывает опасения среди других региональных держав, опасаящихся усиления турецкого влияния.

На Ближнем Востоке Турция использует неоосманизм для укрепления связей с арабскими странами, одновременно поддерживая определенные про турецкие группировки и вмешиваясь в региональные конфликты, что иногда приводит к противостоянию с другими региональными и международными акторами, такими как Россия и Иран.

На Кавказе Турция пытается укрепить свои связи с тюркскими народами и поддерживает стратегические партнерства с ними, что важно для турецкой энергетической безопасности и транспортных коридоров. Однако это также может привести к конфликтам интересов с другими региональными державами, включая Россию.

Таким образом, неоосманизм во внешней политике Турции играет двойственную роль в региональной безопасности, способствуя как сотрудничеству, так и росту напряженности между государствами.

Вмешательство Турции в Сирийский конфликт является ярким примером неоосманистской политики, отражающей стремление Анкары к усилению своего влияния в регионе. Турция использовала конфликт для расширения своего геополитического присутствия и утверждения себя как ключевого игрока в Ближневосточной политике. Это вмешательство включало военные операции

против курдских формирований на севере Сирии, поддержку определенных сирийских оппозиционных/протурецких групп и активное участие в международных переговорах по урегулированию конфликта.

Последствия турецкого вмешательства для региональной стабильности и международных отношений оказались значительными. С одной стороны, Турция стремилась к созданию зоны влияния и стабилизации ситуации вдоль своих границ, с другой – ее действия привели к усилению напряженности с соседними странами и международными игроками, включая США и Россию. Вмешательство Турции также вызвало обеспокоенность в отношении гуманитарной ситуации в регионе и судьбы местного населения.

Энергетические интересы Турции в Восточном Средиземноморье и споры о морских границах стали значительным источником напряженности в отношениях с Грецией и Кипром. Открытие значительных запасов природного газа в регионе привело к усилению конкуренции за доступ к энергоресурсам и контроль над морскими путями. Турция, стремясь утвердить свои права на исследование и добычу ресурсов, проводит геологоразведочные работы и военные учения, что вызывает протесты со стороны Греции и Кипра, которые считают такие действия нарушением своего суверенитета и международного морского права.

Эти действия Турции в рамках неоосманитской политики влияют на региональную стабильность, приводя к усилению военного присутствия и дипломатических разногласий в регионе. Ситуация усугубляется отсутствием четко определенных морских границ и неоднозначным толкованием международных конвенций. Взаимодействие Турции с региональными державами и международными организациями в контексте этих споров остается сложным и многогранным, требуя баланса между защитой национальных интересов и поддержанием международного сотрудничества.

Неоосманизм стоит перед рядом вызовов и перспектив в ближайшем будущем. Возможные сценарии развития включают усиление роли Турции как региональной державы, способной влиять на политические и экономические процессы в странах, ранее входивших в состав Османской империи. Однако неоосманизм также может столкнуться с сопротивлением со стороны региональных акторов, опасющихся усиления турецкого влияния.

Политика Турецкой Республики является частью трансформации миропорядка. Этот новый многополярный мир не обещает меньше конфликтов. Взаимоотношения Турции с соседними странами служат индикатором сложности будущей мировой системы.

---

1. Marmontova T.V., Zhiyenbayev M.B., Vaseneva E.A. The transformation of neo-ottomanism under justice and development party (JDP) Rule in Turkey (2002-2022): The central asian vector // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-transformation-of-neo-ottomanism-under-justice-and-development-party-jdp-rule-in-turkey-2002-2022-the-central-asian-vector> (дата обращения: 4.05.2024).

2. Небренчин С.М. Транскомуникационные войны в Евразии // Вестник УМЦ. 2024. №1 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transkommunikatsionnye-voyny-v-evrazii> (дата обращения: 8.05.2024).

3. Аватков В.А. Сквозь кризисы к стабильному «неоосманизму». Политические итоги Турции 2021 года // Свободная мысль. 2022. №1 (1691). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/skvoz-krizisy-k-stabilnomu-neoosmanizmu-politicheskie-itogi-turtsii-2021-goda> (дата обращения: 9.05.2024).

4. Хазыр У.Н. Современное антизападничество в России и Турции: сравнительный анализ неоевразийства Дугина и неоосманизма Давутоглу // Полит. наука. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-antizapadnichestvo-v-rossii-i-turtsii-sravnitelnyy-analiz-neoevraziystva-dugina-i-neoosmanizma-davutoglu> (дата обращения: 9.05.2024).

5. Давыдов А.Г. "Боснийство" и "неоосманизм" как факторы дестабилизации Балкан // Вопросы национализма. 2013. №1 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bosniystvo-i-neoosmanizm-kak-factory-destabilizatsii-balkan> (дата обращения: 9.05.2024).

6. Ирхин А. А., Москаленко О. А. "Мир больше пяти". Становление Турции в качестве глобального актора мировой политики: перспективы и вызовы для России // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mir-bolshe-pyati-stanovlenie-turtsii-v-kachestve-globalnogo-aktora-mirovoy-politiki-perspektivy-i-vyzovy-dlya-rossii> (дата обращения: 11.05.2024).

7. Аватков В.А. Турецкая республика накануне своего столетия // Свободная мысль. 2023. №1 (1697). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turetskaya-respublika-nakanune-svoego-stoletiya> (дата обращения: 12.05.2024).

8. Смирнова П.Е. Исторические корни неоосманизма во внешней политике Турецкой республики // Вестник ННГУ. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskie-korni-neoosmanizma-vo-vneshney-politike-turetskoj-respubliki> (дата обращения: 12.05.2024).



## ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ СТРУКТУРЫ СОВРЕМЕННОГО КИТАЯ: ПРОБЛЕМА ЛЕГИТИМАЦИИ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Т.Д. Максимова, аспирант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Предлагаемая статья посвящена актуальной теме, которая исследует международные аспекты легитимации и позиционирования в деятельности политического руководства современного Китая. Автор рассматривает некоторые аспекты в деятельности ряда государств, в той или иной степени влияющие на формирование внутривнутриполитического ландшафта Китайской Народной Республики. Это такие форматы политической трансформации, как «от транслатеральной формы взаимоотношений поствестфальского миропорядка к формату по правилам в эпоху хаотического колебания осыпающегося мира», «практика в период геополитической прокрастинации» и «асинхронная многополярность».

**Ключевые слова:** КНР, БРИКС, G7, геополитическая прокрастинация, асинхронная многополярность, Юго-Восточная Азия.

## INTERNATIONAL ASPECTS IN THE STUDY OF LEGITIMATION AND POSITIONING SOCIO-POLITICAL STRUCTURES OF MODERN CHINA

**Abstract.** The proposed article is devoted to an urgent topic that explores the international aspects of legitimation and positioning in the activities of the political leadership of modern China. The author examines some aspects in the activities of a number of states that influence the formation of the internal political landscape of the People's Republic of China to one degree or another. These are such formats of political transformation as "from the translateral form of relations of the post-Westphalian world order to the format according to the rules in the era of chaotic fluctuations of the crumbling world", "practice in the period of geopolitical procrastination" and "asynchronous multipolarity".

**Keywords:** China, BRICS, G7, geopolitical procrastination, asynchronous multipolarity, Southeast Asia.

Возможность подойти к предметному исследованию параметров легитимации и позиционирования в исследовании общественно-политических структур, связанных с формированием современных внутривнутриполитических и многоаспектных отношений современного Китая, с точки зрения его цивилизационного развития, даст возможность ответить на многие исследовательские вопросы. Исходным параметром для автора выступают механизм продвижения системы ценностей и интересов китайской цивилизации. Можно апеллировать к Л. Строссу – каждая цивилизация имеет тенденцию к завышенной оценке объективной направленности своего мышления («every civilization tends to overestimate the objective orientation of its thinking»).

Нельзя не учитывать того, что новый мировой порядок выдвигает на ведущие роли наиболее интенсивно развивающиеся цивилизации. Однако, он несет некоторые черты, явно просматривающиеся уже сегодня. Это – увеличивающиеся риски эскалации мировой войны на Ближнем Востоке между Израилем и арабскими государствами, а также растущая вероятность войны между Китаем и США за Тайвань, острое противоречие между КНР и Индией. Необходимо учесть и то, что НАТО, а также иные временные или долгосрочные коалиции и союзы утрачивают некогда прочное единство. При этом военное и политическое противостояние двух ядерных держав – Индии и Пакистана, а также усиливающиеся ядерные амбиции Корейской Народно-Демократической Республики,кратно увеличивают опасность ядерной войны.

Но необходимо учитывать еще ряд аспектов. Так, военно-политический блок, сформированный из стран Евросоюза, Австралии, Великобритании и Японии, возглавляемый Вашингтоном для активного политического, экономического и военного противодействия России и Китаю, изолирован и закрыт от остального мира. Включая самые быстрорастущие экономики и рынки Индии и Азии. Помимо того, что те страны, которые не входят в зону американского влияния, не делают выбор между США и его предполагаемыми противниками. Они остаются открыты для ведения бизнеса с обеими сторонами. Напротив, прошедший в Китае в октябре форум международного со-

трудничества «Один пояс, один путь» позволяет говорить о нарастании центростремительной силы и расширении влияния КНР в Евразии, Юго-Восточной Азии и Восточной Африке. Благодаря этому проекту политическое влияние Пекина в этих регионах постепенно вытесняет американское и т.д. В результате в мире нарастает недовольство системой Pax Americana конца XX века, которая сейчас находится в упадке и растёт желание увидеть её замену многополярным миропорядком или порядками, в которых разные страны будут играть ведущие роли в разных сферах международной жизни. Кроме этого растёт доля в мировой экономике стран, не входящих в блок западных стран, что способствует неуклонному снижению его роли в международных делах.

К примеру, только в 2023 г. страны БРИКС обеспечат 32,1 % глобального роста, а государства G7 (Великобритания, Германия, Италия, Канада, США, Франция и Япония) – только 29,9 % [1]. Эти данные предоставлены Bloomberg со ссылкой на аналитиков Международного валютного фонда [2]. В материале агентства приводится график под названием «Оставляя Запад позади» (Leaving the West Behind?). В 2020 г. значение стран БРИКС и государств G7 для глобального экономического роста было на сопоставимом уровне. Однако в следующие несколько лет расклад сил изменился в пользу Бразилии, России, Индии, Китая и ЮАР [2].

Для сравнения: вклад стран БРИКС и G7 в мировой экономический рост в 2020 г. оказался на одном экономическом показателе, однако после этого данные по западным странам начали снижаться. К примеру, в 2023 г., Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южная Африка обеспечат 32,1 % роста. Но при этом Великобритания, Германия, Италия, Канада, Франция, Япония и США – 29,9 %. Но по экспертным данным в 2028 г. экономические показатели БРИКС будут на уровне 33,6 %, а страны, входящие в G7 – на уровне 27,8 %». Далее эксперты обосновывают следующие данные: в 2028 г. вклад стран БРИКС в мировой экономический рост будет значительно больше и обеспечит почти 40% от суммарного прироста глобального внутреннего валового продукта. Кроме тех данных, которые автором представлены выше, Bloomberg указывает, что в течение следующих пяти лет КНР будет вносить наибольший вклад в глобальный рост. Его доля до 2028 г. составит 22,6 % от общего мирового роста [2].

Исходя из приведенного анализа, можно констатировать, что, уступая в своем экономическом развитии, коллективный Запад не уступает своего места в цивилизационном развитии. Исходя из этого, автор полагает, что цепь политических событий создает новый международный политический ландшафт и коалиции мировых акторов. Именно данные коалиции перестанут быть централизованными, а политическое, финансовое, экономическое и военное преимущество распределятся по региональному или функциональному принципу. Для того чтобы успешно справиться с вызовами, по мнению Чеза Фримана, необходимо, «чтобы государственное управление должно иметь долгосрочную перспективу, фокусируясь на неизменных интересах, а не на сиюминутных страстях, а для успешной конкуренции нужно не только добиться единства внутри страны, но и использовать все имеющиеся инструменты – политические, экономические, финансовые, технологические и военные» [3].

Опираясь на то, что дискурс в научном сообществе о роли и месте современной дипломатической практики апеллирует, в основном к широко практикуемым коллективным Западом методам военного давления, рестрикциям и манипуляциям, влияющим на внутреннюю политику государств, автор настоящего исследования рассматривает ее в парадигме цивилизационного развития, что даст возможность предметно подойти к исследуемой задаче настоящей статьи. Исходя из данного рассуждения, автор считает возможным рассмотреть императивы современной международной практики в трех ключевых аспектах, характеризующих ярко выраженный внутривнутриполитический ландшафт, формируемый политическим руководством современного Китая.

Первый аспект: современная международная практика включает в себя формат политической трансформации «от транслатеральной формы взаимоотношений поствестфальского миропорядка к формату по правилам в эпоху хаотического колебания осыпающегося мира»: стремительный переход коллективного Запада от транслатеральной дипломатии, как парадигмы, направленной на переосмысление внешнеполитических отношений и прекращение использования манипулятивности международных отношений к игре «по правилам». Концепция транслатерализма Кадзусигэ Кобаяси [4] и американского профессора Марлен Ларюэль [5] подразумевает, прежде всего, объединение государств, основанное на компромиссных решениях для взаимовыгодного сотрудничества. Причем государств, в основе которых лежат различные политические режимы и политические культуры. Авторы концепции утверждают, что политическое противостояние между «демократическими» державами и «автократическими» соперниками утратило свою актуальность. Старому бинарному, двоичному коду они противопоставили концепцию транслатерализма. Данная концепция подразу-

мекает преодоление блокового мышления путем установления инклюзивных, гибких и открытых партнерских отношений между государствами [4].

По мнению автора, проблема гораздо сложнее, чем дихотомия «принимаем – не принимаем» данную концепцию. Она заключается во всеобъемлющем кризисе западной дипломатической практики, включая международное политико-правовое пространство. По всему видно, что коллективный Запад не смог принять новый принцип международных отношений. Итогом служит то, что веками сложившиеся западные концепции миропонимания и мироустройства не справляются с осмыслением перемен и требуют адаптации к стремительно меняющимся условиям. Утверждая тезис о союзнических отношениях провозглашает нарратив «мы против тех, кто не разделяет западные демократические ценности». Это, по сути, стало инструментом внешней политики. В основе этого лежит утверждение, что стабильный мировой порядок требует неукоснительного союзнического единства в нормативном отношении и подчинения сюзерену: чем более он единообразен внутри союза, тем стабильнее мировой порядок.

Второй аспект, характеризующий современную международную практику в политическом ландшафте современной обстановке, это – «практика в период геополитической прокрастинации», которая является следствием глобальных потрясений. Современный, 2023 год ознаменовался переходом от ожиданий и теоретизирования к действиям, которые выражаются в возврате к интенсивной дипломатии и окончательном изменении наших представлений о том, где проходят «красные линии» в отношениях с коллективным Западом и насколько неизбежными они являются, а также активным движением неокOLONIALИЗМА (неокOLONIALИЗМ в эру неомеркантилизма). Сутью происходящих глобальных трансформаций является то, что мир вступил в «поствестфальский период» или «постбиполярный мир», в основе которого лежит слом Ялтинско-Потсдамской системы правопорядка. Именно тогда был сформирован двуполярный мир, при этом мифология «однополярного мира» и эмпатия к постбиполярному миру более тридцати лет определяли направление общественно-политической мысли и практику мировой дипломатии. На него сделали политическую ставку большинство стран мира, которые взяли политический курс, следовавший в фарватере англосаксонской политики. Итогом тому стало то, что коллективный Запад до сегодняшнего дня живет в прежней парадигме всеобщей эмпатии к постбиполярному миру и не в состоянии осмыслить реальное положение дел.

Третий аспект, представляющий еще один важнейшую форму современных международных отношений, это – «асинхронная многополярность», которая дает определенное представление о структуре политической эквивалентности между Западом и не-Западом – странами Мирового большинства. Процесс превращения старого мирового уклада в многополярный мир уже давно стал реальностью. Многоаспектность данного процесса характеризуется высокой степенью эмерджентности.

Исходя из предполагаемой агрегативно-эмерджентной модели постулируем то, что агрегатными свойствами современной дипломатии в условиях становления многополярного мира становятся:

- отчуждение;
- периферийный менталитет;
- цикличное время.

При этом эмерджентными свойствами:

- вид индоктринации (опора на силовой элемент, экономическое и финансовое давление, рестрикции и т.д.);
- развитие и масштаб внешнеполитического конфликта;
- вовлеченность в его сферу иные страны, блоки, коалиции, а также временной контекст конфликта и цикл развития;
- вид самоидентификационной фрустрации.

Но особенность этого заключается в том, что часть элементов многополярности формируются быстрее других, что дает нам возможность анализировать процесс, обозначив его как «асинхронная динамика» и чтобы сохранить баланс, необходимо понимание происходящих процессов, их управляющих параметров и векторов развития.

Таким образом, в качестве выводов можно акцентировать внимание на том, что глобальные трансформационные изменения миропорядка имеют своим следствием весьма парадоксальную ситуацию: дипломатия находится под сильнейшим влиянием тактического маневрирования в силу складывающейся международной обстановки, а не стратегии развития современных государств. Даже действия таких держав, как Китай или Россия, являющихся по множеству показателей действительно образцами дипломатического консерватизма, содержат в себе признаки не стратегиче-

ских, а контекстуальных соображений. Более того, международный порядок находится в переломном состоянии. Однако текущие изменения являются наиболее значимыми за последние годы, так как никогда ещё в истории международной политики он не включал в себя столько участников с разным социально-политическим, культурно-историческим и экономическим опытом. Результат этого – не перераспределение сил внутри ограниченного круга государств, а создание более широкого круга центров силы, новое распределение силовых возможностей и влияния внутри намного более широкого, чем когда-либо ранее, круга участников.

В настоящий момент страны Мирового большинства стремятся извлечь краткосрочные выгоды из общекризисного состояния, вызванной борьбой между великими державами, которая по известным причинам вызывает сомнения в своей долгосрочной стратегии, так как державам будет труднее отстоять свои достижения, когда мир будет всё больше разделяться на противоборствующие крупные регионы. Все теоретические концепции в рамках науки о международных отношениях были созданы в условиях двуполярного мира, который поддавался простому анализу и прогнозированию. Однако в настоящий момент на мировую арену вышли державы, такие как Китай, представляющие такое разнообразие политических цивилизаций, что рассчитывать на системное понимание природы отношений между ними нельзя, или по крайней мере в ближайшей перспективе.

---

1. Акулов А. МВФ: страны БРИКС в 2023 году обеспечат 32,1% глобального экономического роста. URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2023/04/18/20237005.shtml> (дата обращения 21.08.2023).

2. China to Be Top World Growth Source in Next Five Years, IMF Says. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-04-17/china-to-be-top-world-growth-source-in-next-five-years-imf-says> (дата обращения 21.08.2023).

3. Фриман Ч. Мировые порядки: глобальный калейдоскоп в режиме повтора // Россия в глобальной политике. 2023. Т. 21. № 5. С. 36-55. URL: <https://globalaffairs.ru/articles/globalnyj-kalejdoskop/> (дата обращения 21.08.2023)

4. Кадзусигэ Кобаяси. Будущее транслатерального мирового порядка: переосмысление глобального партнёрства в эпоху неопределённости // Доклад Международного дискуссионного клуба «Валдай» URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/reports/budushchee-translateralnogo-mirovogo-poryadka/> (дата обращения 02.08.2021)

5. Marlene Laruella. Accusing Russia of fascism // Russia in Global Affairs. 2020. V. 18. № 4. P. 100-123.

УДК 327

## ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА РФ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ КАК ПАТТЕРН РАЗВИТИЯ

С.А. Мамедова, магистрант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** За последние четверть века в своем развитии Россия выбрала восточное направление. Поворот России на Восток имеет большую практическую значимость и является самым обсуждаемым на политической арене. Азиатский вектор внешней политики России основан на торгово-экономических, финансовых и технологических ожиданиях с элементами геополитического характера, где ключевую роль занимает российский Дальний Восток.

**Ключевые слова:** внешняя политика РФ, российский Дальний Восток, экономическая политика, геостратегическая безопасность, инвестиции.

## RUSSIAN FOREIGN POLICY IN THE FAR EAST AS A PATTERN OF DEVELOPMENT

**Abstract.** Over the past quarter century, Russia has chosen an eastern direction in its development. Russia's turn to the East is of great practical importance and is the most discussed in the political arena. The Asian vector of Russia's foreign policy is based on trade, economic, financial and technological expectations with elements of a geopolitical nature, and the Russian Far East plays a key role in this.

**Keywords:** foreign policy of the Russian Federation, Russian Far East, economic policy, geostrategic security, investments.

**Актуальность.** Российский Дальний Восток находится в самом значимом геополитическом регионе Северо-Восточной Азии, где пересекаются интересы таких мировых держав и региональных стран-лидеров как Россия, Китай, Индия, Япония, КНДР и др. Это делает его важной территорией для политического, торгово-экономического, технологического и военного двустороннего международного, приграничного партнерства.

**Новизна.** В рамках настоящей статьи проведен комплексный анализ развития Российского Дальнего Востока детерминированный поворотом России на Восток, а именно проводимая в Дальневосточных субъектах государственная политика, направленная на реализацию приоритетных направлений внешней политики в азиатских странах.

**Цель и задачи.** Цель настоящей статьи заключается в анализе проводимой российской внешней политики в Восточной Азии и отведенной в ней роли Дальнего Востока.

**Методы исследования.** Методический инструментарий работы состоит из метода качественного контент-анализа, дедуктивного метода и синтеза.

**Полученные результаты.** Необходимость развития Российского Дальнего Востока автор видит как следствие проводимой Россией внешней политики с государствами Восточной Азии. Отсутствие в нем развитой экономики мешало развитию и укреплению устойчивых связей между государствами для создания продуктивного воспроизводственного процесса.

Россия, исторически и географически, является неотъемлемой частью Азиатско-Тихоокеанского региона и выбор в своем дальнейшем развитии азиатского вектора не случаен, необходимость взаимовыгодного и равноправного партнерства России с азиатскими странами, в первую очередь, обусловлена геополитическими и культурно-историческими факторами. Конечно некоторое влияние и ускорение оказало и последнее обострение дипломатических отношений России с Западом, с явным на этом фоне экономическим подъемом Азии за последние годы.

Данный выбор является самостоятельным внешнеполитическим курсом, продиктованным взятой на вооружение Россией внешнеполитической концепции справедливого, многополярного мира. В рамках которой она должна упрочить свои позиции, как одного из ведущих центров развития современного мира. В Концепции внешней политики РФ прямо отмечается сокращение возможностей исторического Запада доминировать в мировой экономике и политике, а также смещение мирового потенциала силы и развития в Азиатско-Тихоокеанский регион [1].

С конца XIX по середину XX века, многие британские и американские авторы в своих исследованиях посвященных формированию и изменению геополитической картины мира, отводили Азиатско-Тихоокеанскому региону (АТР) роль проведения сдерживания всяческого влияния такой крупнейшей континентальной державы как Россия.

Так, британский геополитик Х. Макиндер, в своих исследованиях, признавал ведущую роль России в стратегическом смысле, в связи с чем считал, что главной задачей англосаксонской геополитики является недопущение образования стратегического континентального союза вокруг «географической оси истории» (России) и стратегия сил «внешнего полумесяца» состоит в том, чтобы оторвать максимальное количество береговых пространств от heartland'a и поставить их под влияние «островной цивилизации» [2].

К концу XX века, ситуация меняется, многие мировые исследователи и эксперты увидели в АТР не только сдерживающую силу, но и предсказывали перспективы развития и превращение его в один из главных геоэкономических и геополитических центров мира. И действительно, в скором времени, АТР в своем развитии набрал небывалый темп экономического роста, чем и обозначил себя в качестве набирающего силы геополитического центра, обратив на себя внимание всего мирового сообщества.

В настоящее время, мировой экономической ситуации присуща полная неопределенность в отношении ближайших перспектив какого – либо роста на фоне перемещения центра мировой экономической активности с Запада на Восток, что тянет за собой изменение политических приоритетов страны и международных взаимоотношений. Дальнейшие отношения между основными действующими субъектами в АТР и способы их сотрудничества будут влиять на общую мировую картину в ближайшем будущем. Тут конечно нужно не забывать и о стремлении западных держав удерживать свои позиции, посредством все той же политики сдерживания новых центров силы, что в конечном счете приводит к нестабильности международных отношений в том числе и региональных.

Учитывая все эти факторы, в условиях мировой нестабильности и обострения противоречий, Дальневосточный федеральный округ для России, ее национальной экономики, с позиции стратегии внешней политики – это не просто ворота и выход на азиатский рынок, а стратегически важный регион.

Руководство страны, уже в начале XX века, с учетом сложившейся ситуации было вынуждено признать, что для развития Дальнего Востока международное региональное сотрудничество является наиболее перспективным направлением и регион стал рассматриваться как субъект международных отношений и ключевое звено в развитии национальной экономики.

В регионе начали вести работу по установлению приграничного сотрудничества с точки зрения инвестиционной привлекательности и международного партнерства со странами АТР. Однако существующий внутривластный кризис того времени, проведение внутренних социально-экономических реформ, полное отсутствие какой – либо правовой базы в данном направлении и бессистемный характер мероприятий, не могли привести к поставленной задаче. Органами власти за последние десятилетия на законодательном уровне проделана большая работа, по планированию социально – экономического развития, подготовлен значительный объем стратегически важных документов определяющих задачи и пути развития региона.

Укрепление своего влияния в АТР Россия всегда рассматривала как стратегическую задачу для защиты в первую очередь своих национальных интересов на этом направлении. Политика поворота на Восток в начале 90-х включала четыре основных компонента: урегулирование региональных конфликтов и улучшение двусторонних отношений со всеми странами региона, радикальное улучшение экономической ситуации на российском Дальнем Востоке и повышение уровня жизни населения в регионе, свертывание военного присутствия в АТР и пропорциональное наращивание экономического участия в хозяйственной жизни региона, вхождение в процессы региональной интеграции [3, с. 90-98.].

Для решения поставленных задач, изначально было утверждено ряд мер по развитию и государственной поддержке экономики Дальнего Востока и Забайкалья, в них четко говорилось о важности региона для возрождения национальной экономики и его положения в АТР [4]. На практике программа оказалась практически не выполнимой, причины этого крылись в том, что ожидания от ее реализации были изначально завышены и соответственно виделись неосуществимые цели, отсутствовали механизмы ее реализации. Экономическое положение в регионе не улучшилось, уровень благосостояния населения не вырос.

Понимание всей важности региона и проводимой в отношении него политики, с учетом новых геоэкономических и геополитических обстоятельств, открывшихся новых возможностей для развития экономики, пришло только в конце XX века.

Ключевыми направлениями развития Дальнего Востока стали: максимальное использование географического преимущества региона для ускорения интеграции России в АТР, оптимальное использование природных ресурсов региона с учетом экологических норм законодательства РФ и учетом глобального изменения климата, постепенное повышение экономического, политического и демографического влияния России в дальневосточном регионе и в ближайшем будущем в АТР.

Целью разрабатываемых программ и стратегий было содействие развитию соответствующей российским приоритетам региональной экономической интеграции, экономики Дальневосточного региона в региональную экономику стран АТР. Дальневосточный регион рассматривался уже с позиции поставок энергоресурсов, которыми в достатке располагает Россия.

Именно энергоресурсы стали предметом борьбы на международных рынках, без них невозможно развитие экономики любой из стран мира. Наиболее привлекательными и перспективными по наличию спроса на ресурсы в то время были такие страны, как Китай, Япония, Южная Корея.

Вскоре экономика Дальнего Востока России представлялась уже как региональная и была представлена на восточно-азиатском рынке нефтегазовыми корпорациями, банковскими структурами, приграничным сотрудничеством, военно-промышленным комплексом, экспортными энергетическим оборудованием [5, с.848].

Такое развитие ситуации определило и новые направления внешней политики России в восточно-азиатском направлении. Обеспечение национальной безопасности стало первоочередной задачей, затем защита региона от массовой и неконтролируемой миграции из стран АТР, реализация инфраструктурного потенциала России в региональной экономике, укрепление позиции России на рынке энергетических ресурсов, развитие на Дальнем Востоке высокотехнологичной промышленности и его выход на азиатский рынок, реализация механизма привлечения инвестиций в регионы Дальнего Востока [3, с. 90-98.].

Российская Федерация придерживается принципа неделимости международной безопасности на мировом и региональном уровне. В отношении азиатских стран, всегда четко идет курсом многосторонней безопасности, неоднократно выступая с предложениями для ее создания.. Для России эти страны являются залогом и необходимым условием своей территориальной целостности, раз-

вития экономической интеграции Дальневосточного региона в АТР, активизации международного сотрудничества с входящими в него странами, в связи с чем неоднократно выдвигала предложения для создания многосторонней системы безопасности в регионе.

На региональном уровне Россия, как член АТЭС, также стремилась к активному взаимодействию и экономической интеграции со странами участниками. Задача стояла через них привлечь иностранные инвестиции для осуществления крупных промышленных и транспортных инвестиционных программ в регионе и созданию прочных финансовых взаимоотношений.

Конец XXв. начало XXIв., Россия продолжает всячески стремиться к развитию и укреплению двусторонних отношений, взаимовыгодного и равноправного партнерства со странами АТР.

Благодаря стратегическому планированию и проводимой внешнеполитической деятельности, в существующем мировом кризисе, подвергаясь постоянному давлению, со стороны Запада, Россия представила всему мировому сообществу в чем состоят ее национальные интересы.

Согласно Концепции национальной безопасности РФ (в редакции от 1997 г.), национальные интересы России предполагают активизацию сотрудничества со странами Восточной Азии на взаимовыгодных условиях. Для чего кроме решения прочих задач необходимо значительно повысить уровень качества жизни населения Дальнего Востока, повысить эффективность его хозяйственного комплекса для привлечения иностранных инвестиций, реализовать транспортный потенциал региона, повысить энергетическую безопасность, сформировать транспортно-энергетическую инфраструктуру [6].

К решению поставленных задач приступили только в начале следующего века. В это время развитие всесторонних отношений России с азиатскими странами становится в приоритете. В целях эффективной их реализации принимается, документ стратегического планирования, новая программа экономического и социального развития Дальнего Востока и Забайкалья на период до 2013 года. Учитывая прошлый опыт, на реализацию всех мероприятий федеральный центр значительно увеличивает финансирование [7]. Целью, указанной программы, является формирование инфраструктуры и инвестиционного климата Дальнего Востока в четком соответствии национальным интересам, где в первую очередь развитию подлежали топливно-энергетический комплекс, транспортная система, подлежало создать приемлемые социальные условия для населения.

В дальнейшем утверждается еще одна Стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года [8], финансирование на реализацию по-прежнему растет. В ней предполагается развитие существующего на Дальнем Востоке производства отраслей промышленности и создание нового с использованием инновационных технологий, что также должно в будущем привести к росту региональной и национальной экономики.

Конечно, даже такое увеличение финансирования не являются залогом быстрого достижения конечных результатов. Благодаря данной стратегии начала свое развитие на международном рынке энергетическая инфраструктура и экспорт российских природных ресурсов вышел на новый уровень, увеличилось количество инвестиций в производственную сферу региона.

На фоне планирования экономического развития Дальнего Востока за все эти годы, не остались без внимания и инвестиции. Инвестиционное законодательство формируется по настоящее время, но наибольшее развитие оно получило в начале 2000-х годов, в это время правительством разрабатываются меры по оказанию поддержки бизнесу в регионах.

Одновременно в стране проходит перераспределение полномочий между регионами и федеральным центром, формируется новая управленческая инфраструктура (федеральные округа, полномочные представители президента). Ситуацию это сильно не меняет, финансовая зависимость регионов от дотаций федерального центра по-прежнему огромна. Дальневосточные субъекты продолжают нарабатывать нормативно-правовую базу в сфере сотрудничества со странами АТР, результатом чего стало не одно подписанное соглашение в самых разных сферах деятельности и ведется дальнейшее обсуждение всестороннего приграничного сотрудничества.

Большие надежды в развитии Дальнего Востока России связывали с альтернативным направлением, созданием территорий опережающего развития (ТОР), особых зонах со специальными условиями для организации несырьевого производства, ориентированного, в том числе, на экспорт, с особым правовым режимом ведения деятельности и налоговыми льготами. Программа направлена на привлечение инвестиций и ускоренного социально-экономического развития. В настоящее время в регионе сформирована уже не одна подобная площадка и их число как и объем инвестиций стремительно растет, например в Приморском крае созданы ТОР «Большой Камень», «Надеждинская», «Михайловский» и т.д. Реализация подобных проектов не только подымает экономику Дальневосточных регионов, но и увеличивает создание рабочих мест.

Хочется отметить и рост взаимного сотрудничества между Россией и Китаем. Российско-китайские отношения находятся на уровне своего исторического максимума, стороны заинтересованы в конструктивных взаимоотношениях, создании прочных политических и экономических связей, что в дальнейшем может стать хорошим фундаментом для развития Дальнего Востока. На сегодняшний день странами реализуются более 80 совместных проектов, требующих больших инвестиций. Основная их часть расположена на Дальнем Востоке. Так к примеру, на ТОР и свободного порта Владивосток китайские инвестиции присутствуют в более чем 50 %, в будущем, механизм международной ТОР позволит реализовать еще больше новых проектов в логистике, сельском хозяйстве, фармацевтике, высоких технологиях и туризме. У Дальнего Востока огромный потенциал по производству экологически чистой продукции, востребованной в Азии [9].

**Выводы.** Проблема осуществления геостратегических, национальных интересов и национальной безопасности России на Дальнем Востоке является одной из ключевых на протяжении длительного времени. Связано это в первую очередь с тем, что ни в каком другом регионе России внутригосударственные факторы так сильно не влияют на внешнеполитические позиции и безопасность государства, как на Дальнем Востоке.

---

1. Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 30.11.2016 г. № 640 – Текст: электронный. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41451>

2. Дугин А.Г. Основы геополитики//Библиотека Михаила Грачева – Текст: электронный. – URL: <https://grachev62.narod.ru/dugin/chapt01.htm>

3. Богатуров А. Российский Дальний Восток в новых геопространственных измерениях Восточной Евразии//Мировая экономика и международные отношения, 2004, № 10, С. 90-98. – Текст: электронный. – URL: <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2004-10-90-98>

4. О мерах по развитию и государственной поддержке экономики Дальнего Востока и Забайкалья: Указ Президента Российской Федерации от 22.09.1992 г. № 1118 – Текст: электронный. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/11782>

5. Минакир, П.А. Экономика регионов: Дальний Восток. / П.А. Минакир. – М.: Экономика, 2006 – 848 с.

6. Об утверждении Концепции национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 17.12.1997 г. № 1300 – Текст: электронный. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/11782>

7. Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья на период до 2013 года: Федеральная целевая программа – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/c-ops\\_doc\\_LAW\\_138665/3b40f5dcbcc8380fd569e8b18243dcbad4105984/](https://www.consultant.ru/document/c-ops_doc_LAW_138665/3b40f5dcbcc8380fd569e8b18243dcbad4105984/)

8. О Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 г.: Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2009 г. N 2094-р – Текст: электронный. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6632462/>

9. Чекунков рассказал об инвестициях КНР в крупные проекты Дальнего Востока: РИА Новости, 13.09.2023 – Текст: электронный. – URL: <https://ria.ru/20230912/investitsii-1896024954.html>

УДК 327.8

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ПАЛЕСТИНО-ИЗРАИЛЬСКИЙ КОНФЛИКТ

**И.А. Меринова, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Статья рассматривает влияние социальных сетей на палестино-израильский конфликт. С помощью анализа данных исследования прослеживается роль различных платформ в формировании общественного мнения и мобилизации участников конфликта. Авторы выявляют, как использование соцсетей может повлиять на распространение информации о событиях на местах конфликта, а также на восприятие событий со стороны мирового сообщества. Особое внимание уделяется проблеме распространения дезинформации и роли модераторов и алгоритмов соцсетей в цензуре контента, связанного с конфликтом, и воздействию на дискурс в сети*

**Ключевые слова:** *социальные сети, общественное мнение, палестино-израильский конфликт, освещение конфликта, дезинформация, модерация контента.*



## THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE PALESTINIAN-ISRAELI CONFLICT

***Abstract.** The article examines the impact of social media on the Palestinian-Israeli conflict. Through the analysis of research data, the role of various platforms in shaping public opinion and mobilizing participants in the conflict is traced. The authors identify how the use of social media can affect the dissemination of information about events on the ground and the perception of events by the international community. Particular attention is paid to the problem of misinformation dissemination and the role of social media moderators and algorithms in censoring conflict-related content and influencing online discourse.*

***Keywords:** social networks, public opinion, Palestinian-Israeli conflict, conflict coverage, disinformation, content moderation.*

Влияние социальных сетей на палестино-израильский конфликт является актуальной проблемой в контексте современной информационной эры, где социальные медиа играют ключевую роль в формировании общественного мнения и распространении информации. Особенно важно понять, как эти платформы влияют на восприятие конфликта и его решение.

**Целью исследования** является изучение роли социальных сетей в формировании общественного мнения на примере палестино-израильского конфликта, выявление особенностей распространения информации о конфликте на платформах социальных медиа.

**Предметом исследования** является влияние социальных сетей на динамику палестино-израильского конфликта, включая роль платформ в распространении информации, формировании общественного мнения и мобилизации участников конфликта.

**Объектом исследования** являются социальные сети и их воздействие на динамику палестино-израильского конфликта.

Палестино-израильский конфликт является давним и весьма спорным вопросом, привлекающим международное внимание и вызывающим дискуссии экспертов по всему миру. В наше время, с учетом развития информационных технологий и глобализации данное противостояние перешло в интернет-пространство, где все большую роль играют социальные сети. В последние годы социальные сети превратились в мощный инструмент, формирующий общественное мнение и влияющий на повестку обеих сторон конфликта. В этой статье мы углубимся в многогранную роль социальных сетей в распространении информации, дезинформации и пропаганде, дадим представление о влиянии, которое они оказали на конфликт.

Различные платформы социальных сетей изменили способы обмена информацией, сделав их практически мгновенными и общедоступными. Этими преимуществами активно пользуются участники палестино-израильского конфликта, включая как отдельных граждан, так и организации, которые теперь имеют возможность моментально делиться своими аккаунтами, видео и изображениями из зон конфликта. Это привело к увеличению мировой осведомленности и пониманию ситуации на Ближнем Востоке, давая голос тем, кто ранее не имел возможности делиться своей точкой зрения в традиционных СМИ. Социальные платформы стали своеобразной ареной для очевидцев, позволяя обычным гражданам и активистам выступать в роли гражданских журналистов и фиксировать события по мере их развития.

Социальные сети превратились в виртуальные поля битвы, где сталкиваются противоборствующие стороны конфликта. Отдельные лица и правозащитные группы с обеих сторон конфликта используют социальные сети для распространения своих точек зрения, освещения причин и поиска поддержки. Эти платформы предоставляют пространство для публичных дебатов и дискуссий по конфликту, позволяя отдельным лицам выражать свою позицию и участвовать в обсуждениях. Способность формировать тезисы и привлекать внимание в социальных сетях позволила обеим сторонам привлечь сторонников и сплотиться вокруг своих соответствующих целей. Хэштеги и актуальные темы, связанные с Палестино-израильским конфликтом, часто доминируют на платформах социальных сетей, оказывая значительное влияние на общественный дискурс и привлекая внимание людей по всему миру.

Государства и правительства, осознав растущую роль новых СМИ в мире, стали использовать их в своей пропагандистской деятельности. И Израиль, и Палестина использовали социальные сети для формирования общественного восприятия и продвижения своих целей.

Создание стратегического контента и обмен им позволяют создавать повестки, поддерживающие их позиции и цели. Пропагандистские видеоролики, изображения и сообщения, направленные на увеличение влияния на общественное мнение, широко распространяются в социальных сетях,

усиливая пропалестинские или произраильские настроения и стимулируя эмоциональные реакции. Это создает среду, в которой люди с большей вероятностью поддадутся влиянию пропаганды и с меньшей вероятностью будут сомневаться в ее подлинности или предвзятости [1].

Хотя социальные сети и способствуют распространению информации, в период конфликтов значительная часть подобной информации является ложной, что усиливает поляризацию конфликта. Дезинформация, подтасованные изображения и сфабрикованные истории часто публикуются на платформах социальных сетей с преднамеренным намерением ввести в заблуждение общественное мнение и манипулировать им.

Кампании по дезинформации, организуемые отдельными лицами, группами или даже государственными субъектами, становятся все более распространенным явлением. Это включает в себя использование поддельных новостных статей и вводящих в заблуждение повествований, направленных на продвижение определенных программ и искажение правды. Различие между подлинной информацией и дезинформацией стало серьезной проблемой для пользователей социальных сетей и широкой общественности, усложняя усилия по поиску разрешения конфликта [2]. Так, спустя месяц после новой эскалации конфликта в октябре 2023 года в социальных сетях начала распространяться информация, что Турция примет 1 миллион палестинских беженцев и выдаст им гражданство взамен на 2 млрд долларов. Эта новость подняла общественный резонанс как среди пропалестинских сторонников, так и среди произраильских. Однако, 7 ноября администрация президента Турции Эрдогана опровергла эту информацию [3].

В ходе израильской операции «Железные мечи» в секторе Газа дезинформация появляется в социальных сетях после каждого действия армии Израиля или ХАМАСа. Удар по больнице Аль-Ахли в Газе, в результате которого 17 октября погибли сотни палестинцев, не стал исключением, поскольку участники обеих сторон в битве между Израилем и ХАМАС пытаются поддержать версию своей стороны и поставить под сомнение версию другой [4].

Также отдел проверки фактов агентство Рейтер выявил многочисленные случаи публикации в социальных сетях с использованием поддельных изображений и информации о конфликте между Израилем и ХАМАС, а также другие случаи, когда не дезинформация, а именно непреднамеренное извращение фактов усиливало напряженность. К ним относятся:

Аккаунт в популярной социальной сети под именем Фарида Хан, выдающий себя за журналистку "Аль-Джазиры" в Газе, опубликовал сообщение о том, что у них есть видео "попадания ракеты ХАМАСа в больницу" во время инцидента во вторник. Впоследствии Al Jazeera предупредила пользователей социальных сетей, что аккаунт не связан со службой новостей и сообщила Reuters, что у нее не работает человек по имени Фарида Хан. Позже аккаунт был удален [5].

Хотя платформы социальных сетей прилагали усилия для контроля за распространением дезинформации и разжигания ненависти, они столкнулись со значительными проблемами в достижении баланса между модерацией контента и свободой слова. Попытки ограничить распространение ложной информации и подстрекательской риторики привели к обвинениям в цензуре и предвзятости. Использование алгоритмов модерации контента, предназначенных для фильтрации оскорбительного или вводящего в заблуждение контента, вызвало опасения по поводу предвзятости алгоритмов. Ошибки в этих алгоритмах могут непреднамеренно подавлять определенные точки зрения или усиливать определенные нарративы, потенциально влияя на общественное мнение и усугубляя существующие разногласия.

Так, китайская социальная сеть TikTok удалила несколько сотен тысяч видео, связанных с палестино-израильским конфликтом, в рамках борьбы с дезинформацией. Эта временная мера направлена на предотвращение разжигания ненависти, как указало руководство. Кроме удаления видео, были заблокированы определенные хештеги и целые аккаунты, пропагандирующие насилие. TikTok также объявил о наборе модераторов с знанием арабского языка и иврита для модерации контента, связанного с событиями кризиса на Ближнем Востоке [6].

Некоторые пользователи также обвинили Instagram<sup>1</sup> в произвольном удалении постов, в которых просто упоминается Палестина, за нарушение "правил сообщества". Другие заявили, что их Instagram Stories были скрыты для обмена информацией о протестах в поддержку Палестины в Лос-Анджелесе и районе залива Сан-Франциско [7].

«Социальные сети – важнейшие платформы, позволяющие людям свидетельствовать и выступать против злоупотреблений, в то время как цензура некоторых новых СМИ способствует даль-

---

<sup>1</sup> Социальная сеть, признанная экстремистской на территории Российской Федерации

нейшему замалчиванию страданий палестинцев» [8]. Подобные высказывания все чаще появляются в социальных сетях и получают массовую поддержку посредством лайков и репостов.

Роль социальных сетей в палестино-израильском конфликте нельзя игнорировать. Они коренным образом изменили способы распространения, обмена и восприятия информации. Социальные сети предоставили платформу для игнорируемых голосов, повысили глобальную осведомленность и способствовали росту сторонников и противников конфликта. Однако это также привело к манипулированию информацией, превращению ее в оружие и распространению дезинформации.

Понимание нюансов влияния социальных сетей на палестино-израильский конфликт имеет решающее значение для установления истины и развития конструктивного диалога в будущем. Важно скептически подходить к информации, представленной в социальных сетях, критически оценивать ее и помнить о своих предубеждениях.

---

1. Афанасьева Т.С. Политическая пропаганда в социальных сетях. – Текст: электронный // Вестник магистратуры. – 2020. – №2. – С. 57-64. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-propaganda-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (дата обращения: 30.04.2024)

2. Дезинформация как один из способов воздействия на аудиторию интернет-СМИ. – Текст: электронный // URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5eea5444cd3d3e0001030014.pdf> (дата обращения: 30.04.2024).

3. Администрация Эрдогана опровергла, что Турция примет 1 млн палестинских беженцев. – Текст: электронный // Комсомольская правда: [сайт]. – URL: <https://www.kp.ru/online/news/5532271/> (дата обращения: 04.05.2024).

4. Удар по больнице в секторе Газа. Главное. – Текст: электронный // Ведомости: [сайт]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2023/10/18/1001155-udar-po-bolnitse> (дата обращения: 04.05.2024).

5. Disinformation surge threatens to fuel Israel-Hamas conflict. – Текст: электронный // Reuters: [сайт]. – URL: <https://www.reuters.com/world/disinformation-surge-threatens-fuel-israel-hamas-conflict-2023-10-18/> (дата обращения: 05.05.2024).

6. TikTok удалила 500 тыс. видео по теме палестино-израильского конфликта. – Текст: электронный // Известия: [сайт]. – URL: <https://iz.ru/1590373/2023-10-16/tiktok-udalila-500-tys-video-po-teme-palestino-izrailkogo-konflikta> (дата обращения: 05.05.2024).

7. Are social media giants censoring pro-Palestine voices amid Israel's war? – Текст: электронный // Al Jazeera: [сайт]. — URL: <https://www.aljazeera.com/features/2023/10/24/shadowbanning-are-social-media-giants-censoring-pro-palestine-voices> (дата обращения: 07.05.2024).

8. Meta 'stifling' pro-Palestine voices on social media, rights group says. – Текст: электронный // Al Jazeera: [сайт]. – URL: <https://www.aljazeera.com/news/2023/12/21/meta-stifling-pro-palestine-voices-on-social-media-hrw> (дата обращения: 08.05.2024).

УДК 81.42

## **ФЕНОМЕН «НОВЫХ МЕДИА» В СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЯХ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И МЕССЕНДЖЕРОВ**

**А.Н. Новикова, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Статья рассматривает влияние феномена «новых медиа» на современные международные отношения, сосредотачиваясь на социальных сетях и мессенджерах как ключевых элементах этого явления. Анализируется роль социальных сетей и мессенджеров в глобальной связи и коммуникации, также в дипломатии. Обсуждаются как позитивные, так и негативные аспекты их использования. В заключении подчеркивается значимость учета этих факторов при формировании политики в области международных отношений.*

***Ключевые слова:** новые медиа, платформы, международные отношения, социальные сети, мессенджеры.*

# THE PHENOMENON OF "NEW MEDIA" IN MODERN INTERNATIONAL RELATIONS ON THE EX-AMPLE OF SOCIAL NETWORKS AND MESSENGERS

**Abstract.** *The article examines the influence of the phenomenon of «new media» on modern international relations, focusing on social networks and messengers as key elements of this phenomenon. The role of social networks and messengers in global communication and communication, as well as in diplomacy, is analyzed. Both positive and negative aspects of their use are discussed. In conclusion, the importance of taking these factors into account in shaping policy in the field of international relations is emphasized.*

**Keywords:** *new media, platforms, international relations, social networks, messengers.*

## **Актуальность**

В современном мире, где информационные технологии и интернет играют все более значимую роль, изучение влияния новых медиа на международные отношения становится все более актуальным. Особое внимание привлекают социальные сети и мессенджеры, которые становятся не только платформой для общения и развлечений, но и важным инструментом для формирования общественного мнения, мобилизации граждан, и даже воздействия на политические процессы. Для государств и международных организаций социальные сети и мессенджеры становятся важным инструментом для проведения дипломатической работы и воздействия на общественное мнение. Официальные аккаунты и страницы в социальных сетях используются для коммуникации с гражданами других стран, пропаганды, и формирования имиджа. Изучение феномена новых медиа в контексте современных международных отношений является актуальной и важной задачей, которая требует комплексного подхода и внимания к различным аспектам этого явления [1, с. 72].

**Цель исследования** – анализ феномена «новых медиа» и его влияния на современные международные отношения, с акцентом на социальных сетях и мессенджерах.

**Объект исследования** – феномен «новых медиа» в контексте международных отношений.

**Предмет исследования** – влияние социальных сетей и мессенджеров на процессы коммуникации, мобилизации общественного мнения, дипломатической деятельности, а также на формирование образа страны и международного имиджа через призму новых медиа.

Феномен «новых медиа» не подразумевает под собой конкретной формулировки. Отчасти это связано с нестабильностью и стремительным развитием среды, в которой он формируется и функционирует. К определению понятия «новые медиа» можно выделить два наиболее общепринятых подхода:

1. Новые медиа представляют собой сетевые платформы для массовой информации. В данном контексте они включают в себя электронные версии традиционных СМИ, а также самостоятельные интернет-издания. Интернет служит основным каналом для распространения контента, обладающего рядом характеристик, таких как гипертекстуальность и интерактивность. Однако такой подход ограничен и не учитывает всего потенциала среды Web 2.0, сосредотачивая внимание преимущественно на технологических аспектах [2, с. 129]

2. Новые медиа представляют собой комплекс явлений, охватывающих веб-среду. Этот подход сосредотачивает внимание на потребителях контента, которые одновременно являются его создателями. Согласно этой концепции, новые медиа включают в себя широкий спектр медиа форматов: от интернет-СМИ, блогосферы и социальных медиа до виртуальных книг и кино, предназначенных для онлайн-аудитории [3, с. 6]

Исследование природы «новых медиа» помогает лучше понять, как они влияют на политику. Медиа – это место, где люди общаются и договариваются о разных аспектах реальности. Также политика – это область, где принимаются решения о том, как решать социальные проблемы. Когда мы говорим о медиальной природе политики, мы подчеркиваем, как социальные аспекты влияют на политическое пространство. Медиа политики — это место, где создаются возможности для развития политики в неопределенной среде, а также постоянно обновляется содержание политики в самом сердце политической деятельности [4, с. 9]. Как и медиа, политика имеет свое место в социальной реальности и самодостаточна в своем влиянии. Сейчас новые медиа уже достигли того момента, когда их можно считать равноправной альтернативной площадкой для политических дискуссий [5, с. 223].

Феномен «новых медиа» привносит значительные изменения в современные международные отношения, особенно благодаря распространению социальных сетей и мессенджеров. Эти плат-

формы становятся не только средством общения, но и важным инструментом для формирования общественного мнения, мобилизации граждан, и воздействия на политические процессы в различных странах. Социальные сети и мессенджеры обеспечивают глобальную связь и коммуникацию, что способствует быстрому распространению информации о международных событиях и проблемах, а также позволяет гражданам обмениваться мнениями и идеями независимо от расстояния.

Одной из наиболее влиятельных и широко используемых социальных сетей в данной сфере является Twitter. Данная социальная сеть отличается своей мгновенностью и широким охватом. Это платформа, на которой пользователи могут быстро обмениваться новостями, мнениями и комментариями о событиях, происходящих в мире.

Политики, государственные деятели, международные организации и общественные лидеры активно используют Twitter для публикации своих позиций, официальных заявлений и общения с широкой аудиторией. Twitter также часто используется для организации кампаний, мобилизации общественного мнения и проведения дебатов по ключевым вопросам международной политики. Хэштеги и тематические обсуждения позволяют пользователям быстро выявлять ключевые темы и тренды, а также выражать свои взгляды на них.

В начале 2023 года Twitter сообщил о более чем 415.3 миллионах ежедневных активных пользователей по всему миру, причём с высокой активностью: миллионами твитов, ретвитов, лайков и ответов каждый день [6]. Twitter широко распространён во многих странах мира, хотя его популярность может варьироваться в зависимости от региона. США и Индия являются одними из крупнейших рынков для Twitter. В целом, Twitter играет значительную роль в формировании общественного мнения и воздействии на политические процессы, в том числе на международные отношения, благодаря своей широкой популярности и возможностям быстрого и эффективного общения.

Использование Twitter в качестве средства политической коммуникации в международных отношениях может иметь негативные последствия.

Во-первых, Twitter подвержен распространению дезинформации и фейковых новостей. Благодаря быстрому темпу обновления информации и широкой доступности для пользователей со всего мира, этот микроблогинговый сервис может стать платформой для массового распространения ложной или искажённой информации, что может привести к искажению общественного мнения и воздействию на политические процессы.

Во-вторых, Twitter может стать инструментом для организации и координации деструктивных действий, таких как пропаганда экстремистских и террористических идеологий. Это создает угрозу безопасности и стабильности, особенно когда пользователи используют эту платформу для рекрутинга новых членов или планирования атак.

Третьим негативным аспектом является риск конфликтов и дипломатических инцидентов, вызванных необдуманными или провокационными сообщениями политиков и общественных деятелей на Twitter. В условиях острого международного напряжения или конфликта, неправильно сформулированное сообщение в Twitter может привести к непредвиденным последствиям и усугубить политическую ситуацию.

Кроме того, Twitter может стать площадкой для целенаправленной дезинформации и манипуляции общественным мнением со стороны иностранных агентов и государственных акторов. Это может оказать негативное влияние на международные отношения и вызвать доверие и недоверие между государствами.

В отличие от социальных сетей, мессенджеры обычно предназначены для приватного общения и менее подвержены публичному воздействию. Тем не менее, среди мессенджеров, которые могут оказывать влияние на международные отношения, Telegram часто выделяется, благодаря ряду особенностей и функций.

Telegram является важным инструментом политической коммуникации в международных отношениях. Благодаря своим особенностям, таким как высокий уровень приватности и шифрования сообщений, Telegram предоставляет возможность для конфиденциального общения между политиками, дипломатами и общественными деятелями. Групповые чаты и каналы позволяют организовывать обсуждения, координировать действия и объединять аудиторию вокруг различных политических инициатив. Благодаря международной популярности и наличию аудитории, Telegram становится эффективным средством для общения между представителями разных стран и регионов мира, а также для распространения информации и мнений на глобальном уровне. В 2024 году Telegram посещают 900 миллионов человек в месяц. По количеству аудитории Telegram входит в пятерку самых популярных мессенджеров в мире.

Использование Telegram в международных политических отношениях несомненно имеет свои негативные аспекты. Во-первых, среди них следует выделить возможность распространения дезинформации и фейковых новостей. Как и в случае с другими платформами социальных медиа, Telegram подвержен риску использования для целенаправленного распространения ложной или искаженной информации с целью манипулирования общественным мнением и влияния на политические процессы.

Во-вторых, Telegram может стать площадкой для организации и координации экстремистских группировок и террористических организаций. Это создает серьезную угрозу безопасности и стабильности, поскольку позволяет экстремистским организациям свободно обмениваться информацией, планировать атаки и рекрутировать новых членов.

Третьим негативным аспектом является потенциальная уязвимость в области конфиденциальности и безопасности данных. Несмотря на высокий уровень шифрования, существует вероятность взлома аккаунтов и доступа к конфиденциальной информации, что может привести к серьезным последствиям для политических процессов и даже к нарушению государственной безопасности.

Важно также отметить, что использование Telegram для политической коммуникации может привести к исключению определенных групп из общественного диалога. Например, если группа не имеет доступа к этой платформе или ее аккаунты заблокированы, это может ограничить их возможность выражать свои взгляды и участвовать в обсуждениях, что может привести к искажению общественного мнения и искажению политических процессов.

И, наконец, некоторые страны могут ограничивать доступ к Telegram или цензурировать его содержимое в целях контроля информационного пространства и подавления оппозиционных голосов. Это может затруднить свободный обмен информацией и идеями в международной общественной сфере и ограничить возможности демократического участия.

Таким образом, феномен «новых медиа» имеет огромное значение в современных международных отношениях, поскольку он влияет на формирование политики и взаимодействие между государствами. Социальные сети и мессенджеры стали мощным инструментом для коммуникации, мобилизации общественного мнения и дипломатии [7, с. 224]. Они обеспечивают быструю и широкую диффузию информации, что делает их важным каналом для общения между правительствами, дипломатическими миссиями и общественными деятелями.

Однако с ростом влияния новых медиа возникают и новые вызовы. Распространение дезинформации, организация экстремистских группировок и риск конфликтов на политическом уровне – все это негативные аспекты, которые следует учитывать при анализе роли социальных сетей и мессенджеров в международных отношениях.

Следует признать, что новые медиа предоставляют новые возможности для диалога и взаимодействия между государствами, а также между правительствами и гражданским обществом. Однако для эффективного использования этих инструментов необходимо разработать стратегии управления информацией, обеспечивающие безопасность, конфиденциальность и защиту от манипуляций. В контексте формирования политики в области международных отношений необходимо учитывать как позитивные, так и негативные аспекты влияния новых медиа. Важно развивать механизмы регулирования и контроля использования этих инструментов, чтобы обеспечить их конструктивное использование в интересах укрепления международного сотрудничества и мира.

---

1. Бобров Д.В., Буга В.В. Мессенджер Telegram как средство политической коммуникации – Текст: электронный // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – 2023. – № 08 (100). – URL: <https://scipress.ru/philology/articles/messenzher-telegram-kak-sredstvo-politicheskoy-kommunikatsii.html>

2. Клягин С.В. Феномен медиа в современном обществе: к вопросу о становлении политического // Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». – 2018. – № 4 (14). – С. 9-23.

3. Казаринова Д.Б. Новые медиа в современном политическом процессе // Вестник РУДН. Серия: «Политология». – 2014. – № 1. – С. 128-131.

4. Суворова А.Ю. Роль новых медиа в контексте медиатизации политических процессов // Коммуникология. – Т. 5 №1. – С. 69-78

5. Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) – Текст: электронный // Вестник ОмГУ. – 2015. – №1 (75). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-evolyutsiyaponyatiya-analiticheskii-obzor>.

6. Number of Twitter users worldwide from 2019 to 2028 (Internet, Social Media & User-Generated Content) – Текст: электронный // Statista. – URL: <https://www.statista.com/forecasts/1146722/twitter-users-in-the-world>

7. Карякина К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента // Медиаскоп. – 2010. – №1. – С. 6.

## ШАНХАЙСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

О.М. Норемян, магистрант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В данной статье предлагается рассмотреть основные достижения, вызовы и перспективы ШОС. Учитывая роль организации в евразийском интеграционном процессе крайне важно также проанализировать ее эволюцию, особенно для того, чтобы определить, на каком этапе находится организация и куда она движется.

**Ключевые слова:** ШОС, Китай, Россия, сотрудничество, евразийский континент, проблемы, перспективы.

## SHANGHAI COOPERATION ORGANIZATION: CHALLENGES AND PROSPECTS

**Abstract.** This article proposes to review the main achievements, challenges and prospects of the SCO. Given the role of the organization in the Eurasian integration process, it is also crucial to analyze its development, especially in order to determine where the organization stands and where it is heading.

**Keywords:** SCO, China, Russia, cooperation, Eurasian continent, challenges, prospects.

Создание Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) – одно из важнейших международных событий в современной международной политической жизни. Спустя 23 года после своего создания в июне 2001 года ШОС стала крупнейшей и самой большой по численности населения организацией регионального сотрудничества в мире, охватывающей три пятых территории Евразийского континента и насчитывающей более трех миллиардов человек. Создание ШОС имеет огромное значение для укрепления мира и безопасности, процветания и развития Центральной Азии, Евразии и мира в целом [1].

ШОС – это постоянная межправительственная международная организация, большая часть истории которой связана со сближением России и Китая в целях сотрудничества по общим геэкономическим и стратегическим задачам для долгосрочной экономической интеграции азиатского континента. ШОС возникла в 1996 году в результате создания свободной группировки между Китаем, Россией и тремя бывшими советскими республиками: Казахстаном, Кыргызстаном и Таджикистаном. Они встретились в таком составе, чтобы разрешить пограничные споры, как старые между Китаем и Россией, так и более поздние, возникшие после распада Советского Союза в 1991 году. Первая встреча группы состоялась в Шанхае, и поэтому она стала известна как "шанхайская пятерка". 15 июня 2001 года в Шанхае "шанхайская пятерка" приняла решение о создании новой постоянной международной организации, ШОС, со штаб-квартирой в Пекине. В том же году они добавили Узбекистан, став группой из шести государств-членов. Хартия Шанхайской организации сотрудничества была подписана на встрече глав государств ШОС в Санкт-Петербурге в июне 2002 года и вступила в силу 19 сентября 2003 года. Она является основным уставным документом, определяющим цели и принципы организации, а также ее структуру и основные направления деятельности. ШОС проводит свою внутреннюю политику на основе принципов взаимного доверия, взаимной выгоды, равенства, взаимных консультаций, уважения культурного разнообразия и стремления к общему развитию, а внешнюю политику – в соответствии с принципами неприсоединения, ненаправленности против третьих стран и открытости. В 2004–2005 годах в ШОС были приняты Монголия, Пакистан, Индия и Иран в качестве "государств-наблюдателей" без права голоса. Но на историческом заседании Совета глав государств Шанхайской организации сотрудничества, состоявшемся 8-9 июня 2017 года в Астане в июне 2017 года, ШОС сделала большой шаг вперед, официально приняв Пакистан и Индию в качестве полноправных членов с правом голоса. После вступления Индии и Пакистана восемь полноправных членов ШОС теперь представляют около 20 % мирового ВВП и около 42 % населения планеты, а также четыре из заявленных ядерных держав. В будущем ШОС рассматривает возможность принятия Турции и Ирана в качестве полноправных членов. Таким образом, в настоящее время в ШОС входят восемь государств

членов: Республика Индия, Республика Казахстан, Китайская Народная Республика, Кыргызская Республика, Исламская Республика Пакистан, Российская Федерация, Республика Таджикистан и Республика Узбекистан; четыре государства-наблюдателя: Исламская Республика Афганистан, Республика Беларусь, Исламская Республика Иран и Монголия; и шесть партнеров по диалогу: Азербайджанская Республика, Республика Армения, Королевство Камбоджа, Демократическая Федеративная Республика Непал, Турецкая Республика и Демократическая Социалистическая Республика Шри-Ланка. ШОС заявляет о том, что до дальнейшего развития будет преследовать следующие основные цели: укрепление взаимного доверия и добрососедства между государствами-членами; содействие их эффективному сотрудничеству в области политики, торговли, экономики, исследований, технологий и культуры, а также образования, энергетики, транспорта, туризма, охраны окружающей среды и других областях; совместные усилия по поддержанию и обеспечению мира, безопасности и стабильности в регионе; продвижение к установлению нового демократического, справедливого и рационального международного политического и экономического порядка. Что касается организации и функционирования ШОС, то здесь стоит отметить, что высшим директивным органом ШОС является Совет глав государств (СГГ). Он собирается раз в год и принимает решения и руководящие принципы по всем важным вопросам деятельности организации. Совет глав правительств ШОС (СГП) собирается раз в год для обсуждения стратегии многостороннего сотрудничества и приоритетных направлений деятельности организации, решения важных экономических и других вопросов сотрудничества, а также утверждения годового бюджета организации. Официальными языками ШОС являются русский и китайский. Помимо заседаний СГГ и СГП, существует механизм встреч на уровне глав парламентов, секретарей Советов безопасности, министров иностранных дел, обороны, чрезвычайных ситуаций, экономики, транспорта, культуры, образования и здравоохранения, руководителей правоохранительных органов, высших и арбитражных судов, генеральных прокуроров. Совет национальных координаторов государств-членов ШОС (СНК) служит координационным механизмом ШОС. Организация имеет два постоянных органа: Секретариат ШОС, расположенный в Пекине (главный постоянный исполнительный орган ШОС), и Исполнительный комитет Региональной антитеррористической структуры (РАТС), расположенный в Ташкенте. Генеральный секретарь ШОС и глава Исполнительного комитета РАТС ШОС назначаются Советом глав государств на трехлетний срок на основе ротации в русском алфавитном порядке без возможности продления. Их поддерживают помощники и сотрудники Секретариата, набираемые из числа граждан государств-членов организации. Чжан Мин (Китай) и Руслан Мирзаев (Узбекистан) с 1 января 2022 года занимают соответственно посты генерального секретаря и директора исполнительного комитета региональной антитеррористической структуры. Что касается внешних связей, то ШОС хорошо сотрудничает с рядом международных, глобальных и региональных организаций, включая Организацию Объединенных Наций, Содружество Независимых Государств, Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии, Организацию Договора о коллективной безопасности, Организацию экономического сотрудничества, Совещание по взаимодействию и мерам доверия в Азии и Международный комитет Красного Креста [6, 7, 9].

На основе наших анализов, наблюдений и фактов мы выделяем три основных достижения ШОС за двадцать три года ее существования, которые мы предлагаем изложить в этом пункте в последовательном порядке, а именно: Обогащение и развитие концепции сотрудничества, обогащение и совершенствование механизмов сотрудничества, а также расширение сфер сотрудничества [2, 4].

За прошедшие 23 года с момента создания ШОС разработала и усовершенствовала концепцию сотрудничества, механизм работы и области сотрудничества, а также добилась значительных успехов на практике, таких как урегулирование пограничных споров, борьба с "тремя силами зла" [терроризм, сепаратизм и экстремизм] и расширение экономического сотрудничества внутри и между государствами-членами, и во всем регионе. Однако ШОС также сталкивается с проблемами и трудностями развития на своем пути вперед. Нам удалось выявить три основных вызова, а именно: Увеличение количества противоречий интересов великих держав, слабость чувства общности, причастности и товарищества, а также трансформация модели сотрудничества после расширения ШОС [3, 5].

В настоящее время ШОС находится на переломном этапе, когда необходимо развивать прошлые достижения и двигаться вперед в будущее. Будущее направление развития ШОС должно быть определено заранее, как с учетом внешней среды, так и с учетом собственного развития. Как региональная многосторонняя международная организация, которая с момента своего создания отвечает за региональное управление, ШОС имеет все шансы играть более значительную роль и добиваться больших успехов в будущем. В данной статье мы предлагаем три больших направления в форме директивных



мыслей, которые могли бы определить путь дальнейшего развития ШОС, а именно: Шанхайский дух партнёрства и сотрудничества задает направление многостороннему сотрудничеству, механизм ШОС служит важной гарантией многостороннего сотрудничества, а также новый тип международных отношений как важная движущая сила многостороннего сотрудничества [8].

За последние 23 года, прошедшие с момента создания ШОС в июне 2001 года, концепция сотрудничества постоянно обогащалась и развивалась. Механизм сотрудничества постоянно обогащался и совершенствовался, а сферы сотрудничества расширялись. Однако, следуя за своим развитием и продвижением практики сотрудничества, она также сталкивается с вызовами и трудностями развития на своем пути вперед; к ним относятся: усиление великодержавной игры в регионе, слабость чувства сопричастности между государствами-членами и трансформация модели сотрудничества после расширения. Что касается перспектив, то Шанхайский дух будет определять видение многостороннего сотрудничества. Кроме того, механизм ШОС является важной гарантией многостороннего сотрудничества в будущем. Новый тип международных отношений послужит важной движущей силой для ее видения многостороннего сотрудничества. Наконец, основываясь на полученных результатах, мы считаем, что ШОС вполне способна оказывать большее влияние и добиваться больших результатов в ближайшие годы.

---

1. 20 Years of the SCO: Development, Experience and Future Direction. – Текст: электронный. – URL: [https://www.ciis.org.cn/english/ESEARCHPROJECTS/Articles/202112/t20211203\\_8276.html](https://www.ciis.org.cn/english/ESEARCHPROJECTS/Articles/202112/t20211203_8276.html) (дата обращения: 15.05.2024).

2. Chinese View on the Expansion of the Shanghai Cooperation Organization. – Текст: электронный. – URL: <https://www.eurasian-research.org/publication/chinese-view-on-the-expansion-of-the-shanghai-cooperation-organization/> (дата обращения: 14.05.2024).

3. Shanghai Cooperation Organization is playing an important role in ensuring regional security and stability. – Текст: электронный. – URL: <https://eng.sectsco.org/20240125/1244550.html> (дата обращения: 14.05.2024).

4. “一带一路”倡议与上海合作组织: 理念嵌入与合作实践 – Текст: электронный. – URL: [http://www.iwep.org.cn/xscg/xscg\\_lwybg/202308/t20230804\\_5677206.shtml](http://www.iwep.org.cn/xscg/xscg_lwybg/202308/t20230804_5677206.shtml) (дата обращения: 14.05.2024).

5. 上海合作组织: 应对大变局的现实路径和未来发展 – Текст: электронный. – URL: [http://www.rmhb.com.cn/zt/ydy/202403/t20240304\\_800358706.html](http://www.rmhb.com.cn/zt/ydy/202403/t20240304_800358706.html) (дата обращения: 14.05.2024).

6. О ПАТС ШОС – Текст: электронный. – URL: <https://ecrats.org/ru/about/management/> (дата обращения: 14.05.2024).

7. О Шанхайской организации сотрудничества – Текст: электронный. – URL: <https://rus.sectsco.org/20151208/16789.html> (дата обращения: 14.05.2024).

8. Итоги 20-летия экономического сотрудничества ШОС и перспективы развития – Текст: электронный. – URL: [https://financetp.fa.ru/jour/article/view/1240?locale=ru\\_RU](https://financetp.fa.ru/jour/article/view/1240?locale=ru_RU) (дата обращения: 14.05.2024).

9. Шанхайская организация сотрудничества и Индия. – Текст: электронный. – URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/shankhayskaya-organizatsiya-sotrudnichestva/> (дата обращения: 14.05.2024).

УДК 327.8

## ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СТРАНЫ КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

**А.М. Павлова, А.С. Астафьева, А.Е. Моисеенкова, бакалавры**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В данной статье проведен анализ формирования позитивного имиджа страны как стратегической задачи Республики Корея. В условиях глобальной конкуренции за инвестиции и туризм страны, регионы и города стремятся продемонстрировать свои привлекательные стороны для туристов и любителей корейской культуры. Основное внимание уделяется особенностям, которые делают их привлекательными для путешественников, увлеченных корейскими телесериалами, кухней и поп-культурой. В рамках исследования рассматривается также экономическое развитие страны, ее природные и культурные достопримечательности.

**Ключевые слова:** туризм, имидж, национальный бренд, Корея, мягкая сила, стратегия.

## THE FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF THE COUNTRY AS A STRATEGIC TASK OF THE REPUBLIC OF KOREA

***Abstract.** This article analyzes the formation of a positive image of the country as a strategic task of the Republic of Korea. Currently, countries, regions and cities are actively competing with each other for the opportunity to increase the well-being of the territory and employment of the population by attracting investment and, in particular, expanding tourist flows. The main focus is on the factors that make this country attractive to tourists, fans of do-rams, lovers of Korean cuisine and adherents of pop culture. The study also examines the economic development of the country, its natural and cultural attractions.*

***Keywords:** tourism, image, national brand, Korea, soft power, strategy.*

Актуальность исследования обусловлена реалиями современности, происходящими во всем мире, когда формирование позитивного имиджа страны на внутреннем и международном уровне является важнейшей стратегией безопасности государства.

Отличительной особенностью Южной Кореи является продвижение страны как уникального направления для различных видов туризма, включая пляжный (благодаря побережью, омываемому тремя морями), экологический, лечебный и оздоровительный. На территории страны представлено огромное разнообразие флоры и фауны, живописные пейзажи, водопады, гроты, национальные парки с многочисленными природными и культурными достопримечательностями, в частности, буддийскими храмами. Республика Корея становится одним из главных центров медицинского туризма Азии. Южная Корея славится своим экономичным и высококачественным медицинским обслуживанием. Врачи страны обладают высокой квалификацией, а больницы оснащены передовыми технологиями и оборудованием, соответствующими мировым стандартам. Пластическая хирургия и дерматология особенно популярны в Южной Корее, что привело к буму в этих областях. Благодаря своей выдающейся системе здравоохранения, Южная Корея занимает шестое место в мире в рейтинге индустрии медицинского туризма.

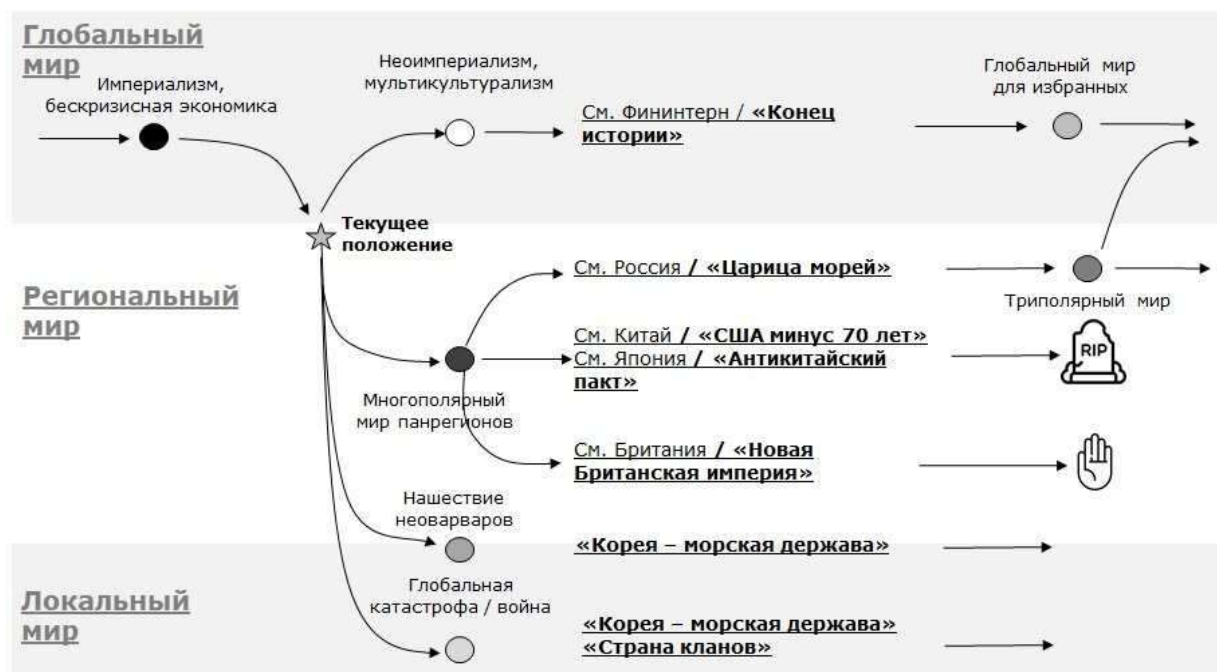
Каждое государство имеет свою историю, свои специфические черты развития и особенности политической системы. Корея прошла весьма длинный путь, пережив деление когда-то единой страны на две, с полярными взглядами на политическое развитие, но, по сути, единой нацией, так, Южная Корея благодаря существенному влиянию извне выбрала демократический путь развития.

В последнее время стратегия «мягкой силы» обрела большую привлекательность во внешнеполитических курсах многих стран мира. «Мягкая сила» – это метод ведения внешней политики, когда страна использует привлекательность своей культуры, ценностей и внешней политики для достижения своих целей в отношениях с другими государствами. Она отличается от «жесткой силы», которая опирается на угрозы, финансовые ресурсы или военную силу. Ещё «мягкую силу» можно назвать неким инструментом оказания влияния на другие страны, чтобы реализовать свои цели в определенных сферах вместе с другими странами, и чтобы сформировать положительное восприятия у других стран.

Успешное внедрение Республикой Корея стратегии «мягкой силы» в международных отношениях укрепило ее позицию на мировой арене. Кроме того, значительный экономический рост страны укрепил ее положение в международных отношениях. В первую очередь, грамотное использование стратегий «мягкой силы» укрепило авторитет и привлекательность страны.

На сегодняшний день Республика Корея обладает существенными ресурсами «мягкой силы», которые включают: успешное осуществление быстрой экономической модернизации, процесс демократизации страны, а также привлекательность корейской культуры. В результате применения данных ресурсов Южная Корея усилила свою «мягкую силу» в экономической сфере, особенно в области содействия развитию бизнеса.

Ключевая проблема Кореи заключается в географии, если бы она располагалась не на материке и не была «прижата» Китаем, то расклад в регионе был бы совсем иным – Корея с Японией вполне могли навязать Поднебесной долгое морское противостояние, сдерживая и ограничивая тем самым её развитие. При альтернативном географическом расположении Корея обладала бы значительным потенциалом для достижения статуса крупной морской державы. Ее стратегическое положение могло бы стать катализатором перехода страны к шестому технологическому укладу, поскольку она могла бы воспользоваться возможностью доступа к удаленным внешним рынкам, пока Соединенные Штаты сосредоточены на внутренних проблемах. Но Корею не повезло.



Корейский полуостров находится в эпицентре одной из самых важных конфронтаций в ближайшие два десятилетия и из-за своей особой уязвимости не может оставаться в стороне от нее.

В течение 2022-2026 годов ожидаются значительные мировые потрясения, в результате которых реальная экономика Республики Корея сократится на 40-50% по сравнению с уровнем 2019 года (в КНДР колебания будут менее выраженными). Существенная часть производственно-сбытовых цепочек, в первую очередь ориентированных на экспорт, будет разрушена, что приведет к разрыву экономических связей с Китаем и Японией.

В предстоящие годы руководству обеих Корей необходимо будет тщательно продумать свое видение будущего объединения, подготовить необходимые условия и вести переговоры со всеми заинтересованными сторонами, сохраняя при этом достаточную гибкость для адаптации к изменяющимся обстоятельствам.

Особенностью южнокорейского опыта применения «мягкой силы» является широкое использование организационных и финансово-технических ресурсов чеболей (финансово-промышленных корпораций). Деятельность крупнейших южнокорейских корпораций (Samsung, LG, Kia Motors и др.) очень значима в реализации внешнеполитических задач Республики Корея. Успешная политика «мягкой силы» Южной Кореи, основанная на продуманных стратегиях, позволяет финансово-промышленным группам страны не только продемонстрировать свои передовые позиции в области технологических и социальных инноваций, повышая узнаваемость и привлекательность Кореи как бренда, но и оказывать значительное влияние на международную политику страны.

Формирование позитивного имиджа страны является одной из ключевых стратегических задач Республики Корея. Корея активно ведет работу по продвижению своего имиджа на мировой арене, стремясь привлечь к себе внимание как экономически развитой страны, так и центра инноваций и культуры.

Также положительный имидж Кореи формируется благодаря успешному экономическому развитию, инновационным технологиям, качественным товарным брендам, а также популярной культуре, включая к-поп, к-драмы и киноиндустрию. Республика Корея активно поддерживает свои национальные бренды на мировом рынке и осуществляет культурный обмен с другими странами.

Для достижения цели формирования позитивного имиджа страны стратегия Кореи включает в себя использование дипломатических каналов, участие в международных мероприятиях, развитие туризма, обмен студентами и культурными программами. Важным элементом является также информационная дипломатия, осуществляемая через медиа, социальные сети и другие каналы коммуникации.

Также страна может использовать различные способы оказания влияния на формирование собственного имиджа в мире. Укрепляя демократию, улучшая качество жизни граждан, защищая окружающую среду, развивая вооруженные силы, борясь с терроризмом и преступностью, а также добиваясь экономических успехов, Южная Корея решает внутренние проблемы и достигает новых высот. Эти достижения укрепляют ее имидж на мировой арене, позиционируя ее как государство,

способное эффективно преодолевать внутренние вызовы и использовать их для достижения процветания и международного уважения. Популяризация корейской культуры и образа жизни на международном уровне повышает привлекательность страны для туризма и укрепляет ее голос на мировой арене.

В 2020-х годах формирование позитивного имиджа страны Республики Корея включает в себя использование современных стратегий и инструментов, чтобы активно представлять себя на мировой арене. Важную роль играет цифровая дипломатия, которая позволяет Корее эффективно взаимодействовать с мировым сообществом через интернет и социальные сети.

В свете современных вызовов и возможностей медиа-платформы, такие как YouTube и другие. Социальные сети широко используются для продвижения корейской культуры, кулинарии, музыки, кино и технологий. Как один из примеров успешного использования этой стратегии можно упомянуть мировую популярность к-поп групп, таких как BTS, BLACKPINK и других, которые стали яркими представителями корейской музыкальной индустрии. Кроме того, важным элементом формирования позитивного имиджа является участие в международных мероприятиях, форумах, культурных обменах и спортивных соревнованиях. Также привлечение туристов, иностранных студентов и инвесторов – это еще одна стратегия, направленная на продвижение Кореи и ее культуры.

Имидж Южной Кореи является мощным инструментом "мягкой силы", который позволяет ей усиливать свое влияние в мире, не прибегая к принуждению или силе. Положительный имидж привлекает союзников, способствует сотрудничеству и облегчает достижение внешнеполитических целей. Инструменты "мягкой силы" помогают создать положительный образ страны в глазах мировой общественности, а так же позволяют формировать свой имидж, рассказывая свою историю и демонстрируя свою уникальность. Так, посредством СМИ, публичной дипломатии и привлечения в страну туристов, Республика Корея демонстрирует мировому сообществу те результаты, которых она добилась при решении внутренних проблем и которые являются определяющими для её благоприятного восприятия другими акторами международных отношений.

Таким образом, формирование позитивного имиджа страны является неотъемлемой частью стратегии развития Республики Корея, направленной на укрепление ее позиций на мировой арене, привлечение инвестиций, развитие культурного обмена и улучшение международного восприятия страны.

---

1. Горбушина О.П. Междисциплинарная модель имиджа стран // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. – 2023. – Т. 25, № 4. – С. 65–73.

2. Лукьянов Ф.А. В Восточной Азии завязывается тугой и запутанный узел. – Текст: электронный // РСМД. – 2023. – 24 января. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/v-vostochnoy-azii-zavyazyvaetsya-tugoy-i-zaputannyy-uzel/> (дата обращения: 08.04.2024).

3. Кукуева И.М. Стратегическое видение Российской Федерации и Республикой Корея совместных двусторонних отношений // Актуальные исследования. – 2023. – №21 (151). Ч. II. – С. 55-58.

4. Русакова О.Ф., Ковалева Д.М. «Мягкая сила» и «умная власть»: концептуальный анализ: – Текст: электронный // Социум и власть. – 2013. – № 3 (41). – С. 15-19. – URL: [https://siv74.ru/images/downloads/arhivnomerov/2013/\\_\\_\\_\\_3\\_2013.pdf](https://siv74.ru/images/downloads/arhivnomerov/2013/____3_2013.pdf) (дата обращения: 08.04.2024).

УДК 327

## **«КРАСНАЯ» КУЛЬТУРА И КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЕ: ПРИОРИТЕТЫ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ КНР**

**Сюй Лай, бакалавр  
Н.В. Котляр, доцент**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Проведен краткий обзор основных национальных приоритетов культурной политики современного Китая, таких, как стимулирование потенциала культурного и туристического потребления, экспорта культуры, содействия качественному развитию внешней торговли. Дана характеристика*

стика основных приоритетов «красной» коммунистической культуры и «красного» культурного туризма, как важных факторов непрерывности и преемственности «красного пути» КНР. Сделан вывод о важной роли «красной» культурной политики в деле национального возрождения Китая.

**Ключевые слова:** культурная политика Китая, «красная культура» КНР, «красный туризм» КНР, социалистическая культура Китая.

## «RED» CULTURE AND CULTURAL TOURISM IN MODERN CHINA: PRIORITIES OF THE CULTURAL POLICY OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF PRC

**Abstract.** A brief review of the main national cultural policy priorities of modern China, such as stimulating the potential of cultural and tourist consumption, exporting culture, and promoting the qualitative development of foreign trade, is made. It characterizes the main priorities of "red" communist culture and "red" cultural tourism as important factors in the continuity and continuity of PRC's "red path". The important role of "red" cultural policy in China's national revitalization is concluded

**Keywords:** China's cultural policy, PRC's «red» culture, PRC's «red tourism», China's socialist culture.

Рост интереса к социалистической культуре как к туристическим объектам революционного Китая, а также местам славы первых коммунистов КНР, получил название «красный» туризм, «красный культурный туризм» – туризм, связанный с посещением памятных исторических мест, связанных с революционным прошлым китайского коммунизма. Термин появился в середине 2004 г., однако полномасштабное развитие направления, нацеленное на идеологическое воспитание, экономические доходы и развитие регионов КНР, началось после 2012 г. Социалистическая культура Китая, – в политической жизни используется термин «красная» культура, – подчеркивает величие Коммунистической партии Китая, историческую память революционного прошлого китайского народа. Он связан с историей Коммунистической партии Китая, и имеет тесную связь с традиционными культурными представлениями, так как красный цвет не только историю борьбы Компартии и социалистического Китая и воплощен в основных ценностях нового Китая, являясь символом КНР. Красный цвет имеет такие культурные значения, «авторитет, элегантность, энтузиазм, теплота, радость, благоприятность, красота, успех, богатство, верность, надежда и сила» [1]. В первые дни существования Коммунистической партии Китая, в соответствии с идеологическим конструктом теории новой демократии использовались термины: «новая культура», «культура новой демократии» (заменяющая культуру колониальную, полуколониальную и полуфеодалную) [2]. Создание новой культуры китайского народа, культуры, по идее Мао Цзедуну [3], рассматриваемой как система взглядов, было революционной целью в области культуры. На сегодняшний день культурные корни Китая являются духовными источниками международного сотрудничества современной КНР и способствуют целям глобального развития Единой судьбы человечества. Большую роль в развитии международного сотрудничества играет пропаганда традиционной китайской культуры Китая, поддерживающей интернационалистические чувства современного Китая, формирующего культурную модель взаимной признательности, взаимопонимания и взаимоважания в международных отношениях [4].

Целью данного исследования является изучение основ культурной политики современного Китая, в частности, роли «красной» культуры и «красного» культурного туризма в системе приоритетов культурной политики. Объект исследования – национальные приоритеты культурного развития современного Китая. Предмет исследования – «красная» культура и ее роль в формировании идеологического воспитания, развития регионов КНР и сохранении основных ценностей Китая. Культурная политика рассматривается как один из важных механизмов национального управления, воплощением приоритетов правительства КНР и отражением современного понимания культуры Китая.

Сегодня, в условиях колоссальных перемен в мире, «борьба за великое возрождение китайской нации вступила в решающую стадию.... пропагандистско-идеологическая работа и работа в сфере культуры, сталкиваясь с новой ситуацией и новыми задачами, должны демонстрировать новый облик и новые успехи», – отметил Генеральный секретарь ЦК КПК, председатель КНР и председатель Центрального военного совета Си Цзиньпин в октябре 2023 г. «Будущее и судьба компартии, долгосрочная стабильность страны, а также национальная сплоченность и единство зависят от пропагандистско-идеологической работы и работы в сфере культуры, которая является сверхважной работой» [5].

Формулирование современной культурной политики и принятие решений в области культурной политики современного Китая находится под руководством Коммунистической партии КНР, Всекитайского собрания народных представителей и Государственного совета. Центральные министерства и комиссии несут ответственность за управление политикой и ее функционирование на местном уровне [6]. На международном уровне задачами текущей культурной политики КНР является повышение международной конкурентоспособности индустрии культуры. В этой связи китайское правительство уделяет большое внимание инновациям в сфере культуры.

Современный этап модернизации Китая требует пересмотра места и роли культуры в обновляющемся китайском социуме. Высокую роль «красная» культура призвана играть в воспитании молодежи – это воспитание патриотизма, сплоченности и единства народа. Все больше молодых людей интересуются изучением социалистической революционной истории Китая. «Неуклонное следование Партии – это самый ценный опыт китайской молодежи в их вековой борьбе, а красный ген, глубоко интегрированный в родословную, является самым ценным активом китайской молодежи в их вековой борьбе» [7]. Основными целями ближайшего развития в патриотическом воспитании молодежи являются:

- запустить новый исследовательский проект по красному туризму для молодежи новой эпохи и организовать соответствующие туристические колледжи для съемок и производства специального идеологического и политического практического учебного курса: «Изучение красных следов и слушание красных историй» [8];

- создать молодежный учебный курс: «идеологическое лидерство + красный туризм»;

- содействие органической интеграции «красной» культуры в обучение;

- поощрять начальные и средние школы использовать тексты на китайском языке, истории и другие учебники на красную тематику в качестве основы, а также сочетать характеристики красных ресурсов в различных местах, а также основные исторические события и важные исторические личности, чтобы органично интегрировать красную культуру в различные учебную программу и играют роль в ежедневном обучении.

На сегодняшний день одним из приоритетов культурной политики КНР является задача стимулировать не только в идеологическую и воспитательную роль «красной» культуры, но и наращивать потенциал «красного» культурного туризма. «Красный туризм» является одной из важнейших составляющих информационной-просветительской деятельности, наряду с массовыми лекциями, выставками и конкурсами публичных выступлений. После коронакризиса, «красные маршруты» стали не только поводом ближе познакомиться с революционной историей страны, но и возможностью стимулировать экономику [10]. Сегодня возможности «красного» туризма представляются гораздо шире, они направляются на развитие внутренних и зарубежных туристических потоков, все больше и больше людей в стране и за рубежом узнают о красной культуре Китая благодаря «красным» туристическим маршрутам.

Руководствуясь идеями Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой новой эпохи, необходимо будем углублять структурную реформу предложения в сфере культуры и туризма, стремиться улучшить возможности культурного и туристического потребления в нашей стране, а также способствовать быстрому росту культурного туристического сектора среди жителей КНР [11].

Внедрить меры потребления на благо людей, повысить удобство потребления, улучшить среду въездного туризма и способствовать комплексному развитию промышленности. Укрепить политические гарантии.

Усилить применение технологий больших данных, интегрировать и обмениваться ресурсами данных, а также усилить анализ тенденций и суждения, чтобы обеспечить основу для принятия решений для продвижения культурного и туристического потребления.

Экспорт культуры: содействие качественному развитию внешней торговли и повышению роли национальной культуры КНР в укреплении международного сотрудничества.

- Руководствуясь «Мыслью Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой для новой эры»

- Руководствуясь «Мыслью Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой в новую эпоху».

- Реализация новой концепции развития

- Построение новой модели развития

- Содействие росту масштабов и оптимизации структуры культурной торговли

- Повышение международной конкурентоспособности китайской культурной продукции и услуг.

- Усиление национальной культурной «мягкой силы» и влияния китайской культуры.

В 2021 г., 2 июня Министерство культуры и туризма Китая опубликовало 14-й пятилетний план развития различных секторов культуры и туризма, в котором изложены общие требования, цели развития, основные задачи и меры на период 2021-2025 годов. Четырнадцатая пятилетка развития культуры: модернизация структуры индустрии культуры, обогащение и улучшение туристических продуктов.

Изучение, пропаганда и реализация идей Си Цзиньпина о социализме с китайской спецификой новой эпохи как важнейшая долгосрочная политическая задача.

– Содействовать строительству социалистической культурной державы.

– Совершенствовать нормированный и долгосрочный механизм непрерывного углубленного изучения, а также совершенствовать система работы для вооружения всей партии и обучения людей новаторским теориям партии.

– Придерживаться сочетания управления страной по закону и управления страной по добродетели, способствовать формированию идеологических концепций, духовного мировоззрения, цивилизованных обычаев и норм поведения, адаптирующихся к требованиям новой эпохи

– Воспитывать новых людей эпохи, которые берут на себя ответственность за национальное возрождение.

На сегодняшний день реформирование культурной системы в Китае окрашено в яркие красные краски; «красная» – социалистическая культура в современном Китае способствует развитию китайского общества, сплочению ценностного ядра общественных сил, она вдохновляет все больше и больше китайцев развивать искренние патриотические чувства, демонстрирует преимущество «красного пути» КНР и его важную роль в деле национального возрождения на современном этапе развития Китая.

---

1. 红色文化\_百度图片搜索 [Красная культура]. – Текст: электронный. – URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/红色文化>

2. Мао Цзедун. О диктатуре народной демократии. – Текст: электронный. – Москва, 1949. – URL: [https://www.litlib.info/book/O\\_novoj\\_demokratii-b122165/read](https://www.litlib.info/book/O_novoj_demokratii-b122165/read)

3. Мэн Юйфэн. Теория «новой демократии» Мао Цзэдуна: опыт морфологического анализа идеологического конструкта // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2022. – №3. – С. 297-306.

4. 《新时代的中国国际发展合作》白皮书（全文） [Белая книга "Международное сотрудничество Китая в целях развития в новую эпоху" (полный текст)] – 2021, 1 октября. – URL: [http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2021n\\_2242/202207/t20220704\\_130669.html](http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2021n_2242/202207/t20220704_130669.html)

5. Си Цзиньпин дал важные указания по пропагандистско-идеологической работе и работе в сфере культуры // Russian.china.org, 10 октября 2023. – URL: [http://russian.china.org.cn/china/txt/2023-10/10/content\\_116736180.htm](http://russian.china.org.cn/china/txt/2023-10/10/content_116736180.htm)

6. Hu Huilin. Chinese Cultural Policy: History, Formation and Characteristics – Текст: электронный / Hu Huilin // Journal of Forensic Legal & Investigative Sciences Category: Forensic science Type: Research Article. – Aug 02, 2019. – URL: <https://www.heraldopenaccess.us/openaccess/chinese-cultural-policy-history-formation-and-characteristics>

7. 《新时代的中国青年》白皮书（全文） [Белая книга на тему «Китайская молодежь в новую эпоху» (полный текст)]. – 2022, 21 апреля. – Текст: электронный. – URL: [http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2022n/202403/t20240312\\_837396.html](http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2022n/202403/t20240312_837396.html)

8. 红色文化课程建设\_百度图片搜索 [Разработка учебной программы по Красной культуре] – Текст: электронный // Сайт Муданзянского педагогического университета. – URL: <http://lib.mdjnu.cn/> (дата обращения: 09.04.2024)

9. По следам революции. За что Китай полюбил красный туризм – Текст: электронный // РИА. – 2021, 2 августа. – URL: <https://ria.ru/20210802/turizm-1744023431.html>

10. 商务部等27部门关于推进对外文化贸易高质量发展的意见 [Мнения 27 ведомств, таких как Министерство торговли, о содействии качественному развитию внешней торговли товарами культуры] – 2022, 18 июля. URL: <https://www.chinalawtranslate.com/en/18328-2/>

## НАЧАЛО ЗАКАТА АМЕРИКАНСКОЙ РЕЛИГИОЗНОСТИ. УПАДОК ВЛИЯНИЯ РЕЛИГИИ НА ОБЩЕСТВО И ПОЛИТИКУ

П.Ю. Холод, бакалавр

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** Целью работы является анализ влияния религии на политику и общественную жизнь США. На основе анализа религиозной культуры в США и статических данных, выявляются причины снижения роли религии в жизни американского общества, рассмотрена проблема «нонов», проводится ретроспективный анализ выявленных изменений. Сделан вывод о снижении влияния религии в США.

**Ключевые слова:** США, религия, общество, политика, кальвинизм, ноны, статистика.

## THE BEGINNING OF THE DECLINE IN AMERICAN RELIGIOSITY AND THE DECREASING INFLUENCE OF RELIGION IN SOCIETY AND POLITICS

**Abstract.** The aim of this study is to analyze the impact of religion on politics and public life in the United States. Through an analysis of religious culture and statistical data, were identified the reasons for the declining importance of religion in American society, the issue of «nones» is considered and conduct a retrospective analysis to understand the changes that have taken place. Was made conclusion with an assessment of the beginning of the decline in religion's role in the United States.

**Keywords:** USA, religion, society, politics, Calvinism, nones, statistics.

После первой поправки Конституции США позиционировалось как светское государство. Принятие первой поправки было логическим и с точки зрения менталитета американцев. Первые поселенцы бежали в Америку в поисках свободы вероисповедания. Было бы странно, если они противоречили своим же идеям и идеалам. Однако сегодня это не так. Религия, в особенности протестантство, продолжало косвенно влиять на политику и общественную жизнь. Продолжается ли влияние сегодня?

**Краткий исторический экскурс.** Христианство является одной из самых популярных религий. Христианство зародилось примерно в I веке нашей эры, образовавшись от иудаизма. Религия, повлиявшая на Американское общество – протестантство.

Кардинальные изменения христианства произошли в XVI веке, при появлении протестантизма и идей реформации. Реформация (от лат. «reformatio» – реформирование). Протестантизм возник в Европе в первой половине XVI века как отрицание и противостояние средневековым институтам Римско-католической церкви. Протестантизм характеризуется отсутствием принципиального разделения между духовенством и мирянами, отказом от сложной церковной иерархии, более простым культом, отсутствием монашества и обязательного celibата. В протестантизме нет культа святых, учение о святилище, число таинств сведено к двум (крещению и причащению), упростилось богослужение в церквях. Одной из отличительных особенностей протестантизма – свободное толкование Библии. Эта идея породила создание различных протестантских конфессий. Основные догматические особенности протестантизма включают: 1) Учение о том, что человек оправдывается перед Богом не через свои собственные добрые дела, а только через веру в искупительную жертву Иисуса Христа и его спасение. 2) Отказ от учения о спасительной роли церкви и акцент на личном взаимоотношении между человеком и Богом, так как все христиане считаются священниками перед Богом. 3) Приверженность абсолютному авторитету Священного Писания – Библии. 4) Учение о предопределении. Судьба человека предопределена богом 5) Отрицание папской власти и авторитета папы. 6) Отказ от требования celibата (обет безбрачия) для духовенства [1]. В протестантизме существует 5 постулатов: 1) Sola scriptura. Только Писание. 2) Sola fide. Только вера. 3) Sola gratia. Только благодать. 4) Solus Christus. Только Христос [6].

Переселение людей в Америку началось в начале XVII века. Большинство переселенцев были Английскими протестантами, которые искали свободу в вероисповедании и были не согласны с законами и притеснениями католической церкви. Первые колонии возникли в 1607 и 1620 годах –



Вирджиния и Массачусетс. Несмотря на то, что первые поселенцы преследовали цель свободы вероисповедания, сохранялось это право только на протестантов. Американский учёный, юрист Борис Битткер отмечал, «христианство считалось универсальным, что религиозные свободы, гарантированные конституциями штатов и законодательными актами, в основном касались протестантов христианских конфессий и полностью игнорировали свободы евреев, мусульман, католиков и атеистов» [4]. Английские протестанты, не признававшие авторитет официальной церкви, и последователи кальвинизма в Англии в XVI–XVII веках, принесли основу англосаксонской культуры, в которой идеи Кальвинизма основывались на предначертании Богом судьбы человека и о невозможности её спасения. Если кто-то был «выбран» Богом, то это не из-за собственных индивидуальных достоинств человека, а просто акт божественной милости.

В ранней Америке, вплоть до принятия первой поправки Конституции, христианство было установлено как официальная религия в 6 из 13 штатах: Массачусетсе, Коннектикуте, Нью-Гэмпшире, Мэриленде, Джорджии и Южной Каролине. Первая поправка в Конституции была принята 15 декабря 1791 года. Излагалась она так «Конгресс не должен издавать ни одного закона, относящегося к установлению какой-либо религии или запрещающего свободное ее исповедание, либо ограничивающего свободу слова или печати, или право народа мирно собираться и обращаться к правительству с петициями об удовлетворении жалоб» [11]. Причиной принятия первой поправки Конституции было развитие движения «Великого пробуждения», а также принятие первого закона о свободе вероисповедания в Вирджинии в 1786 году. Движения «Великое пробуждения» было антиавторитарным, что лишило права пасторов влиять на религиозные и светские дела. Томас Джефферсон в 1779 году представил свой первый законопроект о свободе вероисповедания. Сначала закон был отклонён Ассамблеей, однако при поддержке сторонников и Джеймса Мэдисона была в дальнейшем рассмотрен [4].

### Современная ситуация с религией в США

В Соединённых Штатах большое количество религий и религиозных конфессий. Согласно исследованию, Pew Research Centre проведённого с 2007 по 2014 год в США следующая религиозная статистика [16].

Christian	70.6%	Non-Christian Faiths	5.9%
▶ Evangelical Protestant	25.4%	Jewish	1.9%
▶ Mainline Protestant	14.7%	Muslim	0.9%
▶ Historically Black Protestant	6.5%	Buddhist	0.7%
Catholic	20.8%	Hindu	0.7%
▶ Mormon	1.6%	Other World Religions	0.3%
▶ Orthodox Christian	0.5%	▶ Other Faiths	1.5%
Jehovah's Witness	0.8%	Unaffiliated (religious "nones")	22.8%
▶ Other Christian	0.4%	Atheist	3.1%
		Agnostic	4.0%
		▶ Nothing in particular	15.8%
		Don't know	0.6%

Рис. 1. Религии в США по данным Pew Research Centre

Исходя из отчёта, можно заметить, что самой популярной религией является христианство, в особенности протестантизм. Это не удивительно, так как протестантизм являлся религией первых английских переселенцев.

Консерватизм в Америке различается по штатам. Самый консервативный штат – Вайоминг (46 %) [14]. Самый либеральный штат – Массачусетс (35 %) [15]. Однако политические почти никак не влияют на популярность протестантизма. Республиканцы – 44 %, демократы – 40 %.

Официально церковь оделена от государства, но по факту религиозная принадлежность крайне сильно влияет на будущую характеристику избирателя. Роль играет даже не сколько конфессия избирателя, сколько сам факт веры в бога. Религия – это то, что объединяет людей независимо от их политических взглядов [3]. Обращаясь к статистике, то 94 % опрошенных американцев считают, что президент должен вести моральный и этический образ жизни [18].

Рост религиозности среди американцев наблюдался с 1970-х годов прошлого века по настоящее время. Но недавние исследования показывают обратную статистику. По результатам Pew Research Centre, 8 из 10 американцев говорят, что религия теряет влияние в общественной жизни [18]. Авторитет религии как инструмента общественной жизни уменьшается, однако не исчезает. Большинство американцев, которые говорят, что влияние религии сокращается, недовольны этим. В целом, 49 % взрослых американцев говорят, что религия теряет влияние и что это плохо. Еще 8 % взрослых американцев считают, что влияние религии растет и что это хорошо. В совокупности 57 % взрослого населения США – явное большинство – положительно оценивают влияние религии на жизнь американцев.

Мнение о роли общества в религии разнятся не только от вероисповедания опрошенных, но и от политических взглядов. 42 % республиканцев и независимых, склоняющихся к республиканцам, говорят, что, когда Библия и воля народа вступают в конфликт, Библия должна оказывать большее влияние на законы США, чем воля народа. Только 16 % демократов и независимых, придерживающихся демократических взглядов, говорят это [18].

Также одной из причин постепенного упадка религии в Америке становится движение «Ноны». Ноны – это люди которые не причисляют себя к какой-либо определённой конфессии. К нонам себя причисляют атеисты, агностики и, как бы это парадоксально не звучало, люди, верящие в бога, но не причисляют себя к существующим конфессиям или описывают своё вероисповедание как «ничего особенного». Также ноны, зачастую, не являются антирелигиозными. Сегодня около 28 % взрослого населения США относят себя к нонам. Существует множества причин, по которым люди причисляют себя к нонам. Например, 60 % опрошенных сомневаются в правильность существующих религий. Кроме того, 32 % ссылаются на отсутствие веры в Бога или любую другую высшую силу. В целом, 67 % ссылаются на скептицизм или неверие (или некоторую комбинацию того и другого) как на ключевой фактор, объясняющий, почему они не религиозны. Около 30 % опрошенных ссылаются на неудачный опыт общения с религиозными людьми [17, 13].

По целому ряду показателей религиозные «ноны» менее вовлечены в гражданскую жизнь и связаны с обществом, чем люди, отождествляющие себя с религией. В среднем, они реже голосуют, реже занимались волонтерством в последнее время, менее удовлетворены своими местными сообществами и менее удовлетворены своей социальной жизнью. Например, исходя из данных по 2022 году следует следующие: 17% нонов принимали участие в голосованиях в 2022 году, против 27% приверженцев определённых религий. 17% религиозных «нонов» говорят, что они были волонтерами в организации или ассоциации в прошлом году – на 10 процентных пунктов ниже, чем доля людей, связанных с религией, которые говорят это. Более низкий уровень гражданской активности, как правило, наблюдается особенно среди «нонов», которые описывают свою религию как «ничего особенного», а не среди атеистов и агностиков [17].

Проблема развития нонов в настоящий момент довольно актуальна в США. Причиной этому является обеспокоенность в снижении вовлечения граждан в участие в политике и общественной жизни. Традиционно люди, связанные с религиозными общинами в США, обычно активно участвовали в различных других организациях и мероприятиях – от родительских ассоциаций и общественных групп до участия в выборах. Это навело некоторых экспертов задуматься над вопросом: может ли увеличение числа людей, не принадлежащих ни к одной религиозной общине, эффективно снизить участие американцев в гражданской и общественной жизни? Другими словами, может ли снижение роли религии привести к уменьшению числа добровольцев, общественных активистов и гражданских лидеров в США? Другие эксперты утверждают, что упадок религии сам по себе может быть симптомом более широкого отмежевания американцев от институтов и организаций. Согласно этой линии рассуждений, упадок религии – это всего лишь одно из проявлений недовольства со стороны сограждан и институтов всех видов.

Помимо опроса граждан, существует ещё и мнение учёных и исследователей по вопросу потери влияния религии на общественную и политическую жизнь и общее снижение религиозности Америки. Французский историк и социолог Эммануэль Тодд, считает Америка на пороге своего краха. Одним из факторов этого краха он указывает исчезновение американского протестантизма. В 1914 году немецкий социолог Макс Вебер в своей книге «Протестантская этика и дух капитализма» связал подъём западного мира с протестантской этикой. Эммануэль Тодд для издательства «Le Figaro» написал следующий комментарий: «В этом нам повезло: протестантизм породил повышенный уровень образования, не виданный никогда прежде в мировой истории. Желание добиться того, чтобы каждый верующий мог самостоятельно прочесть Священное Писание, привело ко всеобщей грамотности. Кроме того, у протестантов страх и стыд перед всеобщим осу-

ждением в том случае, если ты не окажешься богатым и всеми почитаемым «избранником Божьим», создал мощную трудовую этику. Существовала у протестантов и крепкая мораль – индивидуальная и коллективная. Сегодня происходит обратный процесс: недавнее крушение протестантизма на Западе привело к упадку интеллектуальной жизни, а также к исчезновению трудовой этики, что, как оказалось, не приводит к уменьшению жадности в обществе. Напротив, вот это сочетание этического и интеллектуального раздора со скупостью и получило официальное имя – неолиберализм. Восхождение Запада оборачивается его падением» [10]. Из негативных черт Эммануэль Тодд выделил идею с верой в предопределение, разделившей людей на «избранных» и «вечно осужденных». Также как констатацию факта о крушении протестантизма и искоренении расизма можно считать избирание на пост президента первого афроамериканца – Барака Обаму [10].

Также, в начале этого года, Эммануэль Тодд выпустил книгу: «Поражение Запада», в которой разрушение «христианской религиозной матрицы» обосновывается нигилизмом и вседозволенностью общества. По суждению Э. Тодда, западная идеология прошла в своем историческом развитии 3 этапа: живая религия, «зомби» и нулевое состояние. В данный момент Запад наполовину прибывает в состоянии «зомби». При этой стадии сохраняется ряд традиционных ценностей, но отсутствует живая вера в бога. Постхристианская стадия «зеро», последовательно охватывающая Запад с начала нынешнего столетия – это полный отказ от религиозных традиций. Практикуются однополые браки, кремация тел усопших, отказ крещения, торжествует «бездуховность». Главный признак стадии «зеро» – легализация браков между лицами одного пола, что означает отрицание базовых принципов всех мировых вероисповеданий. Процесс «зеро» уже зашел далеко и затронул политику, экономику и мораль западных стран, прежде всего США. Это и есть подлинный симптом «конца Запада». Наступление стадии «зеро» означает также финал государства в классическом понимании, поскольку исчезает матрица, структурировавшая мораль, поведение и общественные отношения; это окончательный распад общества. При нигилизме человек формально свободен, но он лишается социальных связей, жизненных ориентиров и оторванности от реальности. Такой «нигилизм» также влияет на внешнюю политику, которая не вписывается в традиционную христианскую. Упадок правящих элит Великобритании и США напрямую обусловлен упадком протестантизма и разрушением традиционной системы ценностей. Наблюдается полное обособление господствующих олигархических кругов, утративших связь с обществом и простым народом [9].

Неолиберализм стал основным курсом во внешней и внутренней политике США. Неолиберализм использовался скорее, как элемент продвижения интересов демократической элиты США. Такими элементами стали политкорректность и борьба за права угнетённых. Российский социолог Борис Кагарлицкий (объявлен иноагентом на территории РФ) в своей работе «Между классом и дискурсом. Левые интеллектуалы на страже капитализма», утверждает, что большинство «левых» проблем были искусственно придуманы. К примеру, проблема однополых браков во Франции при президенте Франсуа Олланда [12]. Чем активнее продвигалась политика, ориентировочная на защиту меньшинства, тем активнее она внедрялась на официальном уровне. Тем самым, у представителей меньшинства активней возникали «навязанные» проблемы. Виновных в проблемах меньшинств стал выступать «белый» рабочий класс. «Идея приписать коллективную вину именно «белым» по праву рождения могла прийти в голову только привилегированным белым интеллектуалам, заведомо исключаяющим себя из группы, подлежащей идеологическому ostracismu, но не отказывающихся ни от одной из привилегий, ей приписываемых [5, с 57]». «Показательно, что сам язык «позитивной дискриминации» является иерархическим и патерналистским, принципиально выставляя меньшинства в качестве неизменно слабой и страдающей стороны, являющейся объектом помощи. Субъектом действия, принятия решений остаются государство и интеллектуально-политическая элита. Система принципиально исключает возможность реального равенства и эмансипации, поскольку в таком случае помощь «слабым» становится ненужной и необоснованной. Иными словами, чтобы получить поддержку, «целевая» группа должна оставаться слабой и угнетенной, иначе право на помощь невозможно будет обосновать» – пишет Борис Кагарлицкий [5, с 58].

В 2020 году, на пост президента стал леволиберальный кандидат от Демократов Джо Байден. Его политика кардинально отличалась от Дональда Трампа. Политика Трампа была направлена на возвращение индустриальной, рабочей Америки. Придя к власти Байден ослабил ограничения на иммиграцию, вместо этого ужесточив экологические нормы, позволяя компаниям, занимающимся разработкой электротранспорта и альтернативных источников энергии, перейти на его сторону. В планах было вложить значительные средства в создание собственной вакцины, бороться с дискриминацией как в сфере образования, так и в правоохранительных органах, а также сформировать первую гендерно сбалансированную экономику. Также стоит отметить поддержку таких либераль-

ных движений как Black Lives Matter и LGBTQ+ (запрещённая на территории РФ экстремистская организация). Идеология неолиберализма оставляет свой отпечаток и на свободе слова в Соединённых Штатах [7]. Демократическая партия США не только контролирует крупнейшие телевизионные каналы, такие как NBC, FOX, CNN, CW, но также печатные издания (например, The Washington Post, HuffPost, Newsweek, USA Today, The New York Times) и социальные платформы, которые за последнее десятилетие стали не менее важным аспектом информационной политической гонки. Показателем запрета свободы слова является блокировка социальных сетей Дональда Трампа в январе 2021 года, причиной которых стал штурм Капитолия сторонками Трампа [2].

Свобода слова всегда была одной из «фишек» внутренней политики США. Однако неолиберализм ограничивает эту свободу в сторону меньшинства граждан (граждане с нетрадиционной сексуальной ориентацией, мигрантов, инвалидов). Если обращаться к истории, то свобода слова и христианство были связаны. По концепции «христианско-германского мира» немецкого философа Георга Вильгельма Фридриха Гегеля, согласно христианским принципам все люди уже свободны. «Народная религия рождает и питает высокий образ мыслей – она идёт рука об руку со свободой». Распространение христианства – показатель свободы духа. Человеку необходимо осознать свободу, как религия властвует в его сердце [8].

**Вывод.** С самого зарождения Америки религия была частью общества переселенцев. Её влияние прослеживалось во многих сферах жизни. Например, в становлении капитализма, политики, общественного уклада. В работе особенно сильно. Работа и усердный труд придавались особому значению в протестантизме. Труд является высшим признанием веры человека. По замыслу, богатство как символ любви Бога. Бедность представляла собой как что-то «постыдное», ибо бедный человек не мог заслужить любви Бога.

Однако, на сегодняшний день мы наблюдаем другую картину. С развитием неолиберализма, американцы постепенно отходят от традиционных ценностей, в том числе и религии. Традиционные ценности заменили борьбой за права темнокожих, мигрантов, людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией, распространение идей о защите животных и окружающей среды. Основная американская ценность – материализм, постепенно уходит на второй план в жизни американцев. Этому свидетельствует большое количество бездомных на улицах крупных городов Америки, таких как Лос-Анджелес, Сан-Франциско, Нью-Йорк. Многие из них наркоманы или психбольные. Однако, как ранее сказано, из-за развития неолиберализма, их права защищаются. Никто не сможет заставить наркомана перестать употреблять, а псих больного заставить лечиться.

Также о постепенном упадке религии свидетельствует распространение атеистов и нонов. Несмотря на то, что часть нонов верят в бога, но не причисляют себя как любой религиозной конфессии, их вклад в общественную и политическую жизнь меньше, чем у людей с определённой религией.

На сегодняшний день, религия постепенно отстраняется от политической и общественной жизни в Америке. Однако, о полном отделении религии ещё рано говорить. Большинство американцев всё ещё верят в Бога и их жизнь так или иначе связана с верой. Американцем всё ещё важно иметь религиозного президента. Религия продолжает играть роль в общественной жизни американцев и быть важной частью жизни Америки, однако, её роль начинает снижаться.

---

1. Аманацкий Ю.В. Возникновение и эволюция христианства: католицизм и протестантизм. Лекция. – Текст: электронный // Правовое поле современной экономики. – 2018. – №12. – С. 35-53. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41156749>

2. Дубовицкий Г. Выборы в США: за кого болеют американские СМИ. – Текст: электронный // РИА Новости. – URL: <https://ria.ru/20161102/1480508054.html>

3. Выборы в США: при чем здесь Иисус? – Текст: электронный // BBC News – Русская служба. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eSTxAdV2NUY>

4. Латыпова Н.С, Тулупова Е.О. Право и религия в истории раннего Американского государства. – Текст: электронный // Правовое государство: теория и практика. – 2023. – №4 (74). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=59886063>

5. Кагарлицкий Б.Ю. Между классом и дискурсом. Левые интеллектуалы на страже капитализма. – Москва: Высшая Школа Экономики, 2018. – 280 с.

6. Пять главных постулатов протестантизма – Текст: электронный // Дзен. – URL: <https://dzen.ru/a/XjvPGb7a-j5mEcES>

7. Рамашевский А.Д. Неолиберализм во внутренней политике США в XXI в. – Текст: электронный // Электронный сборник трудов молодых специалистов Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой. – 2022. – №41(111). – С. 164-167. – URL: [https://journals.psu.by/specialists\\_economics\\_sciences/issue/view/85](https://journals.psu.by/specialists_economics_sciences/issue/view/85)

8. Саркарова Н.А. Концепция свободы в философии Гегеля. – Текст: электронный // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2008. – №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-svobody-v-filosofii-gegelya/viewer>
9. Тодд Э. Паразитический Запад погружается в нигилизм и саморазрушение. – Текст: электронный / пер. Д. Добров // ИноСМИ. – 2024, 4 мая. URL: <https://inosmi.ru/20240504/nigilizm-268775926.html>
10. Тодд Э., Девеккио А. Мы живем во времена полного падения Запада (интервью). – Текст: электронный // Le Figaro. – 2024, 15 января. – URL: <https://inosmi.ru/20240115/todd-267420760.html>
11. Constitution of the United States. First Amendment // Constitution Annotated. – URL: <https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-1/>
12. Legge J. French president Francois Hollande signs gay marriage and same-sex adoption into law despite national protests / James Legge // Independent. – 2013, 19 May. – URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/french-president-francois-hollande-signs-gay-marriage-and-samesex-adoption-into-law-despite-national-protests-8621990.html>
13. Highlights from AP-NORC poll about the religiously unaffiliated in the US. [Electronic resources] // Associated Press News. – 2023, 5 October. – URL: <https://apnews.com/article/religion-ap-poll-nones-survey-111e9f5bbcaaa47ea522f1aae9c24df9>
14. Most Conservative States 2024. // World Population Review. – URL: <https://worldpopulationreview.com/state-rankings/most-conservative-states>
15. Most Liberal States 2024. // World Population Review. – URL: <https://worldpopulationreview.com/state-rankings/most-liberal-states>
16. Religious Landscape Study. // Pew Research Centre. – URL: <https://www.pewresearch.org/religious-landscape-study/database/>
17. Religious ‘Nones’ in America: Who They Are and What They Believe // Pew Research Centre. – 2024, 24 January. – URL: <https://www.pewresearch.org/religion/2024/01/24/religious-nones-in-america-who-they-are-and-what-they-believe/>
18. 8 in 10 Americans Say Religion Is Losing Influence in Public Life // Pew Research Centre. – 2024, 15 March. – URL: <https://www.pewresearch.org/religion/2024/03/15/8-in-10-americans-say-religion-is-losing-influence-in-public-life/>

УДК 327.7

## ТОРГОВАЯ ВОЙНА МЕЖДУ КИТАЕМ И США: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Т.А. Чернышов, Е.А. Гребенщикова, А.С. Ерёмин, бакалавры

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В данной статье рассматривается торговая война между США и Китаем, причины и последствия конфликта, сложность экономических отношений и влияние на мировую экономику. Прогнозируется возможное превосходство Китая над США в будущем.

**Ключевые слова:** Китай, США, торговля, торговая война, китайско-американские отношения, китайско-американская торговля.

## TRADE WAR BETWEEN CHINA AND THE UNITED STATES: CAUSES AND CONSEQUENCES

**Abstract.** This article examines the trade war between the United States and China, the causes and consequences of the conflict, the complexity of economic relations and the impact on the global economy. Possible superiority of China over the United States in the future is predicted.

**Keywords:** China, USA, trade, trade war, Sino-US relations, Sino-US trade.

Для дальнейшего понимания целесообразно понять, что представляет под собой термин Торговая война. «Торговая война (англ. trade war) – торговое соперничество двух или более стран, проводящееся с целью захвата зарубежных рынков или предотвращения торговой «оккупации» национальной экономики. Изучением причин и методов ведения торговых войн занимаются многие науки, в том числе мировая экономика [1]. Сравнительно с другими торговыми войнами, эко-

номический конфликт между Китаем и США имеет свою специфику. Под администрацией Трампа США преследовали более деловой подход в отношениях с Китаем и готовы были заключать торговые сделки, при условии их выгоды для США. Однако администрация Байдена изменила этот подход, учитывая укрепление геополитического соперничества и стремление к объединению с союзниками для противодействия Китаю. Основное внимание администрации Байдена теперь сосредоточено на поддержке основных ценностей и на координации торговой политики с внешней политикой и национальной безопасностью, чтобы продвигать геополитические интересы США. В последние годы отношения между Китаем и США стали напряженными по различным причинам, включая экономические трения, споры по поводу Тайваня, Синьцзян-Уйгурского автономного района и другие геополитические и национальные интересы. Несмотря на это, Китай стремится поддерживать дружественные отношения с США.

Мировой финансовый кризис 2008 года серьезно подорвал экономику США и вызвал утрату доверия со стороны международного сообщества. Многие страны-получатели международной помощи начали искать альтернативные источники финансирования, в результате чего Китай укрепил свои позиции во многих регионах мира [2].

В 2009 году Китай обошел Германию по размеру экономики, а в 2010 году опередил Японию. На саммите «Группы двадцати» в 2009 году Китай выдвинул требование о распределении дополнительных голосов в Международном валютном фонде (МВФ), чтобы увеличить свое политическое влияние и расширить свое воздействие на принятие решений Фондом. В 2016 году китайский юань включили в корзину валют СПЗ (специальные права заимствования) и стал одним из резервных валют МВФ, наряду с американским долларом, британским фунтом, евро и японской иеной. Доля Китая в СПЗ составляла 30,5 миллиарда против 1,8 миллиарда в 1980 году [1].

В 2013 году Китай предложил США создать «большую двойку» в целях установления новой платформы для взаимодействия по политическим и экономическим вопросам. В период администрации Барака Обамы ежегодно проводились встречи в формате «двойки», однако после прихода администрации Трампа эти встречи прекратились [1].

После избрания, администрация Трампа последовательно начала свою атаку на Китай [3]. 22 марта 2018 года президент США Дональд Трамп подписал меморандум, известный как «Борьба с экономической агрессией Китая», который предусматривает введение ограничений на импорт товаров из Китая. Этот меморандум был принят после формального расследования, начатого в августе 2017 года, которое касалось нарушений интеллектуальной собственности и недобросовестной политики переноса технологий со стороны Китая. Расследование проводилось на основании статьи 301 Торгового акта 1974 года, которая дает США право устанавливать односторонние барьеры на импортируемые товары. В соответствии с указом президента, с 23 марта вступили в силу ввозные пошлины на сталь в размере 25 % и на алюминий – 10 %. 1 апреля Китай ввел пошлины на 128 видов американских товаров. На 120 из них, включая фрукты, пошлина составил 15 %, а на 8 наименований, включая свинину, пошлина составил 25 %. Согласно заявлению министерства финансов Китая, этот шаг был принят в ответ на решение администрации США о повышении тарифов на импорт стали и алюминия. 2 апреля это решение вступило в силу. 4 апреля США опубликовали список из 1,3 тысячи китайских товаров, которые могут подвергнуться импортным пошлинам. Это решение было принято в ответ на нарушение Китаем интеллектуальных прав на американскую продукцию. В ответ на это решение, Госсовет Китая принял решение ввести пошлины на 106 наименований товаров из США.

В мае стороны достигли соглашения о том, что они не будут начинать торговую войну и прекратят введение взаимных пошлин. Однако позднее стало известно, что не удалось достичь соглашения в торговых вопросах, и Вашингтон объявил о введении новых пошлин.

В середине июня США ввели пошлину в размере 25 % на товары из Китая, что затронуло около 10 % импорта из Китая в Америку на сумму 50 миллиардов долларов. Было уточнено, что новые пошлины коснутся товаров, содержащих важные промышленные технологии. В ответ Китай также ввел пошлину в размере 25 % на 659 наименований товаров из США, импортируемых в Китай, также на сумму 50 миллиардов долларов. С 6 июля вступили в силу взаимные торговые пошлины между США и Китаем на 545 наименований товаров. 23 августа США ввели новую пошлину в размере 25 % на китайские товары на сумму 16 миллиардов долларов. В ответ на это, Китай незамедлительно ввел свои ответные пошлины на американские товары с тем же процентным размером – 25 %, также на сумму 16 миллиардов долларов. 18 сентября президент США Дональд Трамп объявил о введении 10-процентных пошлин на товары из Китая на сумму 200 миллиардов долларов, начиная с 24 сентября. Согласно планам, этот тариф должен был увеличиться до 25 % с 1 ян-

варя 2019 года. Также была возможность введения третьего этапа пошлин на товары стоимостью около 267 миллиардов долларов, если Китай продолжит принимать ответные меры. В ответ на это Китай ввел повышенные торговые сборы в размере 10 и 5 % на американскую продукцию на сумму 60 миллиардов долларов начиная с 24 сентября. Пошлины затронули более 5200 наименований американских товаров.

В декабре на встрече лидеров на саммите G20 в Аргентине было достигнуто «перемирие» в торговой войне между США и Китаем. Дональд Трамп согласился отложить повышение пошлин с 10 до 25 % на китайские товары на сумму 200 миллиардов долларов в год, при условии, что в течение 90 дней будет достигнуто соглашение по некоторым важным вопросам. В ответ, правительство Китая приостановило действие повышенных пошлин на импорт автомобилей и запчастей из США на три месяца. Состоялись двусторонние переговоры между Китаем и США по торгово-экономическим противоречиям, которые прошли 7–9 января 2019 года. По итогам переговоров, Министерство коммерции Китая заявило о создании основы для решения торговых вопросов, которые волновали обе стороны. 23 января президент США Дональд Трамп выразил уверенность в достижении справедливой торговли с Китаем «тем или иным образом». Однако Белый дом отметил, что Трамп не планирует смягчать свои требования в отношении защиты интеллектуальной собственности для достижения торгового соглашения с Китаем. В ходе встречи 30–31 января стало известно, что Китай согласился сократить дисбаланс во взаимной торговле с США и увеличить импорт американской сельскохозяйственной продукции и энергоресурсов. С начала февраля было проведено несколько раундов переговоров, которые были посвящены вопросам торговли. 21 февраля начались высокоуровневые встречи, на которых обсуждались такие вопросы, как нетарифные ограничения, технологии, услуги и интеллектуальная собственность. Однако стороны не достигли согласия по некоторым вопросам. В результате президент США Дональд Трамп отложил повышение пошлин на китайские товары, которое было запланировано на 1 марта. В ответ, Китай продлил приостановку повышенных пошлин на автомобили и запчасти из США. В начале марта The Wall Street Journal сообщила, что США и Китай достигли финального этапа консультаций по торговым вопросам. Согласно условиям предполагаемой сделки, Китай был готов снизить пошлины на ряд американских товаров взамен на возможное снятие большинства санкций, которые были наложены США.

По информации газеты, Пекин предлагал снизить пошлины на американскую сельскохозяйственную, химическую и автомобильную продукцию, в то время как Вашингтон рассматривал возможность снятия большинства или всех санкций, которые были наложены на товары из Китая в прошлом году.

6 апреля Белый дом объявил, что США и Китай продолжают активный контакт и консультации по торговым вопросам, по которым до сих пор не удалось достичь соглашения. 30 апреля в Пекине состоялся очередной раунд консультаций между США и Китаем. Многие ожидали, что в рамках этих переговоров стороны смогут достичь соглашения, что привело бы к завершению торговой войны между двумя крупнейшими мировыми экономиками. Однако 5 мая президент США Дональд Трамп объявил о намерении увеличить пошлины с 10 до 25 % на ряд китайских товаров, начиная с 10 мая, и не исключил введение пошлин на другие товары. В свою очередь, Китай обещал ответить на действия США.

После заявления американской стороны возникли опасения в СМИ о возможной отмене очередного раунда переговоров в Вашингтоне со стороны Китая. Однако вице-премьер Госсовета КНР Лю Хэ посетил США 9–10 мая для продолжения консультаций, несмотря на угрозы Трампа. Гао Фэн, официальный представитель министерства коммерции Китая, заявил, что поездка китайской делегации в США на очередной раунд переговоров по торговым вопросам свидетельствует о ответственном подходе и искреннем желании Китая содействовать продвижению переговоров. Однако очередной раунд переговоров между США и Китаем 9–10 мая завершился безрезультатно. И обе стороны, как в Китае, так и в США, описали переговоры как конструктивные. Пекин заявил о невозможности уступить вопросам, которые являются принципиальными и важными для Китая.

США увеличили пошлины с 10% до 25% на китайский импорт на сумму около 200 миллиардов долларов. Президент США Дональд Трамп также приказал начать процесс повышения пошлин на оставшийся импорт из Китая, оцениваемый примерно в 300 миллиардов долларов. В ответ Китай ввел повышенные пошлины на импорт из США.

После долгих переговоров США и Китай подписали первую фазу торгового соглашения, в рамках которого Китай обязался закупить американские товары на двести миллиардов долларов в течение двух лет. Однако, спустя год, экспорт указанных товаров сократился почти в два раза по сравнению с запланированными показателями соглашения.

Приход Джо Байдена к власти в США был рассмотрен как возможность восстановления отношений с Китаем, однако администрация Байдена продолжила жесткий антикитайский курс, включая привлечение союзников для сдерживания Китая и применение торговой войны и санкционного давления [5].

В 2021 году объем внешней торговли Китая достиг рекордных \$6,3 трлн с положительным внешнеторговым балансом в \$877,6 млрд. В 2022 году товарооборот между двумя странами составил \$759,4 млрд, что ознаменовало всего лишь 0,6% увеличение. Американский торговый дефицит с Китаем в 2022 году вырос на \$29,42 млрд, с \$353,49 млрд в 2021 году до \$382,91 млрд. Копейкин, первый вице-президент Центра стратегических разработок, отмечает, что это свидетельствует о сложности для компаний, поставляющих товары на американский рынок, отказаться от Китая в связи с глобальной логистической инфраструктурой. Он добавляет, что рост поставок из Китая в США несколько отстал от уровня американской инфляции.

Однако, в 2023 году товарооборот сократился на 11,6% и составил \$664,45 млрд [6]. В 2023 году Китай занимал третье место по объему торговли со Штатами. Второе место заняла Мексика с объемом \$779,3 млрд (включая экспорт \$324,38 млрд и импорт \$454,93 млрд), а первое место принадлежало Канаде с объемом \$793,84 млрд (экспорт \$356,11 млрд и импорт \$437,73 млрд). Таким образом, Китай составил около 13% всей внешней торговли США. В январе-феврале 2024 года Китай и США увидели увеличение товарооборота на 0,7%, достигнув отметки в \$99,55 млрд. Данные, опубликованные Главным таможенным управлением Китая, показывают, что экспорт из Китая в США вырос на 5% и составил \$73,42 млрд, в то время как импорт американской продукции в Китай снизился на 9,7% до \$26,13 млрд. В результате, Китай имеет положительное сальдо в торговле с США в размере \$47,29 млрд за два месяца, что является увеличением на 14,5% по сравнению с аналогичным периодом в прошлом году, 2023. Китай активно осуществляет импорт из США различных товаров, включая сою, хлопок, кукурузу, микросхемы, внедорожники, сжиженный нефтяной газ, нефть, коксующийся уголь, медь и медную руду. Американская сторона приобретает у Китая смартфоны, компьютеры, литий-ионные батареи, пластиковую продукцию, камеры слежения, бытовые приборы, обувь, детские игрушки и другие товары [6].

Таким образом, торговая война – это торговое соперничество между двумя или более странами, осуществляемое с целью захвата зарубежных рынков или предотвращения их «оккупации» конкурентами. Конфликт между Китаем и США имеет свои особенности, и начался он после прихода администрации Трампа. США начали налагать ограничения на импорт товаров из Китая, такие как ввозные пошлины на сталь и алюминий. В ответ на это, Китай ввел пошлины на ряд американских товаров. Торговые споры между двумя странами продолжаются и включают в себя нарушение интеллектуальной собственности и политику переноса технологий. Этот конфликт между двумя крупнейшими экономиками имеет геополитический контекст и вызывает напряженность в отношениях между ними. Торговая война между США и Китаем вызвала значительные тарифные препятствия и напряженность во взаимных отношениях. Обе стороны вводили и повышали пошлины на товары друг друга. Однако после переговоров и встреч на саммите G20, был достигнут компромисс и временное «перемирие». Постепенно были сняты некоторые ограничения и продолжены переговоры. Китай согласился увеличить импорт американской продукции, а США рассмотрели вопрос о снятии санкций с Китая. Однако окончательное соглашение еще не достигнуто, и напряжение в торговых отношениях между двумя странами остается. Торговая война между США и Китаем продолжается с периодическими повышениями тарифов и санкций с обеих сторон. Помимо этого, переговоры и консультации не привели к окончательному соглашению между сторонами. Подписание первой фазы торгового соглашения не привело к решительному улучшению ситуации, а экспорт американских товаров в Китай сократился ниже ожидаемых показателей. Администрация Байдена продолжает жесткую политику в отношении Китая, включая привлечение союзников и экономическое давление. Торговый баланс и торговый дефицит между двумя странами остаются сложными проблемами. В 2023 году объем торговли между США и Китаем сократился на 11,6%, достигнув отметки \$664,45 млрд. Китай занимал третье место по объему торговли со США, после Мексики и Канады. Однако в январе-феврале 2024 года было замечено увеличение товарооборота на 0,7%, достигнув \$99,55 млрд. В этом периоде экспорт из Китая в США вырос на 5%, а импорт американской продукции в Китай сократился на 9,7%. Китай имеет положительное сальдо в торговле с США за два месяца, увеличившись на 14,5%. Импортные товары включают сою, хлопок, микросхемы, нефтепродукты и другие, в то время как экспорт из Китая включает смартфоны, компьютеры, бытовую технику и т.д. Торговля между Китаем и США продолжается, но в их отношениях остаются некоторые проблемы.



Рассмотрим причины произошедшего. В 2016 году администрация Барака Обамы ввела «антидемпинговые пошлины» на китайскую стальную продукцию в размере 265,79% в первом квартале года. Стоит отметить, что в этом же году США также ввели пошлины на сталь из других стран. Например, для бразильских фирм CSN, Usiminas и других пошлина составила 38,93%, для японских JFE и NSSMC – 71,35%, для индийской Tata – 31,39%, британской компании Sapa – 5,79%, а южнокорейскому бизнесу пошлина была установлена на уровне 6,9%. Применение подобных мер в отношении иностранных конкурентов является практикой, которая имела место еще в XIX веке. Однако пошлины такого масштаба, как в случае с китайской сталью, ранее не были введены. Это можно считать настоящей торговой войной, которая основана на решимости США и выявляет их уязвимость [3].

Высокий уровень защитных пошлин, введенных США, свидетельствовал о слабости черной металлургической отрасли и отражал общую экономическую ситуацию. Барак Обама считал свою экономическую политику успешной, в то время как Дональд Трамп называл ее неудачной. В октябре 2016 года Трамп заявил на телеэфире, что снижение годового роста ВВП Китая на 7% является национальной катастрофой, в то время как рост ВВП США всего лишь 1%, что почти несущественно. Это отражало недовольство американцев избытком китайских товаров и недостатком качественных рабочих мест, что привело к изменению настроений и набору протекционистских взглядов в США. Таким образом, Трамп пришел к власти на волне протекционистских настроений, даже среди республиканцев, которые до этого были приверженцами свободной конкуренции и неконтролируемого рынка [3].

Еще с начала 1980-х годов Трамп выступал за введение тарифов с целью сокращения торгового дефицита США и стимулирования национального производства. Он утверждал, что торговые партнеры «грабят» страну, и использование тарифов стало одним из главных аспектов его президентской кампании. Отмечалось, что за тридцать лет мало что было таким важным для Трампа, как его преданные взгляды на тарифы. Эта приверженность коренится в его опыте бизнесмена в 1980-х годах, когда он сталкивался с японской конкуренцией и считал ее угрозой для экономического превосходства США [4]. «Это укоренилось в его сознании с 80-х годов», – сказал Дэн ДиМикко, бывший руководитель металлургической отрасли, который содействовал разработке торговой политики г-на Трампа во время его предвыборной кампании 2016 года и в ходе его президентских инициатив. «Это вытекало из его глубоких убеждений».

В ответ на растущее влияние Китая благодаря инициативе «Один пояс, один путь» и расширение его влияния в регионах, которые США рассматривали как свою традиционную сферу, администрация США активизировала свою политику в Азии. Введение санкций США в отношении КНДР стало отправной точкой для конфронтации. США выразили свое недовольство пассивной позицией Китая по ядерной проблеме Северной Кореи. Увеличение импорта китайских товаров в США в 2017 году привело к дальнейшему увеличению торгового дисбаланса и вызвало недовольство Трампа. Летом 2017 года началось расследование США относительно методов торговли Китаем, с особым вниманием к ситуации с правами интеллектуальной собственности. Позднее США также указали на возможное введение санкций против Китая за незаконное повышение цен на металлы и копирование технологий. В ответ КНР заявила о готовности защищать свои права интеллектуальной собственности от американских претензий [2].

США продолжают ставить сдержку развитию Китая в качестве одной из основных целей во внешней политике, поскольку Китай активно догоняет США в области технологического развития и становится сильным конкурентом для американской экономики. Однако, рост китайского товарооборота стал значимым фактором в развитии экономических отношений между двумя странами. В 2021 году объем внешней торговли Китая достиг рекордных \$6,3 трлн с положительным внешнеторговым балансом в \$877,6 млрд.

По статистическим показателям на 2021 год партнерами Китая по экспорту является; США, Гонконг, Япония. Данные показатели будут рассмотрены на примере таблицы.

*Таблица*

### **Экономически-статистические показатели внешней торговли Китая**

Экономика КНР	
Партнеры по экспорту	США 17%, Гонконг 10%, Япония 6% на 2021 год
Импорт	3.091 трлн на 2021 год
Статьи импорта	Золото, нефть, природный газ, автопромышленность, железо

Экономика КНР	
Партнёры по импорту	США 7 %, Германия 7 %, Тайвань 6 %, Австралия 7 %, Япония 8 %, Южная Корея на 2020 год
Статьи экспорта	Офисная техника, телекоммуникационное оборудование, компьютеры
Внешняя торговля США и Китая	Прирост до 690,59 млрд по итогам 2022 г.

Вывод: Китай является одной из крупнейших экономик в мире, с высокими показателями экспорта и импорта. Он имеет разнообразных партнеров по экспорту, включая США, Гонконг и Японию, и основными товарными статьями являются офисная техника, телекоммуникационное оборудование и компьютеры. Что касается импорта, Китай зависит от поставок таких товаров, как золото, нефть, природный газ, автопромышленность и железо. Он имеет важных партнеров по импорту, включая США, Германию, Тайвань, Австралию, Японию и Южную Корею. Внешняя торговля между Китаем и США остается на высоком уровне, с ожидаемым приростом до 690,59 миллиардов долларов по итогам 2022 года. Это указывает на продолжающуюся важность сотрудничества и торговых связей между двумя странами. В целом, экономика Китая продолжает расти и играть важную роль в мировой экономике, сильно завися от экспорта и импорта различных товаров. Торговля с ключевыми партнерами, такими как США, Гонконг и Япония, является основой экономического развития Китая.

Согласно распоряжению министерства торговли США, американским производителям чипов запрещено предоставлять свою продукцию китайским компаниям, находящимся в черном списке. Запрет касается 31 компании, включая iFlytek, Dahua Technology и Megvii Technology. Эти ограничения базируются на законе о прямом иностранном производстве США, согласно которому американская администрация вправе остановить поставки продукции, использующей американские технологии. Ранее этим же законом были ограничены поставки чипов компании Huawei.

Тем временем, министерство коммерции и министерство науки и технологий Китая объявили о планах ограничить поставки поликристаллического кремния, важного компонента для производства солнечных батарей, в США. Китай является главным мировым производителем поликристаллического кремния, контролируя около 80% глобальных цепочек поставок для солнечной энергетики. Введение ограничений на поставки в США может существенно повлиять на американскую энергетическую индустрию [3].

Таким образом, торговля между Китаем и США продолжает развиваться несмотря на усиливающиеся напряжения. Ограничения и запреты на поставки чипов и поликристаллического кремния могут иметь серьезные последствия для обеих сторон, затрагивая ключевые отрасли, такие как электроника и солнечная энергетика [8].

Китай сохраняет значительное конкурентное преимущество на мировом рынке чистой энергетики, что дает ему возможность вводить торговые ограничения, которые негативно сказываются на экономике США. В ответ на это, американские власти могут способствовать переводу своих производств из Китая в Индию для снижения зависимости от китайской экономики и укрепления контроля над главным конкурентом Китая в Азии.

9 августа 2022 года был принят 117-м Конгрессом и подписан президентом Джо Байденом Закон о чипах и науке, также известный как CHIPS Act или Creating Helpful Incentives to Produce Semiconductors for America Act. Закон предусматривал выделение 52,7 миллиардов долларов США на научные исследования и стимулирование производства полупроводников в США. Пандемия COVID-19 значительно повлияла на несколько отраслей промышленности, особенно на компании, использующие микрочипы в своем производстве. Увеличился спрос на электронику, такую как ноутбуки, планшеты и игровые консоли, поскольку люди проводили больше времени дома. Одновременно с этим начались проблемы с поставками полупроводников, что привело к нехватке различных товаров на рынке. В ответ на эту ситуацию законодатели США разработали инициативу, направленную на создание условий для строительства полупроводниковых заводов в стране, наем местных работников и обеспечение первоочередной поставки продукции на внутренний рынок. Принятие CHIPS and Science Act предполагало стимулирование производителей на смену курса и предпочтение США ведению своего бизнеса, вместо традиционного выбора Азии.

Исходно предполагалось, что Intel получит \$2,5 миллиарда непосредственно от Пентагона, а еще \$1 миллиард из фонда CHIPS Act для поддержки исследований и разработок в области полупроводников. Однако в марте 2024 года Министерство обороны США отказалось финансировать Intel

напрямую, и ответственность за поддержку проекта была возложена на Министерство торговли США. В результате этого Министерство торговли приостановило финансирование инициативы по поддержке научно-исследовательских работ из средств, предусмотренных законом CHIPS and Science Act. Это решение было принято из-за неожиданно большого спроса на субсидии из общего бюджета проекта в размере \$39 миллиардов, с чем американским чиновникам пришлось столкнуться.

8 апреля 2024 года Джанет Йеллен, глава Минфина США, завершила свою вторую поездку в Китай за последние девять месяцев. В ходе переговоров с китайскими представителями, включая премьера Госсовета, вице-премьера, глав ЦБ и Минфина, Йеллен заявила, что США не стремятся к разрыву отношений с Китаем, так как это окажет разрушительные последствия для обеих экономик. Она также отметила, что отношения между странами улучшились за последний год. Одной из основных тем переговоров было обеспокоенность США растущим объемом производства и экспорта китайской продукции в новых отраслях, таких как производство солнечных панелей, батарей и электромобилей. Йеллен отметила, что субсидирование данных отраслей Китаем снижает выпуск в других странах, аналогично ситуации, которая происходила десятилетие назад с государственной поддержкой сталелитейной промышленности и ее угнетением в США и других странах [12]. Однако достигнутые договоренности пока ограничиваются сотрудничеством в борьбе с отмыванием средств и обменом информацией между финансовыми регуляторами. Стороны также договорились провести диалог по вопросам сбалансированного роста национальной и глобальной экономики, но конкретные меры не были упомянуты. Американская делегация заверила, что не позволит повторения сценария, который представлял угрозу для внутреннего производства в США.

И так, Китай и США являются крупнейшими экономиками мира. Согласно оценкам Международного валютного фонда на 2024 год, ВВП Китая занимает первое место в мире и составляет 35.04 миллиардов долларов. За ним следуют Соединенные Штаты Америки с ВВП, равным 27.97 миллиардам долларов. Между двумя государствами всегда сохраняется плотная конкуренция. Особенно сейчас, когда Китай опережает США во многих сферах. Основной причиной конкуренции является стремление обеих стран стать мировыми лидерами в сфере экономики. Китай растет семимильными шагами и становится все более влиятельной и могущественной силой на мировой арене, что вызывает опасения у США, которые доминировали во многих областях в течение длительного времени. Обе страны вводят торговые ограничения и санкции друг против друга, что приводит к обострению конкуренции в мировой торговле. Например, США ввели ряд санкций против Китая, включая установление пошлин на китайские товары, в том числе на сталь и алюминий, а также на продукцию высоких технологий. Помимо этого, были введены ограничения на китайские компании, такие как Huawei, и другие ограничения на технологическое сотрудничество. В ответ на это Китай ввел ряд санкций против США, включая установление пошлин на американские товары, а также ограничения на деятельность американских компаний на территории Китая. Для укрепления позиций нужны новые рынки сбыта своей продукции. Основным регионом, за который идет борьба, является Африка. Причина заключается в том, что на данный момент Африка – это наиболее перспективный регион, ввиду: большого населения; быстро растущего рынка; изобилия различных ресурсов, требующихся для производства многих вещей; отсутствия развитой инфраструктуры.

Тенденции развития конкуренции между США и Китаем включают в себя усиление санкций и торговых войн, увеличение военного противостояния, конфронтацию в области технологий и проблемы кибербезопасности. В то же время, обе страны также продолжают вести диалог и сотрудничество в некоторых областях, таких как климатические изменения, борьба с пандемией и другие глобальные проблемы, где их интересы совпадают.

Вопреки растущим напряженностям между Китаем и США, торговля между этими двумя странами продолжает расти. Недавний визит экс-спикера палаты представителей США Нэнси Пелоси на Тайвань только усугубил ситуацию. В октябре был введен жесткий запрет на продажу чипов китайским компаниям, однако это не помешало увеличению торговых операций.

По прогнозу британского Центра экономических и деловых исследований (CEBR), в 2037 году экономика Китая может превысить ВВП США [9]. CEBR считает, что из-за демографического спада и политики «нулевой терпимости» по отношению к коронавирусу в Китае, он не сможет постоянно опережать США по размеру экономики. Они прогнозируют, что Соединенные Штаты вновь обойдут Китай к середине 2050-х годов [10].

Торговая конфронтация между США и Китаем все еще продолжается и вряд ли испытает скорое завершение. Если в США не будут произведены значительные изменения, то Китай со временем сможет претендовать на победу вместе с остальным миром. В таком случае станет ясно, что обе страны несут равные потери. В настоящий момент США нарушают традиционные правила глобальной тор-

говли или угрожают создать новые правила без участия Китая. Однако более вероятным сценарием является то, что Китай, занявшая позицию мирового промышленного лидера, найдет общий язык с другими развивающимися лидерами, и будущие правила будут разработаны уже без участия США.

Таким образом, торговые отношения между США и Китаем прошли длительный путь со своими периодами напряженности и улучшения. В начале 20 века политические и экономические изменения в Китае привели к осложнению отношений с США, но с появлением экономических реформ в 1978 году и открытии для мирового рынка, китайская экономика и торговля быстро развивались. Однако существует некоторое разногласие и конкуренция в финансово-валютной политике, торговле и инвестиционной сфере, что вызывает осложнения в отношениях между двумя странами. Торговая война в сфере стали в 2016 году подчеркнула уязвимость США, и это стало одним из нюансов эскалации напряженности в отношениях. Китай и США имеют потенциал для сотрудничества в решении глобальных проблем, но сохранение сбалансированных отношений и диалога является важным аспектом для стабильности в мировой экономике.

Администрация Трампа начала атаку на Китай, введя высокие защитные пошлины и ужесточив политику в отношении китайских товаров. Протекционистские настроения в США, вызванные недовольством избытком китайских товаров и недостатком качественных рабочих мест, стали важным фактором в приходе Трампа к власти. Растущее влияние Китая и его экономические практики также вызвали беспокойство в США. Санкции и расследования по отношению к Китаю свидетельствуют о растущих напряженностях и конфронтации между двумя странами. Торговая война между США и Китаем стала одним из ключевых элементов в отношениях двух крупнейших экономик мира.

США и Китай вступили в торговую войну с 2018 года, в результате которой они взаимно вводили тарифы на импортируемые товары и проводили расследования нарушений в области интеллектуальной собственности. Обе стороны принимали ответные меры, вводя тарифы и пошлины на широкий спектр товаров. Появились периодические моменты согласия и приостановления новых пошлин, но конфликт продолжался. Эта торговая война вызвала негативное влияние на мировую экономику, создавая неопределенность для бизнеса и потребителей. В то же время, эта война также отражает долговременные разногласия между двумя крупнейшими экономическими державами, связанные как с торговыми спорами, так и с широким спектром деликатных вопросов, таких как технологическая конкуренция и доступ на рынки. Продолжение торговой войны между США и Китаем остается вызовом для двусторонних отношений и мировой экономики в целом.

Торговая война между США и Китаем продолжается, с обеих сторон вводятся дополнительные пошлины и санкции на импорт товаров. Переговоры между двумя странами подвержены неудачам и не привели к конкретному соглашению. Обе стороны продолжают стратегию ответных мер, что может привести к дальнейшему ухудшению торговых отношений и возможной дестабилизации мировой экономики. Важно отметить, что эта торговая война не только влияет на экономические отношения между США и Китаем, но и создает отрицательные последствия для других стран, особенно тех, которые зависят от экспорта в оба направления. Обе стороны принимали меры по увеличению пошлин на товары друг друга, что привело к напряженности в экономических отношениях и созданию дисбалансов в торговле. Однако ни одна из сторон не планирует отступать от своих требований и обе готовы искать дальнейшие пути для решения этого конфликта.

У администрации Трампа был более деловой подход к отношениям с Китаем, но с приходом администрации Байдена был принят более жесткий антикитайский курс. Ожидалось, что смена администрации в США может смягчить конфликт, однако это не произошло. Торговая политика США теперь подчиняется внешней политике и безопасности, основные ценности и геополитические интересы. Достижение окончательного соглашения и прекращение торговой войны остается нерешенной задачей.

В последние годы отношения между США и Китаем значительно ухудшились из-за различных причин и инцидентов, включая неправомерное использование интеллектуальной собственности, торговые диспуты и нарушения прав человека. Это привело к введению взаимных таможенных пошлин, санкций и ограничений на товары и компании. Объемы торговли между двумя странами сократились, создавая неопределенность и трудности для международной торговли. Китай имеет разнообразных партнеров по экспорту, включая США, Гонконг и Японию, и основными товарами являются офисная техника, телекоммуникационное оборудование и компьютеры. В то же время Китай зависит от импорта товаров, таких как золото, нефть и автопромышленность. Китай продолжает оставаться важным партнером США по торговле, хотя его доля внешней торговли США несколько снизилась в последние годы. В то же время, США вводят ограничения и санкции на китайские компании и технологии, чтобы сдерживать развитие Китая в ряде областей. Все это указы-

ваит на то, что экономические отношения между США и Китаем остаются сложными и непредсказуемыми, с регулярными изменениями и напряжением.

Ограничения и запреты на поставки чипов и поликристаллического кремния имеют серьезные последствия для промышленности, таких как электроника и солнечная энергетика. Китай сохраняет конкурентное преимущество в отрасли чистой энергетике, что позволяет ему вводить торговые ограничения, которые негативно сказываются на экономике США. Экономическая конкуренция между двумя странами продолжается, в то время как политические и геополитические разногласия усиливаются. Однако, несмотря на напряженность, Китай и США продолжают поддерживать некоторые формы диалога и сотрудничества по глобальным проблемам.

Прогнозы экономического развития указывают на то, что экономика Китая может превзойти экономику США в будущем, но также предсказывается, что США снова превзойдет Китай к середине 2050-х годов. В целом, будущее отношений между Китаем и США остается неопределенным, смешанным сочетанием конкуренции и сотрудничества.

Экономика Китая продолжает демонстрировать быстрый рост и может превзойти экономику США в ближайшие десятилетия. Однако, прогнозы также указывают на ограничения и вызовы, с которыми Китай сталкивается, такие как демографический спад и политика «нулевой терпимости» в отношении коронавируса. Эти факторы могут привести к тому, что США вновь обойдут Китай в экономическом отношении к середине 2050-х годов. Торговая конфронтация между США и Китаем продолжается и влияет на экономику обеих стран. Возможны различные последствия для обеих сторон, однако, при отсутствии существенных реформ в США, Китай может стать ведущей экономической силой среди других развивающихся стран. Это может привести к изменению правил мировой торговли и формированию нового глобального порядка без участия США. Анализируя данные прогнозы, можно сказать, что будущее геополитическое и экономическое положение Китая и США будет зависеть от динамики торговых отношений и принимаемых решений обеими странами.

---

1. Мытарева Е.А. «Торговая война» как средство нетарифного регулирования международной торговли // СибСкрипт. – 2010. – №1. – С. 74-77.

2. Пак С. Торговая война Китая и США: что будет с китайской экономикой? // Вестник международных организаций. – 2020. – Т. 15. № 2. – С. 213-235.

3. Торговая война США с Китаем как попытка вернуть глобальное лидерство / А.С. Юнюшкина, К.А. Шаповалова, Е.Ю. Каткова // Международные отношения. – 2021. – № 2. – С. 55-68.

4. Результаты торговой войны США и Китая: кто проиграл и кто выиграл. – Текст: электронный // TASS: [сайт]. – 2020. – URL: <https://tass.ru/opinions/13571599>.

5. Trump's Love for Tariffs Began in Japan's '80s Boom. – Текст: электронный // The New York Times: [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2019/05/15/us/politics/china-trade-donald-trump.html>.

6. Умеет ли Байден заключать сделки? Что мы знаем о торговой политике новой администрации США. – Текст: электронный // Клуб «Валдай»: [сайт]. – 2021. – URL: [https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/o-torgovoy-politike-novoy-administratsii-ssha/?sphrase\\_id=716136](https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/o-torgovoy-politike-novoy-administratsii-ssha/?sphrase_id=716136).

7. Объем торговли Китая и США в январе-феврале вырос на 0,7 %. – Текст: электронный // TASS: [сайт]. – 2020. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/20178933>.

8. Объем торговли США и Китая обновил исторический рекорд. – Текст: электронный // Сетевое издание Ведомости (Vedomosti): [сайт]. – 2023. – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2023/02/10/962429-obem-torgovli-ssha-i-kitaya-obnovil-rekord>.

9. Торговля между Китаем и США в январе – апреле упала на 11,2%, до \$217,9 млрд. – Текст: электронный // Реальное время: [сайт]. – 2023. – URL: <https://m.realnoevremya.ru/news/280285-eksport-iz-kitaya-v-ssha-za-yanvar-aprel-ruhnul-na-143>.

10. Экономисты заявили о замедлении китайской экономики в 2024 году. – Текст: электронный // Известия: [сайт]. – 2023. – URL: <https://iz.ru/1627048/2023-12-27/ekonomisty-zaiavili-o-zamedlenii-kitaiskoi-ekonomiki-v-2024-godu>.

11. Эксперты допустили выход экономики Китая на первое место в мире к 2037 году. – Текст: электронный // Forbes: [сайт]. – 2023. – URL: <https://www.forbes.ru/finansy/503387-eksperty-dopustili-vygod-ekonomiki-kitaa-na-pervoe-mesto-v-mire-k-2037-godu>.

12. Слишком много КНР. – Текст: электронный // Коммерсантъ: [сайт]. – 2024. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6634625>.

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ САНКЦИЙ В ОТНОШЕНИИ РОССИИ

А.А. Шестёра, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу воздействия политики санкций на Россию. В ней рассматривается эффективность применения санкций и их влияние на экономические, политические и социальные аспекты общества. Исследование включает оценку последствий санкций для российской экономики, а также анализ адаптационных стратегий, применяемых государством.*

**Ключевые слова:** *санкции, эффективность, Россия, стратегия, Запад, экономика, ограничительные меры.*

### ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF THE SANCTIONS POLICY AGAINST RUSSIA

**Abstract.** *The article is dedicated to analyzing the impact of sanction policies on Russia. It examines the effectiveness of sanctions and their influence on the economic, political, and social aspects of society. The research includes assessing the consequences of sanctions for the Russian economy, as well as analyzing the adaptation strategies employed by the state.*

**Keywords:** *sanctions, effectiveness, Russia, strategy, West, economy, restrictive measures.*

Исследование эффективности санкций в отношении России является важным и актуальным в контексте современной международной политики. Оценка воздействия санкций на экономику, политику и социум России поможет понять их эффективность, последствия и возможные альтернативные подходы к урегулированию конфликтов. Это исследование также способствует разработке более эффективных стратегий внешней политики и принятию обоснованных решений на международном уровне.

**Цель исследования** – оценка эффективности санкций, применяемых в отношении России, с учетом их воздействия на различные аспекты экономики, политики, социальных отношений и культурного развития.

**Предмет исследования** – эффективность санкций в отношении России, включая анализ целей, механизмов применения, последствий и результатов санкционной политики.

**Объект исследования** – санкции, применяемые в отношении России со стороны различных стран и международных организаций, а также их воздействие на различные аспекты жизни общества, включая экономическую активность, политическую среду, социальные отношения и культурные процессы.

Существуют разные точки зрения среди экспертов об эффективности санкций, как способа давления и решения стратегических задач внешней политики государств на мировой арене. Что касается стран Запада, то в последние десять лет, именно меры разных ограничений стали ведущим инструментом воздействия на Россию.

США и страны Запада применили не только экономические санкции в отношении РФ, но и дипломатические, военные, санкции в сферах образования, культуры и спорта. Эти санкции выделяются своим масштабом и охватом, а также явной целью ухудшить условия жизни обычных граждан России, дестабилизируя внутреннюю политическую стабильность. Это говорит о том, что против Российской Федерации ведется санкционная кампания, которая противодействует преимуществам глобализации и представляет собой серьезные вызовы для дальнейших исследований о воздействии санкций на Россию.

Если говорить об эффективности данных действий, но нужно понимать, какие цели этому предшествовали, именно это позволит оценить их результат. США и Европейских союз вводил санкции постепенно с 2014 года, а после 24 февраля 2022 года, когда Россия начала специальную военную операцию (СВО), санкции начинали увеличиваться с целью ослабления экономической базы РФ, лишения ее критически важных технологий и рынков сбыта, и существенного ограничения ее способов вести войну [1].

Администрация Дж. Байдена отмечает, что неоправданная, неспровоцированная, упорная и бессовестная война РФ против Украины еще больше угрожает миру, стабильности, целостности Украины, и представляет собой необычную и исключительную угрозу национальной безопасности и внешней политики США [2] Постоянное повторение в СМИ США и стран Запада слов «жестокая и неспровоцированная война» в отношении СВО России, дает понять, что оказывается психологическое влияние на простых людей и стран, имеющие нейтралитет в данном вопросе. [3] Некоторые аналитики утверждают, что введение санкций против России со стороны администрации Байдена и европейских правительств призвано достичь новых целей: наказать Россию путем разрушения ее экономики, что станет примером для всего мира, и оказать внутреннее давление на президента В. Путина, чтобы он прекратил войну на Украине. Другие же считают, что западные страны никогда не намеревались использовать санкции для того, чтобы заставить Россию отступить и покинуть Украину, провоцировать изменение режима и вызвать крах российской экономики [4].

Здесь следует отметить, что параллельно введению обширных санкционных мер против России США и их союзники оказывают военную помощь Украине. Президент России, В.В. Путин, охарактеризовал текущую ситуацию как гибридную войну, в которой Запад ведет против России. По его словам, подлинные причины этой конфронтации заключаются в «жадности» и стремлении сохранить неограниченную власть. Он утверждает, что Запад не желает свободы для России, а видит ее как колонию, не стремится к равноправному сотрудничеству, а желает лишь грабежа, не представляет ее как свободное общество, а рассматривает как толпу бездушных рабов.

Политические мотивы, к сожалению, являются важным аспектом в принятии решений о расширении дополнительных санкционных мер странами Запада. Таким образом, введение санкций против России и ее граждан следует рассматривать не просто как изолированный акт санкций, а как часть гибридной войны, цели которой могут отличаться от официальных заявленных. Учитывая это, оценка эффекта и эффективности санкционных мер скорее всего возможна только в контексте отдельных отраслей российской экономики.

В сентябре 2022 г. председатель Еврокомиссии Урсула фон дер Ляйен перед депутатами Европарламента заявляет, что российская промышленность сломлена и занимает 11 место в мире вскоре, по ее словам, экономика России не будет входить даже в 20 сильнейших стран мира [5].

Говоря об эффективности санкции против России, утверждается, что санкции, введенные после 21 февраля 2022 года, создали для России многочисленные экономические проблемы, которые разрушат российскую экономику. Фактически, если посмотреть на 2023 год после первых пакетов санкций в феврале-июле 2022 года, ряд экономистов отмечают, что экономика России перенесла санкции лучше, чем ожидалось. На деле, действия, принятые в странах Запада в отношении РФ, можно рассматривать как меры экономической войны. Похоже, что инициаторы санкций (США и Евросоюз) недооценили способность экономики РФ к сопротивлению санкционных мер, ее потенциал для изменений и готовность российского правительства реагировать на экономические, политические и социальные негативные последствия.

По оценкам Минэкономразвития России, увеличение ВВП по итогам 2023 года составил 3,6% после падения в 2022 году на 1,2%, многие финансовые источники Западных стран прогнозировали падения на +8,4%. Увеличение ВВП получилось нормализовать за счет поднятия добывающей промышленности, оборонной промышленности, и немало важную роль сыграло появление импортозамещения, появившееся за счет санкционных мер. Так, большое увеличение добавленной стоимости было замечено в добывающей промышленности, а именно в добыче сырья нефти и природного газа (+1,2% г/г), лесном, сельском хозяйстве (+6,1% г/г), рыбоводстве (+8,2% г/г), в строительстве (+5,6% г/г), в гостиничном и ресторанном бизнесе (+4,3% г/г), в отрасли государственного управления (+4,1%), в сфере информации и связи (+0,6% г/г) [6].

Также, по оценкам Минэкономразвития России на февраль 2024 год, рост ВВП увеличится на 4,7%. В 2024 году развитие будет определяться эффективной реализацией экономических мер и перестройкой планов по повышению экономической политики страны [6].

На 2024 г. прогнозные значения темпов роста реального ВВП для России выше, чем показатели Германии, Франции, Великобритании и Италии. Можно сделать вывод, что экономика России на данный момент времени более стабильнее и потенциально увереннее, чем экономика стран той же самой Большой семерки (G7).

Конечно, существует и негативное влияние ограничительных мер, примером этому служит сфера социальных услуг и здравоохранения, которые нуждаются в финансовой поддержке. На данный момент существует множество государственных программ, которые не могут покрыть все необходимые расходы для достижения среднего ОПЖ в 80 лет.

По данным Минобразования, ожидаемый рост образования в 2022–2024 году (+9%) не подтвердил реального в (0,1%). Это было обусловлено повышением стоимости образовательных услуг, но не увеличением поступающих студентов. Большинство направлений были переполнены из-за нежелания платить деньги за высшее и средне-специальное образование. Правительству следует пересмотреть программу и направления инвестиций, учитывая требования национальных рынков труда регионов [7].

Позитивные изменения наблюдаются в финансировании военной безопасности ВПК Российской Федерации, учитывая многочисленные санкции в 2022–2024 гг. Наложённые индивидуальные и секторальные санкции стали «толчком» для роста военного бюджета России. Различные направления в секторах национальной безопасности, работы правоохранительных органов, развитии системы базирования крупных флотов и заводов будут развиваться и финансироваться по мере участия страны в СВО, а также стоит учитывать помощь в военных конфликтах на Ближнем востоке [8].

С другой страны, положительным спектром санкционных ограничений является быстро возросший сдвиг в сторону развития торговых отношений с азиатскими странами. Россия и Китай уже взаимодействуют на многосторонних площадках, как АТЭС, ШОС, БРИКС, G20, кроме того, имеют общее мнение по различным вопросам в Совете Безопасности ООН. Китай является основным торговым партнёром РФ на 2023 год (товарооборот 40,7%) [9], что говорит о некоей экономической зависимости. Однако данную меру можно назвать вынужденной, после наложенных санкции 2022 года Россия была отрезана от Западных поставщиков. Некоторые эксперты также выражают мнение, что такая великая держава как Китай в лице союзника, в один прекрасный миг может и стать врагом, но пока это утверждать крайне сложно. Сотрудничество этих двух стран является обоюдным и выгодным, как для Китая, в который экспортируется огромное количество нефтепродуктов, древесины и топлива, так и для России, которая получает высокотехнологичное оборудование.

Значение пограничных регионов, таких как Дальний Восток и Сибирь, приобретает новый масштаб. Безусловно, это торговая значимость данных районов. Развитие транспортной инфраструктуры, в связи с проектом «Северной морской путь», придает региону стратегическое значение, благодаря своему географическому положению, прилегающему к Тихому океану и граничащему с азиатскими странами, что открывает возможности для торговли и дипломатических отношений. Так же, существует немало транзитных сетей, имеющих военно-политическое значение, которые соединяют Россию с Ближним Востоком и Арабо-Персидским заливом, в условиях санкционной войны. «Коридор Север-Юг» (INSTC) имеет стратегическое значение по нескольким причинам. Во-первых, это обеспечивает альтернативный маршрут для экспорта российских товаров, особенно нефти и газа, обходящий проливы и каналы, контролируемые другими странами. Это уменьшает зависимость от существующих транзитных маршрутов и улучшает безопасность поставок. Кроме того, этот коридор способствует развитию торговли и экономических связей между Россией, Ираном и странами Арабского залива, что способствует росту экономик и расширению возможностей для инвестиций и сотрудничества. Помимо морского маршрута через Каспий, существует проект маршрута железнодорожного пути из России через Азербайджан, Армению и далее до иранских портов на Персидском заливе (Москва, Тегеран, Баку подписали договор о строительстве части международного транзитного коридора в 2005 году). [10]

Российская экономика эффективно приспособилась к вызовам, вызванным действиями экономической войны со стороны западных стран. Эта адаптация проявилась как на макроуровне, так и на уровне микроэкономики. Благодаря этой адаптации, в 2022 году Россия смогла избежать серьёзной рецессии, несмотря на пессимистические прогнозы. Предвидится, что эта успешная адаптация поддержит стабильный рост российской экономики в 2024 и 2025 годах.

Таким образом, исходя из результатов ограничительных мер, можно сделать вывод, что антироссийские санкции Западных стран, в том числе и США, не достигли запланированных целей. Некоторые из них были частично достигнуты, но в целом санкции не привели к желаемым результатам. Вместо этого они имели негативное влияние на российскую экономику в краткосрочной перспективе, но стимулировали развитие российской экономики и технологий в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Этот рост в значительной степени обусловлен разумной антисанкционной политикой России.

Оценка воздействия и эффективности санкций часто зависит от политической и экономической обстановки. Когда речь идет о России, санкции стали частью длительного конфликта и напряженных отношений с Западом, что делает еще более сложным определить их реальное воздействие и эффективность. В обстановке глобализации исключительно важно учитывать международные последствия санкций и их воздействие на мировую экономику. Санкции против России оказы-



вают влияние на целый ряд стран и отраслей, и негативные последствия могут быть ощущены далеко за пределами России. Санкционные войны, применяемые в отношении России, сталкиваются со своими особенностями, так как Россия является высокоинтегрированной в мировую экономику страной. Ограничительные меры, которые сегодня применяются к России, оказывают глобальное влияние, не имеющее предыдущих параллелей в мировой истории. Это поднимает важный вопрос о том, как эффективными и целесообразными являются такие санкции в современном мире.

При оценке эффективности санкций важно учитывать их цель и реальное воздействие на поведение целевой страны. Россия, как страна сильного государственного контроля и длительной историей конфликта с Западом, не всегда реагирует ожидаемым образом на санкции, что усложняет их оценку. В такой обстановке важно обсуждать не только политическую составляющую санкций, но и их экономические и глобальные последствия, чтобы принять взвешенное решение о их применении в более широком контексте.

---

1. Sanctions adopted following Russia's military aggression against Ukraine. European Commission. URL: [https://finance.ec.europa.eu/eu-and-world/sanctions-restrictive-measures/sanctions-adopted-following-russias-military-aggression-against-ukraine\\_en#timeline-measures-adopted-in-2022-2023](https://finance.ec.europa.eu/eu-and-world/sanctions-restrictive-measures/sanctions-adopted-following-russias-military-aggression-against-ukraine_en#timeline-measures-adopted-in-2022-2023) (дата обращения: 23.04.2024).

2. Executive Order on Prohibiting Certain Imports and New Investments with Respect to Continued Russian Federation Efforts to Undermine the Sovereignty and Territorial Integrity of Ukraine. The White House. March 08, 2022. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/presidential-actions/2022/03/08/executive-order-on-prohibiting-certain-imports-and-new-investments-with-respect-to-continued-russian-federation-efforts-to-undermine-the-sovereignty-and-territorial-integrity-of-ukraine/> (дата обращения: 25.04.2024).

3. National Security Strategy. The White House, Washington D.C., 2022. URL: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/10/Biden-Harris-Administrations-National-Security-Strategy-10.2022.pdf> С.3 (дата обращения: 25.04.2024).

4. Demarais A. Sanctions on Russia Are Working. Here's Why. Foreign Policy. December 1, 2022. URL: <https://foreignpolicy.com/2022/12/01/ukraine-russia-sanctions-economy-war-putin-embargo-technology-financial-energy/> (дата обращения: 25.04.2024).

5. The White House. Remarks by President Biden on the United Efforts of the Free World to Support the People of Ukraine. Warsaw, Poland. March 26, 2022. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2022/03/26/remarks-by-president-biden-on-the-united-efforts-of-the-free-world-to-support-the-people-of-ukraine/> (дата обращения: 27.04.2024).

6. О текущей ситуации в российской экономике. – Текст: электронный // Министерство Экономического развития Российской Федерации: [сайт]. – URL: [https://www.economy.gov.ru/material/file/9c427e4d80303881e8831ea4a4f6e3eb/o\\_tekushchey\\_situacii\\_v\\_rossiyskoy\\_ekonomike\\_fevral\\_2024\\_goda.pdf](https://www.economy.gov.ru/material/file/9c427e4d80303881e8831ea4a4f6e3eb/o_tekushchey_situacii_v_rossiyskoy_ekonomike_fevral_2024_goda.pdf) (дата обращения: 27.04.2024).

7. Абитуриенты 2022-2024. – Текст: электронный // Министерство науки и высшего образования РФ: [сайт]. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 27.04.2024).

8. Россия потратит на оборону более 9,5 трлн рублей в 2021-2023 годах. – Текст: электронный // ТАСС: [сайт]. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/9484453> (дата обращения: 28.04.2024).

9. Черникова Л.П. Российско-китайские отношения: история и современность. – Текст: электронный // [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiysko-kitayskie-otnosheniya-istoriya-i-sovrenost/viewer> (дата обращения: 28.04.2024).

10. Кожокин Е.М., 2022. Транспортный коридор Север – Юг в условиях новой реальности. – Геоэкономика энергетики. № 4 (20). С.36-55. DOI: 10.48137/26870703\_2022\_20\_4\_36 (дата обращения: 30.04.2024).

УДК 658.5

## СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ КАК ТРАНЗИТНОГО ЛОГИСТИЧЕСКОГО РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ВНЕШНИХ САНКЦИЙ

**В.В. Шутов**, магистрант  
**Е.В. Тунгусова**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

*Аннотация. В статье рассматриваются проблемы современного развития Приморского края как транзитного логистического и приграничного региона в условиях внешних санкций. Анализируется*

влияние этих процессов не только на экономику региона, но и на его имидж, на информационное восприятие и информационный образ края в Азиатско-тихоокеанском регионе.

**Ключевые слова:** Дальний Восток России, Приморский край, Свободный порт Владивосток, морские порты, международное экономическое сотрудничество, санкции.

## MODERN DEVELOPMENT OF PRIMORSKY KRAI AS A TRANSIT LOGISTICS REGION UNDER THE CONDITIONS OF EXTERNAL SANCTIONS

**Abstract.** *The article considers the problems of modern development of Primorsky Krai as a transit logistic and border region under the conditions of external sanctions. The influence of these processes not only on the region's economy, but also on its image, on the information perception and information image of the region in the Asia-Pacific region is analyzed.*

**Keywords:** *Russian Far East, Primorsky Krai, Free Port of Vladivostok, seaports, international economic cooperation, sanctions.*

Приморский край в масштабах не только российского Дальнего Востока, но и страны традиционно воспринимался как приграничный регион, связанный как в целом с транспортной логистикой, так и с транзитными грузопотоками. В разные исторические периоды доминировали либо задачи, связанные с внешнеэкономической деятельностью, либо с обслуживанием национальных интересов на Дальнем Востоке, прежде всего с осуществлением так называемого "северного завоза", то есть обеспечения грузами северо-восточных регионов страны. Исторически как приграничный регион Приморье всегда было связано с транспортной логистикой. Наиболее активное развитие морских портов региона приходится на 60–80-е гг. XX в., когда активно развиваются такие крупные незамерзающие порты региона, как Владивосток, Находка, Восточный. Вместе с тем основная масса грузов вплоть до недавнего времени перемещалась в рамках национальной внешнеэкономической деятельности, то есть это был либо экспорт из страны, либо импорт в нее. Лишь незначительная доля контейнерных грузов следовала через регион международным транзитом на Евроазиатском направлении. Во многом порты Приморья раньше играли важную роль и во внутристрановых транспортных перевозках, прежде всего обеспечивали так называемый "Северный завоз", то есть снабжение северо-восточных регионов страны, таких как Магадан, Камчатка и Чукотка. Поэтому ранее информационный образ региона был в большей степени связан с международной транспортной логистикой в рамках национальной внешней торговли, сегодня же он меняется в направлении усиления роли края в международном "сквозном" транзите грузов на евроазиатских транспортных путях.

В настоящее время регион оказался в достаточно уникальной ситуации, когда в течение небольшого временного периода из-за внешних факторов его роль как транзитного приграничного региона начала очень быстро увеличиваться, а имиджевая составляющая, связанная с транспортными перевозками, соответственно, расти. Сегодня можно говорить о том, что не просто увеличивается грузооборот крупнейших морских портов региона, но и создаются условия для активного развития транспортного комплекса региона в целом. В такой ситуации формируются предпосылки и для изменения ключевых черт информационного образа региона и его столицы – Свободного порта Владивосток.

Необходимо отметить, что в течение последних восьми лет произошли определенные изменения, которые ориентированы на развитие региона и привлечение сюда иностранных инвестиций. Речь, прежде всего, о проведении во Владивостоке ежегодного Восточного экономического форума, введение в действие уникальных экономических режимов Свободного порта Владивосток, Территорий опережающего развития, программы Дальневосточный гектар, создании на острове Русском специального административного района (САР) – налоговой "гавани" для бизнеса. Все эти меры ориентированы, прежде всего, на развитие экономики региона и его активную интеграцию в хозяйственно-экономические процессы в АТР. При этом, несмотря на то что сегодня вопрос о влиянии этих мер на комплексное развитие региона остается дискуссионным, тем не менее очевидно, что государство предпринимает целенаправленные шаги в направлении его долговременного развития как транзитной приграничной территории. Любые изменения в структуре экономики региона, прежде всего такие, как ожидаемые в качестве результатов реализации политики "Восточного вектора" развитие промышленности и сельского хозяйства, с обязательным присутствием экспортной составляющей, потребуют и адекватного транспортного обеспечения.

Помимо потенциала внутреннего развития Приморья большое значение имеет и транзитная составляющая, которая стала отчетливо проявляться в период 2021 и 2022 годов во многом под влиянием внешних факторов. В последние два года явным признаком, с одной стороны, важности и системного характера всей транспортно-логистической инфраструктуры Приморского края, а с другой стороны, наличия в ней проблем, стал так называемый "контейнергейт". Таким термином назвали проблемы с перемещением возрастающих объемов грузов в портах Приморского края и существенное затаваривание портовых складских мощностей. Случилось это во второй половине 2021 года, когда из-за удорожания фрахта, то есть стоимости морских перевозок на трансконтинентальном направлении между ведущими экономиками Азиатско-тихоокеанского региона и европейскими странами стала востребована доставка грузов по так называемому "евроазиатскому транспортному коридору", то есть по российским железным дорогам и через порты Дальнего Востока, прежде всего порты южного Приморья. Это проявившееся конкурентное преимущество региона довольно быстро привело к тому, что в крупнейших портах Приморского края возникли "пробки", то есть затаваривание грузами, прежде всего контейнерными, и многократное уменьшение скорости их обработки соответственно. Данная ситуация показала уязвимые места в системе транспортной инфраструктуры региона, в рамках Приморского края это, в первую очередь, касается транспортных коммуникаций на уровне железной дороги в местах "стыка" с морскими портами.

Необходимо предпринимать системные усилия по "расшивке" таких узких мест в логистической системе региона, прежде всего увеличивать пропускную способность как железных дорог, так и возможности грузообработки в крупнейших портах Приморья, поскольку если грузопоток будет увеличиваться и дальше, а статистика показывает именно такое развитие событий за последний год, то неизбежно эти проблемы будут повторяться, а в системе будут наблюдаться постоянные проблем. Очевидно, что необходимо предпринимать усилия во всех звеньях логистической цепи в пределах региона для того, чтобы данная проблема была решена или как минимум наметились положительные изменения в вопросах грузообработки. Она имеет существенное значение ещё и потому, что вызывает большое количество негативных откликов в средствах массовой информации и в медиасреде в целом, что, соответственно, негативно сказывается на имидже региона. Именно поэтому властям необходимо предпринимать системные усилия для решения этой проблемы, по меньшей мере в перспективе нескольких ближайших лет.

Массовые антироссийские санкции, введённые коллективным западом в 2022 году, привели к изменению схем доставки грузов в пределах России, а также международных грузопотоков, в которых задействован потенциал страны, в том числе и на Дальнем Востоке. То есть они, по сути, ещё больше усилили тренд на резкий рост востребованности логистической системы региона, которую показали описанные выше события 2021 года. Это сказалось на изменении грузопотоков, которые начали меняться с западного на восточное направление. По статистике 2022 года, существенно упал оборот крупнейших портов на северо-западе и на юго-западе нашей страны, но при этом начал увеличиваться объём грузообработки в портах восточного побережья страны, в первую очередь в Приморском крае. Антироссийские санкции имеют долгосрочную цель, поэтому можно прогнозировать, что в такой парадигме экономика региона будет существовать достаточно долгое время. Соответственно, с высокой долей вероятности можно предполагать, что тренд на усиление востребованности логистического комплекса Приморского края будет только усиливаться в перспективе ближайших лет. При этом неэкономические факторы, такие как санкции, пандемия, или иные угрозы и вызовы, будут только усиливать общие экономические тренды. Поэтому региону необходимо предпринимать действия по увеличению пропускной способности транспортных коридоров на своей территории и росту грузооборота морских портов, поскольку именно в этой части логистической инфраструктуры происходит наибольшая по объёмам обработка грузов. Логистический комплекс региона с его морскими незамерзающими портами становится явным драйвером развития территории, в том числе способствует активизации во многих сопредельных отраслях. Становится критически важным развитие не только самих портов и железных дорог, но и сопутствующих коммуникаций, а также так называемого "хинтерленда", то есть окружающего пространства в непосредственной близости от таких объектов. Речь идёт, прежде всего, об автомобильных дорогах, погрузочных площадках, объектах энергетической инфраструктуры, иных необходимых коммуникациях, от состояния и наличия которых зависит объём и скорость перемещения грузов, то есть в конечном итоге развитие экономики всего региона в существующих условиях. Таким образом, сегодня можно говорить о том, что именно транзитная логистика приобретает ключевое значение для экономики края. Уже сегодня развитие морских портов региона и актуализация связанных с этим процессом проблем привели к тому, что возникли запросы на существен-

ную модернизацию всей транспортной инфраструктуры, и отчасти изменения городской архитектурной среды в тех приморских городах, где расположены крупные морские торговые терминалы. Явным примером здесь является Владивосток, для которого в течение последних лет активно обсуждался проект Владивостокской кольцевой автомобильной дороги (ВКАД), которая должна связать материковую часть города с островными территориями на юге. Данный проект во многом призван решить существующие транспортные проблемы, вызванные расположением в центре города морского торгового порта, дать новые возможности для вывоза грузов с территории порта автомобильным транспортом по альтернативным путям. С достаточной долей вероятности можно предполагать, что при расширении морской прибрежной инфраструктуры подобные проекты появятся и в других крупных портовых городах региона, таких как, к примеру, Находка. В целом, исходя из официально обнародованных данных, прирост производственных мощностей всех российских морских портов по итогам 2022 года составил 36,64 млн тонн. Отмечается восстановление объемов перевалки грузов в морских портах страны на допандемийном уровне 2019 года – порядка 840 млн тонн. Грузооборот морских портов России за 2021 год составил 835,2 млн тонн, увеличившись на 1,7% в сравнении с итоговым показателем 2020 года. Прирост производственных мощностей морских портов РФ по итогам 2022 года составил 36,64 млн тонн, что стало возможным благодаря успешной реализации, в числе прочих, проекта строительства специализированного угольного терминала "Порт Вера" в районе мыса Открытый (Приморский край) мощностью 4,55 млн тонн. По данным статистики за 2022 год, морские порты Приморского края увеличили объемы перевалки контейнеров, сохранив за собой лидерство среди контейнерных терминалов России. Так, по итогам 2022 года Владивостокский морской торговый порт (ВМТП) третий год подряд занимает первую строку в рейтинге российских портов по контейнерообороту – с показателем 768 тысяч TEU, что на 1,4% больше, чем в 2021 году. Общий грузооборот ВМТП в 2022 году вырос на 3,7%, и составил 13,4 млн тонн. Данные показатели значимы для региона, но в масштабах АТР пока не являются яркими и явно конкурентными по отношению к крупнейшим логистическим морским хамам Тихоокеанской пацифики – для примера, китайский порт Тяньцзинь в 2022 году обработал свыше 21 млн. TEU. На втором месте среди контейнерных терминалов России в 2022 году находится ООО "Восточная стивидорная компания" в порту Восточный в Находкинском городском округе с результатом 624 тыс. TEU. "Владивостокский морской рыбный порт" (стивидорная компания в порту "Владивосток") в 2022 году перевалил 5,033 млн тонн грузов, что является лучшим результатом в истории данного стивидора. В том числе перевалено 290 тысяч TEU (рост на 9% к 2021 году). Открываются новые международные контейнерные линии, в частности, между портами Приморья, Китая и Вьетнама, что также способствует росту перевалки контейнерных грузов в портах региона. Эксперты по международной логистике отмечают, что предпосылок к падению спроса на услуги ввоза и вывоза через порты Приморского края нет. По состоянию на январь текущего года морские терминалы региона были загружены на 97% от проектной мощности, отметил глава Минтранса РФ Виталий Савельев.

На этом фоне Минтранс предложил продлить до конца 2023 года решение по трем дополнительным контейнерным поездкам в направлении портов Дальнего Востока. Основные морские порты Дальнего Востока, имеющие контейнерные терминалы, – это порт Владивосток и порт Восточный. Также задействованы 17 тыловых контейнерных терминалов. Объем транзита контейнеров через регион в 2023 году планируется поднять более чем на 60% к объему 2022 года. Фактически речь идет о компенсации объемов перевалки, ранее осуществляемой на северо-западе страны. Помимо контейнерных грузов, активно будут сохраняться и большие объемы вывоза угля из Кузбасса, Хакасии, Якутии, Тувы и Бурятии, за счет дополнительных мощностей Восточного полигона. Минтранс совместно с РЖД и бизнес-сообществом в настоящее время прорабатывает дальнейшие варианты разрешения ситуации с учетом развития перевозок контейнеров в полувагонах, проводимой реконструкции Восточного полигона и увеличения объемов грузопотока через погранпереходы. В 2021 году экспорт угля из РФ составил 223 млн тонн (+5,7% к 2020 году) при общей добыче 438,4 млн тонн. При этом экспорт угля в Европу был зафиксирован на уровне 50,4 млн тонн (+10,3%). Столько же российскими угольщиками было отгружено в 2021 году в Китай (53 млн тонн, +38%).

Также следует учитывать, что при соблюдении ряда условий, в том числе модернизации Транссиба, порты региона смогут вызвать заметное увеличение китайского транзита на юге Приморья, отмечает большинство профильных аналитиков. Пока сложно предсказать гарантированный рост оборота контейнеров через морские порты Дальнего Востока в ближайшей перспективе. Но в имидже региона явно сохранится роль международных транспортных коридоров (МТК) "Примо-

рье-1" и "Приморье-2", связывающих, соответственно, северо-восточные провинции Хейлунцзян и Цзилинь Китая с портами Приморского края. Они призваны обеспечить в основном транзитный грузопоток между Азией и Европой через территорию России.

Поскольку контейнеры и другие грузы прибывают в приморские порты по данным коридорам по железной дороге, необходимо улучшить состояние транспортной инфраструктуры (автомобильных дорог, портовых мощностей, пунктов пропуска на государственной границе) с российской стороны. Формирование экспортного контейнерного грузопотока для портов Дальнего Востока сегодня возможно в том числе за счет товаров, чье производство будет сконцентрировано в рамках режима СПВ. Пока сохраняются такие негативные факторы, как неудавшиеся проекты по созданию особых экономических зон на Дальнем Востоке, отсутствие общей стабильности в тарифных и институциональных условиях, наличие традиционных маршрутов перевозок, наличие бюрократических сложностей (долгие процедуры оформления документов в СПВ, сроки прохождения обязательных этапов регистрации и т.д.). Есть и решения, к примеру, проблема обработки транзитных грузов решается с помощью внедрения системы электронного декларирования, но крайне медленно. До сих пор не снижены тарифы на перевозки транзитных контейнеров, отсутствуют распределительные центры, работа морского и железнодорожного транспорта практически не согласована. В целом можно говорить о том, что необходимо более плотное взаимодействие всех участников логистических цепочек. Есть перспективы развития для МТК "Приморье-2", который соединяет китайскую провинцию Цзилинь с портами Славянка, Зарубино и Посьет на юге Приморского края. Порты расположены на стыке границ трех государств: России, КНДР и КНР, – имеют автомобильные и железнодорожные подъездные пути, выходящие на магистральные дороги России, и переваливают широкую номенклатуру грузов. Отсюда грузопоток распределяется в регионы Китая, а также Японию, КНДР, Южную Корею и США. По экспертным оценкам, с помощью порта Зарубино, входящего в зону действия СПВ, можно довести объем китайских и прочих грузов через Транссиб в Европу до 400-500 тысяч TEU в год, что будет выше соответствующего уровня во времена Советского Союза.

Эксперты также допускают, что транспортные коридоры "Приморье-1" и "Приморье-2" могут поспособствовать улучшению ситуации с контейнерным оборотом через дальневосточные порты: "Приморье-1" позволяет сократить маршрут доставки грузов на 800 км, давая тем самым перевозчикам выигрывать во времени. Благодаря ему будет удобно доставлять контейнерные грузы из Китая в Россию, Японию, Южную Корею и США. То же самое можно сказать и про МТК "Приморье-2". Что касается свободного порта "Владивосток", то, безусловно, он может повлиять на динамику и структуру логистических потоков, также надо учесть, что он еще и призван содействовать созданию различных производств на Дальнем Востоке.

Таким образом, на сегодняшний день основными сухими грузами, транзитом следующие через территорию Приморского края, являются контейнеры (преимущественно в направлении импорта) и уголь (на экспортном направлении). Помимо внешней конъюнктуры, влияющей на рост грузового транзита, сохраняются и возможности сохранения больших объемов экспорта угля через порты Приморского края. Согласно внешнеэкономическим прогнозам, в ближайшие годы уголь будет оставаться одним из ключевых грузов в структуре оборота портов Дальнего Востока. Это обусловлено двумя обстоятельствами: во-первых, расположением за Уралом крупных центров по добыче угля, во-вторых, доминированием в структуре экспорта угля азиатских государств, и прежде всего Китая и Японии, чья энергетика и промышленность сильно зависят от поставок извне. При сохранении существующих темпов развития логистики Дальний Восток через 10 лет достигнет трети оборота китайских портов. Для достижения этой цели необходимо применять системный подход, действовать в контексте общей концепции программы развития Дальнего Востока.

Говоря о трансформации информационного образа региона как территории, все больше связанной с транзитной логистикой, следует отметить и арктические проекты. Будущее России на рынке контейнерных перевозок также связывается с полярными широтами. Дальний Восток может стать мощной составляющей Северного морского пути (СМП). Эти проекты только начинают развиваться, но также имеют для Приморского края огромное значение, в том числе и имиджевое, поскольку именно морские порты региона станут важнейшим транзитным хабом на караванных путях через Северный ледовитый океан по Северному морскому пути. Именно здесь будут располагаться базы снабжения, производиться бункеровка (заправка) судов и их снабжение, осуществляться работа с грузами, которые будут идти по данному трансконтинентальному направлению, при необходимости перевалки в портах региона – к примеру, дозагрузки торговых судов. Реализация арктических проектов и их влияние на развитие региона является делом ближайшего будущего, но

уже сегодня можно констатировать, что значение этого фактора будет расти. А в горизонте ближайших 5-10 лет влияние арктической проблематики на развитие региона станет ещё больше.

Следует отметить, что в данном отношении уже предпринимаются определённые действия, в частности, на территории морского порта Владивосток заявлены к строительству два больших ГРУзовых терминала, заказчиками проекта он заявлен именно как ориентированный на обработку грузов для Севморпути. Для развития арктической логистики на уровне Минвостокразвития и Арктики предлагается создать в короткий срок новый ледокольный флот и корабли ледового класса, обеспечить регулярные проводки караванов судов по Северному ледовитому океану (это возможно, если, например, организовать встречные проходы судов: сто судов в одну и сто в другую – дадут возможность увеличить сроки навигации на несколько месяцев).

Преимущество России, особенно на Дальнем Востоке, – в глубоководных бухтах и глубоководных портах. Оно позволяет строить крупнотоннажные суда ледового класса. Кроме этого, Россия может предложить широкое использование композитных материалов для судостроения: создаваемое "Роснефтью" нефтехимическое производство вблизи порта Находка сможет обеспечить полимераами и другой продукцией предприятия Дальнего Востока.

К числу ключевых черт данного образа относятся следующие:

- существенная роль морских портов и иных крупных логистических объектов в экономике и жизни региона;

- большое влияние логистических объектов на образ крупных городов региона, их архитектуру и застройку;

- увеличивающаяся роль транзитной составляющей в образе региона в целом;

- очевидное и постоянно усиливающееся влияние транспортных объектов на пространственное развитие территории региона, прежде всего – крупных портовых городов и прилегающих к ним районов;

- постоянное обсуждение данной проблематики в СМИ и блогосфере региона;

- большая роль транспортных сооружений и комплексов в визуальном восприятии территории, к примеру, в рамках так называемого "морского фасада" крупных приморских городов-портов;

- неразрывная связь транзитных транспортных коммуникаций региона с урбанистическими проблемами, условиями жизни населения, современной городской средой.

Говоря о проблемах и вызовах, которые нуждаются в решении в стратегическом плане с точки зрения развития региона и его информационного образа, необходимо отметить прежде всего такие, как:

- необходимость увеличения пропускной способности железных дорог "на стыке" с крупнейшими логистическими комплексами региона, прежде всего морскими портами;

- необходимость модернизации портовых сооружений с целью как увеличения объемов грузообработки в целом, так и скорости погрузочных и складских операций в частности;

- существующий тренд на дальнейшее изменение специализации морских портов, прежде всего в сторону увеличения количества специализированных терминалов, перерабатывающих контейнерные грузы;

- важность проработки влияния морских портов и других крупных логистических сооружений на современную городскую среду, прежде всего в пределах таких крупных в региональном масштабе агломераций, как Владивосток;

- большое количество негативных публикаций в медиа, посвященных транспортной транзитной логистике.

Основными темами являются экологическое загрязнение (в основном проблема так называемой "угольной пыли"), существенные задержки обработки грузов в морских портах и на железнодорожных станциях региона, проблемы затянувшейся реконструкции наземных пограничных пунктов пропуска на российско-китайской границе в пределах региона, имеющийся ряд громко заявленных, но так и не реализованных проектов строительства морских портов и ряд других;

- необходимость включения существующих логистических сооружений в процессы развития сопредельных секторов в экономике региона, таких как внутренняя логистика, торговля и снабжение;

- важность развития местных экспортно-ориентированных производств в рамках политики "Восточного вектора", ТОР и СПВ, и включение их продукции в существующие международные грузопотоки на территории региона, что также станет частью бренда края.

Успешность изменения имиджа региона будет зависеть как от внешних, так и от внутренних факторов. При этом непосредственно совершенствование самой логистической системы региона должно дополняться спланированными шагами по формированию позитивного образа территории,

отражения в нем транспортной составляющей как одного из ключевых элементов в экономике, развитии края, урбанистике и социальных процессах.

---

1. Грузооборот морских портов РФ в 2022 году незначительно увеличился – Росморречфлот // PortNews. 04.01.2023. URL: <https://portnews.ru/news/341013/> (дата обращения: 24.01.2023).

2. Заостровских Е.А. Дальневосточные морские порты в контексте транзита по северному морскому пути // Регионалистика. 2020, № 5. С. 24–38.

3. И десятилетия мало. EastRussia оценивает шансы Дальнего Востока на контейнерооборот уровня крупного китайского порта. // EastRussia. 12.06.2022. URL: <https://www.eastrussia.ru/material/i-desyatiletiya-malo/>. (дата обращения: 14.12.2022 г.).

4. Идём на восток: как дальневосточные порты справляются с ростом грузооборота // Золотой Рог. 27.12.2022. URL: <https://zr.media/news/2022-12-27/idyom-na-vostok-kak-dalnevostochnyeporoty-spravlyayutsya-s-rostom-gruzooborota-2625698>. (дата обращения: 15.01.2022 г.).

5. Как Приморью заработать на транзите. Транзитный потенциал Дальнего Востока огромен, но чтобы его реализовать, надо инвестировать сотни миллиардов рублей. // Ведомости. 03.09.2019. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2019/09/03/810388-primoryu-zarabotat>. (дата обращения: 30.11.2022 г.).

6. Китайцы не заметили рекордного товарооборота с Россией // РИА "ДЕИТА". 14.01.2023. URL: <https://deita.ru/article/530276> © DEITA.RU. (дата обращения: 20.01.2023 г.).

7. Поворот на восток в действии: порты Приморья наращивают грузооборот // РИА "ДЕИТА". 19.01.2023. URL: <https://deita.ru/article/530535> © DEITA.RU. (дата обращения: 25.01.2023 г.).

# Секция. ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ (СЕКЦИЯ ТОЛЬКО ДЛЯ АСПИРАНТОВ И СОИСКАТЕЛЕЙ)

УДК 338.49

## ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАК ВЕДУЩЕГО СЕКТОРА СОВРЕМЕННОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Е.В. Белова, аспирант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В настоящее время в российском законодательстве, в том числе призванном способствовать экономическому росту страны и регионов, широко используется понятие инфраструктуры. При этом четкое определение данной категории и ее общепринятая классификация отсутствуют. В статье проанализированы зарубежные и отечественные исследования по вышеуказанным вопросам в целях определения категории «инфраструктура» и ее классификации.

**Ключевые слова:** инфраструктура, оценка влияния инфраструктуры, классификация инфраструктуры, функции инфраструктуры, свойства инфраструктуры.

## THE EVOLUTION OF THE CONCEPT OF INFRASTRUCTURE AS THE LEADING SECTOR OF THE MODERN REGIONAL ECONOMY

**Abstract.** Currently in Russian legislation, including laws designated to promote the economic growth of the country and regions, the concept of infrastructure is widely used. At the same time, there are no clear definition of this category and its generally accepted classification. The article analyzes foreign and domestic researches on the above issues in order to determine the category “infrastructure” and its classification.

**Keywords:** infrastructure, assessment of the impact of infrastructure, classification of infrastructure, functions of infrastructure, properties of infrastructure.

На сегодняшний день в Дальневосточном федеральном округе реализуется много программ, целью которых является улучшение социально-экономического положения региона.

Так, на территории округа и Приморского края созданы и развиваются несколько территорий социально-экономического развития. Согласно федеральному закону от 29.12.2014 № 473-ФЗ «О территориях опережающего развития в Российской Федерации» функционирование таких территорий сопровождается строительством объектов транспортной, энергетической, коммунальной, инженерной, социальной, инновационной инфраструктур и других объектов [4].

В Стратегиях социально-экономического развития, реализующихся во всех субъектах Дальневосточного федерального округа, всегда упоминается инфраструктура: и как приоритет экономического развития, и как цель стратегического развития, но и как фактор риска (например, в Стратегии социально-экономического развития Приморского края на период до 2030 года [3]).

Помимо этого, налоговым законодательством для бизнеса предусмотрены налоговые льготы, связанные с созданием инфраструктуры.

Анализ литературы показывает, что единого и четкого определения инфраструктуры нет, что затрудняет реализацию мероприятий, указанных в законодательстве. В связи с этим определение категории «инфраструктура» и ее классификация представляются актуальными.

Научная новизна настоящей работы заключается в формировании авторского определения инфраструктуры и выделения ее видов.

Целью исследования является определение категории «инфраструктура» и ее классификация.

Целью обусловлены задачи исследования, а именно: проанализировать в хронологическом порядке, систематизировать теоретические подходы зарубежных и отечественных исследователей к определению понятия «инфраструктура» и ее классификации.

При проведении исследования применены диахронический и аксиоматический методы.



Как отмечается в Рабочих материалах Всемирного банка «Инфраструктура и развитие», хотя инфраструктура и услуги, связанные с ней, сопровождают человечество уже давно, сам термин появился в лексиконе только в 30-е годы XX века, а активно стал употребляться учреждениями ООН, Всемирным банком, в научных журналах и ежедневных газетах только в 80-е годы [11, с. 4].

Первым попытался раскрыть сущность инфраструктуры П. Розенштейн-Родан. В 1943 г. в статье «Проблемы индустриализации Восточной и Юго-Западной Европы», опубликованной в «The Economic Journal», он дает определение инфраструктуры: «базовые отрасли экономики» и «коммунальное хозяйство» [13, с. 208]. А в 1957 г. ученый характеризует инфраструктуру как «общественный накладной капитал» и приводит ее основные характеристики:

- неделима во времени, предшествует прямым производственным инвестициям.
- долговечна. Уменьшить долговечность либо невозможно, либо нецелесообразно.
- имеет длительный период создания.
- услуги, оказываемые общественным накладным капиталом, не могут быть импортированы [12, с. 7].

В 60-е годы XX века Р. Йохимсен дает определение инфраструктуры как «суммы материальных, институциональных ресурсов и человеческого капитала, а также информации, доступной экономическим агентам, которые способствуют выравниванию уровня отдачи при сравнимых затратах в случае подходящего распределения ресурсов, т.е. при полной интеграции и максимизации уровня экономической активности» [9, с. 100].

Под инфраструктурой человеческих ресурсов он понимает «...количество и характеристики людей в рыночной экономике, основанные на разделении труда с учетом их способности способствовать повышению уровня и степени интеграции экономической деятельности».

Материальная инфраструктура понимается Р. Йохимсеном как совокупность приносящих доход активов, оборудования и капитала, обеспечивающих энергоснабжение, транспортные услуги и телекоммуникации; сооружения, обеспечивающие хранение природных ресурсов и транспортные пути; здания и сооружения для обеспечения деятельности государственной власти, образовательных учреждений, исследовательских, социальных и медучреждений.

Р. Йохимсен выделяет следующие свойства материальной инфраструктуры: долгий срок службы, техническая неделимость и высокий коэффициент капиталоемкости.

Институциональная инфраструктура, в его понимании включает установленные и установившиеся нормы, институты и процедуры в их «конституционной реальности». Она обеспечивает основу, в рамках которой экономические единицы формулируют свои собственные экономические планы и реализуют их в сотрудничестве с другими.

Понимание сущности институциональной инфраструктуры сегодня отечественной теорией не разделяется. Современная российская наука относит к институциональной инфраструктуре комплекс отраслей и сфер деятельности, который осуществляет макроэкономическое регулирование экономики и поддерживает близкие к оптимальным пропорции развития национального хозяйства [2, с. 44].

Автор отмечает, что чем лучше различные аспекты материальной инфраструктуры (например, соответствующее накопление капитала и соответствующий технический прогресс), институциональной инфраструктуры (например, усиление личной ответственности граждан, сокращение государственных квот и создание сильного государства) и инфраструктуры человеческих ресурсов (например, готовность сотрудников к работе, наличие динамичных предпринимателей и повышение уровня образования) «работают» вместе, тем успешнее будет экономическое развитие.

В советской экономической науке одним из первых внимание теоретическим аспектам инфраструктуры уделил А.С. Хейнман. В 1979г. в статье «Разделение труда и развитие инфраструктуры» ученый дает следующее определение инфраструктуры: это «комплекс отраслей, создающих общие условия развития производства и выполняющих многочисленные функции обслуживания всего процесса воспроизводства».

Также он выделяет функции инфраструктуры:

- обеспечение бесперебойности и планомерного ускорения всех стадий воспроизводственного процесса;
- реализация многосложных внутри- и межотраслевых связей;
- осуществление перемещение средств производства и продукции;
- сбор, переработка, передача информации;
- минимизация потерь и сохранность потребительских свойств ресурсов, используемых при производстве и произведенной продукции и др.

С.А. Хейнман классифицирует инфраструктуру на:

- отрасли, связанные с водным обеспечением;
- транспорт и линии электроэнергии;
- связь;
- информационную «индустрию»;
- материально-техническое снабжение, заготовки, сбыт, включая складское, холодильное и элеваторное хозяйство;
- предприятия делового обслуживания [5, с. 74].

На наш взгляд, с включением материально-технического снабжения, заготовок, сбыта и предприятий делового обслуживания в инфраструктуру нельзя согласиться.

Однако, исходя из предложенной С.А. Хейнманом классификации можно сделать вывод, что именно советские ученые-экономисты впервые выделили такой вид инфраструктуры, как информационную, что является совершенно оправданным.

При этом Л.В. Горяинова отмечает, что в российской экономической литературе наиболее типичным подходом является разделение инфраструктуры на производственную и социальную [1, с. 33].

В 2003 г. немецкий экономист Вальтер Бур, вслед за Р. Йохимсенем, предложил классифицировать инфраструктуру на материальную, институциональную и на человеческий капитал [6, с. 32].

В. Бур дает следующее определение материальной инфраструктуры: недвижимые капитальные товары, которые вносят значительный вклад в производство инфраструктурных товаров и услуг.

Институциональная инфраструктура включает в себя, по мнению ученого, все общепринятые и установленные формальные правила и неформальные ограничения (конвенции, поведенческие нормы), которые формируют человеческое взаимодействие, а также процедуры обеспечения их соблюдения, чтобы иметь возможность поддерживать и реализовывать эти правила.

Инфраструктура человеческих ресурсов, считает В. Бур, относится к количеству и соответствующим характеристикам (физическому состоянию, личностным характеристикам) рабочей силы.

В. Бур выделяет следующие функции инфраструктуры: «обеспечивать возможности для начала деятельности экономических агентов и развития этой деятельности», «она реализует возможности экономических единиц в создании благ для общества» [6, с. 13], «активизация или мобилизация возможностей экономических агентов» [6, с. 15].

В 2005г. Бретт М. Фришманн определяет инфраструктуру как систему физических ресурсов, созданных людьми для общественного потребления.

Классификация, которую он предлагает, включает: транспортные системы, коммуникационные системы, системы управления и базовые общественные услуги (например, школы). Все эти виды ученый группирует в «традиционную инфраструктуру» [7, с. 924].

Затем он выделяет объектный состав так называемой «нетрадиционной инфраструктуры», это: ресурсы окружающей среды, информационные ресурсы, интернет ресурсы.

Такая классификация представляется довольно спорной.

Всемирный банк и Всемирный экономический форум регулярно проводят исследования, посвященные влиянию инфраструктуры на развитие стран и регионов. Но несмотря на большое количество работ по данным вопросам, четкое понятие инфраструктуры и строгая классификация в них не даны.

Так, в «Отчете о мировом развитии – 1994. Инфраструктура и развитие» Всемирный банк дает весьма размытое определение инфраструктуры: инфраструктура служит общим термином для обозначения многих видов деятельности, называемых учеными «капитал, вложенный в инфраструктуру» и отмеченных общими техническими характеристиками (например, эффект масштаба) и экономическими признаками (например, внешние эффекты, перемещение от пользователей к непользователям). В отчете Банк сосредотачивает внимание на экономической инфраструктуре, в которую включает: коммунальное хозяйство (энергетика, связь, сети водоснабжения, канализации, газоснабжения), инженерные сооружения (плотины, каналы), другие объекты транспорта (железные дороги, морские порты, аэропорты) [15, с. 2].

В 2010г. Всемирный экономический форум (ВЭФ) не дает четкого определения инфраструктуры, а выделяет свойственные ей характеристики: капиталоемкость, материальность, активы должны управляться и обслуживаться, активы создают долговременный приток денежных средств. Классификация, предлагаемая Форумом: социальная и экономическая инфраструктура [10, с. 4].

Под социальной инфраструктурой ВЭФ понимает здания и/или эксплуатацию активов, которые обеспечивают оказание государственных услуг (например, школы, больницы). Под экономической инфраструктурой понимаются активы, которые способствуют экономическому росту страны.

По мнению ВЭФ, такая инфраструктура часто является монополистической и ее цены регулируются государством. Примеры такой инфраструктуры: транспортные сети, коммунальное хозяйство, связь.

ВЭФ отмечает, что дополнительно можно выделить такой вид инфраструктуры, как коммерческая. Примерами такой инфраструктуры являются проекты с очень высокой стоимостью и генерирующие долговременные денежные поступления. Такие проекты интересны многим инвесторам и цены на их продукцию могут быть спекулятивными. Речь идет о кабельных сетях и спутниках.

В опубликованном в 2012г. докладе ВЭФ «Стратегическая инфраструктура – шаги для расстановки приоритетов и достижению эффективности и результативности инфраструктуры» указано, что устоявшегося определения инфраструктуры до сих пор нет, однако имеется, по мнению ВЭФ, стандартная классификация инфраструктуры на экономическую, социальную, мягкую, а также производственную [14, с. 1]. Но выделение последней в отдельный вид Форум ставит под вопрос.

Под экономической инфраструктурой ВЭФ уже подразумевает проекты, которые генерируют экономический рост и дают обществу возможность функционировать. Примерами экономической инфраструктуры являются транспортные средства (воздушный, морской и наземный), коммунальное хозяйство, защита от наводнений, утилизация отходов и телекоммуникационные сети.

Социальная инфраструктура, по мнению экспертов ВЭФ, это активы для предоставления услуг обществу (например, образовательные учреждения).

Мягкая инфраструктура – это государственные учреждения, необходимые для поддержания общества. Примерами такой инфраструктуры являются здания центрального правительства, а также законы, правила и т.д.

В изданном в 2018г. отчете «Инфраструктура, цепочки создания стоимости, экономическое развитие» Всемирный банк дает иную классификацию, нежели в 1994г., и выделяет «жесткую» и «мягкую» инфраструктуру, разница между которыми заключается в том, что жесткая является осязаемой, а мягкая – нет. Примером второго вида являются государственные учреждения и законодательство [8, с. 2].

Проанализировав западную и отечественную литературу, мы можем дать следующее определение инфраструктуры. Инфраструктура – это совокупность материальных и нематериальных активов, которые обеспечивают осуществление экономической деятельности и условия для жизнедеятельности общества и хозяйствующих субъектов и обладают набором определенных отличительных характеристик, таких как: капиталоемкость, длительный срок создания и использования, привязанность к определенной территории, возможность использования в промежуточном и конечном потреблении как домохозяйствами, так и хозяйствующими субъектами.

Учитывая классификации, предложенные учеными, а также экспертами Всемирного банка и Всемирного экономического форума, мы бы предложили классифицировать инфраструктуру на социальную и экономическую с дальнейшей подклассификацией на виды, указанные в законодательстве Российской Федерации (транспортно-логистическая, коммунальная, энергетическая, коммунальная и т.д.).

---

1. Горяинова Л.В. Инфраструктура как объект государственно-частного партнерства // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО МЭСИ. – 2012. – №6. – С. 31-35.

2. Маллаев Х.Н., Аврамчикова Н.Т. Теоретические основы формирования институциональной инфраструктуры региона // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2017. – № 1. – С. 39-46.

3. Постановление Администрации Приморского края от 28 декабря 2018 года N 668-па «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Приморского края на период до 2030 года» – Текст: электронный. URL: <https://docs.cntd.ru/document/406043220?marker=64U0IK>

4. Федеральный закон от 29.12.2014 N 473-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «О территориях опережающего развития в Российской Федерации» – Текст: электронный. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_172962/?ysclid=luaenvbn27980312896](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172962/?ysclid=luaenvbn27980312896)

5. Хейнман С.А. Эффективность национальной экономики. Избранные произведения. В 2 томах. Том 1: Эффективность национальной экономики: источники роста, потери и резервы. Т. 2; под ред. Пущаева Л.Д. – Институт экономики РАН. – 2008. – 307 с.

6. Buhr W. What is infrastructure? Department of Economics, School of Economic Disciplines, University of Siegen. Discussion Paper No. 107-03. – 2003. – 32 p.

7. Frischmann B. M. An Economic Theory of Infrastructure and Commons Management // Minnesota Law Review. – 2005. – P. 917-1030. – Текст: электронный. URL: [https://www.researchgate.net/publication/298551267\\_An\\_Economic\\_Theory\\_of\\_Infrastructure\\_and\\_Commons\\_Management#:~:text=Frishmann's%20infrastructure%20theory%20demonstrates%20how,than%20reflected%20in%20current%20debates](https://www.researchgate.net/publication/298551267_An_Economic_Theory_of_Infrastructure_and_Commons_Management#:~:text=Frishmann's%20infrastructure%20theory%20demonstrates%20how,than%20reflected%20in%20current%20debates)

8. Infrastructure, Value Chains, and Economic Upgrades. - World Bank. - 2018. - 17 p. - Текст: электронный. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/311785a4-73ed-5803-8fc6-0a779b0c3664/content>

9. Johimsen R. Theorie der Infrastruktur: Grundlagen der marktwirtschaftlichen Entwicklung. Tubingen, J.C.B. Mohr. - 1966. - 253 p.

10. Paving the Way: Maximizing the Value of Private Finance in Infrastructure. - World Economic Forum. - 2010. - 183 p. - Текст: электронный. URL: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_IV\\_PavingTheWay\\_Report\\_2010.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_IV_PavingTheWay_Report_2010.pdf)

11. Prud'homme R. Infrastructure and development. - World Bank. - 2004. - 47 p. - Текст: электронный. URL: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/698521468762373585/-infrastructure-and-development>

12. Rosenstein-Rodan P.N. Notes of the Theory of the "Big Push". Center for International Studies. Massachusetts Institute of Technology. Cambridge, Massachusetts. - 1957. - 16 p. - Текст: электронный. URL: <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/82984/10061432.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

13. Rosenstein-Rodan P.N. Problems of industrialization of Eastern and South-Eastern Europe // The Economic Journal. - 1943. - Vol. 53. - № 210. - P. 202-211. - Текст: электронный. URL: [https://www.depfe.unam.mx/doctorado/teorias-crecimiento-desarrollo/rodan\\_1943.pdf](https://www.depfe.unam.mx/doctorado/teorias-crecimiento-desarrollo/rodan_1943.pdf)

14. Strategic Infrastructure: Steps to Prioritize and Deliver Infrastructure Effectively and Efficiently. - World Economic Forum. - 2012. - 92 p. - Текст: электронный. URL: <https://www.weforum.org/publications/strategic-infrastructure-steps-prioritize-and-deliver-infrastructure-effectively-and-efficiently/>

15. World Development Report 1994. Infrastructure for Development. - World Bank. - 1994. - 254 p. - Текст: электронный. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/535851468336642118/pdf/131840REPLACEMENT0WDR01994.pdf>

УДК 338.47

## ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ВМТП»)

**А.Р. Блюдик**, аспирант

**Н.Н. Масюк**, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики и управления

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Фокус данной статьи направлен на исследование влияния фактора третьего уровня по «пирамиде факторов регионального развития» – инфраструктурного – на развитие морского транспорта, как важной части транспортной экосистемы Приморского края. Оценена динамика инвестиций в основные средства морского порта. Сделаны выводы о влиянии наращивания стоимости основных средств на результат деятельности порта.

**Ключевые слова:** морской порт, инфраструктура морского транспорта, развитие инфраструктуры, инвестиции в морской транспорт, транспортная экосистема.

## INFRASTRUCTURE FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF MARITIME TRANSPORT (USING THE EXAMPLE OF PJSC «VLADIVOSTOK SEA COMMERCIAL PORT»)

**Abstract.** The focus of this article is aimed at studying the influence of the third level factor in the «pyramid of regional development factors» – infrastructure – on the development of maritime transport as an important part of the transport ecosystem of the Primorsky Territory. The dynamics of investment in fixed assets of the seaport is assessed. Conclusions are drawn about the impact of increasing the cost of fixed assets on the performance of the port.

**Keywords:** seaport, maritime transport infrastructure, infrastructure development, investment in maritime transport, transport ecosystem.

В теоретических социально-экономических исследованиях существуют различные подходы к типологии факторов, влияющих на социально-экономическое развитие регионов. Одним из таких

подходов является «пирамида факторов регионального развития» О.В. Кузнецовой. Согласно данной модели, обеспеченность инфраструктурой в регионе занимает третье место по влиянию, уступая только природно-климатическим и демографическим факторам [1]. Недостаточная обеспеченность транспортной инфраструктурой лимитирует развитие региона.

В Приморском крае транспорт в принципе и морской транспорт через незамерзающие порты, в частности, исторически имеет важное значение для региона и страны, поэтому он выбран для исследования влияния на него инфраструктурного фактора.

Актуальность исследования состоит в необходимости подтверждения связи развития инфраструктуры и развития морского транспорта.

Цель исследования – оценить влияние инфраструктурного фактора на морской транспорт на примере ПАО «ВМТП».

Задачи исследования:

- изучить текущее состояние инфраструктуры ПАО «ВМТП»;
- проанализировать динамику инвестиций в инфраструктуру ПАО «ВМТП»;
- определить связь объёмов инвестиций и стоимости основных средств;
- определить связь стоимости основных средств и грузооборота;
- сделать выводы о влиянии инфраструктурного фактора на морской транспорт на примере ПАО «ВМТП».

Объект исследования – инфраструктурный фактор развития морского транспорта.

Предмет исследования – показатели развития инфраструктуры ПАО «ВМТП».

Научная новизна заключена в определении связи и степени влияния инвестиций в инфраструктуру на стоимость основных средств порта, а также влиянии стоимости основных средств на грузооборот порта на примере ПАО «ВМТП».

Практическая значимость состоит в получении новых данных о взаимосвязи между инфраструктурным развитием и эффективностью морского порта, что может способствовать разработке более эффективных стратегий развития портов и инфраструктурных проектов.

Инфраструктура морского транспорта – это комплекс объектов, обеспечивающих функционирование системы морских перевозок. В Приморском крае, являющимся приграничным регионом, инфраструктура морского транспорта не только обеспечивает возможность перевалки грузов, но и поддерживает интермодальную связность [2].

ПАО «Владивостокский морской торговый порт» (далее – ПАО «ВМТП») – универсальный порт, расположенный на Дальнем Востоке России, осуществляющий круглогодичную навигацию и обслуживающий каботажные и внешнеторговые перевозки в направлении стран АТР (КНР, Южная Корея) и в обратном направлении, а также предоставляющий услуги железнодорожных контейнерных и генеральных грузовых перевозок. На сегодняшний день в порту действует 15 причалов протяжённостью 3,2 км. Глубина на подходе 25-30 метров и у причалов 10-15 метров. Функционируют 2 пункта пропуска автотранспорта. Располагаются открытые и крытые склады общей площадью 231 тыс. кв. м. На территории порта работает более 200 ед. кранов и прочей спецтехники [3]. В таблице 1 представлены данные по обеспеченности инфраструктурой ПАО «ВМТП»

Таблица 1

### Инфраструктура ПАО «ВМТП»

Наименование объекта	Характеристики	Функционал
Универсальные терминалы	11 шт., 23 тыс. кв. м., пропускная способность 7,58 млн. т., в т.ч. 480 тыс. т. нефтяных продуктов	Переработка грузов, в т.ч. обработка нефтехимии
Крытые склады	47 кв. м.	
Специализированный контейнерный терминал	3 шт., 278 тыс. кв. м., пропускная способность 768 тыс. TEU	Погрузо-разгрузочные операции, обработка грузов, хранение, выдача, приём и раскомплектация контейнеров
Склады	13 тыс. TEU	
Железнодорожная станция:	Сортировочно-погрузочных путей – 19, приёмо-отправочных пути – 4, внутрипортовых путей – 20,1 км, пропускная способность 71 усл. вагонов	Регулярные направления, повагонная отправка контейнеров, приём и отправка контейнеров и генеральных грузов

Наименование объекта	Характеристики	Функционал
Маневровый локомотив	7 ед.	Обработка грузов
Локомотив	1 ед.	
Трактор	1 ед.	
Оборудование контейнерного терминала:	18 ед.	
Перегрузчики STS	6 ед.	
Перегрузчики RMG	4 ед.	
Перегрузчики RTG	8 ед.	
Оборудование универсального терминала:	12 ед.	
Мобильные краны	4 ед.	
Перегрузчики RTG	8 ед.	
Вспомогательное оборудование:	160 ед.	
Вилочные погрузчики	73 ед.	
Минипогрузчики	6 ед.	
Терминальные тягачи	38 ед.	
Ричстакеры	24 ед.	
Ковшовые погрузчики	10 ед.	
Штабелёры	5 ед.	
Манипуляторы	4 ед.	

Источник: сост. авт. по [3].

Использование инфраструктуры позволяет ПАО «ВМТП» обеспечивать преимущественно положительную динамику грузооборота за весь рассматриваемый период 2007-2022 гг., что показано на рис. 1

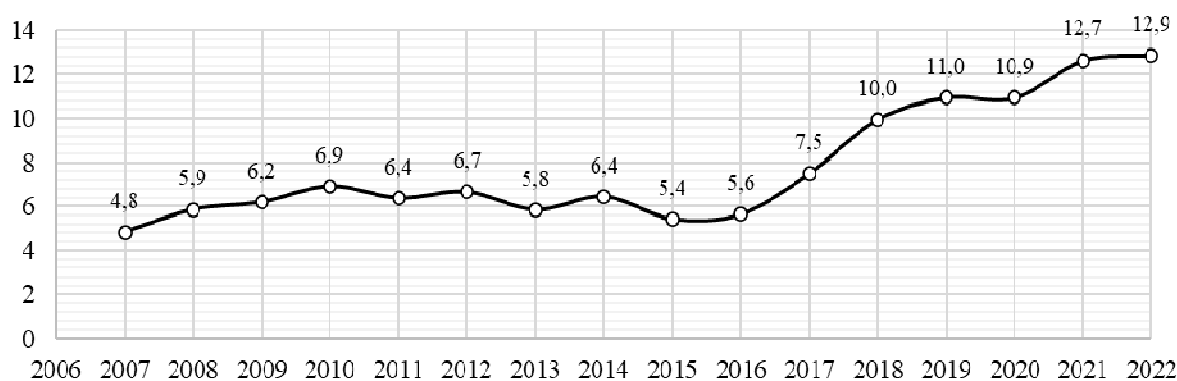


Рис. 1. Динамика грузооборота ПАО «ВМТП» в период 2011–2022 гг. (млн т.)

Источник: сост. авт. по [4; 5].

Следующим этапом исследования является анализ динамики инвестиций ПАО «ВМТП». По данным бухгалтерского баланса в период 2011–2022 гг. отобраны значения «Финансовых вложений», а именно строки: «инвестиции в дочерние общества», «инвестиций в зависимые общества», «прочие вложения».

Динамика и темп роста объемов инвестиций представлена на рис. 2

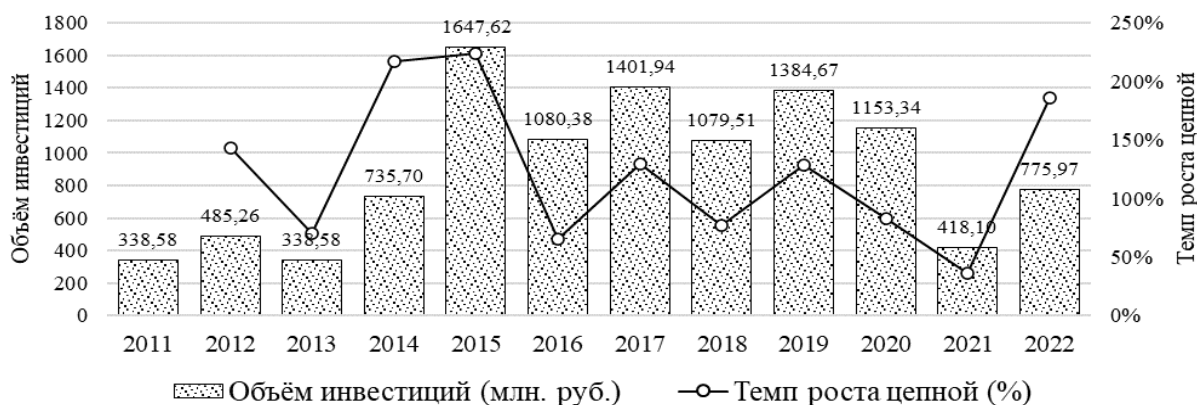


Рис. 2. Динамика инвестиций ПАО «ВМТП» в период 2011–2022 гг. (млн руб.)

Источник: сост. авт. по [4; 5].

Из рисунка следует, что с 2011 года объёмы инвестиций не имели чёткого тренда, однако за весь рассматриваемый период, в основном, наращивались. При этом наибольшего темпа роса они достигли в 2014 году (217%), в 2015 году (224%), в 2022 году (186%).

Теперь необходимо определить характер связи и степень влияния между показателями: инвестиции, стоимость основных средств, грузооборот. Проведён корреляционный анализ. Результаты (коэффициенты корреляции) представлены в табл. 2

Таблица 2

### Коэффициенты корреляции показателей

Показатели	Грузооборот (млн т.)	ОС (млн. руб.)	Инвестиции (млн руб.)
Грузооборот (млн т.)	1	0,903025887	-0,000962161
ОС (млн руб.)	0,903025887	1	-0,034843978
Инвестиции (млн руб.)	-0,034843978	-0,034843978	1

Для интерпретации результатов применена шкала Чеддока. Анализ показал наличие слабой обратнопропорциональной связи между объёмами инвестиций и стоимостью основных средств (-0,04), крайне слабой обратнопропорциональной связи между объёмами инвестиций и грузооборотом (-0,0009). Графически зависимости отражены на рис. 3

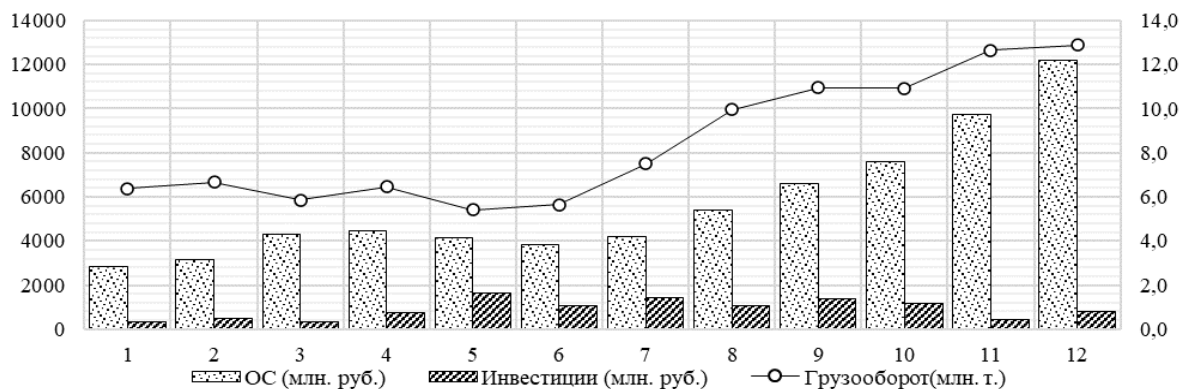


Рис. 3. Графическое представление зависимости показателей

Причинами отсутствия связи инвестиций и стоимости основных средств может служить тот факт, что не всегда возможно точно отследить момент начала отдачи от инвестиций в основные средства, затрачиваемых в обозначенном периоде. А вот между показателями грузооборота и стоимостью основных средств наблюдается прямая сильная связь (0,9), из чего можно сделать

вывод о том, что чем более порт обеспечен разнообразной инфраструктурой – тем большие объёмы грузов он способен обрабатывать и тем более широкий перечень услуг способен предоставлять.

Безусловно, на объёмы грузооборота влияют и другие факторы, такие как активность внешне-экономического сотрудничества, спрос внутренних и зарубежных партнёров на мощности порта, однако в рамках данного исследования фокус внимания находится именно на инфраструктурном факторе.

Таким образом, инфраструктурный фактор имеет сильное прямое влияние на эффективность работы морского транспорта, а именно на объёмы грузооборота. В этой связи необходимо уделять внимание разработке инвестиционной стратегии, осуществлять финансовые вложения в укрепление и расширение инфраструктуры.

---

1. Кузнецова О.В. Типология факторов социально-экономического развития регионов // Вестник Московского университета. – Серия 5. – География. – 2014. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-faktorov-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-regionov-rossii> (дата обращения 30.03.2024).

2. Блюдик А.Р., Масюк Н.Н. Специфика транспортных экосистем приграничных регионов: факторы влияния // Вестник академии знаний. – Ч. 57. – №4. – 2023. – С. 32–36. – URL: <https://academiyadt.ru/zhurnal-vestnik-akademii-znaniy-vaz-57/> (дата обращения 30.03.2024).

3. ПАО «ВМТП». Характеристики порта – Текст: электронный / ПАО «Дальневосточное морское пароходство» [сайт]: 2024. – URL: <https://www.fesco.ru/ru/clients/terminals/vmtp/> (дата обращения 30.03.2024).

4. Статистические данные по грузообороту, стоимости ОС, инвестициям ПАО «ВМТП» – Текст: электронный / Годовые отчёты ПАО «ВМТП» (2008-2023 гг.) // Центр раскрытия корпоративной информации «Инферфакс» [сайт]: 2024. – URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=1559&type=2> (дата обращения 18.03.2024).

5. Статистические данные ПАО «ВМТП» – Текст: электронный / Ежеквартальные отчёты эмитента (2008–2023 гг.) // ЦРКИ «Инферфакс» [сайт]: 2024. – URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=1559&type=5> (дата обращения 27.03.2024).

УДК 338.2

## ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА КАЧЕСТВО ЖИЗНИ И РАБОТЫ СОТРУДНИКОВ: ПЕРСПЕКТИВА УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

**М.Р. Варжин**, аспирант

**Е.В. Красова**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Исследуется проблема влияния информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на качество жизни сотрудников в контексте управления человеческими ресурсами. На основе собственных эмпирических исследований анализируются как положительные, так и отрицательные последствия внедрения ИКТ на рабочем месте. В процессе исследования использован ряд количественных и качественных показателей, проведен контент-анализ социальных сетей. Предложены общие рекомендации по использованию ИКТ для улучшения качества жизни сотрудников.*

**Ключевые слова:** *информационно-коммуникационные технологии (ИКТ); человеческие ресурсы; управление человеческими ресурсами; качество жизни сотрудников; удовлетворенность работой; уровень благополучия.*



# IMPACT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON EMPLOYEE LIFE QUALITY: A HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PERSPECTIVE

**Abstract.** *The problem of the influence of information and communication technologies (ICT) on the quality of life of employees in the context of human resource management is explored. Both the positive and negative impacts of ICT adoption in the workplace are examined, and recommendations are offered for using ICT to improve the quality of life of employees. A number of quantitative and qualitative indicators were used, and a content analysis of social networks was carried out.*

**Keywords:** *Information and communication technologies (ICT); human resources; human resource management; quality of life of employees; job satisfaction; level of well-being.*

Исследование влияния информационно-коммуникационных технологий на качество жизни и работу сотрудников является важным в контексте управления человеческими ресурсами. В мире, где технологии становятся все более важным элементом повседневной жизни и работы, понимание их влияния помогает оптимизировать условия труда и обеспечить более высокую производительность персонала. Данное исследование посвящено технологиям и тому, как технологии могут улучшить качество жизни работников, повысить их мотивацию и удовлетворенность работой, а также способствовать общей эффективности компании. Наше исследование может стать основой для разработки новых стратегий управления человеческими ресурсами, направленных на создание более благоприятных условий для сотрудников и повышение их производительности.

Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) – это широкий термин, охватывающий технологии, используемые для создания, хранения, обработки, передачи и обмена информацией. Они включают в себя широкий спектр устройств, программного обеспечения и сетей, таких как: компьютеры, смартфоны, планшеты интернет, электронная почта, социальные сети, системы управления предприятием (ERP-системы (Enterprise Resource Planning)) – это автоматизированные системы управления предприятием, которые помогают контролировать весь цикл производства), системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-система (Customer Relationship Management)).

ИКТ играют все более важную роль в современном рабочем месте, трансформируя способы работы, общения и сотрудничества сотрудников. Понимание этой роли помогает компаниям создавать более подходящие условия труда и повышать производительность персонала.

Основной гипотезой исследования является тезис о положительном влиянии ИКТ на качество жизни и работы сотрудников. Отталкиваясь от данной гипотезы, мы предполагаем, что ИКТ автоматизируют рутинные задачи, давая возможность сотрудникам сосредотачиваться на стратегических и творческих аспектах работы. Они улучшают коммуникацию между сотрудниками, что особенно важно в условиях удаленной работы и глобальных команд. Благодаря ИКТ, сотрудники могут легко сотрудничать над проектами и делиться идеями через специализированные платформы. Гибкие рабочие соглашения, такие как удаленная работа, становятся, как мы предполагаем, возможными благодаря технологиям, что способствует лучшему балансу между работой и личной жизнью. ИКТ также предоставляют сотрудникам доступ к большому объему информации и обучающим ресурсам, что помогает им развиваться профессионально. Кроме того, они помогают организациям эффективно управлять данными о персонале, что в свою очередь способствует принятию обоснованных решений в области управления персоналом. В совокупности, исследование влияния ИКТ на жизнь и работу сотрудников отражает современную реальность и предоставляет основу для разработки более продуктивных и благоприятных условий труда.

Качество жизни сотрудников (QWL – Quality of work life) – это мера общего благополучия и удовлетворенности сотрудников на рабочем месте. Оно охватывает широкий спектр факторов, влияющих на физическое, эмоциональное, социальное и финансовое благополучие сотрудников. Ключевые компоненты QWL включают: физическое, эмоциональное, социальное и финансовое благополучие.

Высокое качество жизни сотрудников имеет ряд преимуществ для организаций. Сотрудники, которые чувствуют себя счастливыми и удовлетворенными на работе, с большей вероятностью будут мотивированы и продуктивны. Организации с высоким QWL, как правило, имеют более низкий уровень текучести кадров и имеют лучшую репутацию работодателя, поскольку сотрудники с меньшей вероятностью будут искать возможности за пределами компании. Сотрудники, которые чувствуют себя ценными и поддерживаемыми, с большей вероятностью будут проявлять творческий подход и предлагать инновационные идеи, предоставлять отличное обслуживание для клиентов.

Инвестиции в QWL могут принести значительную отдачу для организаций, создавая более продуктивную, мотивированную и лояльную рабочую силу.

Теоретическая часть исследования основана на существующих теориях и исследованиях, которые рассматривают влияние ИКТ на рабочее место и благополучие сотрудников. Ранняя литература обширна и разнообразна. Исследования показали, что ИКТ могут иметь как положительное [1; 2], так и отрицательное влияние [3; 4] на благополучие и производительность сотрудников. Но несмотря на обширные исследования, все еще существуют пробелы в знаниях, в том числе: ограниченное понимание долгосрочных последствий ИКТ для благополучия сотрудников; недостаток исследований о влиянии ИКТ на различные демографические группы; отсутствие четких рекомендаций для организаций по оптимизации использования ИКТ.

Для проверки нашей гипотезы в исследовании использовались два основных метода сбора данных: опрос сотрудников и наблюдение за социальными сетями.

1. *Опрос сотрудников.* Был проведен онлайн-опрос среди сотрудников различных организаций. Опрос включал вопросы об использовании ИКТ на работе, удовлетворенности работой, балансе между работой и личной жизнью и общем благополучии. Опрос был распространен по электронной почте и социальным сетям. Сотрудникам было дано две недели на заполнение опроса. Всего в исследовании приняли участие 500 сотрудников. Опрос для данного исследования проводился в период с сентября по ноябрь 2023 года группой специалистов из команды HR (Human Resource – человеческие ресурсы) под руководством автора. Демографические данные: возраст опрашиваемых сотрудников от 22 до 60 лет, пол: 55 % женщин и 45 % мужчин, уровень образования 60 % со степенью бакалавра или выше, опыт работы от 1 до 30 лет. Отраслевая принадлежность: технологии – 25%, финансы – 20%, здравоохранение – 15%, образование – 15%, производство – 15% и другое – 10%.

С помощью опроса измерялась удовлетворенность работой, он содержал вопросы о различных аспектах работы сотрудника, таких как: общее удовлетворение работой; удовлетворенность заработной платой и льготами; удовлетворенность возможностями карьерного роста; удовлетворенность отношениями с коллегами и руководителями; удовлетворенность рабочей средой. Ответы на эти вопросы оценивались по шкале Лайкерта [5], единицей измерения удовлетворенности работой являлся коэффициент качества жизни сотрудников (Q), который количественно отражает уровень удовлетворенности по выбранным критериям, например, от 1 (совершенно не удовлетворен) до 5 (полностью удовлетворен).

## Удовлетворенность работой



Рис. 1. Средние значения удовлетворенности работой по демографическим данным

Рисунок 1 показывает, что более молодые сотрудники более удовлетворены работой с технологиями. Четкого разделения по половому признаку в отношении технологий к удовлетворенности не прослеживается. Но мы заметили, чем выше уровень образования, тем сотрудники охотнее принимают технологии и удовлетворенность становится выше. Внедрение технологий влияют на сотрудников с малым опытом работы положительнее, чем на более опытных сотрудников, здесь данные частично подтверждают первый пункт о том, что молодые сотрудники более удовлетворены работой с технологиями.

У большинства отраслей прослеживается рост удовлетворенности от внедрения технологий. К числу таких отраслей можно отнести: технологии показатель удовлетворенности 4.7; финансы 4.3 и другое 4.7. Высокие оценки удовлетворенности заработной платой, льготами и возможностями карьерного роста, но низкая удовлетворенность отношениями с коллегами, руководителями

и рабочей средой для сотрудников зафиксирована у отраслей: здравоохранение 3.0; образование 2.7 и производство 4.0. Анализ опроса свидетельствует о том, что есть как положительные, так и отрицательные результаты от внедрения технологий, в зависимости от демографических и отраслевых данных.

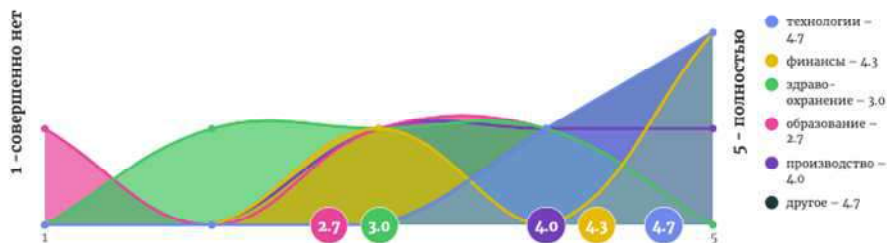


Рис. 2. Средние значения удовлетворенности работой по отраслевой принадлежности

2. *Наблюдение за социальными сетями.* Наблюдение за активностью сотрудников в социальных сетях, позволило собрать данные о том, как сотрудники используют ИКТ в нерабочее время, и о том, как это влияет на их благополучие. За определение благополучия мы взяли – чувство удовлетворенности и комфорта, используя соответствующие методы [6]. Для процедуры сбора данных по наблюдению за социальными сетями, мы создали учетные записи в социальных сетях и подружился с сотрудниками, участвовавшими в исследовании. Мы наблюдали за активностью сотрудников в социальных сетях в течение трех месяцев.

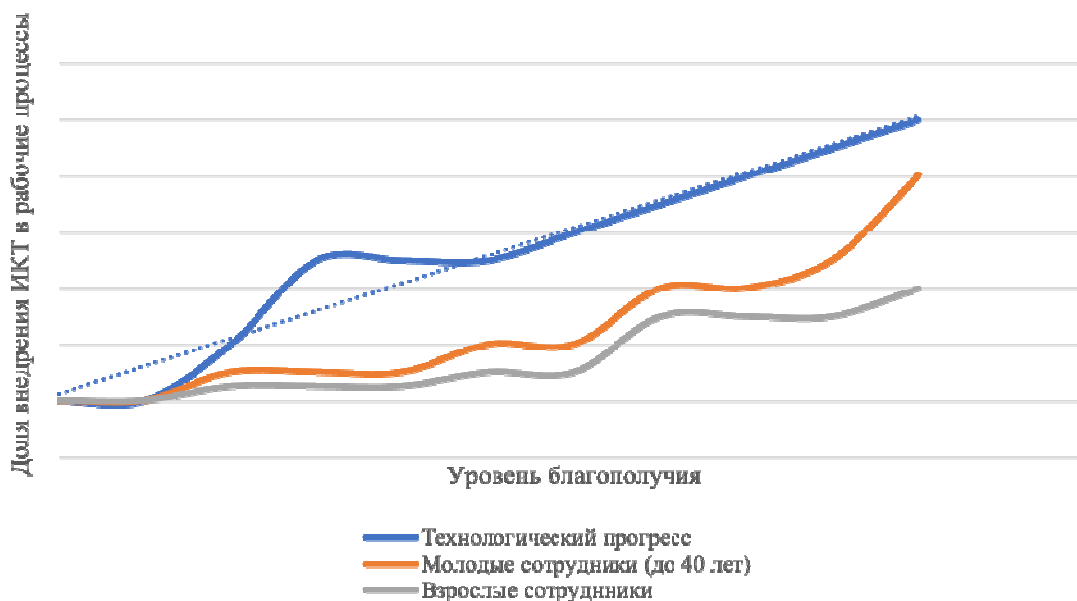


Рис. 3. Взаимосвязь между использованием технологий и благополучием

На рисунке 3 представлена зависимость благополучия от технологий, при различных демографических данных. Из графика видно, что значительные изменения при внедрении технологий, приводят к разным изменениям в демографических группах, но в общем и целом динамика взаимосвязи прослеживается, по всем группам, положительная то есть те люди которые начинают использовать или уже использующие социальные сети, с внедрением технологий на рабочем месте, проявляют большее чувство удовлетворенности и комфорта, то есть благополучия.

Использование технологий измеряли следующими способами:

- количество часов, проведенных в день за использованием различных устройств (например, компьютеров, смартфонов, планшетов);

- количество используемых приложений и платформ;
- частота использования определенных функций или инструментов (например, социальных сетей, потокового вещания фильмов, онлайн-игр);
- цели использования технологий (например, для работы, учебы, развлечения).

Наблюдение предоставило информацию о том, как сотрудники используют ИКТ, включая частоту, продолжительность и типы используемых приложений и устройств. Это помогло нам понять, как ИКТ интегрируются в рабочие процессы и повседневную деятельность сотрудников. В ходе наблюдения мы выявили изменения в рабочей нагрузке и производительности сотрудников в связи с внедрением ИКТ. Мы также наблюдали за тем, как сотрудники справляются с несколькими задачами, распределяют свое время и достигают своих целей, а также, как они используют технологии для совместной работы и как они решают конфликты и проблемы.

В ходе опроса и наблюдения мы также выявили положительное и отрицательное влияние технологий в виде социальных сетей на сотрудников (рис. 4).

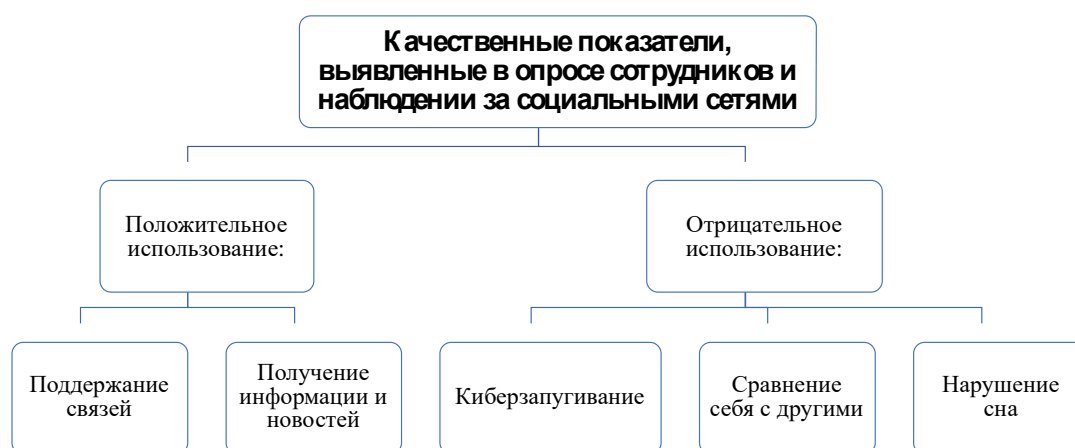


Рис. 4. Качественные состояния сотрудников, выявленные при наблюдении за социальными сетями

Комбинация двух методов сбора данных, а именно опроса и наблюдения, позволила получить представление о влиянии ИКТ на качество жизни и работы сотрудников.

Анализируя качественные показатели, полученные в ходе опроса и наблюдения, следует что наше исследование частично подтверждает предыдущие в том что, ИКТ оказывают как положительное, так и отрицательное влияние на качество жизни сотрудников. Но также исследование показало, что влияние ИКТ на качество жизни сотрудников является сложным и зависит от ряда факторов, таких как демографические характеристики, личностные характеристики, организационная культура.

В результате анализа полученных данных мы выделили ключевые факторы, влияющие на взаимосвязь между ИКТ и качеством жизни и работы:

- индивидуальные факторы: Возраст, пол, уровень образования и личностные характеристики сотрудников могут влиять на то, как они воспринимают и используют ИКТ;
- организационные факторы: Культура организации, политика и процедуры могут влиять на то, как сотрудники используют ИКТ;
- характеристики работы: Тип работы, которую выполняют сотрудники, может влиять на их восприятие и использование ИКТ.

Отталкиваясь от ключевых факторов, мы можем сделать обобщенные выводы относительно положительных и отрицательных результатов исследования.

К положительным результатам мы отнесли следующее:

- большинство, молодых, сотрудников сообщили об улучшении баланса между работой и личной жизнью, удовлетворенности работой и возможностях профессионального развития благодаря использованию ИКТ.
- технологии также способствовали улучшению коммуникации и сотрудничества, а также снижению стресса и улучшению психического здоровья.

Отрицательные результаты:

- значительное количество взрослых сотрудников также сообщили об увеличении рабочей нагрузки и ожиданий, размывании границ между работой и личной жизнью и проблемах с конфиденциальностью и безопасностью.

– некоторые сотрудники испытывали социальную изоляцию и одиночество из-за удаленной работы, а также цифровую зависимость и проблемы со здоровьем, связанные с использованием технологий.

Эти результаты частично пересекаются с предыдущими исследованиями, но есть и расхождения. В ходе нашей работы мы проследили следующую тенденцию, влияние технологий на качество жизни сотрудников зависит от типа выполняемой, этим же сотрудником, работы. Это открытие предполагает, что организациям необходимо учитывать специфику работы сотрудников при внедрении и использовании ИКТ. Специфика работы имеет разные требования и ИКТ могут поддерживать либо препятствовать этим требованиям. Например, сотрудники, выполняющие творческую работу, могут использовать ИКТ для поиска вдохновения и новых идей, в то время как сотрудники, выполняющие рутинную работу, могут использовать ИКТ для автоматизации задач. Также некоторые типы работы предоставляют сотрудникам больше автономии, чем другие, ИКТ могут расширить автономию сотрудников, предоставляя им гибкий график работы, возможность работать удаленно и доступ к информации и ресурсам, однако ИКТ могут, и ограничивать автономию сотрудников, создавая чувство постоянной доступности и давления. По степени взаимодействия некоторые типы работ требуют высокого уровня взаимодействия с коллегами, клиентами или другими заинтересованными сторонами, ИКТ могут облегчить взаимодействие, предоставляя инструменты для общения и сотрудничества, но ИКТ также могут препятствовать взаимодействию, заменяя личное общение электронными средствами связи. И подводя итог, учитывая специфику работы, организации должны брать во внимание риск изоляции сотрудников, так как ИКТ могут способствовать изоляции, если сотрудники проводят слишком много времени в одиночестве перед экранами.

Организациям необходимо учитывать тип выполняемой работы при внедрении и использовании ИКТ. Это поможет им оптимизировать использование ИКТ и смягчить потенциальные негативные последствия для благополучия и производительности сотрудников. В список рекомендаций мы включили следующее:

- создание политики и процедур, которые поддерживают баланс между работой и личной жизнью;
- предоставление возможностей для обучения и развития, чтобы сотрудники могли адаптироваться к меняющимся требованиям ИКТ;
- поощрение регулярных перерывов и отпусков для предотвращения выгорания;
- создание инклюзивной и поддерживающей рабочей среды, которая ценит благополучие сотрудников;
- инвестирование в ИКТ-решения, которые улучшают коммуникацию, сотрудничество и доступ к информации.

С точки зрения управления человеческими ресурсами (УЧР), понимание данного влияния технологий на качество жизни сотрудников, в зависимости от типа выполняемой работы, имеет решающее значение для создания рабочей среды, которая поддерживает благополучие и производительность сотрудников. УЧР в состоянии смягчить отрицательное влияние ИКТ на качество жизни сотрудников, если будет выполнен ряд работ:

- установлены четкие границы между работой и личной жизнью;
- предоставлены возможности для личного взаимодействия и построения команды;
- обеспечен доступ к ресурсам для поддержания физического и психического здоровья;
- защищена конфиденциальность сотрудников;
- сотрудники будут обучены эффективному использованию ИКТ.

Исходной гипотезой исследования было следующее, ИКТ имеют положительное влияние на качество жизни и работы сотрудников, результаты исследования частично подтверждают эту гипотезу, поскольку исследование обнаружило, что ИКТ могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние. Влияние ИКТ на качество жизни сотрудников является сложным и многогранным. Понимая как положительное, так и отрицательное влияние ИКТ, УЧР может создать рабочую среду, которая поддерживает благополучие и производительность сотрудников. Принимая меры по смягчению отрицательного влияния ИКТ, организации могут использовать технологии для улучшения качества жизни сотрудников и достижения своих бизнес-целей.

---

1. Савченко И.П., Гранадская О.В. Инновации в системе управления персоналом компании // Научный журнал «АРМОМ. Серия: Гуманитарные науки», 2015. № 2. С. 35-41.

2. Полещук Ж.А., Галета И.В. Использование информационных технологий в системе управления персоналом // Проблемы современной науки и образования. 2017. № 8(90). С. 28-30.

3. Шведов Г.И., Друганова Л.П., Шаева Т.В. Негативные факторы воздействия компьютера на здоровье человека // Научно-медицинский вестник Центрального Черноземья. 2008. № 32. С. 85-88.

4. Красова Е.В. Воздействие информационно-технологических и коммуникационных стрессоров на здоровье работников // Медицина труда и промышленная экология. 2022. Т. 62. № 9. С. 616-626.

5. Дубина И.Н. Математические основы эмпирических социально-экономических исследований: учеб. пособие. Барнаул: изд-во Алтайского университета, 2006.

6. Савин И.В., Мариев О.С., Пушкарев А.А. Методы анализа социальных сетей в экономике: учебное пособие. Москва: Издательство "ФЛИНТА", 2022.

УДК 37.08

## ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКИЙ ПЕРСОНАЛ В СРЕДНЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

П.Т. Гавриш, аспирант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В последние годы вырос интерес к среднему профессиональному образованию, его роль в подготовке востребованных квалифицированных кадров для российской экономики, что подтверждается рядом документов и инициатив. Важнейшую роль в подготовке будущих работников играют педагогические кадры – их квалификация, опыт и способность адаптироваться к постоянно изменяющейся рабочей среде.

**Ключевые слова:** среднее профессиональное образование, преподавательский персонал, управление персоналом, мотивация

## TEACHING STAFF IN SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION

**Abstract.** There is now a growing interest in secondary vocational education and its role in training qualified personnel for the Russian economy, which is confirmed by a number of documents and initiatives. The most important role in the training of future employees belongs to the teaching staff, especially their qualifications, experience and ability to adapt to an ever-changing work environment are important.

**Keywords:** secondary vocational education, teaching staff, personnel management, motivation.

Невозможно отрицать, что образование в России функционирует в не самых благоприятных условиях, включая проявление глобальных угроз, стрессовое развитие экономики, рост конкуренции, регулярное изменение требований к деятельности образовательных учреждений. Одними из наиболее важных ресурсов любой образовательной организации являются человеческие ресурсы, чья квалификация в том числе обеспечивает конкурентоспособность организации и эффективность ее деятельности в указанных условиях. В связи с этим, проведено множество исследований в области управления человеческими ресурсами высших учебных заведений в части проблематики привлечения и удержания молодых преподавателей (например, Е.А. Малкина, Н.В. Болтенков и пр.), роли управления профессиональной карьерой преподавателя вуза (А.С. Соколова, С.И. Сотникова и др.) и проблем адаптации преподавателей в первые годы работы. В тематических источниках процесс адаптации рассматривается как один из ключевых этапов в профессиональной карьере преподавателя. Неудачи на этом этапе способны неблагоприятно повлиять на дальнейшие карьерные перспективы или же стать причиной ухода из профессии. Соответственно, создание условий для успешного прохождения периода адаптации преподавательского персонала является одной из важных задач управления персоналом в образовательной организации [1].

Стоит отметить непроработанность аналогичных вопросов и проблем применительно к среднему профессиональному образованию (в сравнении с высшим образованием), в то время как происходит его активное развитие и трансформация. В качестве примера – реализация федерального проекта «Профессионалитет», заявленный как новый уровень образования в колледжах и содержащий «подходы и принципы к обновлению содержания профессионального образования, консолидации ресурсов бизнеса, государства и образовательных организаций при подготовке квалифицированных кадров и сокращению сроков обучения». Также важным изменением является внедре-

ние демонстрационного экзамена как обязательной части итоговой государственной аттестации выпускников СПО [2,3,4].

Опираясь на актуальность темы, целью статьи поставлено выявление актуальных проблем и направлений совершенствования управления преподавательским персоналом в организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования.

Для достижения обозначенной цели поставлены следующие задачи: анализ нормативно-правовых актов регулирующих отношения в исследуемой сфере; анализ статистических данных, характеризующих текущее состояние преподавательского персонала среднего профессионального образования; обобщение результатов предшествующих научных исследований отечественных авторов в данной области. При выполнении поставленных задач использованы общенаучные методы.

Значимость развития среднего профессионального образования (СПО) в России признана на государственном уровне, что подтверждается рядом документов и программ. Действующая Стратегия развития среднего профессионального образования до 2030 года была представлена Минпросвещения еще в 2020 году [5, 6]. Согласно Стратегии 2030 общая характеристика системы СПО такова: на текущий момент в России действует 3611 организаций, реализующих программы среднего профессионального образования, в которых занято более 146 300 преподавателей и около 20 800 мастеров производственного обучения (МПО). К наиболее популярным у абитуриентов областям отнесены «Инженерное дело, технологии и технические науки», «Науки обо обществе» и «Здравоохранение и медицинские науки».

Целью Стратегии развития СПО указано «обеспечение экономики страны квалифицированными кадрами, формирование кадрового потенциала для реализации задач роста и повышение конкурентоспособности российской экономики». Для реализации указанной цели обозначены такие задачи как: «постоянное обновление содержания и технологий профессионального образования и обучения», «формирование нового ландшафта сети СПО», «повышение финансовой устойчивости и целевая поддержка», «приведение квалификации руководящего и преподавательского состава организаций, в соответствие современным требованиям к кадрам» и «развитие профессиональной соревновательности в системе СПО» [6].

В 2022 году был разработан новый макет федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) среднего профессионального образования, в котором в соответствии с последними тенденциями введены обязательное освоение финансовой грамотности, основ бережливого производства и цифровых модулей по всем профессиям и специальностям [7].

Важнейшую роль в подготовке будущих работников играют педагогические кадры. Преподаватели и мастера производственного обучения (МПО) отвечают за выполнение образовательной программы в процессе подготовки, принимают участие в формировании и обновлении содержания образования. Внимание к качеству преподавательского персонала организаций СПО и необходимость повышения уровня его подготовки отражаются в нормативных правовых документах [8]. ФГОС говорят о том, что система профессионального образования должна эффективнее интегрировать три основные свои составляющие: воспитание, развитие и обучение. Современный мир требует от преподавателей и мастеров производственного обучения новых форм работы с учащимися, новых методик подачи материала [9].

При этом в законе «Об образовании в Российской Федерации» отсутствует четкое деление на педагогических работников по уровню образования, есть упоминания о педагогах общеобразовательных учреждений и дополнительного профессионального образования (ДПО), о научно-педагогических работника и профессорско-преподавательском составе (ППС) организаций высшего образования и ДПО [10]. Обращаясь к «Номенклатуре должностей педагогических работников организаций...» видим, что в данном документе должности педагогических работников делят на две группы: «Должности педагогических работников, отнесенных к профессорско-преподавательскому составу» и «Должности иных педагогических работников». Должность «Преподаватель» фигурирует в обеих группах и, согласно примечаниям в документе, это «Преподаватель ВО и ДПО» и «Преподаватель СПО» соответственно. При этом должность «Преподаватель СПО» входит в одну группу с такими должностям как «Концертмейстер», «Воспитатель», «Старший вожакий», «Логопед» и пр. [11].

Вопрос о квалификационных требованиях к преподавателям СПО остается открытым и во многом оставлен на усмотрение работодателя [12]. Единого действующего профессионального стандарта для педагога СПО на данный момент нет. Профессиональный стандарт «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального

образования» применяется к преподавателям и среднего профессионального и высшего образования всех уровней [13].

То есть, на практике остаются открытыми вопросы классификации педагогических работников, квалификационные требования и ряд иных вопросов, возникающих при работе с нормативно-правовыми актами, касающихся вопросов работы с педагогическими кадрами образовательных организаций разных уровней.

Текущую характеристику преподавательского персонала СПО дают тематические статистические сборники.

Согласно сборнику «Индикаторы образования 2024» по состоянию на начало 2021/ 2022 и 2022/2023 учебных годов среди преподавателей СПО более 94 % имеют высшее образование, из которых 66 % имеют высшее педагогическое образование. Соответственно среднее профессиональное образование имеют 4,3 % – 4,9% преподавателей, из которых на среднее профессиональное педагогическое приходится менее 2%. Важным вопросом также является возрастной состав преподавателей (рис. 1) [14].



Рис. 1. Структура численности педагогических работников образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам среднего профессионального образования, по возрастным группам и должностям в 2022/2023 уч.г.

Если принимать, что к категории «молодые преподаватели» по возрастному критерию относятся лица до 39 лет [15,16], то средний удельный вес молодых преподавателей в СПО около 34 % от общего числа, при этом большая часть из них – более 11 % – лица 35–39 лет, в то время как преподавателей младше 25 лет меньше всего – чуть более 5%. Такое распределение позволяет предположить возникновение определенных кадровых проблем через 10 – 15 лет, например, сокращение общей численности преподавателей и дефицит кадров в случае низкой эффективности текущих и запланированных мероприятий по привлечению молодых сотрудников в преподавание.

Средняя заработная плата преподавателей и мастеров производственного обучения в 2023 году по России составила 54 927 рублей, что на 4% ниже среднемесячной заработной плате наемных работников в организациях, у ИП и физических лиц. Аналогичный показатель в Приморском крае в 2023 году составил 69 994 рубля (на 18 % выше среднемесячной заработной плате наемных работников в организациях) [17]. В то же время среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по полному кругу организаций в 2023 году составила 73 709 рублей [18].

В России по состоянию на 2022 год удельный вес женщин в общей численности преподавателей СПО составил 77,3 % (в 2020 году – 75,2 %) (что является одним из самых высоких значений) [14, 19].



На основе приведенной информации можем сформулировать следующие утверждения:

- наблюдается преобладание женщин в сфере образования, в том числе в среднем профессиональном образовании;
- более 40 % преподавательского персонала находятся в возрасте старше пятидесяти лет, в то время как наблюдается недостаток молодых преподавателей;
- более трети преподавателей СПО не имеют педагогического образования;
- средняя заработная плата преподавателя СПО ниже средней заработной плате по стране, однако значения существенно разнятся в зависимости от региона (от 27 351 в Республике Ингушетия до 165 306 в Чукотском автономной округе).

Говоря об образовательной сфере, авторы сходятся во мнении, что кадры являются основным ресурсом системы и определяют результативность и конкурентоспособность образовательных организаций.

Значимую (и в чем-то очевидную) информацию для управления преподавательским персоналом (в основном в части мотивации преподавателей) дает социологическое исследование О.И. Власовой об актуальном состоянии данной профессиональной группы. Результаты исследования показали, что на первом месте среди причин выбора данной профессии неденежные, а именно – гарантированный продолжительный летний отпуск, возможность согласовать удобный режим работы, общение с интеллигентными людьми и самореализация в науке. В то же время уровень дохода и возможность на него повлиять оказались наименее важными факторами, привлекающих работать в СПО. К негативным аспектам работы в СПО отнесли высокий уровень бюрократии и большой объем бумажной работы, высокие психоэмоциональные нагрузки и недостаточное материальное оснащение образовательного процесса. Основной проблемой автор указывает «недостаточность внимания к целенаправленной подготовке и отбору персонала для колледжей, привлечению профессионалов и закреплению опытных сотрудников при омоложении профессионального ядра сотрудников СПО» [20].

Такие авторы как А.Н. Сазанов [21], П.Ф. Кубрушко [22], Л.М. Андрюхина, О.И. Власова, С.А. Днепров, Т.В. Пермякова [23], Е.Ю. Есенина [24] выделяют многопрофильность (иногда, дуальность или «полипрофессионализм») профессиональной деятельности преподавателей СПО, их неопределенное положение между школьными учителями и преподавателями высшей школы и постоянное увеличение и изменение должностных обязанностей и профессиональных компетенций, требующих постоянного повышения квалификации не только в сфере преподаваемых дисциплин.

По данным Мониторинга экономики образования наиболее востребованным у преподавателей СПО является приобретение новых знаний в рамках преподаваемой дисциплины и освоение современных информационно-коммуникационных технологий, при этом преподаватели чаще выбирают курсы повышения квалификации вместо профессиональной переподготовки. Наиболее популярными организациями, реализующими программы повышения квалификации, являются областные институты [8]. Согласно исследованию РАНХиГС о подготовки кадров в сфере профессионального образования, наблюдается несоответствие уровня базового образования преподавательского персонала СПО профилю поставленных перед ними задач, в то время как профессиональная переподготовка и программы повышения квалификации не ориентированы на формирование многих необходимых компетенций, в том числе из-за того, что педагоги не рассматриваются как отдельная категория обучающихся и отсутствует «плановость» повышения квалификации. «Повышение квалификации подменяется передачей опыта»: отмечается недостаток программ, знакомящих с инновационными материалами и технологиями в профессиональной деятельности и иными специфичными профессиональными аспектами [9].

Е.Ю. Есенина в своих исследованиях приходит к выводу о наличии следующих проблем: отсутствие или недостаточность условий для получения требуемого высокого уровня квалификации преподавательского персонала СПО; отсутствие педагогического образования у значительной части преподавательского персонала СПО и неудовлетворительное качество программ повышения квалификации, призванных сформировать необходимые компетенции; необходимость разработки и внедрения моделей кадрового обеспечения системы среднего профессионального образования с учетом социально-экономического развития субъектов РФ [24].

Согласно вышеизложенной информации, можно утверждать, что в системе управления среднего профессионального образования по-прежнему во многом не решены такие «вечные» вопросы как поло-возрастной перекос – основная часть преподавателей представлена женщинами старше пятидесяти лет, неопределенность квалификационных требований и требований к программам повышения квалификации и профессионально переподготовки для педагогов. Остается открытым вопрос возможности прямого применения механизмов, методов, инструментов управления персо-

налом, применяемых в коммерческих организациях, в сферу образования. Присутствует неопределенность статуса преподавателя СПО, в том числе в нормативных документах, совмещающего в себе компетенции работника высшей школы, школьного педагога и психолога. Актуальность работы также определяет требование к наличию определенной доли молодых преподавателей в штате образовательной организации и показатель среднего возраста штатных преподавателей, что стимулирует руководителей уделять значительное внимание привлечению и удержанию молодых начинающих преподавателей, в том числе процессу их адаптации.

---

1. Антипина И.О. Профессиональная адаптация молодых преподавателей в вузе как условие успешности их карьеры в системе высшего образования // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 11-2. – С. 197-201; – URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=2550> (дата обращения: 08.03.2024).

2. Федеральный проект «Профессионалитет» – Текст: электронный// Институт развития профессионального образования: [сайт]. – URL: <https://firpo.ru/activities/projects/federalnyy-proekt-professionalitet/> (дата обращения: 21.02.2024)

3. Департамент государственной политики в сфере среднего профессионального образования и профессионального обучения – Текст: электронный// Министерство просвещения Российской Федерации: [сайт]. – URL: [https://edu.gov.ru/about/departments/professional\\_education/](https://edu.gov.ru/about/departments/professional_education/)

4. Заседание Ученого совета ВВГУ: СПО и вуз – вместе сильнее – Текст: электронный// Новости ВВГУ - 2024. – 27 апреля. – URL: [https://www.vvsu.ru/latest/article/2152059211/Zasedanie\\_Uchenogo\\_soveta\\_VVGU/](https://www.vvsu.ru/latest/article/2152059211/Zasedanie_Uchenogo_soveta_VVGU/) (дата обращения: 29.04.2024)

5. Из 2020 в 2030: новая стратегия развития СПО – Текст: электронный // ИАккредитация в образовании информационно-аналитический журнал: [сайт]. – URL: <https://akvobr.ru/new/publications/158> (дата обращения: 21.02.2024)

6. О стратегии развития системы среднего профессионального образования Российской Федерации. – Текст: электронный // Портал федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования: [сайт]. – URL: [https://fgosvo.ru/uploadfiles/presentations/Strategy\\_SPO\\_2030.pdf?ysclid=lvxsim719k879243782](https://fgosvo.ru/uploadfiles/presentations/Strategy_SPO_2030.pdf?ysclid=lvxsim719k879243782)

7. Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие образования": Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 № 1642 (ред. от 08.12.2023) // СПС «Консультант Плюс». – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=464120#acNXBCUGDqv7riSv> (дата обращения: 24.02.2024)

8. Подготовка кадров для системы СПО: федеральные и региональные инициативы: информационный бюллетень / С.Б. Крайчинская, Е.Е. Петров, О.А. Романова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: НИУ ВШЭ, 2022. – 36 с. – (Мониторинг экономики образования; № 2 (19)). – 70 экз. – ISBN 978-5-7598-2608-8 (в обл.). – Текст: электронный// Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»: [сайт]. – URL: <https://memo.hse.ru/news/570271540.html?ysclid=lvxsq5zf6808020489> (дата обращения: 21.02.2024)

9. Функционирование региональных систем профессионального образования России в условиях социально-экономической неопределенности: аналитический доклад / Е.В. Ломтева, Л.Ю. Бедарева, А.С. Тищенко [и др.]. – Москва: Дело (РАНХиГС), 2020. – 72 с. – (Управление. Финансы. Образование). – ISBN 978-5-85006-287-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863218> (дата обращения: 18.02.2024).

10. Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (последняя редакция) // СПС «Консультант Плюс». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения: 24.02.2024)

11. Об утверждении номенклатуры должностей педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность, должностей руководителей образовательных организаций: Постановление Правительства РФ от 21 февраля 2022 г. № 225 // СПС «Гарант». – URL: <https://base.garant.ru/403566568/#friends> (дата обращения: 24.02.2024)

12. СПО: требования к квалификации преподавателей оставлены на усмотрение руководства – Текст: электронный // Профсоюз «Учитель»: [сайт]. – URL: <https://pedagog-prof.org/legal/spo-trebovaniya-k-kvalifikacii-prepodavatelej-ostavleny-na-usmotrenie-rukovodstva/?ysclid=lvxszfzfab789594955> (дата обращения: 29.02.2024)

13. Об утверждении профессионального стандарта "Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования": Приказ от 8 сентября 2015 г. № 608н. – Текст: электронный// Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации: [сайт]. – URL: <https://www.kspu.ru/upload/documents/2015/10/13/9356be91f2ab7fff1e198fc51249f313/professionalnyj-standart-pedagog-professionalnogo-obucheniya-professionalnogo-o.pdf?ysclid=lvxt1cxmnc535262109> (дата обращения: 24.02.2024)

14. Индикаторы образования 2024 Индикаторы образования: 2024: статистический сборник / Н.В. Бондаренко, Т.А. Варламова, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: НИУ ВШЭ, 2024. – Текст: электронный. – URL: <https://www.hse.ru/primarydata/io?ysclid=lvxt552lm8991601699> (дата обращения: 24.02.2024)

15. Об утверждении показателей эффективности деятельности федеральных бюджетных и автономных образовательных учреждений высшего образования, подведомственных Министерству науки и высшего образования

Российской Федерации, и работы их руководителей, по результатам достижения которых устанавливаются выплаты стимулирующего характера руководителям таких учреждений: Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 01.02.2022 № 92 (Зарегистрирован 14.03.2022 № 67718)// СПС «Гарант». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403597618/> (дата обращения: 24.02.2024)

16. О целевых показателях эффективности работы бюджетных образовательных учреждений, находящихся в ведении Министерства образования и науки Российской Федерации Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 ноября 2010 г. № 1116 (с изменениями и дополнениями) Приложение № 3. Перечень целевых показателей эффективности работы бюджетных образовательных учреждений среднего профессионального образования, находящихся в ведении Министерства образования и науки РФ // СПС «Гарант». – URL: <https://base.garant.ru/55170102/3e22e51c74db8e0b182fad67b502e640/> (дата обращения: 24.02.2024)

17. Рынок труда, занятость и заработная плата – Текст: электронный// Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – URL: [https://www.kspu.ru/upload/documents/2015/10/13/9356be91f2ab7fff1e198fc51249f313https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employment\\_salaries](https://www.kspu.ru/upload/documents/2015/10/13/9356be91f2ab7fff1e198fc51249f313https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries) (дата обращения: 09.04.2024)

18. Справочная информация: "Среднемесячная заработная плата в целом по Российской Федерации" (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс по данным Росстата)// СПС «Консультант Плюс». – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_326052/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_326052/) (дата обращения: 09.04.2024)

19. Образование в цифрах 2023 Образование в цифрах: 2023: краткий статистический сборник / Т.А. Варламова, Л.М. Гохберг, О.К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: НИУ ВШЭ, 2023. – Текст: электронный. – URL:<https://www.hse.ru/primarydata/ovz2023> (дата обращения: 21.02.2024)

20. Власова О.И., Чебыкина И.В., Заглодина Т.А. Педагогические работники среднего профессионального образования: актуальное состояние профессиональной группы // Профессиональное образование и рынок труда. 2022. №4 (51). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskie-rabotniki-srednego-professionalnogo-obrazovaniya-aktualnoe-sostoyanie-professionalnoy-gruppy> (дата обращения: 17.03.2024).

21. Сазанов А.Н. Особенности профессиональной деятельности преподавателей среднего профессионального образования // Современное педагогическое образование. 2021. № 5. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-professionalnoy-deyatelnosti-prepodavateley-srednego-professionalnogo-obrazovaniya>(дата обращения: 17.03.2024).

22. Кубрушко П.Ф., Шингарева М.В., Атапина Ю.А. Педагогическая подготовка преподавателей системы среднего профессионального образования // Профессиональное образование и рынок труда. 2022. № 2 (49). – Текст: электронный. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskaya-podgotovka-prepodavateley-sistemy-srednego-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 17.03.2024).

23. Педагогическое образование в России: Научный журнал. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет. – 2017. – №1. – 143 с.: ил. – Текст: электронный. -URL: <https://rucont.ru/efd/402435> (дата обращения: 17.03.2024).

24. Есенина Е.Ю. Проблема кадрового обеспечения региональной системы СПО // Профессиональное образование и рынок труда. 2022. №2 (49). – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-kadrovogo-obespecheniya-regionalnoy-sistemy-spo> (дата обращения: 17.03.2024).

УДК 330.338.012:004

## УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬЮ ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ ВЛАДИВОСТОКА В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

**Е.А. Данилов**, аспирант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье исследованы проблемы информационной обеспеченности электроснабжения промышленных и бытовых потребителей города Владивостока в условиях ускорившихся темпов прироста строительства и ввода в эксплуатацию объектов многоэтажной и частной жилой застройки, промышленной и социальной инфраструктуры. Рассмотрены факторы влияния на информационную политику электросетевых организаций в отношении потребителей в контексте частых плановых и аварийных ограничений электроснабжения.

Дана оценка уровня оперативного информирования потребителей электроэнергии о ситуации с электроснабжением.

**Ключевые слова:** информационная политика, электроэнергетика, управление, развитие, новые условия.

## RELIABILITY OF POWER SUPPLY IN VLADIVOSTOK AND ITS INFORMATION SECURITY IN THE CONTEXT OF THE NEW URBAN PLANNING POLICY

**Abstract.** *The article explores the problems of information security of power supply to industrial and household consumers of the city of Vladivostok in the context of accelerated growth in construction and commissioning of multi-storey and private residential buildings, industrial and social infrastructure. Factors affecting the information policy of power grid organizations in relation to consumers in the context of frequent planned and emergency power supply restrictions are considered. An assessment of the level of prompt informing of electricity consumers about the situation with power supply is given.*

**Keywords:** *information policy, electric power industry, management, development, new conditions.*

Объектом настоящего исследования является система информационного обеспечения бытовых и промышленных потребителей электроэнергии во Владивостоке.

Предмет исследования: управленческие отношения, которые складываются между субъектами оптового и розничного рынков электроэнергии и потребителями во Владивостоке в условиях ограничений электроснабжения, связанных с ростом нагрузки на сетевую инфраструктуру.

Цель исследования заключается в оценке уровня своевременного информирования потребителей о плановых и аварийных отключениях электроэнергии.

Актуальность исследования обусловлена ростом аварийности на электросетевом комплексе Владивостока с параллельным ростом строительства и ввода в эксплуатацию объектов многоэтажной и частной жилой застройки, потребление электрической энергии и мощности которых ложится на существующую сетевую инфраструктуру. Частые отключения электроэнергии становятся следствием ухудшения качества и комфорта жизни граждан и являются одним из факторов оттока населения [1].

Город Владивосток входит в число тех административных субъектов, где ситуация с электроснабжением требует глубокого анализа и исследований для её улучшения. Осенне-зимние периоды наглядно отражают текущую неблагоприятную ситуацию для потребителей.

По данным независимых открытых источников и внешних каналов коммуникации органов исполнительной власти за последние 5 лет наблюдается тенденция к увеличению потребления электроэнергии и электрической мощности промышленными и бытовыми потребителями электроэнергии, как в Приморском крае, так и во Владивостоке [2].

При этом, на основе данных, полученных в ходе мониторинга информационной среды, и расчёта результатов за несколько последних лет, было выявлено, что среднестатистический показатель изношенности сетевой электроэнергетической инфраструктуры города на момент 2022–2023 гг. составляет 60-70 %. Из них ежегодно под замену в рамках плановых ремонтных компаний в среднем попадает лишь 2-3% объектов электросетевого комплекса ввиду сложного процесса тарифного регулирования и других факторов. То есть даже при самом позитивном раскладе отрицательная динамика роста аварийности на сетях сохранится в ближайшие несколько лет.

В совокупности ростом тарифа, сложившаяся ситуация отрицательно влияет на комфорт и качество жизни населения, а также на инвестиционную привлекательность и другие экономические показатели региона в целом [3].

Подобная негативная тенденция наблюдается и в других регионах России. И в каждом административно-территориальном субъекте существуют ключевые факторы, которые сказываются на качестве электроснабжения [4].

Во Владивостоке, по данным, полученным в ходе интервьюирования руководителей электросетевых организаций, одним из таких факторов является значительный ежегодный прирост частной и комплексной жилой застройки. То есть основная часть электропотребления ложится на бытовых потребителей. Эти данные подтверждает и отчёт приморского отделения службы государственной статистики о ситуации с электроснабжением. Рисунок распределения электрической энергии по видам экономической деятельности во Владивостоке за 2023 год представлен на рис. 1.



Рис. 1. Распределения электроэнергии по видам экономической деятельности

По данным управления градостроительства и архитектуры Администрации Владивостока, в 2022 году в городе сдано в эксплуатацию 426 кв. метров жилья. Это практически половина от новых построенных квартир [2].

Вместе с ростом нагрузки на существующую сетевую инфраструктуру закономерно возрастает количество аварийных и плановых ограничений электроснабжения потребителей. За 2023 год, по предварительным данным, в городе зафиксировано 1051 аварийное нарушение электроснабжения. По заявлениям представителей электросетевых организаций, аварийность на городских электрических сетях с 2019 по 2023 года выросла практически в 3 раза.

Изменить в лучшую сторону сложившуюся ситуацию в сфере электроэнергетики города с технической стороны в краткосрочной перспективе не представляется возможным. В связи с этим логическим альтернативным решением проблемы является вопрос своевременного информирования бытовых и промышленных потребителей электроэнергии о плановых и аварийных ограничениях электроснабжения [5].

Для оценки состояния информационной обеспеченности потребителей о ситуации с электроснабжением был проведён социологический опрос жителей Владивостока и контент-анализ внешней информационной среды.

Целевой аудиторией опроса стали 432 респондента мужского и женского пола в возрасте от 21 до 60 лет, проживающие во Владивостокском городском округе на постоянной основе в течение последних 5 лет. Результаты опроса представлены в таблице.

*Таблица*

**Результаты социологического опроса жителей с информационной обеспеченностью о ситуации с электроснабжением**

Вопрос	Ответы		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Удовлетворены ли Вы качеством информирования о плановых и аварийных ограничениях электроснабжения по месту проживания в СМИ и мессенджерах со стороны электросетевых организаций, управляющих компаний и органов исполнительной власти?	113 человек (26,16 %)	295 человек (68,29 %)	24 человека (5,56 %)

Контент-анализ включал в себя мониторинг официального сайта Администрации Владивостока, корпоративных сайтов основных электросетевых организаций, обслуживающих электросетевой комплекс города, электронных СМИ и мессенджеров методом поиска по ключевым словам. Исследование показало, что в среднем на 1000 аварийных ограничений электроснабжения за 2022–2023 год приходится лишь 27 (2,7 %) упоминаний об отключениях в крупных электронных СМИ, 32 (3,2 %) пресс-релиза и 41 (4,1 %) комментариев на корпоративных и ведомственных сайтах. Данные проведённого контент-анализа представлены на рис. 2.



Рис. 2. Данные контент-анализа информационной среды о ситуации с электроснабжением во Владивостоке

Следовательно, если подсчитать общий объём информации для потребителей о ситуации с электроснабжением в контексте плановых и аварийных ограничений электроснабжения, то процент информирования аудитории от общего числа отключений составляет 10 %.

Исходя из полученных данных, можно оценить качество информационной обеспеченности бытовых потребителей электроэнергии, как неудовлетворительное. Общее наблюдение за работой электросетевых организаций города показало, что механизм взаимодействия с крупными промышленными потребителями электроэнергии отлажен и регламентирован каналами внутренних коммуникаций. Тем не менее, этот вопрос требует дальнейших комплексных исследований для объективной оценки ситуации.

**Вывод.** Таким образом, исследование показало, что ситуация с информационной обеспеченностью надежности электроснабжения требует методического подхода к её улучшению. Это подтверждает и проведённый контент-анализ, и социологический опрос населения. Предлагается рассмотреть возможность создания инициативной рабочей группы из представителей органов исполнительной власти и электросетевых организаций для налаживания внутреннего взаимодействия в вопросе информирования потребителей и во избежание информационной асимметрии. Как следствие, должна быть стандартизована и систематизирована информация о надёжности электроснабжения во внешней среде, особенно, что касается плановых и аварийных отключений. Стоит рассмотреть возможность проведения во Владивостоке городской научно-практической конференции по ситуации с информированием потребителей о плановых и аварийных ограничениях электроснабжения в предстоящий осенне-зимний период 2024–2025 годов. Результаты исследования апробированы на XXVI международной научно-практической конференции «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР» во Владивостокском государственном университете в рамках выступления с докладом по результатам исследования.

1. Трансформация экономических подходов к развитию дальневосточной энергетики: монография / А.А. Латкин, А.В. Бразицкая, О.А. Соболева. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2009. – 286 с.

2. Официальный сайт Администрации г. Владивостока: сайт. – URL: <https://www.vlc.ru> (дата обращения: 25.05.2024).

3. Латкин, А.П., Гришин А.А., Кузьмина С.В. Кризисные тенденции централизованного теплоснабжения в российском Приморье // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7, № 4. – С. 177-181.

4. Официальный сайт Министерства строительства РФ: сайт. – URL: <https://www.minstroyrf.gov.ru/> (дата обращения: 25.05.2024).

5. Лихтин А.А., Ковалев А.А. Теоретические аспекты понятия «Информационная политика» и особенности ее реализации в современной российской общественнополитической реальности // Управленческое консультирование. – 2017. – № №1. – С. 29-36.

## ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА

Г.С. Завалин, аспирант

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** Интеллектуальный капитал играет важную роль в развитии региона, так как он включает в себя человеческие ресурсы, знания и информацию, которые являются ключевыми факторами экономического роста в условиях стремительного развития науки и инноваций. Целью данной работы является формирование системы показателей интеллектуального капитала региона.

**Ключевые слова:** интеллектуальный капитал региона, инновации, система показателей, человеческий капитал.

### FORMATION OF A SYSTEM OF INDICATORS OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE REGION

**Abstract.** Intellectual capital plays an important role in the development of the region, as it includes human resources, knowledge and information, which are key factors of economic growth in the context of the rapid development of science and innovation. The purpose of this work is to form a system of indicators of the intellectual capital of the region.

**Keywords:** intellectual capital of the region, innovations, system of indicators, human capital

Инновационное развитие является ключевым фактором успеха для региона в современной глобализированной и конкурентной экономике. Инновации, новые технологии, нематериальные активы становятся не просто экономическими ресурсами, а источником изменений в политической, геополитической, культурной, общественной сферах жизни на разных уровнях хозяйствования. Также инновационное развитие может стать символом успеха и прогресса для региона, укрепляя его региональную идентичность и привлекая внимание на национальном и международном уровнях.

Управление интеллектуальным капиталом региона (ИКР) играет ключевую роль в повышении уровня инновационного развития и обеспечении долгосрочной конкурентоспособности региона [1]. Интеллектуальный капитал является основным источником инноваций, поскольку он включает в себя знания, навыки и творческие способности, которые необходимы для разработки новых продуктов, услуг и технологий. Управление интеллектуальным капиталом позволяет регионам сосредоточиться на развитии и внедрении инноваций, что в свою очередь приводит к экономическому росту, созданию новых рабочих мест и прочим мероприятиям, которые способствуют улучшению конкурентоспособности региона и обеспечению его устойчивого развития.

Изучение интеллектуального капитала на уровне регионов сталкивается с рядом проблем и вызовов, которые могут затруднить его оценку и анализ. В настоящее время не существует универсальной методологии для измерения интеллектуального капитала на региональном уровне. Различные исследователи и организации могут использовать разные подходы и показатели, что затрудняет сравнение и обобщение результатов. Из-за чего понятие ИКР значительно меньше представлено в научной литературе и зачастую нуждается в пояснениях. Это связано с тем, что на уровне организаций концепция интеллектуального капитала становится доминирующим подходом к описанию интеллектуальных ресурсов. А вот на региональном уровне представлено больше концепций и подходов, которые направлены на выявление «скрытых ценностей».

А.А. Мальцева в своих исследованиях определяет ИКР как «совокупность знаний, навыков, опыта, творческих способностей и других интеллектуальных ресурсов, которые находятся в распоряжении населения, организаций и институтов региона» [2].

Так, П.Ю. Макаров подходит к определению ИКР через раскрытие его структуры, выделяя в качестве компонент человеческий капитал, отношенческий и структурный капиталы [3]. Такой подход (рис.) к определению ИКР весьма распространен в научной литературе и является результатом расширения области применения положений концепции интеллектуального капитала, применимых на организационном уровне. Подобной структуры интеллектуального капитала придерживается и Й. Руус с соавторами [4].

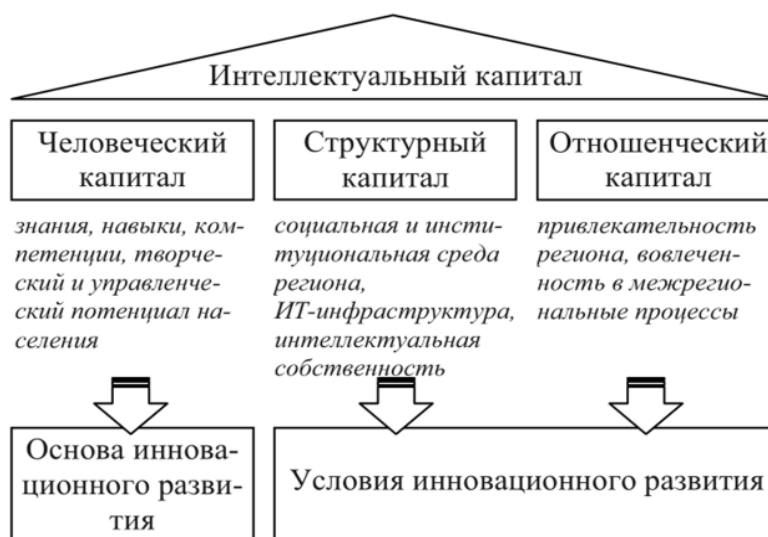


Рис. 1. Структура интеллектуального капитала региона

Важнейшим компонентом в структуре ИКТ является человеческий капитал: большинство исследователей делают упор на показатели именно этой части ИКТ в своих работах. Потому что он лежит в основе принятия решений и распределения ресурсов, и является источником инноваций и стратегического обновления.

Структурный капитал – часть интеллектуального капитала, которая имеет отношение к административной и инновационной составляющей региона в целом (процедуры, технологии, системы управления, техническое и программное обеспечение, административная структура) [1]. Главная цель формирования и использования отношенческого капитала – возможность выстраивания взаимовыгодных отношений с внешними и внутренними контрагентами региона, что затрагивает социально-экономические, торгово-экономические отношения, политические отношения, организационные и психологические отношения, выстраивающиеся внутри социально-экономической системы.

Для оценки, мониторинга, а также стратегического управления интеллектуальным капиталом на уровне региона очень важно определить с системой показателей, характеризующих основные аспекты ИКТ. Исследовательские работы, направленные на изучение структуры ИКТ, уникальны зачастую именно набором факторов, которые используются для оценки ИКТ. Именно поэтому важно определить с набором потенциальных показателей, объединить их в систему, так как она является основой для выбора методов оценки показателей ИКТ: сравнительный анализ, экспертные оценки, построение математических моделей и прочие.

В рамках данного исследования предлагается следующая система показателей ИКТ (таблица). Каждый из капиталов разбит на аспекты, которые в свою очередь уже представлены набором показателей.

Таблица

Система показателей интеллектуального капитала региона

Капитал	Аспект	Показатели
Человеческий капитал	Экономический	Реальный ВВП на душу населения, уровень безработицы, величина прожиточного минимума, величина МРОТ, Коэффициент Джини, процент населения за чертой бедности
	Социальный	Образование: доля населения с высшим образованием (ВО), кол-во обр. учреждения ВО на 100000 человек, уровень доступности ВО, численность студентов, обучающихся по обр. программам ВО
	Культурный	Кол-во посещений культурных заведений на человека в год, степень уважения к правам и свободам граждан
	Экологический	Объем вредных выбросов в атмосферу на 100000 человек, объем лесовосстановления, уровень использования возобновляемых источников энергии, объем сброса загрязняющих веществ со сточными водами



Капитал	Аспект	Показатели
Структурный капитал	Организационный	Уровень развития инфраструктуры региона, уровень поддержки бизнеса, уровень развитости транспортной инфраструктуры, уровень качества телекоммуникаций и интернет-соединений, уровень правовой и налоговой безопасности
	Научно-технический	Объем финансирования научных исследований и разработок, уровень научно-технического развития региона, уровень использования информационных технологий
Отношенческий	Качество отношений	Отношения внутри региона, международные отношения, отношения между регионами

Исследователи, занимающиеся методологией формирования системы показателей ИКР и разработкой методов его оценки, в большинстве своем используют набор факторов, которые оценивают преимущественно человеческий капитал – те факторы, которые можно оценить количественно и найти в различных статистических источниках. Так, Н.Ш. Розе использует открытые данные Федеральной службы государственной статистики РФ в разрезе регионов для проведения сравнительного анализа использует 11 показателей, характеризующих человеческий, структурный и отношенческий капиталы регионов РФ [5]. И.И. Гатауллин в своей работе использует преимущественно показатели человеческого капитала для построения регрессионных моделей и проведения корреляционного анализа [6].

В представленной работе решено было выделить также культурный и экологический аспекты человеческого капитала, так как они потенциально могут оказывать влияние на развитие ИКР, особенно в контексте региональной идентичности.

В систему показателей включено много факторов, которые не могут быть оценены количественно. Для использования таких показателей придется прибегнуть к методу экспертной оценки. Включение многих неявных факторов, которые могут опосредованно влиять на развитие ИКР, обусловлено тем, что в условиях экономики знаний, когда значительным становится влияние информации как наиболее важного ресурса, влияние имплицитных (неявных) факторов в системе управления деятельностью социально-экономических систем усиливается [7].

Особое внимание в данной системе показателей уделено отношенческому капиталу. Для региона было выделено три группы оценки качества отношений: внутри самого региона, межрегиональное взаимодействие, а также отношения с другими странами. Взаимоотношения на всех этих уровнях могут оказывать значительное влияние на обмен знаниями, навыками, инновациями и культурными ценностями, что в свою очередь способствует развитию интеллектуального капитала.

Таким образом, была сформирована система показателей ИКР, на базе которой будут разработаны модели и методы оценки, формирования и развития интеллектуального капитала региона. В пул показателей вошли как факторы, которые могут быть выражены количественно, так и полученные с помощью экспертных оценок, что позволяет использовать комплексный подход к оценке уровня интеллектуального капитала региона.

1. Розе Н.Ш. Особенности формирования отношенческого капитала региона в условиях перехода к инновационной экономике // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – Т. 5, № 12. – С. 211-217. – EDN YQDLBA.

2. Мальцева А.А. Дефиниция "интеллектуальный капитал региона" и его уровневая структура // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2018. – № 2. – С. 222-228. – EDN XTGPNI.

3. Макаров П.Ю. Базовая модель механизма воспроизводства интеллектуального капитала // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2018. – № 41. – С. 41-54. – DOI 10.17223/19988648/41/3. – EDN XOVXMD.

4. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал. Практика управления. – Москва: Высшая школа менеджмента, 2010. – 456 с.

5. Розе Н. Ш. Подход к оценке структурного капитала региона // Экономика и статистика: Сборник научных трудов межведомственного научно-методического семинара, Уфа, 01 декабря 2020 года / отв. редактор Н.С. Ишмухаметов. – Уфа: Башкирский государственный университет, 2021. – С. 93-98. – DOI 10.33184/eis-2020-12-01.19. – EDN SQINSZ.

6. Гатауллин И.И. Измерение интеллектуального капитала страны на основе методики оценки конкурентоспособности Всемирного экономического форума // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – Т. 2, № 4. – С. 48-51. – EDN XRMXXL.

7. Назаров Д.М. Фундаментальные основы имплицитности в системе экономического развития организации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 3(93). – С. 7-14. – EDN UCLJFR.

УДК 338.45

## АНАЛИЗ ПОДХОДОВ В УПРАВЛЕНИИ СУБЪЕКТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Н.Н. Кудряшов, аспирант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** На основании анализа отечественного и зарубежного опыта внедрения данных подходов и их инновационной компоненты, выявлен подход, которому, на сегодняшний день, уделяется наибольшее внимание. Также в статье описаны основные, препятствующие к реализации, факторы, с которыми сталкиваются субъекты деятельности в сфере промышленности в своей управленческой деятельности.

**Ключевые слова:** субъекты деятельности в сфере промышленности, подходы к управлению, отечественный и зарубежный опыт.

## ANALYSIS OF APPROACHES IN THE MANAGEMENT OF SUBJECTS OF ACTIVITY IN THE SPHERE OF INDUSTRY

**Abstract.** Based on the analysis of domestic and foreign experience in the implementation of these approaches and their innovative components, an approach has been identified that, to date, receives the most attention. The article also describes the main factors that impede implementation, which are faced by subjects of activity in the field of industry in their management activities.

**Keywords:** subjects of activity in the sphere of industry, approaches to management, domestic and foreign experience.

**Актуальность.** Актуальность исследования обусловлена активными изменениями в экономической, технологической и геополитической среде, влияющими на управление субъектами промышленности. Эволюция управленческих подходов, вызванная глобализацией и цифровизацией, требует новых адаптивных методик, способных повысить конкурентоспособность и эффективность производства. Разработка таких методов обеспечивает субъектам деятельности в сфере промышленности преимущества в динамически развивающейся внешней среде.

**Научная новизна исследования.** заключается в анализе и сравнении как отечественных, так и зарубежных управленческих подходов, в частности, процессного подхода и его сочетания с гибкими методами управления, такими как Lean, Six Sigma и «точно-в-срок» (Just-in-time). Особое внимание уделяется внедрению современных информационных технологий и инноваций, рассматриваемых как ключевые элементы в усилении управленческой эффективности и улучшении качества продукции.

**Цель.** Проведение анализа подходов в управлении субъектами деятельности в сфере промышленности.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

– анализ исторического развития различных подходов к управлению субъектами деятельности в сфере промышленности для выявления их основных характеристик и принципов;

– анализ опыта российских и зарубежных субъектов деятельности в сфере промышленности в применении различных подходов и гибких методов управления, анализируя примеры успешных кейсов и инновационные практики;

- оценка экономического эффекта от внедрения гибких методов управления и процессного подхода с целью адаптации к переменам внешней среды и улучшения бизнес-процессов.
- анализ роли цифровизации и инноваций в управлении субъектов деятельности в сфере промышленности, а также оценка их вклада в увеличение производительности, улучшение качества продукции и повышение конкурентных преимуществ.

**Объектом** данного исследования являются региональные субъекты деятельности в сфере промышленности. **Предметом** исследования являются подходы к управлению субъектами деятельности в сфере промышленности.

В работе использована общенаучная **методология**. Задействованы такие **методы** как обобщение, синтез и структурный и сравнительный анализ. В исследовании использован систематический обзор литературы, осуществлен анализ этапов зарождения и становления наиболее популярных подходов к управлению субъектами в сфере промышленности.

**Результаты.** На основании анализа отечественного и зарубежного опыта внедрения данных подходов и их инновационной компоненты, выявлен подход, которому, на сегодняшний день, уделяется наибольшее внимание. Также в статье описаны основные, препятствующие к реализации, факторы, с которыми сталкиваются субъекты деятельности в сфере промышленности в своей управленческой деятельности. В ходе анализа опыта использования данных подходов в успешных субъектах промышленной деятельности был сформировано умозаключение, что применение процессного подхода и гибких методов управления, таких как «бережливое производство» (Lean production), Six Sigma, «точно-в-срок» (Just-in-time), Agile и другие, способствуют более быстрой и эффективной адаптации к изменяющейся внешней среде. А современные технологии, динамичное внедрение инновационной деятельности под должным руководством, включая искусственный интеллект, роботизированные системы автоматизации процессов, большие данные, существенно ускоряют и упрощают процессы создания и внедрения инноваций.

**Выводы.** Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего более глубокого исследования в области процессного подхода к управлению и созданию новых инновационных методов и инструментов для эффективного управления бизнес-процессами субъектов деятельности в сфере промышленности.

#### **Введение**

Субъектами деятельности в сфере промышленности являются – юридические лица, индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в сфере промышленности на территории Российской Федерации, на континентальном шельфе Российской Федерации, в исключительной экономической зоне Российской Федерации (Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ "О промышленной политике в Российской Федерации").

В ходе ретроспективного анализа диссертаций и статей исследователей в данной области, были выделены преимущественно популярные управленческие концепции. Наиболее часто в научной литературе рассматривают несколько подходов к управлению субъектами деятельности в сфере промышленности такие как: функциональный, процессный, системный и ситуационный. Функциональный подход берет свое начало из нескольких составляющих это научная школа управления, административная школа и поведенческая школа. Разберем подробнее каждую из концепций.

Одним из самых ранних был функциональный подход. Основателями данного подхода являются Ф.Тейлор, А.Файоль, М.Вебер. Принципы функционального подхода к управлению лежат в основе многих моделей и методологий управления, включая теорию организации и построение иерархических систем управления. Идеи и методы этого подхода остаются актуальными до сих пор. В настоящее время функциональный подход является одним из наиболее распространенных подходов к управлению на большинстве субъектах промышленной деятельности в России. В основе функционального подхода к управлению лежит разделение управленческой деятельности на функциональные области, такие как производство, маркетинг, финансы и человеческие ресурсы. Каждая из этих областей имеет свои цели и задачи. Адам Смит в своей работе подчеркивает, что с ростом сложности производственных процессов функции раздробляются на все большее количество операций. Данный принцип назван принципом разделения труда [1]. Однако такая система приводит к отсутствию видимости конечного результата работы и места каждого сотрудника в общей цепочке. Хотя персонал успешно выполняет свои задачи, это не гарантирует достижения общих целей субъектов деятельности в сфере промышленности. Функциональный подход к управлению можно считать основой многих моделей и методологий управления, его идеи и методы остаются актуальными и до сегодняшнего дня. Функциональный подход как таковой основан на выделения

различных школ, таких как: научная школа управления, классическая или административная школа, поведенческая школа.

Научная школа управления сыграла решающую роль в эволюции современного менеджмента. Она акцентировала внимание на том, что менеджмент является отдельной профессией в рамках социально-экономических систем, подчеркнув необходимость специализированного образования и подготовки в этой области. Основоположники школы научного управления являются Ф.У. Тейлор, Ф. и Л. Гилбрет, Г.Гантт, Г. Форд и др. [2]. Ф. Тейлор основывал свой подход на оптимизации процессов и повышении эффективности работы в целом через научный подход (логику, анализ работы и наблюдение) к отбору и обучению работника, а также равномерного распределения работы и ответственности между руководителем и работником [3].

Также, одним из самых ранних из школ была классическая или административная школа. Основоположники данного направления: А.Файоль, Джеймс Д. Муни, А.К. Рейли, А. П. Слоун. Классическая школа стремилась разработать всеобъемлющие принципы управления. Как подчеркнул А. Файоль в своих работах, функции управления можно разделить на две категории: общие функции, применимые к любой сфере деятельности, и специфические функции, относящиеся непосредственно к самому процессу управления. Выделил пять основных функций управления: планирование, организация, руководство, координация и контроль. А также сформулировал правила и технику их осуществления [4].

Параллельно с развитием научного управления, В. Диксон, Э. Мэйо, Дж. Хоманс проводили масштабный проект в пригороде Чикаго Хоторне фирмы "Western Electric", которые положили начало поведенческой или гуманистической школе и исследованию поведения человека на рабочем месте [5]. Данная школа занимается анализом мотивации и поведения сотрудников, а также разработкой способов их регулирования. Успех руководства определяется умением найти актуальную потребность работника и обеспечить возможность ее удовлетворения в процессе работы. Рост эффективности субъектов промышленной деятельности достигается путем оптимизации человеческих ресурсов и полном раскрепощении профессиональной способности каждого сотрудника.

Один из наиболее современных, и популярных в использовании субъектами деятельности в сфере промышленности, подходов управления является процессный подход, так как данный подход способен обеспечивать более эффективное использование ресурсов и повышать гибкость производственных процессов. Зарождение данного подхода можно заметить в трудах А. Смита, посвященные горизонтально структурированному производству с разделением на узконаправленные производственные процессы (операции) [1]. Далее процессный подход дорабатывался в трудах Ф. Тэйлора, который исследовал стандартизацию и оптимизацию производственных процессов с целью повышения производительности [3]. Так же благодаря работам М. Хаммера и Д. Чампи было введено понятие реинжиниринг бизнес-процессов [6]. Процессный подход нашел свое практическое применение благодаря Г. Форду, который заложил принципы массового (конвейерного) производства и стандартизации [7]. Конвейерные системы позволили в значительной мере упростить и ускорить производственные процессы посредством последовательного и оптимизированного выполнения процессов, что обеспечивает эффективное использование ресурсов, а также повышает качество продукции организации. Прделанная работа Г. Форда заложила инновационную и перспективную основу методов и принципов, которая привнесла дальнейшее развитие процессного управления. Этот подход стал важным аспектом современных методологий процессного управления, таких как «бережливое производство» (Lean production) и Six Sigma. Стоит отметить, что в России процессный подход показал интенсивное развитие только с конца XX века. Среди отечественных авторов, в настоящее время занимающихся исследованиями теоретического и практического характера процессного управления, следует выделить труды В.В. Репина [8] и И.А. Наугольной [9].

Следующим подходом к управлению субъектами промышленной деятельности, который мы рассмотрим, является системный подход. Данный подход стал активно развиваться в середине XX века, получив свое начало из области кибернетики и системной теории. Важным вкладом в формирование системного подхода являются научные труды таких ученых, как Л. фон Берталанфи, он ввел в научную литературу такие понятия как открытые и закрытые системы, обмен информацией, обратная связь и саморегуляция системы [10], Г. Саймон, разработавший концепцию «процесса принятия решений», которая учла влияние внешних и внутренних факторов на организацию [11] и А. Богданов, который выдвинул идею создания науки об общих принципах организации – тектологии, опередив тем самым некоторые положения кибернетики. В своих работах исследователь впервые в мире обобщил и систематизировал организационный опыт человечества в целом и разработал концепцию триединой организации – вещей, людей и идей. [12]. Менеджер должен рассматри-

вать субъект промышленной деятельности как единую систему и стремиться выявить и оценить взаимодействие всех ее частей для эффективного достижения целей. Также в своих работах авторы И.А. Светкина и А.А. Чудаева подмечают, что системная теория предполагает, что промышленные предприятия – это открытые системы, взаимодействующие со своим окружением [13]. Данный подход в управлении успешно себя проявил в динамично меняющихся экономических условиях, позволив удерживать рынок и получать выручку. Системный подход можно четко отследить на примере ГК «Москабельмет» по производству кабельно-проводниковой продукции, действующая с 1895 г., и по настоящий момент прекрасно лидирующая на Российском рынке. Системность управления данного субъекта деятельности в сфере промышленности состоит в мониторинге внешних факторов (отраслевых и региональных), влияющих на конкурентоспособность, системной интеграции сервисного обслуживания, наличие специализированных организационных структур внутри-фирменного управления. Было подмечено, что наряду с системным подходом, в данном субъекте промышленной деятельности внедрена такая методология как бережливое производство (Lean production), что свойственно процессному подходу в управлении. Данная группа компаний стремится свести к минимуму нерациональное использование ресурсов и улучшить контроль качества на каждом этапе. Реализуется это за счет рационального размещения оборудования и рабочих мест, уменьшения количества продукции в потоке, что позволяет оперативнее выявить дефект, а также поставки материалов «точно-в-срок» (just-in-time) [14]. Данный пример наглядно демонстрирует, что подходы в управлении субъектами промышленной деятельности не являются взаимоисключающими, а скорее дополняют друг друга, т.к. инструменты и методы одного подхода могут находить место в других.

Почти одновременно с системным подходом начинается развиваться ситуационный подход. Основным толчком к развитию данного подхода послужила статья Р. Моклера «Ситуационная теория управления» [15], основная ее идея заключается в том, что управление субъектами промышленной деятельности не опирается на конкретные действия, а акцентирует внимание на важности анализа конкретной управленческой деятельности (контекста), обстоятельств и условий, в которых функционирует субъект деятельности в сфере промышленности, чтобы принять оптимальное решение. Так же основной вклад в развитие данного подхода привнесли работы авторов, исследования историка американской управленческой мысли У.Д. Дункана [16] и советского ученого Д.М. Гвишиани [17]. Таким образом, ситуационный подход не является сводом конкретных правил и способов управлять субъектами промышленной деятельности, так как каждая ситуация может быть непредсказуемой, уникальной. Чтобы быть эффективным, нужно выбрать метод управления, который подходит к текущей ситуации. Руководитель применяет базовые принципы управления, которые общие для всех субъектов промышленной деятельности, и специфические методы, которые помогают организации эффективно справляться с ситуацией и иметь перспективы в развитии.

Наряду со всем вышесказанным эффективное управление субъектами деятельности в сфере промышленности требует тонкого понимания различных подходов. Подробное исследование методов и инструментов подходов к управлению, их сравнение позволяет сделать вывод, что функциональный, системный, процессный и ситуационный подходы не только не являются взаимоисключающими, но и могут комбинироваться в зависимости от конкретных задач для достижения наилучших результатов в управлении субъектами промышленной деятельности. Современные исследования в научной литературе говорят о применении гибридного, синергетического подхода для более эффективного управления субъектами промышленной деятельности. Например, в масштабах функционального подхода допускается использование элементов процессного подхода [18], но также предполагается и использование процессного подхода в масштабах системного подхода [19]. Так же было подмечено, что подавляющее большинство авторов приходят к схожему выводу, а именно активное внедрение современных цифровых технологий, а также динамичное развитие инноваций ведет к значительному усилению эффективности и снижению трудоемкости процессов.

Тем не менее, в современной науке и практике управления все больше внимания уделяется именно процессному подходу, ведь на сегодняшний день данный подход является наиболее регулируемым и устойчивым в управлении в нынешних условиях, которые направлены преимущественно на потребителя, что является весомым достоинством данного подхода. К другим положительным качествам можно отнести обеспечение лучшего соответствия требованиям международных стандартов в области систем менеджмента качества (последняя редакция ISO 9001:2015), обеспечивающие улучшение взаимодействия между подразделениями и функциональными группами, а также систематическое улучшение бизнес-процессов, что снижает риски и расходы субъектов деятельности в сфере промышленности. Среди современных исследователей можно выделить,

например, Евдокимова Е.Н. в своей статье автор приходит к выводу о том, что процессный подход может быть применен для управления на региональном уровне, рассматривая региональные системы через призму процессных моделей, создавая механизмы управления, ориентированные на региональные процессы [20]. П. Теркман и К. МакКормак анализируют как процессный подход применяется в управлении цепями поставок. В первую очередь анализ сосредоточен на изучении теоретических и эмпирических аспектов процессной интеграции, а также на оценке ее влияния на эффективность работы цепочки поставок [21]. Практические аспекты апробации процессного подхода к управлению раскрыты в работах. Е.Д. Вилистера, Н.А. Никитченкова [22]. Как подмечает в своих исследованиях И.А. Наугольнова, подавляющая часть деятельности большинства современных экономически эффективных компаний состоит из 80-90% управления процессами, оставшаяся часть приходится на проектную деятельность. [23]. Главной целью этих процессов является производство товаров или оказание услуг, которые удовлетворяют потребности клиентов, а также выполнение требований владельцев компании.

Как уже было сказано ранее, одним из приоритетных направлений развития управления субъектами деятельности в сфере промышленности является внедрение цифровизации и инноваций. Современная цифровизация предполагает значительное увеличение объемов данных, доступных для обработки и анализа, это связано с динамичным развитием финансовых, производственных и иных технологий. Это дает субъектам промышленной деятельности новые возможности для принятия более обоснованных и эффективных решений. Стоит отметить, что инновации – это не только применение высоких технологий, а также инновации в управленческих решениях, направленных на повышение конкурентных преимуществ компании. В последние десятилетия было предложено множество новых методов менеджмента, которые могут способствовать инновационному развитию субъектов промышленной деятельности. Российские и зарубежные ученые и практики активно занимаются исследованиями в области методологии и практики внедрения инновационных методов управления.

В целом процессный подход к управлению характеризуется хорошей гибкостью и адаптацией к постоянно изменяющимся условиям внешней среды. Постепенный, планомерный ввод развивающихся методологий и инструментов для обеспечения приспособляемости и устойчивости компаний в условиях постоянных изменений и обострений конкуренции. Многие субъекты деятельности в сфере промышленности интегрируют в свою практику разные подходы, такие как «бережливое производство» (Lean), Six Sigma, «точно-в-срок» (Just-in-time), Agile и другие, для создания гибкой и адаптивной системы управления процессами. Применение современных технологий, искусственный интеллект, машинное обучение, роботизированные системы автоматизации процессов, позволяет организациям автоматизировать рутинные задачи, повысить эффективность и контроль. На сегодняшний день процессный подход в управлении достаточно успешно зарекомендовал себя в нефтегазовой отрасли, транспортных компаниях, а также компаниях, специализирующихся на автомобилестроении и двигателестроении. Примером могут служить такие крупнейшие российские энергетические компании как «Газпром нефть», «Лукойл», которые успешно внедряли и начали осваивать процессное управление в своей деятельности несколько лет назад для ее оптимизации. Они разработали и внедрили собственные системы управления бизнес-процессами, которые включают в себя процессы планирования, исполнения, контроля и улучшения. В компаниях создаются центры работы с процессами и мониторинга их состояния [24], а также разрабатываются стандарты управления внутри субъекта деятельности в сфере промышленности, которые определяют правила цикл выполнения процессов, обеспечивая основной подход и сплоченность всех работ [25]. Еще одним ярким примером может служить ПАО «Казаньоргсинтез» – является одним из ведущих субъектов химической промышленности России. Данный субъект промышленной деятельности основан в 1958 году, но процессный подход был разработан и введен только десять лет назад. Внедрение данного подхода, с целью создания горизонтальных связей, оказало положительное влияние на производственный процесс компании. В дополнении к этому, была задействована методика «бережливого производства». Введены некоторые инструменты данной методики: система 5S, оптимизирующая организацию рабочих процессов и технологические процессы стандартизации и совершенствования, дисциплинарные стандарты и регламенты, средства информирования на производственных участках, специальная маркировка оборудования. Таким образом, внедрение данных методик и инструментов процессного подхода позволили достичь: увеличения производства, качества и производительности, а также сокращение дефектов на производстве [26]. Стоит отметить, что, введя в реализацию процессный подход и «бережливое производство», такие субъекты промышленной деятельности, как ПАО «КамАЗ», ООО «Соллерс», ПАО «РУСАЛ» так-

же получили значительный экономический эффект. Кроме того, в России создана инфраструктура национального проекта «Производительность труда». В существующем проекте на основании цепочек создания ценности и различных инструментов бережливого производства были успешно реализованы основы процессного управления. Сейчас в национальном проекте участвует уже более 5000 предприятий в котором Региональный центр компетенций помогает компаниям задействовать бережливое производство, тем самым совершенствуют управление в компаниях, снижают затраты, рационализируют логистику [27]. Также рассмотрим зарубежные субъекты деятельности в сфере промышленности, которые успешно реализовали процессный подход, используя инновационные методы и подходы в зависимости от конкретных требований субъектов промышленной деятельности для оптимизации производства и повышения качества своих продуктов. Например, ведущие корпорации в области автомобилестроения и двигателестроения такие как Toyota Motor Corporation, Rolls-Royce, General Electric использует методологию TPS (Toyota Production System), Lean и Six Sigma в своих производственных процессах для анализа, улучшения своих бизнес-процессов, повышения точности процессов [28, 29], а также применяют методы, которые включают участие сотрудников на всех уровнях субъектов промышленной деятельности в выявлении проблем и поиске решений [30].

**Результаты.** Основываясь на изученном материале, можно сделать вывод, что за последнее столетие произошла значительная эволюция подходов к управлению субъектами деятельности в сфере промышленности. Эти изменения были во многом вызваны разными факторами, с которыми постоянно сталкиваются субъекты промышленной деятельности: экономические, технологические, финансовые, включая геополитические, санкционные риски, глобализация и цифровизация бизнеса и процессов, что требует более быстрой адаптации и гибкости. Существует несколько основных подходов, которые могут помочь компаниям приспособиться и преодолеть данные факторы. На сегодняшний день именно процессный подход является наиболее распространенным в мире подходом в управлении субъектами промышленной деятельности, он показал себя как наиболее гибкий в использовании подход, с высокой степенью адаптации к постоянно изменяющимся условиям внешней среды. Стоит помнить, что сегодня инновации играют ключевую роль в современном управлении субъектами деятельности в сфере промышленности, являясь важным составляющим, ведущим к увеличению производительности, улучшению качества продукции, участию сотрудников, снижению затрат, а, следовательно, высокой конкурентоспособности компании. Таким образом, анализ опыта российских и зарубежных компаний внедрения и развития процессного управления в совокупности с внедрением новейших информационных технологий и инноваций ведет к устранению потерь, повышению эффективности процессов и динамическому улучшению качества производства в целом.

Дальнейшие исследования в области процессного подхода к управлению могут быть направлены на углубление теоретических знаний и практических навыков, связанных с оптимизацией, внедрением и развитием процессного управления, созданию новых инновационных методов и инструментов для эффективного управления бизнес-процессами субъектов деятельности в сфере промышленности.

- 
1. Smith A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. – London: Printed for W. Strahan and T. Cadell, 1776.
  2. Тебекин А.В. *Теория менеджмента: учебник*. – М.: КноРус, 2016. – 696 с.
  3. Taylor F.W. *The Principles of Scientific Management*. – New York, NY, US and London, UK: Harper & Brothers, 1911.
  4. Fayol H. *Administration industrielle et générale; prévoyance, organisation, commandement, coordination, controle*. – Paris, H. Dunod et E. Pinat, 1916.
  5. Mayo E. *The Human Problems of an Industrial Civilization*. – New York: Macmillan, 1933.
  6. Hammer M., Champy J. *Business process reengineering: A Manifesto for Business Revolution*. / 3rd edn., 2001.
  7. Ford H. *My Life and Work*, 1922
  8. Репин В.В. *Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN в Business Studio 5*. – Москва: Стандарты и качество, 2022. – 106 с.
  9. Наугольнова И.А. *Основы процессного подхода к управлению затратами на промышленных предприятиях // Экономика, предпринимательство и право*. – 2020. – № 3. – с. 753–762.
  10. Von Bertalanfy L. *General System Theory. Foundations, Development, Applications*. – N. Y., 1968. – 289 p.
  11. *Лауреаты Нобелевской премии: Энциклопедия: М – Я*. – Москва: «Прогресс», 1992. – 346 с.
  12. Богданов А.А. *Тектология: Всеобщая организационная наука*. – Москва: Финансы, 2003. – 496 с.

13. Светкина И.А., Чудаева А.А. Промышленное сотрудничество в автомобильной отрасли Российской Федерации в условиях неопределенности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2022. № 8 (214). С. 54–60. doi:10.46554/1993-0453-2022-8-214-54-60.
14. Официальный сайт Группа компаний МОСКАБЕЛЬМЕТ (ГК «Москабельмет») – Текст: электронный. – URL: <https://www.mkm.ru> (дата обращения: 01.02.2024)
15. Mockler R.J. Situational Theory of Management // Harvard Business Review. 1971. V. 49. № 3.
16. Дункан У.Дж. Основополагающие идеи в менеджменте. – Москва: Дело, 1996.
17. Гвишиани Д.М. Организация и управление. 2-е изд. – Москва, 1998.
18. Калачева Е. А. Функциональный и процессный подходы к управлению // Материалы Междунар. науч.-техн. конф., Москва, 1-5 дек. 2015 г. – Москва, 2015. – С. 143–146.
19. Фейзуллаев М. А. Модернизация системного подхода к управлению предприятием // Теория и практика общественного развития. – 2017. – № 4. – С. 47–51.
20. Евдокимова Е.Н. Эволюция процессного подхода в управлении и перспективы его развития // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2011. – № 4 (28). – № гос. рег. статьи 0421100034/0126. – URL к журн.: <http://uecs.mcnir.ru>.
21. Trkman P., McCormack K. Supply chain process integration: a theoretical and empirical analysis // The International Journal of Logistics Management. – 2020. – № 31(1). – p. 97–122.
22. Вилистер Е.Д., Никитченков Н.А., Соколянский В.В. Процессный капитал: путь от оценки до модели на платформе производственной функции // Экономика высокотехнологичных производств. – 2022. – № 2. – с. 129–142. – doi: 10.18334/evp.3.2.115007.
23. Наугольнова И.А. История становления и перспективы развития процессного управления организацией // Лидерство и менеджмент. – 2023. – Том 10. – № 1. – С. 53–64. doi: 10.18334/lim.10.1.117082.
24. Создание единого процессного портала ПАО «Газпром-Нефть» 2020. Bpmaward.ru. – Текст: электронный. URL: <https://bpmaward.ru/2020/12/03/gazpromneft/3/>. (дата обращения: 01.02.2024).
25. Информационно-технологическое обеспечение. ООО «ЛУКОЙЛ-Технологии». – Текст: электронный. URL: <https://technologies.lukoil.ru/ru/Activities/InformationTechnologies> (дата обращения: 01.02.2024).
26. Официальный сайт Казанское публичное акционерное общество «Органический синтез» (ПАО «КАЗАНЬОРГСИНТЕЗ»). – Текст: электронный. URL: <https://www.sibur.ru/kazanorgsintez/ru/> (дата обращения: 01.02.2024)
27. Национальный проект «Производительность труда». Economy.gov.ru. – Текст: электронный. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy\\_proekt\\_proizvoditelnost\\_truda/](https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_proizvoditelnost_truda/) (дата обращения: 01.02.2024).
28. Yahaya Y., Gunasekaran A., Abthorpe M.S. Enterprise information systems project implementation: A case study of ERP in Rolls-Royce // International Journal of Production Economics. – 2004. – № 3. – p. 251–266.
29. Tchokogué A., Bareil C., Duguay C.R. Key lessons from the implementation of an ERP at Pratt & Whitney Canada // International Journal of Production Economics. – 2005. – № 2. – p. 151–163.
30. Официальный сайт General Electric (GE). – Текст: электронный. – URL: <https://www.ge.com/> (дата обращения: 01.02.2024).

УДК 331.1: 796.06

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЯХ СФЕРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

**П.В. Лаевский**, аспирант  
**Е.В. Красова**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Одним из глобальных вызовов современности по праву считается развитие цифровых технологий. Прогресс в мире технологий развивается с невероятной скоростью. Развитие цифровых технологий за последние 30 лет настолько шагнуло вперед, что смогло затронуть практически все сферы жизнедеятельности человека и на качественном уровне изменить механизмы взаимодействия людей с окружающим пространством. Эти изменения затронули все сферы жизнедеятельности человека, в том числе сферу физической культуры и спорта (ФКиС). В настоящем исследовании рассмотрены процессы цифровизации в организациях сферы ФКиС. Предполагается, что передовые технологии приводят к положительным эффектам развития и повышению конкурентоспособности организаций сферы ФКиС. В про-*



цессе исследования использовались общенаучные методы теоретического анализа и обобщения данных научных публикаций, научно-популярной литературы, нормативных актов, интернет ресурсов по рассматриваемой проблематике.

**Ключевые слова:** физическая культура и спорт, организации сферы физической культуры, цифровизация, цифровые технологии, управление организациями, управление человеческими ресурсами.

## IMPACT OF DIGITALIZATION ON MANAGEMENT IN PHYSICAL CULTURE AND SPORTS ORGANIZATIONS

**Abstract.** *One of the global challenges of modernity is development of digital technologies. Progress in the world of technology is progressing at an incredible rate. The development of digital technologies over the past 30 years has taken such a step forward that it has been able to affect almost all spheres of human activity and at a qualitative level to change the mechanisms of interaction of people with the environment. These changes have affected all areas of human activity, including physical culture and sports. In the present research, the processes of digitalization in the organizations of the sphere physical culture and sport are considered. We suggest that advanced technologies lead to positive effects of development and increase of competitiveness of organizations in the field of physical culture and sports. The research used general scientific methods of theoretical analysis and synthesis of data of scientific publications, popular scientific literature, normative acts and internet resources on the subject.*

**Keywords:** *physical culture and sport, organizations of the sphere physical culture and sport, digitalization, digital technology, management of organizations, human resource management.*

В современном быстро меняющемся мире, человечество все чаще сталкивается с обострением существующих или порождение новых проблем, вызванных противоречивым процессом глобализации, так называемыми глобальными вызовами, масштабные последствия которых оказывают влияние на различные сферы жизни-деятельности всего человечества. Одним из глобальных вызовов современности по праву считается развитие цифровых технологий. Прогресс в мире технологий развивается с невероятной скоростью. Развитие цифровых технологий за последние 30 лет настолько шагнуло вперед, что смогло затронуть практически все сферы жизнедеятельности человека и на качественном уровне изменить механизмы взаимодействия людей с окружающим пространством. Более того, жизнь современного человека, существование любой организации, общества, страны уже не мыслимы без цифровых технологий. В начале 90х годов XX века повсеместно внедрялись процессы автоматизации, перехода всех бизнес-процессов в электронные системы, которые позволяют хранить данные и обмениваться ими. С развитием цифровых технологий, использованием новых технологических разработок, модернизовавших эти процессы, многие из которых уже проходят без участия человека, появились такие понятия как цифровизация – процесс оптимизации бизнес-процессов в компании и их адаптация к современным инструментам и технологиям, цифровая трансформация — это внедрение цифровых технологий в систему управления компанией для замены устаревших способов ведения бизнеса современными альтернативами [3, с. 3].

Термины цифровизация и цифровая трансформация уверенно вошли в нашу жизнь, и уже не рассматриваются как нечто необычное или просто модный тренд, а скорее насущная необходимость. Осознавая важность и неизбежность цифровизации и цифровой трансформации, происходящей в мире, многие страны конкурируют между собой в развитии цифровых технологий, исследования и разработок в области искусственного интеллекта.

В рамках реализации программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в 2018 году, был запущен национальный проект «цифровая экономика». Это один из ключевых проектов, реализуемых в России с целью развития и модернизации экономики страны с использованием современных информационных и коммуникационных технологий, создания условий для развития цифровой инфраструктуры, повышения качества жизни граждан, улучшения условий работы бизнеса и повышения конкурентоспособности России на мировом рынке [5].

Физическая культура и спорт, являясь частью общей культуры общества и каждого человека в отдельности, напрямую связаны с социальными запросами государства в воспитании всесторонне гармонично развитой личности, сохранении и укреплении здоровья населения, повышении уровня его физической подготовленности. Развитии ФКиС является важнейшей составляющей социальной политики государства, дающей широкий простор для выявления способностей людей, удовлетво-

рения их интересов и потребностей, активизации человеческого фактора, внося существенный вклад в развитие ее человеческого капитала.

Организации, входящие в сферу ФКиС различны по своей специфике работы, целям и задачам деятельности. Рассматривая место ФКиС в структуре национальной экономики, следует различать «отрасль физической культуры и спорта» и «сферу ФКиС». Первая представляет собой объединение хозяйственных звеньев, связанных между собой единством целевой установки оказания услуг людям, занимающимся физическими упражнениями и спортивными играми. Вторая более обширна и включает в себя помимо отрасли инфраструктуру ФКиС (научные организации, органы исполнительной власти в сфере физической культуры и спорта, объединения, координирующие деятельность субъектов ФКиС, физкультурно-спортивные сооружения) и предприятия смежного сектора, к которым следует относить хозяйствующие субъекты, относящиеся к другим отраслям, и для которых физическая культура и спорт является лишь сферой экономических интересов (организации по пропаганде физической культуры и спорта, средства массовой информации спортивной направленности, различные спортивные агентства, предприятия по производству и ремонту спортивных товаров и инвентаря и др.). Выделение в качестве основного продукта ФКиС услуг физкультурно-спортивного и оздоровительного характера позволяет относить отрасль физической культуры и спорта к сфере услуг [6, с. 8].

Развитие ФКиС в нашей стране является одним из приоритетных направлений политики государства, целью является создание условий, обеспечивающих возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни. Правительством РФ разработана новая стратегия развития ФКиС до 2030 года.

Важнейшими направлениями развития ФКиС в РФ на долгосрочную перспективу станут обеспечение инновационного характера, совершенствование финансового, кадрового и пропагандистского обеспечения физкультурно-спортивной деятельности. Стратегия должна затронуть деятельность физкультурно-спортивных организаций всех форм собственности и организационно правовых форм, предусмотренных законодательством РФ [4].

Успешная реализация государственной политики, проводимой в области ФКиС напрямую зависит от менеджмента в области человеческих ресурсов. Персонал является ключевым фактором успешного функционирования и дальнейшего развития любой спортивной организации в современном мире, а управления им представляет стратегическую функцию спортивного менеджмента.

Спорт, как социальное явление, непосредственно играет важнейшую роль в формировании человеческого капитала, в обучении и развитии личности, поддержании ее здоровья, трудоспособности, здорового образа жизни. Система управления человеческими ресурсами в сфере ФКиС традиционно обладает значительной спецификой. Современные теоретико-методологические концепции в области управления человеческими ресурсами основываются на значении мотивационных установок, внедрении современных методов и инструментов управления, соответствующих целям и задачам, стоящим перед организацией. Ключевую роль в успешной деятельности спортивных организаций играет формирование уникальной корпоративной культуры, направленной на достижение спортивных результатов. Главную цель системы управления человеческими ресурсами в спортивной организации можно сформулировать как создание результативных мотиваций, обеспечении высоких результатов спортсменов, их продуктивное использование, профессиональное и социальное развитие.

Процессы цифровизации происходящие в сфере ФКиС позволяют активно использовать современные средства коммуникации и контроля, технологии дополненной и виртуальной реальности и искусственного интеллекта. Спорт всегда был областью, где инновации играют важную роль в улучшении спортивных показателей, зрелищности и безопасности. Тем не менее, следует отметить, что цифровизация и цифровая трансформация сферы ФКиС находится на стадии становления. Влияние, оказываемое цифровизацией на управление человеческими ресурсами, носит дуалистический характер. Цифровизация открывает новые возможности в управлении человеческими ресурсами. Приобретаемые различными организациями сферы ФКиС положительные результаты в виде оптимизации процессов управления человеческими ресурсами, несут с собой и негативные последствия. Применение цифровых технологий в сфере ФКиС изменило функционал основных профессий, повысило требования к компетенциям и профессиональной подготовке специалистов. Возникает новая концепция в управлении человеческими ресурсами – концепция управления цифровыми компетенциями, человека должны заменить не цифровые технологии и искусственный интеллект, а человек, который умеет ими пользоваться. На текущий момент теоретические и методо-

логические аспекты цифровизации и цифровой трансформации профессий сферы ФКиС в полной мере не разработаны, что объясняет необходимость проведения исследований в этой области.

Цифровизация и цифровая трансформация в сфере ФКиС происходящая как в коммерческом секторе, так и на государственном уровне представляет собой важный шаг в развитии профессионального и любительского спорта. Мобильные приложения на основе анализа данных пользователя, помогают организовать распорядок дня, рациональное питание, эффективные индивидуальные тренировки, и отслеживать результаты при помощи встроенных трекеров в мобильные устройства. Современные передовые технологии помогают спортсменам и тренерам, в достижении их целей, значительно улучшая качество спортивной подготовки и проведения спортивных мероприятий. Разработка новых стратегий, концепций, программ, внедрение цифровых платформ поможет улучшить управление спортивными организациями, позволяя гораздо эффективнее осуществлять сбор, обработку и передачу информации, качественно изменять методы и организационные формы подготовки высококвалифицированных спортсменов, тренеров и судей, а также проведения физкультурно-оздоровительной работы с населением. Цифровые технологии широко используются компаниями, занимающимися спортивной аналитикой, профессиональной статистикой, съёмкой матчей, скаутингом и онлайн трансляциями. Крупнейшие мировые клубы и спортивные федерации озадачены процессами формирования новых цифровых продуктов вокруг традиционных форматов, коммуникации с болельщиками, работой в медийном пространстве [2, с. 420].

Эксперты прогнозируют, что следующим шагом цифрового развития спорта может стать применение технологий геймификации на основе AR, что позволит активно работать с мотивационной компонентой как у профессиональных спортсменов, так и у любителей. Форматы могут быть разными – от создания иллюзии участия в соревнованиях с лучшими спортсменами мира до оформления места тренировки в виртуальной реальности под запросы конкретного участника тренировочного процесса. За пределами фитнес-индустрии формируются тренды спортивной отрасли, среди которых эксперты выделяют активное развитие любительского спорта, увеличение внимания к адаптивному спорту, а также ориентацию спортивного бизнеса на сегменты со специфическими запросами, среди которых можно выделить пожилых людей, людей с ограниченными возможностями здоровья. Вовлечение категорий, для которых занятия ФКиС в стационарных залах затруднено, обуславливает развитие гибридной формы занятий, сочетающей онлайн и офлайн занятия, которая, кроме всего прочего, позволяет формировать и онлайн сообщества по интересам с возможностью обмена актуальной информацией, и проводить в новом формате спортивные мероприятия. В 2023 году в России проводились «Игры будущего», в перечень спортивных дисциплин которых были включены высокотехнологичные виды спорта, активно использующие цифровые инструменты – кибатлетика, дронрейсинг, киберспорт, что открывает новые возможности для развития бизнеса [1, с. 840].

---

1. Ангелова О.Ю., Летягина Е.Н., Федорова Н.Ю. Проблемы и негативные последствия цифровизации // Научный журнал «Управленческий учет». 2022. № 10. С. 835-841

2. Камнев И.К., Бакаев В.В. Технические средства, цифровые технологии в сфере физической культуры и спорта и их влияние на студенческий спорт // Студенческий спорт в современном мире. Санкт-Петербург: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2023. С. 418-423.

3. Молдован А.А. Особенности цифровизации и цифровой трансформации, их теоретические аспекты и различия // E-Scio. 2023. №7 (82). – Текст: электронный. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsifrovizatsii-i-tsifrovoy-transformatsii-ih-teoreticheskie-aspekty-i-razlichiya> (дата обращения: 02.04.2024).

4. Распоряжение Правительства РФ от 24.11.2020 N 3081-р (ред. от 29.04.2023) «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Текст: электронный. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения: 05.04.2024).

5. Цифровая экономика: основы и цели национального проекта // Научные Статьи.Ру портал для студентов и аспирантов. – Текст: электронный. Дата обновления: 13.10.2023. – URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/nacziionalnyj-proekt-czifrovaya-ekonomika/> (дата обращения: 05.04.2024).

6. Шубарин И.В. Организационно-экономический механизм развития услуг в сфере физической культуры и спорта – Текст: электронный: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Уральская государственная академия физической культуры, Каф. экон. соц. сф. – Екатеринбург, 2004. – URL: [https://new-disser.ru/\\_avtoreferats/01002882171.pdf](https://new-disser.ru/_avtoreferats/01002882171.pdf) / (дата обращения: 05.04.2024).

## ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

**Е.Р. Лысенкова**, аспирант  
**А.Б. Волынчук**, д-р полит. наук, профессор

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Современная демографическая ситуация на Дальнем Востоке обусловлена социально-экономическими процессами субъектов, входящих в Дальневосточный федеральный округ в ходе реализации федеральных и региональных проектов по улучшению демографической политики. В настоящее время одной из стратегических задач российского государства является улучшение и оптимизация методов государственной демографической политики в регионах Дальневосточного федерального округа. Ключевым компонентом для улучшения демографической ситуации в регионах Дальнего Востока станет трансформация социально-экономической системы в сфере государственной демографической политики.

**Ключевые слова:** государственная политика, социально-экономическое развитие, демография, регионы, демографическая политика, Дальневосточный федеральный округ.

## PROSPECTS FOR THE IMPLEMENTATION OF THE STATE DEMOGRAPHIC POLICY IN THE FAR EASTERN FEDERAL DISTRICT

**Abstract.** The current demographic situation in the Far East is due to the socio-economic processes of the subjects belonging to the Far Eastern Federal District during the implementation of federal and regional projects to improve demographic policy. Currently, one of the strategic tasks of the Russian state is to improve and optimize the methods of state demographic policy in the regions of the Far Eastern Federal District. A key component for improving the demographic situation in the regions of the Far East will be the transformation of the socio-economic system in the field of state demographic policy.

**Keywords:** state policy, socio-economic development, demography, regions, demographic policy, Far Eastern Federal District.

Стратегической задачей российского государства уже на протяжении двух столетий является освоение и развитие своих дальневосточных территорий. Реализация освоенческой политики царского правительства в этом направлении привела к тому, что с середины XIX века, начала процесса освоения, по 1917 год численность населения дальневосточных территорий в составе Приамурья, Приморья, Сахалина и Камчатки, увеличилась почти в 18 раз: с 55,6 тыс. чел. В 1861 году, до 988,3 тыс. к 1917 году [1]. Последующая за революциями смена политического режима и установление советской власти не внесла существенных изменений в сформулированную ранее идею восточного вектора переселения. Он всегда оставался в числе главных приоритетов государственного строительства Советского Союза. Так население региона увеличилось с 1,6 млн чел. В середине 1920-х годов до 7,9 млн чел. В конце 1980-х годов [2]. До 1991 года, воспринимая прямое воздействие социально-экономических результатов хозяйственного освоения дальневосточных территорий, демографический потенциал Дальнего Востока находился в состоянии поступательного роста.

Однако, в связи с трансформацией социально-экономической системы после 1991 года и последующего за ней системного кризиса, население регионов Дальнего Востока начало стремительно уменьшаться и по данным Федеральной службы государственной статистики (далее – Росстат) к началу XXI века составило менее 7 млн чел., проживающих на территории площадью 6 952 555 квадратных километров или 40,6% территории всей страны.

В настоящее время, политическое руководство страны сохраняет преимущество в определении высокой степени приоритетности задачи опережающего развития Дальнего Востока. С этой целью Указом Президента Российской Федерации № 849 от 13 мая 2000 года образован Дальневосточный федеральный округ (ДФО), в состав которого вошли 10 регионов: Республика Саха (Якутия), Амурская, Камчатская, Магаданская и Сахалинская области, Хабаровский и Приморский

края, а также Корякский и Чукотский автономные округа. В 2018 году округ еще увеличился на субъекта. Согласно Указа Президента Российской Федерации от 3 ноября 2018 года в Дальневосточный федеральный округ вошли: Республика Бурятия и Забайкальский край.

Потенциал развития региона огромный. Российский Дальний Восток имеет перспективы социально-экономического развития, благодаря:

- 1) значительным природным ресурсам;
- 2) разнообразию климата и ландшафта, которые предоставляет возможности для осуществления различных видов деятельности;
- 3) выгодному географическому положению, близкому к рынкам Азиатско-Тихоокеанского региона (Китай, Япония, Республика Корея, Индия, Вьетнам и др.);
- 4) государственными программами поддержки региона, в том числе созданию ТОРов и Свободного порта Владивосток;
- 5) интересу к стратегически важным проектам в области энергетики и инфраструктуры.

Несмотря на перечисленные преимущества, развитие Дальневосточного федерального округа идёт не так стремительно, как планировалось. Основной причиной данного явления признаётся демографическая проблема региона, так как главным ресурсом развития всё отчётливее становится человеческий потенциал [3].

Для определения целей, принципов, основных направлений и задач улучшения демографической политики Дальнего Востока Правительством Российской Федерации была разработана и 30 ноября 2017 года утверждена распоряжением Правительства РФ № 2679-р Концепция развития демографической политики Дальнего Востока на период до 2025 года (с 2020 года). Её стратегической целью является стабилизация численности населения Дальнего Востока на уровне 8,3 млн человек к 2020 году и ее увеличение до 8,6 млн человек к 2025 году [3].

Формально, с включением в 2018 году Бурятии и Забайкалья в состав ДФО, задача минимум (8,3 млн чел.) почти достигнута. Так, согласно данным Росстата, в 2019 году, население Дальневосточного региона составило 8,2 млн человек. Однако механистический способ решения проблемы не способен отменить имеющихся негативных тенденций, укоренившихся в демографической сфере российского Дальнего Востока: устойчивый отток населения, низкая рождаемость и высокая смертность, сравнительно низкая, чем в среднем по России, ожидаемая продолжительность жизни населения и пр. Ситуация вызывает у руководства страны серьезную озабоченность. Тем не менее, за последнее десятилетие переломить негативные тенденции не удалось [4].

К настоящему времени демографическая ситуация в регионе несколько ухудшилась под внешним воздействием – пандемия Коронавируса (COVID19), которая началась с восточных территорий и границ Российской Федерации с Китайской народной республикой, и усугубила проблемность демографических процессов в ДФО.

Современная демографическая ситуация в административных субъектах ДФО обусловлена социально-экономическими процессами по реализации федеральных и региональных проектов, направленных на улучшение качества жизни населения, повышение рождаемости, снижение смертности и повышение продолжительности жизни, сокращение миграционного оттока постоянного населения и создание условий для привлечения экономически активного населения из других регионов Российской Федерации.

Поиск решений проблем демографического развития Дальнего Востока федеральными и региональными органами власти носит системный характер. Происходящие миграционные процессы в географическом пространстве страны в условиях неравномерного социально-экономического развития отдельных субъектов РФ, являются мотивом для создания различного рода программ, целью которых является привлечение и закрепление населения. Пристальное внимание к демографическому развитию Дальнего Востока со стороны административных структур является вполне предсказуемым по причине их важности для обеспечения устойчивости социально-экономического развития макрорегиона [5].

В Национальной программе социально-экономического развития Дальнего Востока на период 2024 года и на перспективу до 2035 года отмечено, что 97,4 процента поселений региона с числом жителей до 20 тыс. Нужно только добавить, что на восток от Красноярска, а это больше половины территории страны, нет ни одного города с миллионом жителей. При таком уровне концентрации населения, разобщённости и слабой транспортно-инфраструктурной обустроенности территории, не только невозможно решение задачи достижения уровня жизни выше среднероссийского, но и ставит под сомнение задачу «новой государственной политики» по созданию «на Дальнем Востоке глобально конкурентоспособных условий инвестирования и ведения бизнеса» [6].

В настоящее время государственная демографическая политика Дальнего Востока претерпевает депопуляцию, тогда как одной из самых обсуждаемых тем регионального развития Российской Федерации является именно демографическая ситуация Дальневосточного федерального округа, в состав которого по состоянию на 1 января 2024 года входят 11 субъектов.

Для детального изучения демографической ситуации в регионах Дальнего Востока, на основе данных территориальных органов Росстата, за последние 5 лет собрана информация о численности населения по каждому региону, входящему в состав Дальневосточного федерального округа. Данные представлены в таблице.

Из представленных данных следует, что к 2023 году в сравнении с 2019 годом население уменьшилось практически во всех регионах Дальнего Востока. Исключением стал только один субъект – Республика Саха (Якутия), который занимает наибольшую площадь Дальневосточного федерального округа. Из 6 962 600 квадратных километров всего округа 3 083 523 квадратных километров занимает республика Саха (Якутия), что составляет 44,3 процента всей территории Дальнего Востока.

Так, к 2023 году в Республике Саха (Якутия) население увеличилось и стало чуть больше миллиона человек. По приведенным данным видно, что в течение 5 лет население Республики Саха (Якутия) стабильно увеличивалось. В сравнении с 2019 годом к 2023 году численность населения увеличилась почти на 30 тысяч человек.

Вышеуказанная динамика региона, конечно, положительная, но не значительная для перспективного роста населения Дальнего Востока, так как остальные 10 регионов к 2023 году показали отрицательную динамику в сравнении с 2019 годом, хотя в течение 5 лет в некоторых регионах прослеживалась положительная динамика по увеличению численности населения.

Также, в таблице видно, что один из регионов – Приморский край имеет наибольшую численность населения в сравнении со всеми регионами дальнего Востока, хотя площадь региона небольшая 164 673 квадратных километра, что составляет 2,3 процента от общей площади Дальневосточного федерального округа.

Однако, динамика у Приморского края в течение 5 лет отрицательная. В сравнении с 2019 годом к 2023 году население уменьшилось почти на 90 тысяч человек. Положительный момент в том, что за 5 лет население Приморского края уменьшалось, не более чем 30–40 тысяч человек в год.

*Таблица*

#### **Динамика численности населения Дальневосточного федерального округа**

№ п/п	Субъекты РФ в составе ДФО	Численность населения тыс. человек				
		на 01.01.2020	на 01.01.2021	на 01.01.2022	на 01.01.2023	на 01.01.2024
<b>Республики</b>						
1	Республика Бурятия	985,9	985,4	981,5	974,6	971,9
2	Республика Саха (Якутия)	972,0	982,0	992,1	997,6	1001,7
<b>Области</b>						
1	Амурская область	782,9	781,8	771,5	756,2	751,4
2	Магаданская область	140,1	139,0	137,5	134,3	133,4
3	Сахалинская область	488,3	485,6	484,2	460,5	458,1
<b>Края</b>						
1	Забайкальский край	1059,7	1053,5	1043,5	992,4	984,4
2	Камчатский край	313,0	311,7	312,7	288,7	288,9
3	Приморский край	1895,0	1879,5	1863,0	1820,1	1807,0
4	Хабаровский край	1315,6	1301,1	1299,0	1284,1	1279,2
<b>Автономные области</b>						
1	Еврейская автономная область	158,3	156,5	153,8	147,5	145,8

№ п/п	Субъекты РФ в составе ДФО	Численность населения тыс. человек				
		на 01.01.2020	на 01.01.2021	на 01.01.2022	на 01.01.2023	на 01.01.2024
<b>Автономные округа</b>						
1	Чукотский автономный округ	50,3	47,5	50,0	47,5	48,0
Итого:		8161,1	8123,6	8088,8	7903,5	7869,8

*Примечание:* разработано автором по данным Росстат.

В настоящее время самым перспективным регионом Дальневосточного федерального округа для реализации демографической политики и получению в дальнейшем положительной динамики увеличения численности населения является именно Приморский край, так как расположен на юге Дальнего Востока и имеет приграничные территории.

Что касается общей динамики численности населения Дальневосточного федерального округа, по данным таблицы следует отрицательная динамика, так как с 2019 по 2023 годы численность уменьшается. К 2023 году в сравнении с 2019 годом общая численность населения Дальнего Востока уменьшилась почти на 300 тысяч человек.

Стоит отметить, что самую отрицательную динамику по численности населения Дальневосточный федеральный округ показал в 2022 году, как раз в тот год, когда началась специальная военная операция и увеличился отток населения в том числе за границу.

Несмотря на отрицательную динамику по численности населения на Дальнем Востоке, Дальневосточный федеральный округ имеет очевидные перспективы для реализации государственной демографической политики, при условии обеспечения безопасности границ, улучшения социально-экономического положения регионов и обеспечения бесперебойного цикла экономических, административных, пропагандистских мероприятий со стороны органов государственной власти, направленных на урегулирование процессов воспроизводства населения, уменьшения смертности населения и уменьшение оттока постоянно проживающего на территории Дальнего Востока населения.

1. Галлямова Л.И. Дальний Восток в общероссийском пространстве: исторический опыт освоения и особенности развития региона // Вестник Дальневосточного отделения Российской академии наук. 2013. № 4 (170). С. 9-17;

2. Ткачева Г.А. Демографическая ситуация. 1920-е годы. История Дальнего Востока // Россия и АТР. 1999. № 1. С. 5-14;

3. Распоряжение Правительства РФ от 20.06.2017 N 1298-р (ред. от 29.11.2023) «Об утверждении Концепции демографической политики Дальнего Востока на период до 2025 года» – Текст: электронный. – URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения 15.03.2024);

4. Волынчук А.Б. Дальний Восток России в условиях глобальной нестабильности: потенциал и результаты социально-экономического развития региона / колл. монография. Десятилетие обманутых ожиданий: Тихоокеанская Азия и Тихоокеанская Россия между двумя глобальными кризисами. Владивосток: ИИАЭ ДВО РАН, 2022. С. 154-181;

5. Мотрич Е.Л. Миграция в демографическом развитии российского Дальнего Востока // Уровень жизни населения регионов России. 2022. Т. 18. №1. С. 27–40. DOI 10.19181/lspgr.2022.18.1.1, EDN SBNTL;

6. Авдеев Ю.А. Дальний Восток: как остановить отток населения и сделать его привлекательным? (полемические размышления) // Уровень жизни населения регионов России. 2021. Т. 17. №3. С. 299–313. DOI 10.19181/lspgr.2021.17.3.1, EDN FYDLUB;

7. Уровень и качество жизни населения России: от реальности к проектированию будущего: монография / В.Н. Бобков, Т.Е. Бобкова и др. / под ред. В.Н. Бобкова (отв. ред.), Н.В. Локтюхиной, Е.Ф. Шамаевой. – Москва: ФНИСЦ РАН, 2022. 274 с. DOI: 10.19181/monogr.978-5-89697-388-1.2022, EDN: WOQAYF;

8. Официальный сайт полномочного представителя Президента Российской Федерации в Дальневосточном федеральном округе – Текст: электронный. – URL: <https://dfo.gov.ru/>;

9. Официальный сайт Министерства Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики. – Текст: электронный. – URL: <https://minvr.gov.ru/>;

10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – Текст: электронный. – URL: <https://rosstat.gov.ru/>.

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ ПРЕФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ РЕЖИМОВ В РОССИИ И КНР

Тао Лися, Вэйсинь, аспиранты

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** Преференциальная политика зоны свободной торговли является для правительства не только важным средством вторичного распределения, но и решающим фактором в определении уровня, жизнеспособности и углубленного развития зоны свободной торговли. В статье проводится сравнительный анализ преференциальной политики Пилотной зоны свободной торговли Китая (Хэйлунцзян) и Особой экономической зоны Дальнего Востока России, а также предлагаются контрмеры и предложения, которые в большей степени способствуют сотрудничеству двух сторон.

**Ключевые слова:** зона свободной торговли, преференциальная политика, сотрудничество.

### COMPARATIVE ANALYSIS OF STATE SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF PREFERENTIAL REGIMES IN RUSSIA AND CHINA

**Abstract.** The preferential policies of the free trade zone are not only an important means for the government to carry out secondary allocation, but also a decisive factor in determining the level, vitality and in-depth development of the free trade zone. The article focuses on a comparative analysis of the preferential policies of the China (Heilongjiang) Free Trade Pilot Zone and the Russian Far East Special Economic Zone, and proposes countermeasures and suggestions that are more conducive to cooperation between the two parties.

**Keywords:** free trade zone, preferential policies, cooperation.

#### Введение

Отношения между Россией и Китаем становятся все теснее, а торговые обмены – все более частыми. В целях содействия экономическому развитию в зоне свободной торговли, расширения импортной и экспортной торговли, привлечения иностранных инвестиций, внедрения передовых технологий и опыта управления и т.д., обе страны установили соответствующую свободную торговлю в приграничных районах. Зона развития ввела ряд преференциальной политики. Однако существует проблема системных исследований положительного опыта КНР в создании и высокой эффективности работы предприятий в преференциальных режимах. [1][2] Таким образом, сравнительный анализ политики двух стран может помочь инвесторам обеих стран прояснить преференциальные перспективы и сделать лучший инвестиционный выбор.

Цель исследования – Обосновать имеющиеся преимущества модели организации и государственной поддержки преференциальных режимов в КНР для разработки предложений для России.

Объект – Преференциальные режимы провинции Хэйлунцзян (КНР) и Дальнего Востока (Россия).

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

#### Основная часть

В целях усиления экономического развития Дальнего Востока Россия с 2005 года последовательно создает на Дальнем Востоке особые экономические зоны, зоны опережающего развития и т.д. Следующие регионы были разделены на соответствующие преференциальные политики.

ТОР (Территория опережающего социально-экономического развития) СПВ (Свободный административный порт Владивосток) САР (Специальный административный район)

КОРФ (Курильские острова Российской Федерации)

В Китае пилотная зона свободной торговли Китая(Хэйлунцзян) была официально образована 2 августа 2019 года. Объём реализации пилотной зоны свободной торговли составляет 119,85 квадратных километров и охватывает три территории: Харбин – 79,86 квадратных километров, Хэйхэ – 20 квадратных километров, Суйфэньхэ – 19,99 квадратных километров (включая 1,8 квадратных километров комплексной таможенной зоны Суйфэньхэ).[3]

Основные результаты влияния указанных нами преференциальных режимов на экономику провинции Хэйлунцзян (КНР) приведены на рис. 1, 2, 3.





Рис. 1. Рост экспорта Хэйлунцзян. Период до создания ПЗСТ



Рис. 2. Рост экспорта Хэйлунцзян. Период после создания ПЗСТ

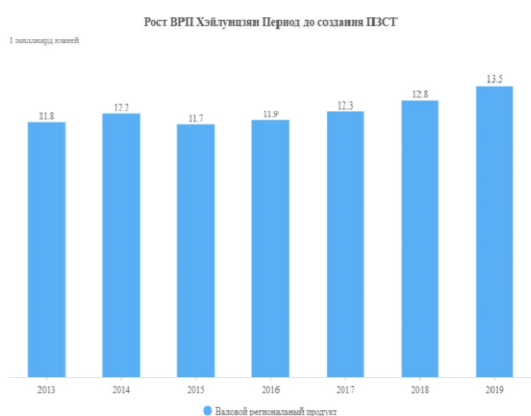


Рис. 3. Рост ВРП Хэйлунцзян. Период после создания ПЗСТ

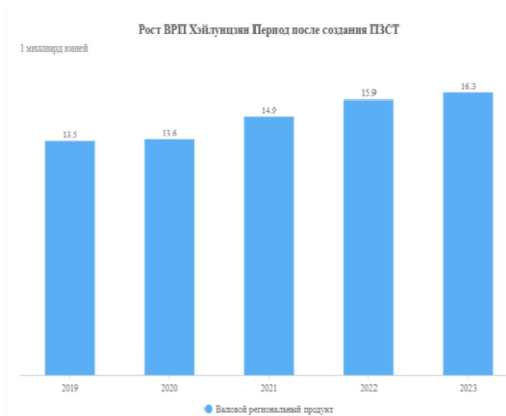


Рис. 4. Рост ВРП Хэйлунцзян. Период после создания ПЗСТ

Авторами установлено, что работа преференциальных режимов позволила увеличить за анализируемый период экспорт на 110%, ВРП на 21%. Согласно приведенному выше графику, мы видим, что, помимо воздействия новой эпидемии коронавируса в 2020 году, экономическая ситуация в Хэйлунцзяне продолжает улучшаться с момента создания зоны свободной торговли в 2019 году. [4, 5] Сравнительные данные по исследованным режимам представлены в табл. 1,2.

Таблица 1

### Сравнение преференциальных режимов Китая и России

Система одинаковых преференций							
Особенности и преференции		Россия			Китай		
		ТОР	СПВ	КОРФ	Район Харбински	Район Хэйхэ	Район Суйфэньхэ
1	Для кого (целевая аудитория)	Крупный и средний бизнес	Крупный и малый бизнес	Крупный, средний и малый бизнес	Крупный	Крупный, средний и малый бизнес	Крупный, средний и малый бизнес
2	Территория действия режим	Дальний Восток и Арктика. 23 ограниченных территории	Дальний Восток. 22 муниципальных образования	Сахалинская область. 2 муниципальных образования	Харбинский	Хэйхэ	Суйфэньхэ

Система одинаковых преференций							
Особенности и преференции		Россия			Китай		
		ТОР	СПВ	КОРФ	Район Харбински	Район Хэйхэ	Район Суйфэнхэ
3	Минимальный порог инвестиций для входа (в тыс. руб. и юаней)	500₽	500₽	–	5000¥	–	Крупный: 5000¥
							Малый : 10¥
4	Порядок получения статуса резидента	Оценка достоверности и обоснованности проекта	Оценка полноты пакета документов и соответствие требованиям	Уведомление в налоговый орган по месту нахождения участника режима, соответствие требованиям	Оценка полноты пакета документов и соответствие требованиям	Оценка достоверности и обоснованности проекта	Оценка достоверности и обоснованности проекта
5	Требования к проработке проекта	Высокие	Низкие	–	Высокие	Низкие	Низкие
6	Налоговые льготы	+	+	+	+	+	+
7	Возможность обеспечения инфраструктурой	+	–	–	+	+	+
8	Таможенные преференции	+	+	В разработке	+	+	+
9	Субсидирование сопровождение проекта в режиме	+	+	–	+	+	+
10	Возможность привлечения иностранной рабочей силы без квот	+	+	–	+	+	+
11	Упрощенный визовый режим для иностранных граждан	–	+	–	+	+	+
12	Право управляющей компании на защиту резидента в суде	+	+	–	+	+	+
13	HR-поддержка резидента	+	+	+	+	+	+

Источник: официальный сайт АО «Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики» и Уведомление Главного управления народного правительства провинции Хэйлуцзян об издании пробных мер по управлению пилотной зоной свободной торговли Китая (Хэйлуцзян).

Судя по таблице, будь то Россия или Китай, созданные ими зоны свободной торговли, имеют четкое позиционирование и конкретные цели регионального развития. Соответствующая преференциальная политика была реализована в отношении условий доступа, налогообложения, таможенной политики, поддержки талантов и т.д.

Таблица 2

### Различия преференций

Установленные различия преференций							
		Россия			Китай		
		ТОР	СПВ	КОРФ	Район Харбин-ски	Район Хэйхэ	Район Суй-фэньхэ
1	Возможность обеспечения земельными участками	+	-	В разработке	аренда	аренда	аренда

Первый пункт: Из-за небольшой площади земли на душу населения в Китае практически нет возможности предоставить землю бесплатно, она обычно сдается в аренду и цена не низкая.

2	Персональное сопровождение проекта в режиме единого окна	+	+	+	-	-	-
3	Маркетинговая поддержка и кооперация резидентов	+	+	+	-	-	-

Второй и третий пункты: эти два пункта не упоминаются в политике Китая.

4	Упрощение административных процедур	-	-	-	+	+	+
---	-------------------------------------	---	---	---	---	---	---

Четвертый пункт: Правительство Китая играет сервисную роль во внедрении политики «максимум одного посещения» в несколько этапов, таких как одобрение, уплата налогов и возврат налогов, упростите процесс обслуживания и внедрите несколько методов, таких как онлайн-утверждение, обработка почты и машинная обработка самообслуживания.

5	Отраслевая специализация	Перерабатывающая промышленность	Логистика и складирование	Морское рыболовство	Информационные технологии поколения, Новый материал, Высококласное оборудование, Биомедицина, Наука и технология	Туризм, Зеленые продукты питания, Торговая логистика, Здравоохранение, Пограничное финансирование	Импортная перерабатывающая промышленность: древесина, зерно, чистая энергия. Сфера услуг: торговля, финансы, туризм, современная логистика
					Финансы, Культурный туризм	Комплексная переработка и использование трансграничных энергетических ресурсов	

Пятый: позиционирование зон свободной торговли Китая в большей степени ориентировано на привлечение высокотехнологичных производств, каждая из которых имеет свой характерный план развития отрасли [6]

## Заключение

Важным преимуществом преференциальных режимов в КНР в отличие от России является и приоритетная направленность на инновационные результаты, а также на сокращение административных нагрузок и цифровизацию всего процесса организации управления бизнесом.

1. Кот М.М., Мажинский С. В. Развитие Дальнего Востока в рамках АТЭС и переход на модель «Российский Дальний Восток – Китай». 2020.
2. Бояркина А.В. Печерица В.Ф. Перспективы взаимодействия Дальнего Востока России с китайской стратегией «Пояс и Путь» // Россия и Китай: История и перспективы сотрудничества. Материалы IX международной научно-практической конференции. – Благовещенск, 2019.
3. 赵文利, 黑龙江自由贸易试验区贸易投资便利化问题研究[D].黑龙江大学, 2022年.
4. 黑龙江省: 向更高水平开放和更高质量发展迈进黑龙江自贸试验区核心片区建设开启[EB/OL].-黑龙江省人民政府网.
5. 景宏军.冯紫琦哈尔滨市自由贸易试验区税收优惠政策研究[J].商业经济, 2021 (3) 40-42
6. 戴瑛,周景行,赵晓艳.自贸区税收优惠法律制度的创新与完善 [J]. 南海法学,2018,2(4):67-73.
7. Официальный сайт АО «Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики» и Уведомление Главного управления народного правительства провинции Хэйлуунцзян об издании пробных мер по управлению пилотной зоной свободной торговли Китая (Хэйлуунцзян).

УДК 332.145

## ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ПРИМОРЬЯ НА ОСНОВЕ УВЕЛИЧЕНИЯ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Чжоу Цюань, Сунь Лимэй, аспиранты

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследований, проблемы организации переработки сельскохозяйственной продукции в Приморском крае. Доказан потенциал производства сои, кукурузы, риса, картофеля без создания добавленной стоимости. На основе исследования этого процесса предложен авторский подход к обоснованию экономической целесообразности создания предприятий в Приморском крае, выпускающих широкий спектр продуктов питания с высокой добавленной стоимостью.

**Ключевые слова:** сельскохозяйственная продукция, добавленная стоимость, переработка сельскохозяйственной продукции.

## ASSESSMENT OF THE POTENTIAL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN PRIMORYE REGION BASED ON AN INCREASE IN THE ADDED VALUE OF AGRICULTURAL PRODUCTION

**Abstract.** The article presents the results of research into the problem of organizing the processing of agricultural products in the Primorsky Territory. The potential for the production of soybeans, corn, rice, and potatoes without creating added value has been proven. Based on a study of this process, the author's approach to substantiating the economic feasibility of creating enterprises in the Primorsky Territory that produces a wide range of food products with high added value is proposed.

**Keywords:** agricultural products, added value, processing of agricultural products.

## Введение

Актуальность данного исследования заключается в том, что глубокая переработка сельскохозяйственной продукции играет ключевую роль в экономике сельского хозяйства. Однако в настоящее время в этой области отсутствует производственная цепочка определенного масштаба и технологической зрелости, что не позволяет в полной мере реализовать потенциал добавленной стои-

мости. Важно отметить, что сельскохозяйственная продукция в Приморском крае всегда ориентировалась на экстенсивную модель экспорта сырья, при которой сложно создавать продукцию с высокой добавленной стоимостью, и в то же время не хватает высокотехнологичных предприятий по ее глубокой переработке. Поэтому сфера глубокой переработки сельскохозяйственной продукции должна предлагать больше инновационных возможностей для привлечения корпоративных инвестиций и получения качественных продуктов питания для национального и зарубежных рынков.

Цель исследования – обоснование потенциала регионального экономического роста при переходе от преимущественно сырьевой модели к модели глубокой переработки сельскохозяйственных сырьевых ресурсов.

Гипотеза исследования заключается в увеличении производимого в Приморском крае валового регионального продукта (ВРП) и доходной части регионального и муниципальных бюджетов на основе использования полученных результатов и предложений.

Задачи:

– проанализировать целесообразность повышения добавленной стоимости сельскохозяйственной продукции в Приморском крае;

– обосновать актуальность развития производственной цепочки глубокой переработки сельскохозяйственной продукции.

Объект исследования – сельскохозяйственное производство Приморского края и провинции Хэйлунцзян (Китай).

Предмет исследования – управленческие отношения, направленные на увеличение добавленной стоимости производимой сельскохозяйственной продукции.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

В качестве информационной базы исследования использовались отчетные данные Министерства сельского хозяйства Приморского края за последние пять лет и ее переработки на предприятиях региона.

### Основная часть

Приморский край, является одним из крупнейших регионов сельскохозяйственного производства на Дальнем Востоке, обладающий обширными ресурсами пахотных земель, благоприятными климатическими условиями и развитой транспортной сетью, что создает прочную основу для развития сельскохозяйственной отрасли.

Валовая продукция сельского хозяйства в регионе растет из года в год, однако уровень добавленной стоимости сельскохозяйственной продукции относительно невысок. Повышение степени переработки сельхозпродукции и увеличение её добавленной стоимости не только повысит конкурентоспособность сельского хозяйства Приморского края на рынке, но и будет способствовать общему социально-экономическому развитию региона.

Согласно принятой Национальной программе социально-экономического развития Дальнего Востока России до 2024 года и на период до 2035 года в этом регионе предусмотрено усиление экспортной специализации регионального производства.

Особенно важно решение этой задачи в агропромышленном комплексе, где значительные объёмы водно-биологических, а также сельскохозяйственных ресурсов поставляются на внутренний рынок и на экспорт без добавленной стоимости, что не способствует росту валового регионального продукта и доходной части бюджета, созданию новых рабочих мест для высококвалифицированных работников.

Согласно проведенному анализу по растениеводству в Приморском крае с 2018 по 2022 год, производство сои за последние 5 лет увеличилось на 135,9% кукурузы – на 209,7%, картофеля – на 88,3% [1, 2].

Таблица 1

### Производство основных продуктов растениеводства в хозяйствах всех категорий Приморского края (тыс. т.)

Виды	2018	2019	2020	2021	2022	2022 в % к 2018
Соя	384,5	391,8	377,0	405,6	522,6	135,9
Рис	26,3	23,7	21,1	16,6	22,0	60,6
Кукуруза на зерно	257,2	298,7	296,3	425,8	539,3	209,7
Картофель	235,1	198,7	192,2	179,2	207,6	88,3

Источник: составлено авторами с использованием [1, 2].

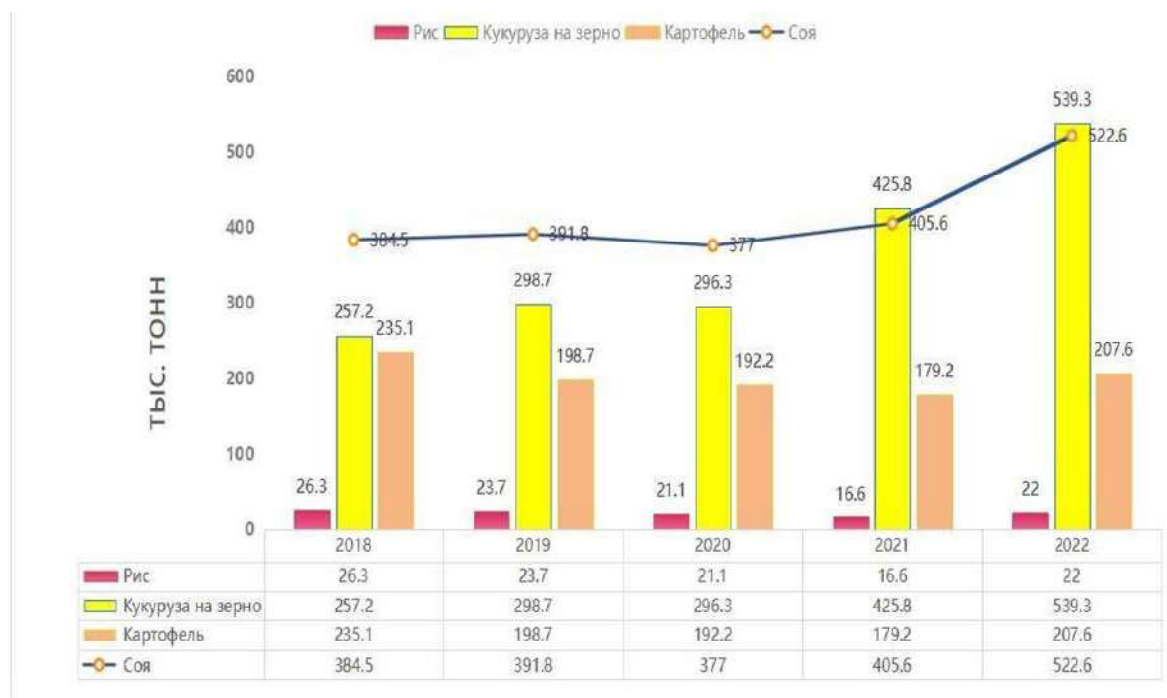


Рис. Динамика некоторых видов сельскохозяйственных производств в Приморском крае

Источник: составлено авторами с использованием [1, 2].

В настоящее время из указанных объёмов с получением добавленной стоимости перерабатывается только соя на заводе «Приморская соя» и в 7 частных небольших цехах от 100 до 150 тыс. тонн в год. Причём в последнее время из-за большого физического износа оборудования на указанном заводе снято с производства таких продуктов, как майонез, мыло туалетное и хозяйственное [3].

Проведенный нами анализ показывает, что в 2022 году остальная выращенная соя в Приморском крае продукция реализована на внутреннем рынке или отправлена на экспорт без переработки [4].

Для обоснования модели перехода в Приморском крае к производству продуктов питания с высокой добавленной стоимостью сельскохозяйственного производства в течение 2023 года исследован опыт соседней приграничной провинции Китая-Хэйлунцзян, где сельскохозяйственное сырьё, в основном, перерабатывается, а полученные продукты значительно дороже идут на экспорт в другие страны в том числе в Россию [5].

Для этого изучена организация производства добавленной стоимости на 15 предприятиях. Полученные результаты использованы для разработки методического подхода к обоснованию экономической целесообразности создания на территории Приморского края системы перерабатывающих предприятий с использованием опыта и инвестиций КНР.

Из общего количества предприятий авторами определены только те, которые имеют опыт и необходимые технологии для переработки сои, риса, кукурузы и картофеля, то есть культур, выращиваемых в Приморском крае.

Ниже приводится характеристика экономических показателей этих предприятий.

ООО Группа компаний зерновой и масличной промышленности

«93» специализируется на производстве переработки сои. Согласно технологии компании, коэффициент выхода соевого масла составляет 17 %, соевого шрота – 80 %, фосфолипидов сои – 0,4 %, потери – 2,6 %. С учетом добавленной стоимости, компания в год может обрабатывать 600 тыс. тонн переработки сои, производить 102 тыс. тонн соевого масла и 480 тыс. тонн соевого шрота. Годовой объем продаж составляет 402,3 млн долл., прибыль – 61,9 млн долл.

Таблица 2

**Экономические показатели производства ООО Группа компаний зерновой и масличной промышленности «93» (2023 г.)**

Виды	Пропорции, %	Оптовая цена 1 т / доллар	Розничная цена 1 т / доллар	Оптовая цена с добавленной стоимостью / доллар	Розничная цена с добав- ленной стои- мостью / доллар	Годовой объем производ- ства / тыс. т	Годовой объем про- изводства / млн долл
Соя	100,0	567,4	658,6	/	/	600,0	340,4
Соевое масло	17,0	1,762,7	2,060,0	299,2/170 кг	3,502/170 кг	102,0	179,6
Соевый шрот	80,0	462,5	541,1	370/800 кг	4,329/800 кг	480,0	222,0
Фосфолипиды сои	0,4	290,0	400,4	11,70 кг	1,5/40 кг	2,4	0,7
Потеря	2,6	/	/	/	/	15,6	8,9
Итоговое значение общей прибыли							61,9

Источник: <https://www.93.com.cn/>

МакКейн Фудс (Харбин) Ко. специализируется на производстве картофеля фри. Согласно технологии компании, коэффициент выхода картофеля фри составляет 69,2 %, крахмала – 15,8 %, потери – 15 %. С учетом добавленной стоимости, компания в год может обрабатывать 53,9 тыс. тонн картофеля, производить 37,3 тыс. тонн картофеля фри и 8,5 тыс. тонн крахмала. Годовой объем продаж составляет 222,8 миллионов долларов, прибыль – 201,3 миллиона долларов.

Таблица 3

**Экономические показатели производства МакКейн Фудс (Харбин) Ко. (2023г.)**

Виды	Пропорции, %	Оптовая цена 1 т / доллар	Розничная цена 1 т / доллар	Оптовая цена с добавленной стоимостью / доллар	Розничная цена с добав- ленной стои- мостью / доллар	Годовой объем производ- ства / тыс. т	Годовой объем про- изводства / млн долл
Картофель	100,0	400,0	468,0	/	/	53,9	21,5
Картофель фри (заморожен- ный)	69,2	5,662,0	6,624,0	3,918/692 кг	4,583/692 кг	37,3	210,9
Крахмал	15,8	1,400,0	1,900,0	221/158 кг	300/158 кг	8,5	11,9
Потеря	15,0	/	/	/	/	8,1	3,2
Итоговое значение общей прибыли							201,3

Источник: [https://www.foodtalks.cn/company/McCain\\_Foods](https://www.foodtalks.cn/company/McCain_Foods)

Компания Биохимических технологий ООО «Бэйань Сяньюй Цзиньгу» специализируется на производстве переработки кукурузы. Согласно технологии компании, коэффициент выхода кукурузы крахмала составляет 58,5 %, кукурузных хлопьев – 32,5 %, потери – 9 %. С учетом добавленной стоимости, компания в год может обрабатывать 3350 тыс. тонн кукурузы, производить 1959,8 тыс. тонн кукурузного крахмала и 1088,8 тыс. тонн кукурузных хлопьев. Годовой объем продаж составляет 2046,9 миллионов долларов, прибыль – 706,9 миллиона долларов.

**Экономические показатели производства Компания Биохимических технологий  
ООО «Бэйань Сяньюй Цзиньгу» (2023 г.)**

Виды	Пропорции, %	Оптовая цена 1 т / доллар	Розничная цена 1 т / доллар	Оптовая цена с добавленной стоимостью / доллар	Розничная цена с добав- ленной стои- мостью / доллар	Годовой объем производ- ства / тыс. т	Годовой объем про- изводства / млн долл
Кукуруза	100,0	400,0	468,0	/	/	3,350,0	1,340,0
Кукурузный крахмал	58,5	600,0	800,0	351/585 кг	468/585 кг	1,959,8	1,175,9
Кукурузные хлопья	32,5	800,0	1100,0	260/325 кг	357,5/325 кг	1,088,8	871,0
Потеря	9,0	/	/	/		435,5	174,2
Итоговое значение общей прибыли							706,9

Источник: <http://www.xiangyu-biochemical.com/contact>

ООО «Ихай Керри» (Харбин) специализируется на производстве переработки риса. Согласно технологии компании, коэффициент выхода воздушного риса составляет 89 %, рисовой сечки – 10 %, потери – 1 %. С учетом добавленной стоимости, компания в год может обрабатывать 270 тыс. тонн риса, производить 240,3 тыс. тонн воздушного риса и 27 тыс. тонн рисовой сечки. Годовой объем продаж составляет 2082,4 миллиона долларов, прибыль – 1866,4 миллиона долларов.

Таблица 5

**Экономические показатели производства(2023г.) ООО «Ихай Керри» (Харбин)**

Виды	Пропорции, %	Оптовая цена 1 т / доллар	Розничная цена 1 т / доллар	Оптовая цена с добавленной стоимостью / доллар	Розничная цена с добав- ленной стои- мостью / доллар	Годовой объем производ- ства / тыс. т	Годовой объем про- изводства / млн долл
Рис	100,0	800,0	1,100,0	/	/	270,0	216,0
Воздушный рис	89,0	8,632,0	10,100,0	7,682,5/ 890 кг	8,989/890кг	240,0	2,074,3
Рисовая сечка	10,0	300,0	352,0	30/100 кг	35,1/100 кг	27,0	8,1
Потеря	1,0	/	/	/		2,7	2,2
Итоговое значение общей прибыли							706,9

Источник: <https://www.yihaikerry.net.cn/>

### Результаты

На основе анализа китайских предприятий по глубокой переработке сельскохозяйственной продукции в Приморском крае, можно сделать вывод, что эта отрасль в Приморском крае имеет большой потенциал для развития в будущем.

Повышение добавленной стоимости сельскохозяйственной продукции и сопутствующих товаров может эффективно компенсировать ограничения российского сельскохозяйственного экспорта, связанные с сырьем, улучшить трансформацию структуры торговли от экспорта сырья к экспорту продукции с высокой добавленной стоимостью и повысить конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках.

1. Производство и потребление основных продуктов питания в Приморском крае: Сборник с аналитической запиской // Приморскстат, 2023. – С. 1-82.

2. Приморский край. Муниципальные образования: Комплексный сборник // Приморскстат, 2023 – С. 1-311.

3. ЗАО «Уссурийский масложиркомбинат «Приморская Соя». – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://primsoya.n4.biz/> (дата обращения: 26.03.2024).

4. Министерство сельского хозяйства Приморского края – Текст: электронный [сайт]. – URL: <http://www.agrodv.ru/> (дата обращения: 15.03.2024).

5. Чжэн Яцзюань. Корректировка промышленной структуры провинции Хэйлуцзян в соответствии с новой ситуацией Исследование траектории, –2022. –№ 4.–С. 101–103.



# Секция. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА (1-2 КУРС)

УДК 314.74

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

М.К. Ганенко, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Туризм является одной из ключевых отраслей экономики, способствующей социально-экономическому развитию регионов и созданию дополнительных рабочих мест. Амурская область, расположенная в Дальневосточном федеральном округе, обладает значительным потенциалом для развития различных видов туризма, а также для привлечения туристов из других стран.

**Ключевые слова:** туризм, Амурская область, Китай, рекреационные ресурсы, Дальний Восток и туристы.

## PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE AMUR REGION

**Abstract.** Tourism is one of the key sectors of the economy contributing to the socio-economic development of the regions and the creation of additional jobs. The Amur Region, located in the Far Eastern Federal District, has significant potential for the development of various types of tourism, as well as for attracting tourists from other countries.

**Keywords:** tourism, Amur region, China, recreational resources, the Far East and tourists.

В последние годы государство активно поддерживает развитие туризма и создает благоприятные условия для привлечения инвестиций в эту отрасль. В частности, в Амурской области реализуются проекты по созданию инфраструктуры, улучшению транспортной доступности, а также организации и проведению мероприятий, направленных на популяризацию области среди туристов.

Таким образом, изучение перспектив развития туризма в Амурской области является актуальной темой, поскольку позволяет определить основные направления и стратегии развития данной отрасли, а также выявить потребности и возможности региона для привлечения большего количества туристов и инвестиций. Это, в свою очередь, будет способствовать социально-экономическому росту и улучшению качества жизни населения Амурской области.

Как уже было отмечено, одним из самых перспективных направлений является привлечение китайских туристов, так как Китай является одним из ключевых экономических партнеров России и имеет большое количество потенциальных туристов.

Согласно информации от Туристско-информационного центра Амурской области, наибольшей популярностью в регионе пользуются поездки в Норский и Хинганский заповедники, маршрут на Тукурингру и поездки в туристический кластер Бурейского округа. Безусловным лидером в промышленном туризме являются туры на космодром «Восточный». Совместно с туристическими компаниями для космодрома «Восточный» была разработана иммерсивная экскурсия, которая в ближайшее время уже начнет проводиться.

Значительных результатов за 2023 год удалось достичь в сфере развития международного автотуризма. Сформированы решения по глубине проезда в границах Благовещенска и Хэйхэ, которые по международному мосту можно будет посетить на личном автомобиле. Работа по согласованию этих решений сейчас продолжается на уровне профильных федеральных ведомств России и Китая.

Все это поспособствует развитию туризма между Амурской областью и Китаем, а также поможет Приамурью занять еще более высокие позиции в списке регионов, популярных для посещения Китайскими туристами. На начало января 2024 года Амурская область занимала 3 место в России по данному показателю, уступая лишь Приморскому краю и Забайкалью.

Также, многие официальные представители СМИ Амурской области уверены, что 2024 год обойдет допандемийные показатели по посещаемости туристов из Китая. Это связано с масштабным развитием туристической инфраструктуры города Благовещенск. Приоритетными направле-

ниями по-прежнему остаются экологический, промышленный и событийный виды туризма. Главными региональными брендами названы космос, граница с КНР, БАМ и река Амур.

Амурская область, расположенная на Дальнем Востоке России, в последние годы активно привлекает внимание китайских туристов. Этот регион богат историческими и культурными достопримечательностями, а также уникальной природой. Великолепные пейзажи манят туристов не только из Китая, но и со всего мира. Кроме того, развитие круизного туризма вдоль Амура и прилегающих водоемов привлекает китайские группы, желающие познакомиться с красотами этого региона.

С другой стороны, Хабаровский край также оказывается в числе популярных направлений для китайских туристов. Этот регион имеет богатое культурное наследие, предлагая туристам множество интересных мест для посещения. Кроме того, его географическое положение, позволяющее оказаться на границе с Китаем, является привлекательным фактором для китайских туристов, желающих познакомиться с близлежащими российскими территориями. Также, в настоящее время Хабаровский край привлекает все больше туристов из Китая за счет программ обучения по обмену, так, например в 2023 году более 500 туристов из Китая прибыли в Хабаровск с целью обучения в Дальневосточном Государственном Университете Путей Сообщения.

Однако, несмотря на то, что оба региона привлекают китайские туристические потоки, есть некоторые различия в их масштабах и характеристиках. Так, Амурская область, благодаря своему месторасположению и развитой инфра-структуре, привлекает больше индивидуальных туристов, приезжающих в регион самостоятельно. В то же время, Хабаровский край часто становится местом массовых туристических групп, организуемых туристическими агентствами.

В настоящее время туристические потоки в Амурскую область и в Хабаровский край примерно равны. Из информации официальных СМИ следует, что за январь 2024 года в Амурскую область с целью туризма из Китая прибыло около 6 тысяч человек, а в Хабаровский край чуть меньше 5 тысяч человек [1].

Согласно информации от Туристско-Информационного центра Амурской области, 2024 год обойдет допандемийные показатели по посещаемости туристов из Китая. Это связано с масштабным развитием туристической инфра-структуры города Благовещенск. Приоритетными направлениями по-прежнему остаются экологический, промышленный и событийный виды туризма. Главными региональными брендами названы космос, граница с КНР, БАМ и река Амур.

Наибольшей популярностью в регионе пользуются поездки в Норский и Хинганский заповедники, маршрут на Тукурингру и поездки в туристический кластер Бурейского округа. Безусловным лидером в промышленном туризме являются туры на космодром «Восточный». Совместно с туристическими компаниями для космодрома «Восточный» была разработана иммерсивная экскурсия, которая в ближайшее время уже начнет проводиться [4].

Значительных результатов за 2023 год удалось достичь в сфере развития международного автотуризма. Сформированы решения по глубине проезда в границах Благовещенска и Хэйхэ, которые по международному мосту можно будет посетить на личном автомобиле. Работа по согласованию этих решений сейчас продолжается на уровне профильных федеральных ведомств России и Китая.

Все это поспособствует развитию туризма между Амурской областью и Китаем, а также поможет Приамурью занять еще более высокие позиции в списке регионов, популярных для посещения китайскими туристами. На начало января 2024 года Амурская область занимала 3 место в России по данному показателю, уступая лишь Приморскому краю и Забайкалью [2].

Итак, сравнивая туристические потоки из Китая в Амурскую область и в Хабаровский край, можно отметить, что оба региона являются привлекательными для китайских туристов. Однако, характер и масштабы этих потоков могут различаться в зависимости от географического положения, инфра-структуры и предлагаемых туристических услуг. Важно продолжать развивать эти регионы как туристические направления, чтобы привлечь больше китайских туристов и способствовать развитию туризма в России в целом.

Что касается отдельно Амурской области, то на 2024 год поставлено много целей, которые будут реализовываться с помощью Федеральных программ. Основную помощь региону оказывают в рамках Национального проекта «Туризм и гостеприимство». С открытием автодорожного моста, туристические потоки в Амурскую область увеличатся и к концу 2024 года ожидается рекордный уровень посещаемости [3].

Для того чтобы выяснить, действительно ли названные Туристско-информационным центром данные являются актуальными, мы провели собственное исследование и опросили китайских туристов.

В качестве метода исследования было выбрано анкетирование, так как это наиболее простой способ взаимодействия с иностранными студентами в связи с языковым барьером. Анкетирова-

ние – метод эмпирического исследования, основанный на опросе значительного числа респондентов и используемый для получения информации о типичности тех или иных психологических явлений.

Выборка составила 20 человек, опрос проходили китайские студенты, которые обучаются в ДВГУПС.

По результатам исследования удалось выяснить, что большинство опрошенных слышали об Амурской области, так как они являются жителями близких к границе провинций. Несколько человек, которые прибыли в Россию из более отдаленных территорий до приезда в Россию даже не знали о существовании Амурской области.

Также, согласно опросу, китайские туристы очень мало осведомлены о туристских ресурсах Амурской области. Даже самые популярные объекты знакомы не всем участникам анкетирования. Самую высокую узнаваемость имеет космодром «Восточный» и набережная Благовещенска, а меньше всего опрошенных знают о туристских ресурсах, связанных с БАМом.

Что касается предпочтений китайских туристов, то в большей степени респонденты выбирали культурно-познавательный вид туризма, как самый актуальный и интересный для них.

Одной из важных составляющих маркетингового исследования является анализ рынка. Для того чтобы наиболее точно определить, насколько Амурская область развивает въездной туризм был произведен разбор программ туров конкурентов, которые возят группы в туры по Амурской области.

– Тайга 27. Тур «Шамбала Пинежье, усадьба Куруктачи, Бурейские ГЭС».

Поездка на эко-базу в Амурской области + виды на обе ГЭС. Проживание на даче Чубайса. Стоимость тура 13900 руб.

– Планета 360 предлагают экскурсионные туры, туры выходного дня, эко-туры, сплавы по реке Зея, а также поездку на космодром «Восточный». Цена на сайте не указана

– Дальневосточный Феникс

1) «Благовещенск экскурсионный» – 5 дней, от 20461 руб/чел.

День 1. Встреча в аэропорту, на ж/д вокзале или автовокзале. Трансфер в гостиницу. Размещение в гостинице.

День 2. Завтрак в гостинице. Обзорная экскурсия по городу Благовещенску:

– памятник казакам-первопоселенцам;

– кафедральный собор Благовещения Пресвятой Богородицы;

– площадь Победы, Триумфальная арка, набережная реки Амур.

Обед. Экскурсия в краеведческий музей.

День 3. Завтрак в гостинице. Посещение кондитерской фабрики «Зея». Обед в ресторане китайской кухни. Продолжение экскурсии по городу: Два города – две судьбы, история взаимоотношений между Благовещенском и китайским городом Хэйхэ.

День 4. Завтрак в гостинице. Эко-экскурсия в с.Ивановка.

День 5. Завтрак в гостинице. Трансфер в аэропорт (ж/д вокзал, автовокзал)

2) «Энергия Буреи» – 5 дней, от 25 000 руб/чел.

День 1. Встреча в аэропорту, на ж/д вокзале или автовокзале. Сбор группы, выезд на автобусе в п.Талакан, время в пути – 4 часа, 1 остановка. По дороге – заезд на Нижнебурейскую ГЭС, осмотр плотины. Ориентировочно в 14:00 – Прибытие на Бурейскую ГЭС, обед, Экскурсия по Бурейской ГЭС.

Прибытие на Базу отдыха Куруктачи, размещение в номерах гостевого дома, ужин, отдых

День 2,3,4. Завтрак, свободное время. По желанию прогулки на катере, рыбалка на Бурейском водохранилище.

День 5. Завтрак, выезд с базы отдыха в Природный парк «Бурейский». Время в пути – 1 час.

Прогулка по Экотропе на кордоне «Малые Симичи» (1 час). Выезд в Благовещенск.

3) «Космодром Восточный + Благовещенск» – 5 дней, от 25 000 руб/чел.

День 1. Встреча в аэропорту, на ж/д вокзале или автовокзале. Трансфер в гостиницу. Размещение в гостинице.

День 2. 07:00 Выезд на Космодром «Восточный». 10:30 – 11:00 Прибытие в г. Циолковский. Экскурсия в музей космонавтики + обзорная экскурсия по Циолковскому. 14:00 – обед. Посещение смотровой площадки и объектов Космодрома. Возвращение в Благовещенск.

День 3. Завтрак в гостинице. Обзорная экскурсия по городу Благовещенску:

– памятник казакам-первопоселенцам;

– кафедральный собор Благовещения Пресвятой Богородицы;

– площадь Победы, Триумфальная арка, набережная реки Амур.

Обед. Экскурсия в краеведческий музей.

День 4. Завтрак в гостинице. Посещение кондитерской фабрики «Зея». Обед в ресторане китайской кухни. Продолжение экскурсии по городу: Два города – две судьбы, история взаимоотношений между Благовещенском и китайским городом Хэйхэ [5].

День 5. Завтрак в гостинице. Трансфер в аэропорт (ж/д вокзал, автовокзал)

– Тайга-х-тур.

1) «Норский Заповедник» – 2 дня, от 14300 руб/чел.

2) «Храмовые горы» – 1 день, от 14900 руб/чел.

3) Поход выходного дня на гору Змеиная» – 1 день, от 1000 руб/чел.

В ходе анализа конкурентов было выявлено, что Амурская область имеет достаточно большое количество туристских компаний, готовых работать с Китайскими туристами.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что узнаваемость Амурской области как туристского региона среди китайских туристов высока именно у жителей ближайших территорий. Для привлечения большего количества китайских туристов необходимо разработать стратегии, направленные на улучшение туристической инфраструктуры, создание комфортной среды для туристов, развитие новых видов туризма и продвижение региона на широком, международном рынке.

Важно сотрудничать с китайскими туристическими агентствами и операторами для организации совместных рекламных кампаний и обмена.

Текущее состояние туризма в Амурской области в целом благоприятно для привлечения китайских туристов, поскольку регион обладает уникальными природными и культурными достопримечательностями, а также имеет выгодное географическое положение.

---

1. Григорьева О. МК.Хабаровск / О. Григорьева. – URL: <https://hab.mk.ru/social/2024/02/10/priamure-vyshlo-na-trete-mesto-po-populyarnosti-u-kitayskikh-turistov.html> (дата публикации 10.02.2024)

2. Кузьмина Е. Вести. Амурская область / Е. Кузьмина. – URL: <https://gtrkamur.ru/news/2024/01/25/355260> (дата публикации 25.01.2024)

3. Приамурье остается любимым направлением у китайских туристов // АСН24.RU: официальный сайт. – URL: <https://asn24.ru/news/partners/121996/> (дата публикации 13.02.2024)

4. Туристско-информационный центр Амурской области / Официальный сайт. – URL: <https://visitamur.ru/> (дата обращения 1.03.2024)

УДК 314

## **ФОРМИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ НИЗКОЙ СЕЗОННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ ЮНОСТЬ г. ЮЖНО-САХАЛИНСК)**

**Л.И. Мансурова**, бакалавр  
**Г.А. Петрова**, научный руководитель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Сезонность понимается как «регулярные изменения спроса и предложения в зависимости от времени года». Причины спадов могут носить как объективный (факторы макросреды), так и субъективный (предпочтения потребителей) характер. Сезонным колебаниям подвержены все курортные гостиницы, в том числе и г. Южно-Сахалинск. Высокий сезон характеризуется значительной загрузкой номерного фонда, резко возросшими запросами на дополнительные и сопутствующие услуги отеля и, как результат, острой потребностью в ресурсах. Кроме того, среди последствий сезонных колебаний можно отметить недополучение прибыли, образование сезонных товарных запасов, неравномерность нагрузки на сотрудников, простой транспортных средств и т.д*

***Ключевые слова:** Сезонные колебания спроса, конкурентная среда гостиниц, ценовая конкуренция отелей, гостиницы Южно-Сахалинска.*

## THE FORMATION OF HOTEL SERVICES IN CONDITIONS OF LOW SEASONALITY (USING THE EXAMPLE OF THE YUNOST HOTEL IN YUZHNO-SAKHALINSK)

**Abstract.** Seasonality is understood as "regular changes in supply and demand depending on the time of the year." The causes of declines can be both objective (macro-environment factors) and subjective (consumer preferences). All resort hotels, including Yuzhno-Sakhalinsk, are subject to seasonal fluctuations. The high season is characterized by a significant workload of the room stock, sharply increased requests for additional and related hotel services and, as a result, an acute need for resources. In addition, among the consequences of seasonal fluctuations, one can note a shortfall in profits, the formation of seasonal inventories, uneven workload for employees, downtime of vehicles, etc.

**Keywords:** Seasonal fluctuations in demand, competitive environment of hotels, price competition of hotels, hotels in Yuzhno-Sakhalinsk.

Туристическая сфера чувствительна к влиянию различных факторов, которые имеют разные степени интенсивности. Один из наиболее значимых факторов – это сезонность, то есть повторяющиеся предсказуемые изменения и явления в деловой и экономической сферах, которые происходят каждый год.

Спрос на гостиничные услуги может колебаться почти ежедневно. Сезонность в гостиницах тесно связана с сезонностью в туризме. Эти колебания обычно предсказуемы и могут быть прогнозируемыми, так как они связаны с изменением сезонов года или определенных событий [2].

Влияние сезонности всегда проявляется в заполненности гостиничных номеров, которая является важным показателем эффективности работы гостиничного предприятия. Выделяют два основных вида сезонов в гостиничной индустрии: высокий сезон и низкий сезон.

Высокий сезон – это период наибольшей активности в туризме, самое популярное время года для путешествий и период с наивысшими тарифами на туристические услуги. Высокий сезон не всегда совпадает с временем года и может продолжаться менее трех месяцев в некоторых странах.

Низкий сезон – это наименее популярное время для путешествий, обычно с максимальными скидками. Другими словами, сезонность – это способность туристических потоков концентрироваться в определенных местах в определенные периоды времени. Спрос, вызывающий сезонность, характеризуется чередующимися спадами и пиками [6].

Особенность сезонности заключается в том, что она индивидуальна для каждой страны, города и гостиницы.

Гостиничная отрасль в Южно-Сахалинске является одной из самых развитых. Это объясняется активным развитием нефтегазовых проектов и усилением внешнеэкономической деятельности в Сахалинской области, что обеспечивает постоянный спрос на гостиничные услуги. В связи с этим в городе проводится активная работа по проектированию и строительству новых современных гостиниц и гостиничных комплексов [1].

В развитии гостиничного обслуживания важно повышение качества предоставляемых услуг и расширение дополнительного обслуживания для жителей и гостей Сахалинской области. В городе имеются все необходимые условия для размещения, включая рестораны, бары, сауны, фитнес-центры, интернет, спутниковое телевидение и другие удобства.

Особое внимание уделяется созданию комфортной гостиничной базы для въездного туризма. За последние 10 лет в Южно-Сахалинске была создана достаточно комфортная гостиничная инфраструктура, позволяющая одновременно принимать порядка 500 туристов. В городе есть разные гостиницы, соответствующие общепринятой "звездной" классификации.

Анализ данных по указанным показателям позволяет выявить тенденции развития гостиничной отрасли, оценить влияние внешних факторов (экономическая ситуация, туристический поток и т.д.).

**Основные показатели деятельности коллективных средств размещения (КСР)  
в Сахалинской области за 2023 год**

Показатель	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Отклонение (+/-)			Темп роста, %		
				2021 от 2020	2022 от 2021	2022 от 2020	2021 от 2020	2022 от 2021	2022 от 2020
Число коллективных средств размещения, единиц	114	108	110	-6	2	-4	94,74	101,85	96,49
Номерной фонд, единиц	27872	28402	28555	530	153	683	101,9	100,54	102,45
Число мест, единиц	55435	56215	58897	780	2682	3462	101,41	104,77	106,25
Численность размещенных лиц, человек	1948112	1548224	767913	-399888	-780311	-1180199	79,49	49,6	39,42

*Источник:* Составлено автором по [4]

Средства размещения в Сахалинской области увеличивали свою емкость и количество мест, однако это не привело к увеличению загрузки из-за снижения числа постояльцев. Возможно, это может негативно отразиться на финансовых результатах и рентабельности гостиничного бизнеса в регионе в 2022 году. Летний сезон по-прежнему остается наиболее популярным среди туристов, но наблюдается стабильное снижение потока летних поездок. Однако, зимний туристический поток в 2022 году резко вырос, возможно, благодаря продвижению зимних программ и горнолыжного отдыха. За последние несколько лет общее количество туристов значительно снизилось, особенно в летние и весенние месяцы.

Отель «Юность» расположен в Южно-Сахалинске, рядом с горой Красной. В непосредственной близости от отеля находятся ботанический сад, краеведческий музей и станция канатной дороги «Горный воздух». Железнодорожный вокзал расположен в 4 километрах от отеля, а аэропорт находится в 15-минутной автомобильной поездке.

Отель состоит из трех этажей и расположен недалеко от пересечения проспектов Мира и Победы – основных улиц города. В отеле предлагаются номера на 2 или 4 человека с стильным интерьером. В каждом номере есть отдельная ванная комната, кондиционер, телевизор, фен и маленький холодильник [1].

В исследовании использовались данные, предоставленные администрацией отеля «Юность». Таблица 2 показывает изменение загрузки номерного фонда по месяцам в 2022 году, что позволяет выявить пики и спады сезонной загрузки.

Таблица 2

**Загрузка отеля «Юность» по месяцам в 2022 году**

Месяц	Загрузка номерного фонда, %
Январь	32
Февраль	28
Март	35
Апрель	42
Май	62
Июнь	75
Июль	88
Август	92
Сентябрь	67

Месяц	Загрузка номерного фонда, %
Октябрь	51
Ноябрь	38
Декабрь	48

*Источник:* составлено автором на основе данных от администрации отеля

Ярко выраженная сезонность в заполнении отеля «Юность» явно прослеживается. Максимальная загрузка приходится на летние месяцы: июнь – 75 %, июль – 88 % и август – 92 %. Это связано с активным притоком отдыхающих и спортсменов, которые приезжают в теплый период для посещения горнолыжного курорта «Горный воздух».

Зимние месяцы, такие как январь – 32 %, февраль – 28 % и март – 35 %, характеризуются низкой загрузкой. Вероятно, это связано с тем, что регион в основном привлекает туристов летом. В холодные месяцы поток гостей значительно сокращается.

В промежуточные периоды, такие как апрель – 42 %, май – 62 %, сентябрь – 67 %, октябрь – 51 %, ноябрь – 38 % и декабрь – 48 %, наблюдается умеренная загрузка. Это периоды между пиковым и низким сезоном.

Разница между максимальной и минимальной загрузкой составляет 64 процентных пункта. Максимальная загрузка – 92 % в августе, а минимальная – 28 % в феврале. Такая высокая сезонная волатильность создает серьезные трудности для стабильной работы отеля.

Проведя анализ загрузки отеля за последние 3 года, мы можем выявить, что пик прибытий и заполняемость отеля приходится на январь, февраль, март, июль, август и сентябрь. Самым низким посещаемым периодом является апрель, май, октябрь и ноябрь. В целом, сезонные колебания спроса меньше затрагивают отели более низкого класса с более доступными ценами.

Во всех отелях наблюдается спад в выходные дни. По сравнению с туристическими поездками, деловая активность в городе в несезонный период строится на активизации проведения культурных и досуговых мероприятий. Для заполнения отелей в выходные дни необходимо сотрудничество между отелями и турфирмами города для организации маршрутов «выходного дня».

Таким образом, на гостиничном рынке Южно-Сахалинска есть несколько факторов, которые сдерживают повышение конкурентоспособности: узкий перечень дополнительных услуг в отелях, низкий уровень квалификации персонала в отрасли, высокая стоимость гостиничных номеров, слабое взаимодействие между отелями и туристическими фирмами города, отсутствие профессиональных гостиничных операторов и слабая рекламно-информационная поддержка гостиниц.

Весной и осенью отель обычно сталкивается с уменьшением количества гостей. Для привлечения новых клиентов и поддержания лояльности существующих был создан специальный пакет услуг – «семейный пакет».

В сезон спада спроса на проживание, семейный пакет является важным инструментом для привлечения клиентов. Многим людям семейные поездки и отдых всегда остаются на первом месте, и предложение такого пакета помогает гостинице сохранять постоянную клиентуру и привлекать новых гостей [5]. Семейный пакет дает дополнительную ценность клиентам и предоставляет гостинице конкурентное преимущество в период спада сезона. Описание содержимого семейного пакета:

1. Комфортабельное проживание: – предоставление просторных и уютных номеров, оснащенных всем необходимым для комфортного пребывания гостей. – бесплатное размещение детей до 7 лет. – возможность бронирования смежных номеров для семей с детьми или большими компаниями.

2. Развлекательные возможности: – наличие большого ассортимента настольных игр

3. Питание: – разнообразное меню, включая детские и диетические варианты. – бесплатное питание для детей до 7 лет или по льготным условиям.

Для наглядного примера в таблице 3 представлен Семейный пакет

## Семейный пакет на 2 дня

День 1-й	Заезд в отель после 14:00 час; Проживание в номере категории семейный Постельное бельё высшего качества Номер только с желанным видом из окон Пользование библиотекой в гостинице. Пользование компьютерами с доступом в интернет Пользование настольными играми Ужин в кафе-бар «Заря»
День 2-й	Завтраки включены в стоимость номера по формату Шведский стола с 7:30 до 10:30. Пользование библиотекой в гостинице. Пользование компьютерами с доступом в интернет Пользование настольными играми Ужин в кафе-бар Заря
День 3-й	Выезд из отеля в 12:00 дня Предоставление завтраков При необходимости по доступности номеров дополнительная услуга позднего выезда представится бесплатно

В заключение, созданный семейный пакет для гостиницы помогает привлекать и удерживать семейных гостей даже в период спада сезона. Этот пакет предлагает широкий набор преимуществ и дополнительных услуг, которые могут улучшить пребывание семей и создать незабываемые впечатления от отдыха. С учетом современных тенденций и запросов семей, гостиницы должны активно разрабатывать семейные пакеты, чтобы быть конкурентоспособными и удовлетворять потребности своих клиентов.

Исходя из вышесказанного можно сформировать рекомендации по снижению фактора сезонности для отеля «Юность»:

1. Диверсификация услуг и целевых сегментов (MICE, оздоровительный туризм, семейный отдых и др.).
2. Внедрение гибкого ценообразования и системы скидок.
3. Развитие дополнительных услуг и инфраструктуры для привлечения гостей в низкий сезон.
4. Проведение акций лояльности и совместных программ с партнерами.
5. Расширение онлайн-продвижения и участие в программах лояльности OTA.
6. Обучение персонала работе с сезонными колебаниями спроса.

Реализация данных рекомендаций позволит отелю «Юность» сгладить негативное влияние сезонных факторов, повысить операционную эффективность и обеспечить устойчивый рост бизнеса в долгосрочной перспективе.

1. Официальный сайт отеля «Юность» / URL: <https://yunost-sakhalin.ru/> (дата обращения: 20.02.2024).

2. Понятие сезонности. – Текст: электронный // [сайт] – URL: <https://translated.turbopages.org/> (дата обращения: 08.02.2024)

3. Рынок гостиниц Южно-Сахалинска. – Текст: электронный // [сайт] – URL: <https://studentopedia.ru/> (дата обращения: 10.02.2024)

4. Сведения о деятельности коллективного средства размещения. – Текст: электронный // Сахалинстат [сайт] – URL: <https://65.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Презентация КСР – САХАЛИНСТАТ.pdf> (дата обращения: 31.03.2024).

5. Управление факторами сезонности в гостиничном бизнесе. – Текст: электронный // FindPatent [сайт] – URL: [findpatent.ru/magazine/021/214885.html](http://findpatent.ru/magazine/021/214885.html) (дата обращения: 10.02.2024)

6. Характеристика методов исследования влияния сезонности на объем реализации услуг. – Текст: электронный // [сайт] – URL: <https://studbooks.net/> (дата обращения: 10.02.2024).



## ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГАСТРО-КОМПАС: ИЗУЧЕНИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО МНОГООБРАЗИЯ

**М.В. Салеева, Е.К. Морозова**, бакалавры

**Е.В. Шеметова**, ст. преподаватель, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Гастрономия – это туристский ресурс города. «Гастрономический портрет» города включает множество сфер, начиная от предпочтений горожан, перечня основных потребляемых продуктов, и заканчивая производителями товаров и услуг гастрономического характера. Статья направлена на анализ поставщиков гастрономических услуг, а также предпочтения потребителей г. Владивостока.

**Ключевые слова:** гастрономическое многообразие, гастрономический портрет, предприятия питания, г. Владивосток.

## VLADIVOSTOK GASTRO-COMPASS: THE STUDY OF GASTRONOMIC DIVERSITY

**Abstract.** The "gastronomic portrait" of the city includes many areas, ranging from the preferences of citizens, the list of main products consumed, and ending with manufacturers of goods and services of a gastronomic nature. The article is aimed at analyzing the suppliers of gastronomic services, as well as the preferences of consumers in Vladivostok.

**Keywords:** gastronomic diversity, gastronomic portrait, catering enterprises, the city of Vladivostok.

Гастрономический туризм становится все более популярным в мире. Туристы все больше интересуются местной кухней и культурной идентичностью региона. Город Владивосток является одним из крупнейших туристических центров Дальнего Востока России. Развитие гастрономического туризма может привлечь больше посетителей и укрепить позиции города как столицы кулинарных впечатлений.

Также г. Владивосток расположен на берегу Тихого океана и богат разнообразием морепродуктов. Местная гастрономия предлагает уникальные блюда, которые объединяют в себе влияния различных культур, включая японскую и китайскую. Исследование и продвижение этой уникальной кухни может привлечь внимание как туристов, так и любителей кулинарных экспериментов. Гастрономическая специфика воспроизводится в повседневных действиях – при покупке и приготовлении еды, в отраслях производства и торговли продуктами питания, кулинарными школами и гастрономическими сайтами.

Цель исследования – проанализировать гастрономическое пространство города Владивостока, которое представляет собой не просто географическую точку на карте, но прежде всего социальное и культурное пространство.

Задачи исследования:

- проанализировать поставщиков гастрономических услуг г. Владивостока;
- провести социологическое исследование потребителей гастрономических услуг города.

В рамках исследования были разработаны реестры поставщиков гастрономических услуг с использованием различных информационных ресурсов (VL.ru, TripAdvisor, Google карты, 2ГИС и Visit.Primorye). Всего было составлено 3 реестра: первый реестр отражает основные характеристики предприятий общественного питания г. Владивостока, включающий 271 действующих предприятий; второй реестр – 37 производственных предприятий г. Владивостока и третий реестр включает гастрономические мероприятия города, в количестве 89 единиц, состоящий из различных форумов, фестивалей и мастер-классов.

При соотношении типов предприятий питания, можно сделать вывод, что на данный момент большее количество предприятий питания являются кафе, они составляют 21 %, на втором месте расположились рестораны, которые занимают 15 %, а третье место занимают бары и составляют 13 % от общего количества предприятий питания.

Также были определены средний чек по каждому типу предприятия питания и средняя оценка потребителей (табл. 1).

Таблица 1

### Характеристика предприятий питания г. Владивостока

Тип предприятия питания	Средний чек, руб.	Средняя оценка, баллы
Рестораны	2000	4,8
Кафе	1500	3,7
Кофейни	800	3,8

По кулинарной специализации лидируют кухни: европейская, она занимает 19 % от общего количества предприятий питания, на втором месте находится китайская, она занимает 14 %, на третьем японская кухня, занимает 12 %, 4 место занимает итальянская кухня, на территории Владивостока представлено 11 % предприятий питания с данной специализацией, далее расположилась грузинская кухня, 11 %, паназиатская и русская кухня занимают 9 %, корейская кухня занимает 7 %, узбекская кухня 5 %, дальневосточная кухня занимает всего 4 % от общего количества предприятий питания города Владивостока. В таблице 2 представлены предприятия питания с дальневосточной кухней.

Таблица 2

### Предприятия питания г. Владивостока с дальневосточной кухней

Название предприятия	Количество блюд в меню, ед.	Доля блюд ДВ кухни, в %
Огонек	89	47
ZUMA	84	31
Rakushka	64	32
MORE SEAFOOD	82	51
NOVIK COUNTRY CLUB	75	37
SYNDICATE PORT CAFE	76	28
GUSTO	69	20
GANGNAM	73	25

Далее был составлен макет гастрономической карты Дальнего Востока, в которой обозначали город, дальневосточное сырье, блюда, которые из него готовят, гастрономические мероприятия, которые проводятся на территории этих городов и даты их проведения (табл. 3).

Таблица 3

### Макет гастрономической карты Дальнего Востока

Города	Сырье	Блюда	Мероприятия	Даты проведения мероприятий
Владивосток	Навага Трепанг Камбала	Пянсе Кексы ва-ва	«Фестиваль мидий» «Корюшка и Ко» «Сделано в Приморье»	1-15 мая 1-15 февраля июнь – июль
Анадырь	Оленина Травостои (крестовник болотный, арктофила рыжеватая и т.д.) Брусника Голубика и т.д	Копальхен Мактак	_____	_____

Города	Сырье	Блюда	Мероприятия	Даты проведения мероприятий
Благовещенск	Красная икра Горбуша Нерка Папоротник Кедровое масло Архаринский мед Соя	Ростки сои по- дальне- восточному Чисанчи Папоротник с мясом	“Берега вкуса” “НаБобах”	25-26 августа 13 ноября – 3 декабря
Биробиджан	Калина Жимолость Боярышник Лещ Окунь	Форшмак Фаршированная щука Цимес Струдель	“Кухня без границ” “ Шницель по- биробиджански	4-25 ноября 25-29 сентября
Комсомольск- на-Амуре	Юкола Сигдэтэ Калуга Осетр	Ситеми Пурен Такса Дербитун	«Амур Фиш Фест» «Флюгер фуд»	14 октября Январь 14 октября

Также в рамках исследования в декабре 2023 – январе 2024 гг. был проведен опрос среди потребителей гастрономических услуг (150 человек), на основании которого составили портрет потребителя гастрономических услуг г. Владивостока (табл. 4).

Таблица 4

#### Портрет потребителя гастрономических услуг г. Владивостока

Критерий	Потребитель
Пол	Женский
Возраст, лет	18-25
Доход в месяц, руб.	более 30 тыс.
Ежедневный рацион	мясные блюда и колбасные изделия, молочные и кисломолочные продукты, овощи (картофель)
Еженедельный рацион	рыба и другие морепродукты, фрукты, яйца, также газировку и снеки (чипсы и сухарики)
Самый популярный тип предприятия питания	Предприятие быстрого питания
Самая редкая услуга в сфере питания	Доставка
Кулинарные предпочтения / кухня	Европейская, русская, китайская
Предпочтительные гастрономические мероприятия	Мастер-классы

Из вышеперечисленного можно сделать вывод, что дальневосточная кухня на территории Владивостока развивается, но в медленном темпе, так как запрос у потребителей идет больше на европейскую кухню, сам гастрономический туризм на территории нашего города развивается значительно быстро, множество форумов, мастер-классов и фестивалей, связанных с гастрономией проводятся на площадках города Владивостока, развиваются сети предприятий питания, каждый год открываются новые рестораны, кафе и бары

На сегодняшний день, хотелось бы, чтобы в Приморском крае усерднее занимались развитием гастрономического туризма, так как не только Владивосток, но и множество других городов, богаты разнообразием морепродуктов, уникальными блюда и сырьем, из которого их производят.

1 Справочник предприятий питания г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe>(дата обращения: 20.03.2024).

2. Tripadvisor – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g298496/> (дата обращения: 22.03.2024).

3. Vladivostok\_Primorsky\_Krai\_Far\_Eastern\_District.html (дата обращения 22.03.2024)

4. 2gis – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://2gis.ru/vladivostok/search/Рестораны/rubricId/164> (дата обращения 26.03.2024)

5. Справочник событий г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/afisha/vladivostok/events/> (дата обращения: 26.03.2024).

УДК 379.85

## ИММЕРСИВНЫЕ ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РАЗНООБРАЗНЫМ АУДИТОРИЯМ

**А.В. Строкова, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Иммерсивные экскурсионные программы представляют собой инновационный подход к организации туристических мероприятий, который активно внедряется в современной туристической индустрии. В отличие от традиционных экскурсий, иммерсивные программы предлагают уникальный опыт взаимодействия с местным культурным и историческим наследием, погружая туристов в атмосферу прошлого и настоящего.*

**Ключевые слова:** *туризм, иммерсивные экскурсионные программы, индивидуальный подход, разнообразные аудитории.*

## IMMERSIVE EXCURSION PROGRAMS INDIVIDUAL APPROACH TO DIVERSE AUDIENCES

**Abstract.** *Immersive excursion programs represent an innovative approach to organizing tourism events, which is being actively implemented in the modern tourism industry. Unlike traditional excursions, immersive programs offer a unique experience of interacting with local cultural and historical heritage, immersing tourists in the atmosphere of the past and present.*

**Keywords:** *tourism, immersive excursion programs, individual approach, diverse audiences.*

### **Введение**

В современном мире туризм играет важную роль в культурном обмене, обогащении знаний и развитии международного понимания. С появлением новых технологий и методов организации туристических мероприятий появилась возможность создания более захватывающих и погружающих в опыт экскурсий для различных аудиторий. Иммерсивные экскурсионные программы представляют собой один из наиболее эффективных инструментов в этом отношении. Эти программы предлагают не только возможность увидеть достопримечательности, но и погрузиться в атмосферу истории, культуры и традиций места, которое посещают туристы.

Цель исследования – изучить возможности и эффективность использования иммерсивных экскурсионных программ с индивидуальным подходом для различных аудиторий.

В ходе работы были выделены следующие задачи:

– проанализировать концепцию иммерсивных экскурсионных программ и их роль в туристической индустрии;

– изучить методы и технологии, применяемые при создании иммерсивных экскурсий. Определить разнообразные аудитории, для которых могут быть предназначены иммерсивные экскурсии;

– провести анализ эффективности и удовлетворенности туристов от использования иммерсивных экскурсионных программ с учетом индивидуального подхода.

**Основная часть.** В условиях стремительного технологического развития туризм, как ключевая отрасль, подвергается воздействию инноваций, изменяя традиционные формы взаимодействия с путешественниками. Одним из современных трендов, занимающих центральное место в туристическом опыте, являются иммерсивные экскурсии.

Иммерсивность – действие с «погружением», позволяющее ощутить эффект присутствия; погружение в искусственно созданные условия. Погружение осуществляется благодаря созданию у человека, находящегося в искусственно созданном мире, комплекса разнообразных ощущений [1]

Были изучены работы С.Ф. Сергеева, одним из первых, поднявших вопросы теории исследования иммерсивных сред, определившего понятие иммерсивности, свойства данной среды, которая является «системным самоорганизующимся конструктом, обладающим свойствами глубокого погружения, присутствия в нем субъекта, интерактивности, внесубъектной пространственной локализации, избыточности, наблюдаемости, доступности когнитивному опыту, насыщенности, пластичности, целостности, мотивогенности».

Вопросы использования иммерсивного подхода в образовании рассмотрены в работах Ю.В. Корнилова, который связал понятие иммерсивности с образовательными технологиями погружения, обозначил связи иммерсивного подхода с деятельностным, контекстным, информационным подходами в образовании, показал возможности использования педагогами данного подхода при обучении детей нового поколения, указал необходимость трансформации роли педагога и возможной смены парадигмы образования в сторону виртуальной реальности. Развитие понятия иммерсивности в педагогике представлено и в работе В.А. Чупиной, которая определяет актуальность формирования иммерсивных образовательных сред в современном профессиональном образовании, выделила предпосылки их развития на основе теории «погружения» Г.К. Лозанова (техника суггестивного воздействия), эвристического погружения А.В. Хуторского, межпредметного погружения А.Н. Тубельского. Вопросы иммерсивной журналистики рассматривают А. В. Замков, М.А. Крашенинникова, М.М. Лукина, Н.А. Цынарева, выделившие теоретические аспекты журналистики погружения, их перспективы при подготовке будущих журналистов, развития профессионального высшего образования. Феномен иммерсивного театра рассмотрен Т.И. Ерохиной, Е.С. Кукушкиной [2], обращено внимание на специфику пространства, в котором происходит действие, необходимость участия зрителей в постановке, наличие параллельных планов.

Иммерсивные экскурсии – это вид туристической деятельности, направленный на полный погружение посетителя в определенную историческую эпоху, культуру или место.

Современный туристический рынок насыщен разнообразными предложениями, призванными удовлетворить запросы все более требовательной аудитории. В последние годы значительное внимание уделяется иммерсивным экскурсионным программам, предлагающим уникальный и захватывающий опыт для туристов. В данной статье мы проведем анализ концепции иммерсивных экскурсионных программ, изучим методы и технологии их создания, определим разнообразные аудитории, а также проанализируем эффективность и удовлетворенность туристов от использования таких программ с учетом индивидуального подхода.

Иммерсивные экскурсионные программы представляют собой инновационный подход к организации туристических мероприятий, целью которого является погружение туристов в атмосферу местных достопримечательностей и культуры. Эти программы предлагают не просто рассказать о месте, а создать полноценный визуальный и эмоциональный опыт, вовлекающий все чувства туристов.

Для создания иммерсивных экскурсионных программ используются различные методы и технологии представлены ниже (табл. 1).

Таблица 1

### Методы и технологии создания иммерсивных экскурсий

Методы и технологии	Описание
Виртуальная реальность	Создание виртуальных миров и сценариев для погружения туристов в атмосферу местных достопримечательностей.
Дополненная реальность	Использование мобильных приложений с элементами AR для взаимодействия с окружающим миром и объектами.
Методы и технологии	Описание
Интерактивные аудиогиды	Предоставление звуковых комментариев и информации о достопримечательностях во время экскурсии.
Театрализованные представления	Организация тематических шоу и спектаклей, в которых туристы становятся участниками исторических событий.
Мобильные приложения	Разработка специализированных приложений с интерактивными картами, аудиогuidaми и визуализациями.

Примечание: составлено автором [3].

Разнообразие методов и технологий, используемых для создания иммерсивных экскурсий. Виртуальная реальность, дополненная реальность, интерактивные аудиогиды, театрализованные

представления и мобильные приложения – каждый из этих методов имеет свои уникальные особенности и преимущества.

Зарубежный опыт развития туристской и экскурсионной деятельности показывает актуальность и эффективность внедрения инновационных практик, в частности это касается иммерсивного туризма и экскурсий.

Иммерсивные экскурсии становятся все более популярными в мире, предлагая туристам возможность погрузиться в уникальные и захватывающие местные культуры, истории и традиции (табл. 2).

Таблица 2

### Лучшие практики и тренды в организации иммерсивных экскурсий

Практики и тренды в организации иммерсивных экскурсий	
Страна (город)	Организации иммерсивных экскурсий
Париж, Франция	Музей Лувр в Виртуальной Реальности: Использование VR-технологии для создания виртуального тура по самым известным произведениям искусства, позволяя туристам исследовать коллекцию, не покидая дома.
Токио, Япония	Дополненная Реальность в Исторических Кварталах: Реализация AR-экскурсий, где туристы могут увидеть виртуальные воссоздания исторических сцен в контексте современного города.
Технологические инновации в организации иммерсивных экскурсий	
Страна (город)	Организации иммерсивных экскурсий
Сингапур	Использование искусственного интеллекта: интеграция технологии и для создания персонализированных маршрутов и предложений, учитывающих интересы туристов.
Нью-Йорк, США	Интерактивные мобильные приложения: разработка мобильных приложений с элементами AR для взаимодействия с историческими объектами и архитектурой города.
Уникальные культурные иммерсии	
Страна (город)	Организации иммерсивных экскурсий
Барселона, Испания	Фестивали в VR: Организация виртуальных фестивалей и событий, предоставляя туристам возможность погрузиться в местные традиции и культуру.
Рим, Италия	3D-Экскурсии по Археологическим Раскопкам: Применение технологии 3D-моделирования для виртуального исследования археологических находок и исторических памятников.
Сотрудничество с локальными сообществами	
Страна (город)	Организации иммерсивных экскурсий
Кейптаун, Южная Африка	Организации иммерсивных экскурсий экскурсии, разработанные совместно с местным населением, чтобы поддерживать их предпринимательские и культурные инициативы.
Экологически устойчивые экскурсии	
Страна (город)	Организации иммерсивных экскурсий
Норвегия	Экологически Чистый Транспорт: Внедрение экологически устойчивых транспортных средств для иммерсивных экскурсий, с акцентом на минимизацию негативного воздействия на природу.

*Примечание:* составлено автором [4].

Удовлетворение потребностей аудитории: Предложенные методы и технологии позволяют создавать разнообразные и увлекательные иммерсивные опыты, соответствующие интересам и потребностям различных аудиторий.

Инновационные подходы: Мобильные приложения и виртуальная реальность представляют собой инновационные технологии, которые активно используются для создания уникальных иммерсивных экскурсионных программ.

Перспективы развития: Введение новых методов и технологий, таких как дополненная реальность и театрализованные представления, открывает перспективы для дальнейшего развития иммерсивного туризма и обогащения опыта путешественников. Важные инструменты для разработки и реализации иммерсивных экскурсионных программ, способствующих углублению познавательного опыта туристов и созданию запоминающихся впечатлений.

Иммерсивные экскурсии могут быть предназначены для самых разнообразных аудиторий: от любителей истории и культуры до активных путешественников и семей с детьми. Каждая аудитория имеет свои интересы и потребности, и создание индивидуальных программ под их запросы является ключом к успешной организации туристического мероприятия (табл. 3).

Таблица 3

### Разнообразные аудитории для иммерсивных экскурсий

Аудитория	Описание
Любители истории	Туристы, интересующиеся историей и культурой местности, желающие погрузиться в ее атмосферу.
Активные путешественники	Люди, предпочитающие активный отдых и приключения, готовые к интересным и необычным маршрутам.
Семьи с детьми	Родители с детьми, ищущие развлечения и образовательные программы, безопасные и интересные для всей семьи.
Студенты и молодежь	Молодые люди, стремящиеся к новым впечатлениям и общению, заинтересованные в культурных и тематических мероприятиях.

*Примечание:* составлено автором [5].

В таблице представлены разнообразные аудитории, которые могут быть заинтересованы в иммерсивных экскурсионных программах. Разнообразие потребностей: Различные категории аудитории имеют разнообразные интересы и предпочтения. Любители истории стремятся к глубокому погружению в культурное наследие местности, в то время как активные путешественники ищут необычные и захватывающие приключения.

Подход для каждого: Иммерсивные экскурсии могут быть адаптированы под различные возрастные группы и составы семей. Программы для семей с детьми должны быть интересными и безопасными, а для студентов и молодежи – захватывающими и образовательными.

Развитие культурного туризма: Иммерсивные экскурсии предоставляют возможность расширить спектр туристических предложений и привлечь новые аудитории. Они способствуют развитию культурного туризма, позволяя туристам более глубоко погрузиться в историю и атмосферу посещаемых мест.

В целом, адаптация иммерсивных экскурсий под разнообразные аудитории позволяет удовлетворить потребности и ожидания различных групп туристов, способствуя разнообразию туристического опыта и привлечению новых посетителей.

Оценка эффективности иммерсивных экскурсионных программ включает в себя анализ уровня удовлетворенности туристов, их отзывов и рекомендаций, а также сравнение с другими формами туристического отдыха.

Использование индивидуального подхода позволяет учесть особенности каждой аудитории и повысить общую удовлетворенность от поездки (табл. 4).

Таблица 4

### Анализ эффективности и удовлетворенности туристов

Название иммерсивной экскурсии	Аудитория	Удовлетворенность туриста
1. Городские легенды	Любители истории, активные путешественники, семьи с детьми, студенты и молодежь	38 понравилось, 18 человек неудовлетворены
2. Тени Миллионки	Студенты и молодежь, активные путешественники, семьи с детьми, любители истории	67 понравилось, 38 человек неудовлетворены
3. Охотники за звуками	Семьи с детьми, студенты и молодежь	24 понравилось, 7 человек неудовлетворены

Название иммерсивной экскурсии	Аудитория	Удовлетворенность туриста
4. Диалог с морем	Любители истории, активные путешественники, семьи с детьми, студенты и молодежь	58 понравилось, 25 человек неудовлетворены
5. Танцуй, Владивосток	Семьи с детьми, студенты и молодежь	17 понравилось, 2 человек неудовлетворены
6. Диалог с морем	Семьи с детьми, студенты и молодежь	6 понравилось, 16 человек неудовлетворены
7. Музыка моря	Активные путешественники, семьи с детьми, студенты и молодежь	89 понравилось, 31 человек неудовлетворены

*Примечание:* составлено автором [6].

Иммерсивные экскурсионные программы представляют собой не только инновационный подход к туризму, но и эффективный инструмент для удовлетворения потребностей разнообразных аудиторий. Анализ концепции, методов создания и эффективности таких программ позволяет выделить ряд ключевых выводов. Во-первых, иммерсивные экскурсии охватывают широкий круг туристов, начиная от любителей истории и культуры, заканчивая активными путешественниками и семьями с детьми. Каждая из этих аудиторий имеет свои уникальные интересы и потребности, которые могут быть учтены при разработке индивидуальных программ. Любители истории и культуры нацелены на получение глубокого знания о местных достопримечательностях и традициях, поэтому для них важно создать программы, охватывающие широкий культурный контекст и предлагающие глубокое погружение в прошлое. Активные путешественники ищут приключения и новые впечатления, поэтому для них интересны нестандартные маршруты, включающие элементы активного отдыха и экстремальные виды деятельности. Семьи с детьми ценят безопасность и образовательный аспект программы, поэтому для них важно создать интерактивные и познавательные мероприятия, которые будут интересны и взрослым, и детям. Студенты и молодежь заинтересованы в новых впечатлениях, современных технологиях и возможности общения, поэтому для них подходят программы с использованием современных технологий, интерактивных форматов и активного взаимодействия.

Таким образом, адаптация иммерсивных экскурсионных программ под разнообразные аудитории является ключевым фактором их успешной реализации и популяризации. Создание индивидуальных подходов к каждой категории туристов позволяет удовлетворить их потребности, обеспечить незабываемый опыт и повысить общую удовлетворенность от туристических поездок.

Удовлетворенность туристов. Оценка уровня удовлетворенности туристов является ключевым критерием при оценке качества иммерсивных экскурсий. Положительные эмоции и впечатления от программы будут способствовать ее успешности и популярности. Отзывы туристов: Анализ отзывов туристов помогает выявить сильные и слабые стороны программы. Положительные отзывы подтверждают успешное проведение экскурсии, а отрицательные отзывы могут указать на необходимость внесения изменений и улучшений. Рекомендации: Оценка степени рекомендации иммерсивной экскурсии другим туристам является важным показателем ее эффективности. Положительные рекомендации будут способствовать привлечению новых клиентов и повышению популярности программы [7].

В целом, оценка представленных критериев поможет определить эффективность и успешность проведения иммерсивных экскурсий, а также выявить области для улучшения и развития программы.

### **Заключение**

Иммерсивные экскурсионные программы представляют собой перспективное направление в развитии туристической индустрии. Их успешная реализация требует не только применения современных технологий, но и учета индивидуальных потребностей и интересов различных аудиторий. Анализ концепции, методов создания, определение аудиторий и оценка эффективности помогут разработать более качественные и востребованные туристические программы.

Мировой опыт и успешные проекты в стране подтверждают потенциал этого формата для привлечения внимания туристов и сохранения исторического наследия. Технологические инновации, в сочетании с креативным подходом, делают этот вид туризма важным направлением для развития индустрии и обогащения туристического опыта. Иммерсивные экскурсии, как динамичная и перспективная область, будут продолжать привлекать внимание и формировать новые горизонты туристической индустрии в будущем.



1. Гуров С.А., Алексеенко М.А. Инновации в экскурсионном бизнесе // Бизнес и дизайн ревю. 2019. № 2 (14). С. 1.
2. Сергеев С.Ф. Обучающие и профессиональные иммерсивные среды. – Москва: Народное образование, -2019. – 432 с.
3. Корнилов Ю.В. Иммерсивный подход в образовании // АНИ: педагогика и психология. – 2019. – №1 (26). – С. 174-178.
4. Чупина В.А., Федоренко О.А. Рефлексивные основы иммерсивной образовательной // Современная высшая школа: инновационный аспект. -2020. – Т. 10. – № 1. – С. 89-97.
5. Лозанов Г.К. Суггестология. – София, Editura Sciifica. – 2019. – 346 с.
6. Хуторской А.В. Эвристическое обучение: теория, методология, практика. – Москва: Международная педагогическая академия. – 2021. – 266 с.
7. Иммерсивная журналистика: подходы к теории и проблемам образования / А.В. Замков [и др.] // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – 2018. – Том 13. – № 1. – С. 166 – 172

УДК 338.48

## СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

**А.А. Ступина**, бакалавр  
**А.Ю. Кононов**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В работе исследованы социальные медиа как инструмент продвижения. Систематизированы функции и виды социальных медиа, а также их влияние на развитие предприятий сферы туризма в Приморском крае. Представлены рекомендации по адаптации маркетинговой политики предприятий к условиям современной информационной среды.

**Ключевые слова:** социальные медиа, социальные сети, туризм, продвижение, Приморский край.

## SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR PROMOTION IN THE FIELD OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI

**Abstract.** The research examines social media as a promotion tool. The functions and types of social media, as well as their impact on the development of tourism enterprises in the Primorsky Territory, are systematized. Recommendations on the adaptation of the marketing policy of enterprises to the conditions of the modern information environment are presented.

**Keywords:** social media, social networks, tourism, promotion, Primorsky Krai.

Социальные медиа стали играть важную роль в индустрии путешествий, поскольку люди активно обмениваются своими впечатлениями от поездок в сети. Поэтому туристическим организациям крайне важно отслеживать опыт гостей, используя аналитику тех или иных социальных медиа. Кроме того, социальные медиа позволяют компаниям связываться с пользователями, управлять репутацией, увеличивать продажи и развивать бизнес – отношения [1].

Актуальность темы исследования определяется тем фактом, что социальные медиа на сегодняшний день занимают особое место в общем инструментарии продвижения большинства организаций. Целью исследования является анализ тенденций использования социальных медиа предприятиями сферы туризма (на примере Приморского края).

Социальные медиа – это все публичные онлайн – площадки, где пользователи могут высказать своё мнение, поделиться между собой контентом, получить нужную информацию.

Социальные медиа и социальные сети тесно связаны друг с другом, при этом социальные медиа представляют собой широкий спектр платформ, включая социальные сети, блоги, форумы, видеохостинги и многое другое, где пользователи могут создавать, обмениваться и потреблять содержимое, в то время как социальные сети являются конкретными платформами, обеспечивающими возможность

социального взаимодействия [2]. Далее рассмотрим функции социальных медиа, так как они влияют на концентрацию внимания потребителя на том или ином туристском продукте:

- привлечение внимания: социальные медиа помогают туристическим компаниям привлечь внимание потенциальных туристов через размещение красивых фотографий и интересного контента о путешествиях;

- взаимодействие с клиентами: компании могут использовать социальные медиа для общения с клиентами, отвечая на их вопросы, предлагая рекомендации и разрешая проблемы в реальном времени.

Реклама и продвижение:

- туристические компании могут использовать социальные медиа для размещения рекламы и продвижения своих услуг, привлекая клиентов;

- обмен опытом и отзывы: путешественники могут делиться своим опытом и отзывами о поездках, что помогает другим людям принять решение о выборе места для поездки или похода куда-либо;

- увеличение узнаваемости туристского продукта или услуги: активное присутствие в социальных медиа позволяет туристическим компаниям увеличить узнаваемость своего продукта и создать положительное впечатление о своих услугах и др.

Стоит отметить, что сфера туризма содержит широкий спектр социальных медиа, что помогает данной отрасли активно взаимодействовать с потребителем, демонстрировать ему туристский продукт или услугу и прогрессивно продвигать свою компанию. Социальные медиа позволяют турфирмам привлечь более широкую аудиторию, включая потенциальных клиентов из других регионов и стран. Целевые рекламные кампании можно использовать для охвата аудитории, интересующейся путешествиями, отдыхом и прибрежными направлениями. Более того, социальные медиа позволяют турфирмам создавать сообщества и взаимодействовать с существующими и потенциальными клиентами.

Приморский край является одним из крупнейших центров Дальнего Востока, привлекающего туристов, поэтому внедрение на предприятиях региона социальных медиа становится важной задачей для сохранения и повышения узнаваемости туристского продукта и услуг. На основе ТОП-10 предприятий питания и туристических фирм Приморского края, которые были определены согласно сайту VL.RU, была проведена аналитика среди туристических предприятий Приморского края (рис. 1), [3,4].

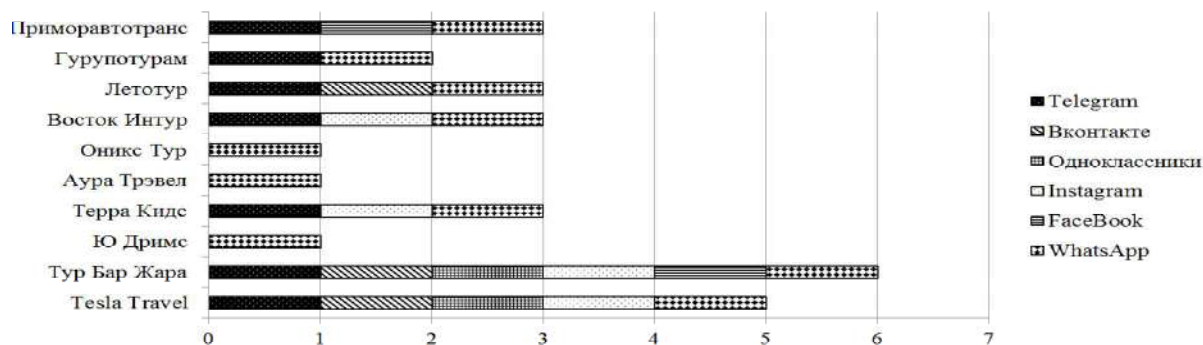


Рис. 1. Присутствие турфирм Приморского края в социальных сетях

Не все турфирмы активно используют социальные сети, например: «Оникс Тур», «Аура Трэвел», «Ю Дримс», «Гурупотурам». Некоторые турфирмы используют, в основном, лишь мессенджер WhatsApp – «Оникс Тур», «Аура Трэвел», «Ю Дримс», что снижает их уровень узнаваемости среди туристов.

Следует отметить, что данные турфирмы не уделяют особого внимания для рекламирования своих услуг среди туристов через социальные медиа, что сдерживает уровень привлечения потребителя и снижает узнаваемость данных компаний. Лидером по охвату аудитории стала фирма «Tesla Travel» (рис. 2). Важно отметить, что предприятие преподносит интересный контент, привлекающий своими яркими образами, разнообразием и информативностью.

Таким образом, можно сделать вывод, что восприятие «красивой картинки» очень ценно для работы турфирм с аудиторией, потому что это помогает им обеспечить передачу атмосферы туристам и заинтересовать их предлагаемым турпродуктом.

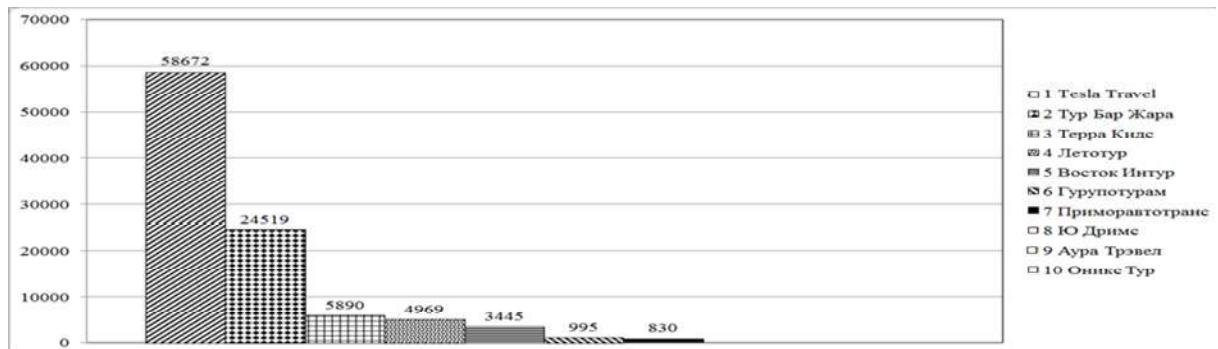


Рис. 2. Вовлеченность аудитории турфирм Приморского края в социальных сетях

Социальные медиа всё больше внедряются в сферу ресторанного бизнеса и позволяют предприятиям питания охватить более широкую аудиторию, в том числе потенциальных клиентов из других районов и стран. Социальные медиа предоставляют платформы для демонстрации фирменных блюд, сезонных меню и специальных предложений. Захватывающий визуальный контент и описания блюд могут вызвать желание посетить то или иное заведение и привлечь новых клиентов. Среди предприятий питания наиболее присутствующими в социальных сетях стал ресторан «Супра» и служба приготовления и доставки пиццы и роллов «Ши – Фу», а также ресторан японской кухни «УМАМИ» (рис.3).

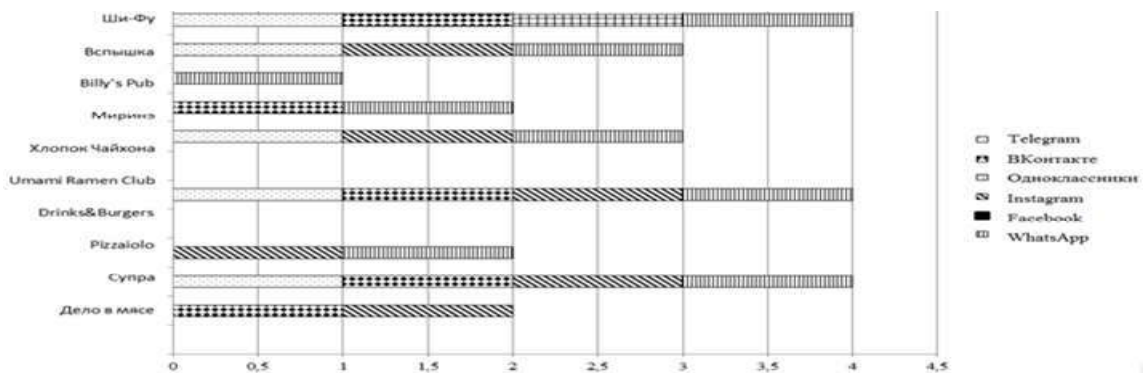


Рис. 3. Присутствие предприятий питания Приморского края в социальных сетях

Перечисленные предприятия питания активно ведут социальные сети и постоянно пополняют их контентом, который радует туристов своей наполненностью, передачей вкусовых ощущений, погружением в тематику и концепцию этих ресторанов, что делает эти заведения актуальными, интересными и обязательными к посещению для гостей города.

Наиболее масштабный охват аудитории у ресторана «Супра», который ведёт своё активное продвижение в различных социальных сетях, что говорит о высокой заинтересованности аудитории в данном заведении (рис. 4).

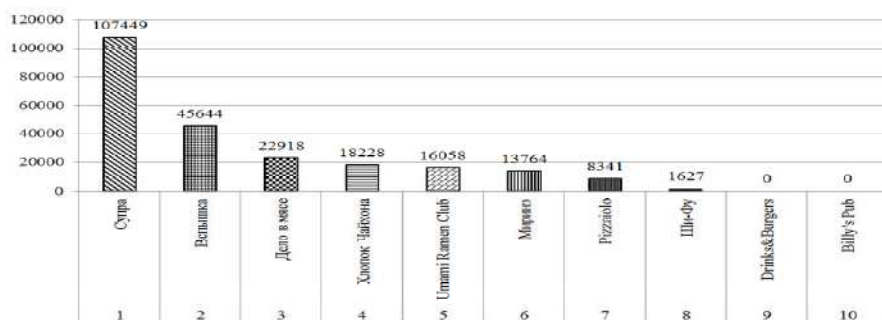


Рис. 4. Вовлеченность аудитории предприятий питания Приморского края в социальных сетях

Социальные сети являются неотъемлемым инструментом для предприятий питания в Приморском крае. Они предоставляют платформу для взаимодействия с клиентами, построения отношений и поощрения положительного опыта. Ответы на комментарии, проведение конкурсов, использование хэштегов для создания сообщества повышают вовлеченность и лояльность клиентов, позволяют расширять охват, продвигать меню, создавать сообщества, управлять репутацией, генерировать лиды и отслеживать результаты. Инвестируя в социальные сети и используя их стратегически, предприятия питания могут значительно повысить свою видимость и добиться успеха в конкурентном секторе общественного питания.

Видеохостинг оказался непопулярным видом социальных медиа среди приморских турфирм и предприятий питания. Скорее всего, это связано с тем, что в настоящее время потребитель больше предпочитает «скроллить» социальные сети и быстро найти там любую информацию о том или ином предприятии, нежели заниматься просмотром длительных видео.

Кроме того, фактором нераспространённости видеохостинга среди предприятий может являться отсутствие стратегии, так как для эффективного использования видеохостинга требуется четкая стратегическая направленность. Вероятнее всего, турфирмы и рестораны дальневосточной столицы пока что не располагают необходимыми знаниями и опытом для разработки и реализации успешной видеомаркетинговой кампании.

Несмотря на эти ограничения, видеохостинг все же может быть ценным инструментом для турфирм и ресторанов Приморского края. Создавая высококачественный видеоконтент, который демонстрирует живописные пейзажи, объекты размещения, фирменные блюда и отзывы клиентов, они могут привлечь внимание потенциальных клиентов и выделиться среди конкурентов.

В результате можно выделить нижеперечисленные пути развития для предприятий туризма Приморского края с помощью социальных медиа:

- наполнение контента, характеризующего ту или иную турфирму или предприятие питания;
- создание информативных публикаций, где турист сможет увидеть полноту описания услуг турфирм или предприятий питания;
- проведение настроек таргетированной рекламы для повышения узнаваемости продуктов турфирм и предприятий питания Приморского края.

Таким образом, можно сделать вывод, что, в большинстве своём, предприятия туризма Приморского края не уделяют должного внимания продвижению в социальных медиа, что понижает их влияние на туристов и, как следствие, приводит к падению их уровня узнаваемости. Но, так как эта отрасль прогрессирует, предприятиям туризма нельзя оставаться в стороне, а следует активно вести свою рекламу и контент и вовлекать туристов с помощью социальных медиа.

---

1. Ассоциация туроператоров – Текст: электронный //: Исследование World Travel Monitor. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/34889>

2. Битрикс24 – Текст: электронный //: Что такое соцмедиа (и чем они отличаются от соцсетей). – URL: [https://www.cossa.ru/Brand\\_Analytics/308587/](https://www.cossa.ru/Brand_Analytics/308587/)

3. Сайт Владивостока – Текст: электронный //: Топ 10 турфирм Владивостока – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/fun/tours/tur-operator>

4. Сайт Владивостока – Текст: электронный //: Топ-10 лучших ресторанов Владивостока – URL: <https://www.vl.ru/land-cafe-10-restaurants>

5. Научный результат – Текст: электронный //: Туризм в эпоху социальных сетей: картинка или реальность? – URL: <https://www.rrbusiness.ru/>

УДК 338.48

## РАЗВИТИЕ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

**О.А. Ханская**, бакалавр

**Е.В. Шеметова**, ст. преподаватель, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Статья исследует развитие научного туризма в Приморском крае, подчеркивая его потенциал для привлечения исследователей и любознательных туристов. Анализируются местные проекты, включая экскурсионные и образовательные программы, которые способствуют*

привлечению молодежи в регион, сохранению культурного наследия, стимулируя экономический и туристический рост региона.

**Ключевые слова:** научный туризм, Приморский край, культурно-исторический потенциал, образовательные программы, инновации.

## DEVELOPMENT OF SCIENTIFIC TOURISM IN THE PRIMORSKY TERRITORY

**Abstract.** *The article explores the development of scientific tourism in the Primorsky Territory, emphasizing its potential to attract researchers and curious tourists. Local projects are analyzed, including sightseeing and educational programs that help attract young people to the region, preserve cultural heritage, and stimulate economic and tourist growth in the region.*

**Keywords:** *scientific tourism, Primorsky Krai, cultural and historical potential, educational programs, innovations.*

Актуальность данного исследования заключается в том, что научный туризм становится все более популярным видом туризма среди людей, интересующихся наукой, исследованиями и образованием. Приморский край обладает уникальными природными и культурными ресурсами, которые могут привлечь таких туристов.

Цель исследования – на основании теоретических и практических материалов проанализировать состояние научного туризма в Приморском крае.

Задачи:

- изучить теоретические основы научного туризма;
- провести анализ предложений мероприятий научной направленности в Приморском крае;
- провести опрос заинтересованных в научном туризме.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

Научно-популярный туризм (далее НТП) – путешествие с научно-образовательными целями, включая участие в событиях научной и образовательной направленности, посещение и/или получение доступа к значимым объектам научно-исследовательской и образовательной инфраструктуры [1, с.3].

Научный туризм – форма туризма, в рамках которого путешественники посещают различные научные объекты, такие как университеты, научно-исследовательские институты, лаборатории, технологические парки и т.д. [2].

В современной литературе понятие «научно-популярный туризм» – относительно новое. Так, Е.А. Крылова акцентирует внимание на том, что научно-популярный туризм представляет собой новое туристическое направление в экономике России, находящееся на пересечении туристического бизнеса и науки, под которым понимаются «тематические путешествия, включающие в себя не только посещение научных, образовательных и иных учреждений, достопримечательностей, связанных с наукой и ее историей, но и культурную программу» [3, с.1839]. В научной статье И.Ю. Пономаревой, В.Ю. Савинова отмечено, что научно-популярный туризм является активно развивающимся «видом туризма, направленным на популяризацию науки в доступном и интересном формате, совмещающим путешествие с исследованиями окружающего мира, знакомством с уникальными научными объектами, передовыми учеными и их научными школами» [4, с. 142].

Одной из главных целей научно-популярного туризма является популяризация науки среди широкой аудитории. В Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации до 2035 года под целью НТП понимается повышение информированности о достижениях и перспективах российской науки и привлечение талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, формирование гражданско-патриотической идентичности туристов, стимулирование развития внутреннего туризма, направленного на обмен научным и практическим опытом за счет участия молодежи в научно-просветительских мероприятиях в рамках путешествий, маршруты которых включают объекты научно-исследовательской, производственной и инновационной инфраструктуры для развития интеллектуального и профессионального потенциала населения [5, с. 8].

В 2022 году научно-популярный туризм включен в программу Десятилетия науки и технологий, направленную на привлечение талантливой молодежи в науку и популяризацию актуальных научных исследований. Действие данной программы продолжается в целях усиления роли науки и технологии в решении важнейших задач развития общества и страны, учитывая результаты, достигнутые в ходе проведения в 2021 году в РФ Года науки и технологий [6, с. 1].

По данным ВЦИОМ наукой в настоящее время интересуется 60% россиян, поэтому актуальность вопросов развития научного туризма не вызывает сомнений.

Антон Гулевич – главный экономист Экономического управления Дальневосточного главного управления Банка России в своем докладе отмечает, что в 2023 году Дальневосточный федеральный округ (далее ДФО) становится лидером среди макрорегионов России по притоку туристов, его посетили 60% всех путешественников. Среди регионов ДФО лидером становится Приморский край – 33% от туристических поездок в округе.

На данный момент в научном туризме выделяется три основных и одно дополнительное направление:

1. Учебно-практический: рассчитан преимущественно на студентов вузов, проводится в виде различных практик и стажировок.

2. Профессионально-научный: представляет собой исследовательскую деятельность, посещение историко-культурных объектов или непосредственное участие в научных экспедициях.

3. Самостоятельный научный: получение информации из общедоступных источников или при самостоятельных путешествиях.

Отдельно можно отметить научное волонтерство, когда туристы помогают ученым в текущих исследованиях.

В ходе проведенного среди молодежи опроса было выявлено, что у большинства научный туризм в первую очередь ассоциируется с научно-исследовательскими экспедициями. Результаты опроса представлены на рис. 1.

#### Что такое, по Вашему мнению, научный туризм?

73 ответа

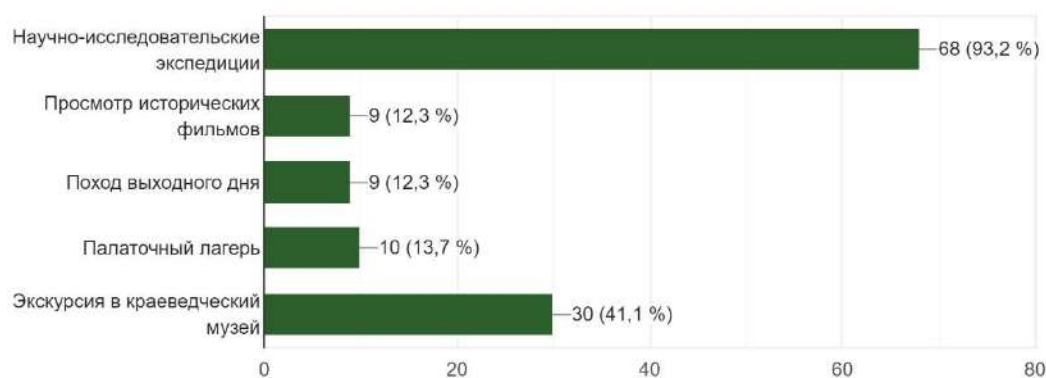


Рис. 1. Результаты опроса «Что такое, по Вашему мнению, научный туризм?»

Но экспедиции – это не единственное, чем ограничивается НТП. К нему также можно отнести:

– получение интересного контента для трэвел-блогерства;  
– производство фото- и видеоматериалов об уникальных историко-культурных и природных объектах;

– проведение научно-образовательных экскурсий;

– тренинги в целях подготовки молодых специалистов к научным экспедициям.

Говоря о приоритетности развития данного туристического направления в Приморском крае, следует принять во внимание совокупность следующих фактов:

– природа Приморского края богата уникальные природные, культурно-исторические и археологические объекты, позволяющие развивать определенные виды немассового туризма, к которым и относится научный туризм;

– действие программы десятилетия науки и технологий;

– действие положения о молодежном и студенческом туризме, цель которого – повышение доступности научной инфраструктуры, стимулирование обмена научным и практическим опытом между обучающимися и молодыми специалистами;

– Владивосток в 2024 г. стал молодежной столицей России.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие научного туризма в Приморском крае имеет благоприятные перспективы и большие возможности для развития.

В ходе III Дальневосточного форума молодых ученых и инноваторов, проходящего на территории Дальневосточного Федерального университета (ДФУ), мы спросили студентов, кому, по их мнению, может быть интересен научный туризм. Большинство ответило, что данное направление интересно в основном людям просвещенным (ученым). Но несмотря на это данное направление включает в себя совершенно неочевидные группы людей (школьники/студенты).

В марте 2024 г. был проведен опрос в молодежной среде, который пока не собрал большого количества ответов, но позволили провести анализ, результат, который должен был показать заинтересованность респондентов в научном туризме. Результаты опроса представлены на рис. 2.

Хотели бы Вы привнести в свой любимый вид отдыха научно-познавательный элемент?

73 ответа

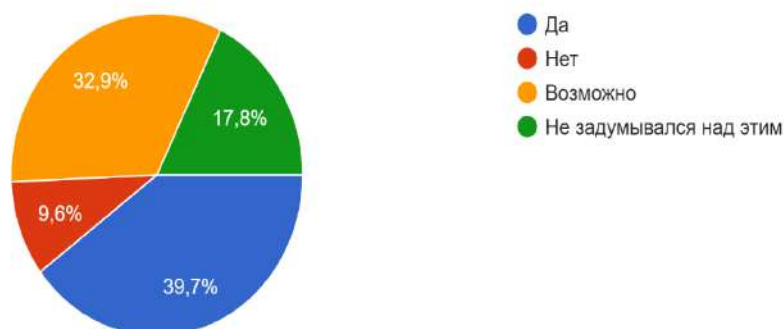


Рис. 2. Уровень заинтересованности респондентов в НТП

И как можно заметить по результатам – данным видом туризма интересуются большинство опрошенных.

Проанализировав более 50 предложений, имеющихся на рынке Приморского края (и преимущественно сконцентрированных во Владивостоке), я выделила категории турпродукта, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1

#### Категории турпродуктов научной направленности на рынке Приморского края

ЭКСКУРСИИ		УРОКИ/ЛЕКТОРИИ
пешеходные	автобусные	
~1,5 – 2 ч.	~3 ч.	~1,5 ч.
~500 руб.	~1500 руб.	~400 руб.
СМЕНЫ		МАСТЕР-КЛАССЫ
~12-21 д.		~1 – 2 ч.
~25.000 руб.		~500 руб.

Один из больших проектов, реализуемых на территории Приморского края – молодежный научно-образовательный слет «Аскольд и Дир». Межрегиональный фонд поддержки молодежных инициатив «Татьянин день – Приморье», Отдел по работе с молодежью Приморской митрополии, Дальневосточное отделение РАН, Дальневосточный федеральный университет с 2021 года проводят молодежный научно-образовательный слет «Аскольд и Дир». Слет – это уникальное место, где участники встречаются с учеными, участвуют в исследованиях, походах, научных сессиях и т.д.

У слета есть единая тематика, которая меняется из года в год, а также различные научные направления, которые варьируются от смены к смене. Участники знакомятся с учеными и на протяжении 10 погружаются в выбранную ими науку, при этом выходя в радиальные походы по острову для сбора образцов. В конце смены каждая группа представляет проект.

В данном проекте принимают участие не только ученые с ДВФУ и Дальневосточного отделения Российской академии наук (ДВО РАН), но и со всей России.

Слет «Аскольд и Дир» дает возможность познакомить молодежь с наукой и на ранних этапах понять, способен ли ребенок в дальнейшем продолжить в ней путь. Организаторы мероприятия

считают, что для того, чтобы втянуть молодежь в какую-то научную структуру, им нужно прожить какое-то мероприятие и Аскольд дает эту возможность. За три года через проект прошло более 1500 участников в возрасте от 10 до 25 лет. В этом году среди них были ребята активисты с вновь присоединённых республик. По прошествии времени несколько бывших участников слета действительно связали свою жизнь с наукой, а значит можно сказать, что цель организаторов оправдывается.

В заключении хотелось бы сказать, что научный туризм – направление хоть и новое, но достаточно перспективное для региона и страны в целом. К тому же заинтересованность и потребность в данном направлении имеется у молодежи – потенциально заинтересованной категории людей.

---

1. Положение о программе молодежного и студенческого туризма (утв. Минобрнауки России 04.07.2022) – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://студтуризм.рф/polozhenie.pdf>.

2. Арбузова А. Эксперименты и полевые исследования: что такое научно-популярный туризм. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/65140c199a794761a5568374/> (дата обращения: 01.04.2024).

3. Крылова Е.А. Научно-популярный туризм как новое туристическое направление в экономике России // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16. – № 5. – С. 1829–1848.

4. Верна В.В., Скараник С.С., Сорока А.В. Современные аспекты развития научно-популярного туризма // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2023. – Т.9. – №1. – С. 141-150.

5. Указ Президента РФ № 231 от 25.04.2022 г. «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий». – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/404436068/> (дата обращения: 04.04.2024).

6. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Минобрнауки России 25.01.2023). – Текст: электронный [сайт]. – URL: [https://minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT\\_ID=63453](https://minobrnauki.gov.ru/documents/?ELEMENT_ID=63453) (дата обращения: 07.04.2024).

УДК 332.14

## МОЛОДЕЖНЫЙ ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗВИТИЯ И СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ

А.А. Цитцер, бакалавр

В.Г. Ден, канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Молодежный туризм является перспективным направлением развития туристской отрасли в Приморском крае. Регион обладает значительным потенциалом для привлечения молодежной аудитории благодаря уникальным природным ландшафтам, богатому культурно-историческому наследию и развивающейся ин-фраструктуре. В статье анализируются меры государственной поддержки и частные инициативы по развитию молодежного туризма в регионе. Особое внимание уделяется теоретическому изучению понятий «молодежь» и «молодёжный туризм». Отмечается повышение привлекательности Приморского края для молодых путешественников, учитывая статус «Молодежная столица России».

**Ключевые слова:** молодежь, молодежный туризм, молодёжная столица России, молодежный туризм Приморского края, молодежные программы туризма..

## YOUTH TOURISM: THE RELEVANCE OF DEVELOPMENT AND THE ESSENCE OF THE CONCEPT

**Abstract.** Youth tourism is a promising direction for the development of the tourism industry in the Primorsky Territory. The region has significant potential to attract a youth audience due to its unique natural landscapes, rich cultural and historical heritage and developing infrastructure. The article analyzes measures of state support and private initiatives for the development of youth tourism in the region. Special attention is paid



to the theoretical study of the concepts of "youth" and "youth tourism". There is an increase in the attractiveness of Primorsky Krai for young travelers, given the status of the "Youth Capital of Russia".

**Keywords:** youth, youth tourism, youth capital of Russia, youth tourism of the Primorye Territory, youth tourism programs.

**Введение.** В настоящее время наблюдается активное появление новых видов туризма и внедрение их на туристский рынок Российской Федерации в целом, и в регионах, в частности. Молодежный туризм давно вышел за рамки узкоспециализированного направления в индустрии путешествий и стал неотъемлемой частью жизни современной молодежи, отражением ее стремлений и ценностей.

Для сегодняшнего поколения туризм – это гораздо больше, чем просто смена обстановки и развлечения. Путешествуя, молодые люди черпают бесценные знания из первоисточника, погружаясь в атмосферу других стран и культур. Туризм превращается в своеобразную форму образования вне аудиторий и стен университетов, предоставляя возможность знакомств по всему миру, обретения новых друзей и единомышленников.

Кроме того, соприкосновение с инокультурными традициями позволяет молодежи расширить свой кругозор, преодолеть стереотипы и обрести глобальное видение. Для многих туризм становится путевкой в профессиональную сферу гостеприимства, источником вдохновения и самореализации. Туризм – способ развить в себе качества, востребованные в 21 веке: открытость, мобильность, толерантность, способность адаптироваться к переменам.

Актуальность развития такого вида туризма как молодежный для экономики Приморского края очевидна в связи с тем, что город Владивосток получил титул «Молодежная столица России – 2024». Такой статус присуждается российскому городу за выдающиеся достижения и планы по совершенствованию сферы молодежной политики и несет в себе огромные перспективы для развития региона, осуществляя прогресс ключевых сфер деятельности. Помимо статуса город Владивосток получает возможность проведения на своей территории крупных федеральных проектов, включая мероприятия агентства «Росмолодежь», методической и экспертной поддержки перспектив от специалистов страны и получения усиленной грантовую помощи активностей [1].

Дополнительной мотивацией изучения выбранной тематики является, в связи с полученным статусом, повышенное внимание к молодежным сферам деятельности и увеличивающаяся посещаемость Приморского края.

Целью исследования является изучение туристского рынка Приморского края в аспекте предоставления программ для молодежи.

Для достижения цели необходимо решение ряда задач: уточнить определение понятий «молодежный туризм» и «молодежь»; изучить существующие программы поддержки молодежного туризма на рынке Приморского края.

В работе были использованы общенаучные методы исследования, такие как анализ информационных источников, сравнение и классификация.

**Основная часть.** Обращаясь к различным источникам для изучения термина «молодежь», выяснено, что в научном поле представлено сразу несколько трактовок.

В зависимости от времени публикации в определениях в основном различаются возрастные группы, определяющие относящихся к ней людей (табл. 1) [2–8].

Таблица 1

### Определения понятия «молодежь»

Автор	Определение
А.Г. Здравомыслов	– это особая социально демографическая группа, поколение людей, проходящих стадию социализации
И.С. Кон	– социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально психологических свойств
В.Т. Лисовский	– это поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, культурные и другие социальные функции
И.М. Ильинский	– это главная общественная ценность особого рода; это объективное общественное явление, выступающее всегда как большая специфическая возрастная подгруппа, являющаяся носителем огромного интеллектуального потенциала, особых способностей к творчеству

Автор	Определение
Карл Манхейм	– это один из скрытых ресурсов общества и от мобилизации, которых зависит его жизнеспособность; резервом, выступающий на передний план, когда такое оживление становится необходимым для приспособления к быстро меняющимся или качественно новым обстоятельствам. Динамичные общества рано или поздно должны активизировать и даже организовывать их (ресурсы, которые в традиционном обществе не мобилизуются и не интегрируются, а часто подавляются)
В.И. Чупров	– возрастная группа с определенными этапом жизненного цикла, определяемый возрастом, принадлежностью субкультурой, конкретной ролью и местом в общественном воспроизводстве
Д.М. Гвишиани и Н.И. Лапин	– это социально-демографическая группа, переживающая период становления социальной зрелости, вхождения в мир взрослых, адаптации к нему и будущее его обновление». Границы группы подвижны и размыты, но обычно их связывают с возрастом 15–30 лет

*Примечание:* составлено автором по [2–8].

В современных реалиях концепт «молодежь» претерпевает значительную трансформацию семантического наполнения. В условиях стремительной динамики социокультурных трансформаций понятие «молодежь» эволюционирует и уже не ограничивается исключительно возрастными рамками, но включает в себя более широкий спектр характеристик, связанных с особым типом мировосприятия, жизненными ориентирами и ценностными установками.

Быть молодым в актуальной интерпретации означает обладать прогрессивным, инновационно-ориентированным типом мышления, открытостью к новациям, стремлением к самоактуализации и персональному развитию. В настоящее время возрастные границы, установленные правительством РФ для определения «молодежи», очерчены промежутком от 18 до 35 лет включительно [9]. Однако современная трактовка этого термина в условиях быстро меняющегося мира претерпела существенную трансформацию. Сегодня к молодежи относят тех, кто разделяет специфический образ мыслей, жизненные устремления и ценности. Молодежь больше не воспринимается исключительно как промежуточная стадия между детством и взрослой жизнью, а самобытной социальной группой со своей уникальной субкультурой, взглядами и установками. Быть молодым в современном понимании – значит обладать прогрессивным, инновационным мышлением, открытостью ко всему новому, стремлением к самовыражению и личностному росту.

В свою очередь, молодежный туризм также приобретает новое смысловое значение. Генезис молодежного туризма берет начало в XX столетии. В период с 1918 по 1928 год туристско-краеведческая деятельность была сконцентрирована во внешкольных образовательных учреждениях и осуществлялась преимущественно в формате многодневных экскурсий и путешествий продолжительностью от 6 до 10 дней. Основной тематической направленностью данных мероприятий являлось изучение естественно-исторических дисциплин, сельскохозяйственного производства и народных промыслов.

Исследуя определения, характеризующие «молодежный туризм», можно отметить несколько исследователей (табл. 2) [10–14].

Таблица 2

### Подходы к определению понятия «молодежный туризм»

Автор	Определение
WYSE Travel Confederation	– включает в себя все независимые поездки (длительность менее года) людей в возрасте от 16 до 29 лет, которые мотивированы, частично или полностью, желанием узнать мир, получить жизненный опыт и/или получить выгоду от формального или неформального обучения за пределами привычной среды обитания
Биржаков М.Б.	– особый вид путешествий, индивидуальный или коллективный по форме, когда молодые люди предпочитают отдыхать большими компаниями, объединенными общей целью познания мира и проведения досуга
Палаткина Г.В.	– способ передачи новому поколению накопленного человечеством жизненного опыта и материально-культурного наследия, формирования ценностных ориентаций, нравственного оздоровления и культурного развития нации, один из путей социализации личности
Л.П. Шматко	– конкретный вид туристской деятельности для юношества и подростков, реализуемый как в рамках государственных границ, так и на региональном и мировом уровнях
Федеральное агентство по делам молодежи и Министерства высшего образования и науки РФ	– специфическая разновидность туристской деятельности, субъектами которой являются лица юношеского и подросткового возраста и реализуется как на национальном, так и на региональном и глобальном уровнях

*Примечание:* составлено автором по [10–14].

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года дано определение понятия как туризма лиц в возрасте от 18 до 35 лет [14], что, на наш взгляд, сужая рамки категории населения, сужает само понимание этого вида туризма, хотя считается официальным. В других определениях также можно увидеть возрастные границы: в «WYSE Travel Confederation» – от 16 до 29 лет; у автора Л.П. Шматько основные потребители – подростки. В определении М.Б. Биржакова упомянуто предпочтение больших компаний, что также не всегда отражено в молодежном туризме как направлении путешествий. Отметим, что в определении Г.В. Палаткиной упущен главный смысл туризма как передвижения с постоянного места проживания, так как к способам передачи новому поколению накопленного опыта можно отнести различные коммуникационные и информационные каналы, используемые в образовательной деятельности, например.

В современных реалиях туризм трансформировался из сферы досуга и увлечений в экзистенциальную потребность человека, не детерминированную возрастными факторами. При этом наибольшая взаимосвязь между туристской деятельностью и жизненными практиками наблюдается в молодежной среде.

На наш взгляд, современный молодежный туризм – это путешествия, дающие возможность смены окружающей обстановки, рекреации, приобретения бесценного эмпирического опыта, налаживания социальных связей с такими же активными и любознательными туристами и местными жителями, а также для получения знаний и установления контактов, способствующих развитию различных сфер жизнедеятельности и расширению кругозора. При этом с точки зрения формирования туристского продукта возраст имеет важное значение, ввиду возможности применения особых условий и льгот.

Основными отличиями молодежного туризма можно назвать:

- 1) возрастной фактор (ориентирован на людей от 16 до 35 лет);
- 2) цели путешествия (образование, волонтерство, развлечение, общение, новые впечатления и приключения);
- 3) активность и динамика (более активные, насыщенные мероприятиями и перемещениями);
- 4) бюджет (меньшие траты за счет особых условий, льгот и скидок);
- 5) альтернативное размещение (чаще всего бюджетные варианты размещения (хостелы, кемпинги, общежития вузов и т.п.);

Таким образом, молодежный туризм ориентирован на активный, динамичный, бюджетный и развлекательный отдых с акцентом на общение и новые впечатления, в отличие от более размеренного, комфортного и зачастую культурно-познавательного туризма для взрослой аудитории.

Изучение феномена молодежного туризма в Приморском крае представляет научный интерес, обусловленный растущим значением данного сегмента для региональной экономики, а также его социокультурной ролью в формировании ценностных ориентиров подрастающего поколения.

В Приморском крае реализуется ряд программ, направленных на поддержку и развитие молодежного туризма: (табл.3) [15–21].

Таблица 3

### Программы направленные на поддержку развития молодежного туризма

Программы	Описание программы
Молодежный туризм от Рос-молодежи	– популяризация внутреннего туризма среди молодежи – организация тематических туров – развитие инфраструктуры молодежного туризма
Программы студенческих обменов (Work and Travel, DAAD, AIESEC и другие)	– возможность молодежи учиться, стажироваться и путешествовать за рубежом –помощь в подготовке к международным экзаменам
Волонтерские программы	– возможность совмещения путешествия с волонтерской деятельностью
Грантовая поддержка	– поддержка молодежных туристских проектов и инициатив со стороны департамента по делам молодежи Приморского края

Программы	Описание программы
Программа льготного кредитования	– для субъектов малого и среднего бизнеса, развивающих туризм и рекреацию в Приморье – получение финансирования на открытие туристических стартапов
Приморская федерация спортивного туризма	– проекты по развитию сети туристских приютов, подготовке кадров, разработке туристских маршрутов
Субсидированные программы авиакомпаний	– молодежный тариф, дающий скидку на авиаперелет – субсидированные перевозки для граждан Российской Федерации, имеющих постоянную регистрацию по месту жительства на территории Дальневосточного федерального округа

*Примечание:* составлено автором по [15–21].

Таким образом, государственная поддержка осуществляется по нескольким направлениям и призвана создать благоприятные условия для вовлечения молодежи в туристскую отрасль региона.

**Вывод.** На основе проведенного анализа можно сказать, что молодые люди совершают путешествия, мотивированные стремлением к приключениям, новым впечатлениям и познанию иных культур. Представленный теоретический анализ позволяет заключить, что данная категория путешественников обладает опытом путешествий и склонна к совершению повторных поездок. Очевидна необходимость разработки новых продуктов, удовлетворяющих потребности целевой аудитории данного рынка. В Приморском крае на сегодняшний день уделяется особое внимание проблемам молодежного туризма и оказывается государственная поддержка.

Определено, что в настоящее время сменились подходы к определению понятия «молодежный туризм», в рамках которых возрастные ограничения практически отсутствуют. Сформулировано обобщенное определение молодежи и молодежного туризма.

1. Молодежная столица России – Текст: электронный //: Владивосток получил титул «Молодежная столица России – 2024» – URL: <https://primorsky.ru/news/290458/>

2. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Социология молодежи. Энциклопедический словарь. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004050006>

3. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Философский энциклопедический словарь. – URL: <http://philosophy.niv.ru/doc/dictionary/philosophical/articles/273/molodezh.htm>

4. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Духовный мир и ценностные ориентации молодежи в России – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000679803>

5. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Молодежь планеты: глобальная ситуация в 90-х годах, тенденции и перспективы. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000736710>

6. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Диагноз нашего времени. Сборник. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001699289>

7. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Социология молодежи. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004921508>

8. Определение понятия «молодежь» – Текст: электронный //: Краткий словарь по социологии. – URL: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0016/001d/2412-vs.pdf>

9. О молодежной политике в Российской Федерации: Федеральный закон от 30 декабря 2020 г. № 489-ФЗ. – Текст: электронный. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/>

10. Определение понятия «Молодежный туризм» – Текст: электронный //: Youth\_Travel\_Matters\_Understanding – URL: [https://www.academia.edu/6637218/Youth\\_Travel\\_Matters\\_Understanding\\_the\\_global\\_phenomenon\\_of\\_youth\\_travel](https://www.academia.edu/6637218/Youth_Travel_Matters_Understanding_the_global_phenomenon_of_youth_travel)

11. Определение понятия «Молодежный туризм» – Текст: электронный // Введение в туризм – URL: <https://djvu.online/file/vbIXdSGVCYOVA>

12. Определение понятия «Молодежный туризм» – Текст: электронный // Молодежный туризм – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01008633055>

13. Определение понятия «Молодежный туризм» – Текст: электронный // Тризм и гостиничное хозяйство. – URL: <https://djvu.online/file/o9s6SQbGZQ4cC>

14. Определение понятия «Молодежный туризм» – Текст: электронный // Федеральное агентство по делам молодежи и Министерства высшего образования и науки Российской Федерации – URL: <https://ria.ru/20191029/1560341372.html>

15. Программа, направленная на развития молодежного туризма – Текст: электронный // «Молодежный туризм от Росмолодежи» – URL: <http://static.government.ru/media/files/-FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>

16. Программа, направленная на развития молодежного туризма. – Текст: электронный // Международные программы обмена студентами. – URL: <https://uptu.community/programma-obmena-studentami-zarubezhom/>

17. Программа, направленная на развития молодежного туризма. – Текст: электронный // «Волонтерские программы для молодежи 2024» – URL: <https://journal.tinkoff.ru/list/volunteer-russia-2024/>

18. Программа, направленная на развития молодежного туризма. – Текст: электронный // Градовые программы – URL: <https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/economics/smb-and-competition/molodye-predprinimateli-30-10-2023.php>

19. Программа, направленная на развития молодежного туризма. – Текст: электронный // Программы льготного кредитования – URL: <http://government.ru/docs/49837/>

20. Программа, направленная на развития молодежного туризма. – Текст: электронный // Приморская федерация спортивного туризма – URL: <http://пфст.рф/деятельность-федерации/спортивно-туристские-клубы-приморья.html>

21. Программа, направленная на развития молодежного туризма – Текст: электронный // Субсидированные перевозки для молодежи – URL: [https://www.aeroflot.ru/ru-ru/special\\_offers/subsidized](https://www.aeroflot.ru/ru-ru/special_offers/subsidized)

УДК 379.85

## ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГАСТРОТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Е.А. Цой, бакалавр

В.Г. Ден, канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Развитие цифровых технологий является преимущественным направлением, инициатором которого выступает государство, предлагая новые технологии, национальные проекты по улучшению качества работы сотрудников и обслуживания туристов на объектах гастрономического туризма. В статье представлено исследование, касающееся развития цифровых технологий, влияния государства на экономику путем использования IT-технологий, их разработке и внедрении в гастрономический туризм в Приморский край.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, гастрономический туризм, информационные технологии, национальный проект, инициативы.

## IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN GASTRO TOURISM ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI

**Abstract.** The development of digital technologies is a priority direction, initiated by the state, offering new technologies, national projects to improve the quality of work of employees and service to tourists at gastronomic tourism sites. The article presents a study concerning the development of digital technologies, the influence of the state on the economy through the use of IT technologies, their development and implementation in gastronomic tourism in Primorsky Krai.

**Keywords:** digital technologies, gastronomic tourism, information technologies, national project, initiatives.

Владивосток известен своей необычайной природой, уникальной гастрономией, богатой культурной сценой, музеями и мероприятиями, которые оживляют город и край. Приморский край, являясь одним из крупнейших регионов России с развитой экономикой и высоким потенциалом для развития, активно внедряет современные инновации и развивает актуальные виды туризма.

Начавший набирать популярность в XIX веке гастрономический туризм [7] массово развивается практически во всех направлениях мира, ввиду активного продвижения национальной и региональной культур, открытия новых форматов предприятий питания и проведения кулинарных фестивалей, соревнований и форумов.

Туристская деятельность, как и любая сфера услуг, входит в круг интересов инноваторов. Использование цифровых технологий, внедрение современных форм и методов – это новые требова-

ния, которые выдвигает сегодняшний потребитель. Постоянно изменяющиеся требования потребителей дают новые импульсы для развития современного турпродукта, заставляют производителей услуг обращаться к инновациям и цифровому миру.

Актуальность выбранной темы обусловлена активным внедрением технологий в сферу туризма и гостеприимства. Выбор гастрономического туризма в качестве объекта исследования обусловлен тем, что особое внимание во время путешествий сегодня обращено именно к питанию. Многие сегодняшние туристы хотят получить возможность узнать традиционные кухни народов, проживавших и проживающих в месте дестинации, а также посетить рестораны с современными кулинарными концепциями, поддерживаемые цифровыми технологиями.

К тому же, 2021 год в России был объявлен годом науки и технологий, а период 2022–2031 гг. – «Десятилетием науки и технологий». Указ Президента Российской Федерации был издан с целью достижения значимых результатов в IT-области, в котором особенно отмечаются следующие основные задачи:

- привлечение молодежи в сферу исследований и разработок;
- участие исследователей-разработчиков в решении важнейших задач развития общества и страны;
- повышение доступности информации [3, 4].

Таким образом, объектом исследования является гастрономический туризм в рамках процесса цифровизации.

Предметом исследования выступают цифровые технологии, используемые в гастротуризме.

Цель работы заключается в исследовании комплекса цифровых технологий для использования в гастрономическом туризме.

Для достижения цели, необходимо решить следующие задачи:

- исследовать опыт использования цифровых технологий в сфере туризма;
- проанализировать использование технологий в гастрономическом туризме в Приморском крае.

Рассматривая актуальные источники в сети Интернет, можно встретить несколько трактовок «цифровых технологий», например, в соответствии с ГОСТ Р 33.505-2003, утверждённым Постановлением от 29.07.2003 N 255-ст, это «средство, использующее электронно-вычислительную аппаратуру для записи кодовых импульсов в определенной последовательности и с определенной частотой» [2].

Следует отметить, что наиболее обобщенно звучит официальное определение термина «цифровые технологии», предложенное Федеральной службой государственной статистики, как «инструменты сбора, хранения, обработки, поиска, передачи и представления данных в электронном виде» [2].

Однако, исследуя цифровые процессы и их элементы, стоит упомянуть неоднократное использование термина «информационные технологии», причем в качестве синонима «цифровым». Однако, на наш взгляд, стоит разделить эти понятия. Ведь информационные технологии являются более узкой областью и входят в понятие цифровых.

Согласно определению, принятому ЮНЕСКО, – это комплекс взаимосвязанных, научных, технологических, инженерных дисциплин, изучающих методы эффективной организации труда людей, занятых обработкой и хранением информации; вычислительную технику и методы организации и взаимодействия с людьми и производственным оборудованием, их практические приложения, а также связанные со всем этим социальные, экономические и культурные проблемы.

Первые шаги в цифровизации российской экономики были начаты в начале XXI века. Первый Указ Президента Российской Федерации об образовании Совета по развитию информационного общества, координирующего вопросы, связанные с информатизацией страны был выпущен в 2008 году [5]. Сегодня этим направлением занимается Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [5], благодаря которому продолжается цифровая трансформация во всех направлениях, начиная с высокоскоростного Интернета и заканчивая инновациями, способствующими внутреннему прогрессу, как страны, так и регионов.

В рамках обеспечения туристских ресурсов информационными технологиями функционирует национальный проект «Цифровая экономика» на период с 2019 по 2024 гг., направленный преимущественно на ускоренное внедрение цифровых технологий в экономику, в том числе и в сектор туризма. В результате работы, данная стратегия позволит повысить конкурентоспособность регионов России, укрепить национальную безопасность и повысить качество жизни людей [8].

В рамках проекта выделяют несколько инициатив, которые, на наш взгляд, особенно точно подходят в рамках развития гастрономического туризма (табл.) [1, 2, 6, 8].

## Инициативы национального проекта «Цифровая экономика»

Инициатива нацпроекта*	Описание инициативы	Проявление в гастрономическом туризме
Информационная инфраструктура	– расширение доступа к сети Интернет в малонаселенных, отдаленных и труднодоступных пунктах	– доступ туристско-информационных центров к сети Интернет для взаимодействия с туристами через цифровые системы, мобильные приложения и офлайн платформы для информирования о гастрономических фестивалях, ярмарках и т.д. – подключение к сети «Интернета» и установка точек доступа беспроводного интернета (WiFi) оплаты услуг на предприятиях питания и гастрономических событиях безналичным расчетом;
Кадры для цифровой экономики	– освоение цифровых компетенций	– обучение на предприятиях питания работы с кассой R-keeper
Информационная безопасность	– обеспечение безопасности цифрового пространства, защита персональных данных граждан, защита от киберугроз	– проработанная система безопасности профессиональных программ, используемых на предприятиях питания
Цифровые технологии	– развитие и внедрение цифровых технологий на основе отечественных разработок за счет поддержки стартапов, проектов	– планшеты, используемые в качестве меню; – QR-код для оплаты и чаевых
Искусственный интеллект	– обучение в области искусственного интеллекта и последующее применение знаний на практике	– «умные системы» используются для сортировки и упаковки продуктов, управления роботами на заводах по переработке сырья – роботы, функционирующие на основе ИИ (робот BellaBot снабженный голосовыми функциями на базе ИИ, робот-бармен)
Развитие Центра технологического лидерства	– деятельность по содействию в тиражировании и продвижении лидирующих отечественных технологий в России и за рубежом	– формирование объединений и молодежных центров, гастрономических сообществ для развития идей – разработка проектов по внедрению ЦТ в гастротуризме

\* Составлено автором по [1, 2, 6, 8.]

Всего выделяют 8 инициатив «Цифровой экономики», которые необходимы для полноценной реализации проекта, однако проявления в гастрономический туризм имеют 6 из них. Так, например, согласно «Искусственному интеллекту» (ИИ) предполагается организация обучения по разработке технологий. Проявление данной инициативы в туризме можем проследить путём применения «умной системы» на заводах и фермах по обработке продуктов (морепродукты, дикоросы, грибы, ягоды, мясо), так как многие предприятия питания используют их для приготовления качественных блюд. Также в условиях совместного использования ИИ и робототехники, стало возможным применение роботов на объектах гастротуризма, к примеру, сегодня в различных предприятиях питания распространены робот-бармен, робот-помощник официанта.

Стоит отметить, что некоторые инициативы и проявления тесно связаны с гастрономическим аспектом. Многие цифровые технологии внедряются в данный вид туризма и объекты, связанные с ним для усовершенствования обслуживания потребителей, автоматизации работы сотрудников и формирования дополнительного интереса к сфере в связи с использованием цифровых инноваций. На рисунке представлены основные направления, которые можно отнести к цифровизации сферы гастрономического туризма.

Отметим, что на сегодняшний день, практически все инструменты используются в основном на предприятиях питания, в том числе встречаются на предприятиях Приморского края.

Ознакомившись с актуальным положением цифровизации в России, необходимо провести наблюдение отдельно в регионах страны. Так, территориальные рамки исследования и анализа ограничиваются пространством Приморского края.



Рис. Цифровые технологии в гастрономическом туризме

*Примечание:* составлено автором.

В целях обеспечения управления исполнительных органов и контроля за внедрением цифровых технологий во все сферы жизни общества, включая туризм, была организована конференция «Путешествие в мир искусственного интеллекта», по итогам которой высшим должностным лицам было необходимо разработать и утвердить региональные стратегии цифровой трансформации ключевых отраслей экономики. Последнее обновление программы проводилось 5 марта 2024 года. Согласно данному документу главным проектом в сфере туризма являются туристические информационные киоски Приморья, содержащие информацию о туристической инфраструктуре и местах отдыха, развлечениях (объекты показа, экскурсии, музеи, кафе, рестораны, торговые центры, кино-театры, гостиницы и т.д.). Для реализации проекта используются технологии беспроводной связи, система генерации текстов и компоненты робототехники и сенсорики [9].

Проект способствует улучшению информированности туристов о прошедших и предстоящих событиях в Приморском крае, повышению популярности территории за счет использования современных технологий и оптимизации работы туристских информационных центров.

В отношении гастрономического туризма проводятся мероприятия для внедрения цифровых технологий в данный сектор. Для Приморья остаются актуальными ранее рассматриваемые разделы в гастрономии, за исключением некоторых видов роботов. Так, в регионе на данный момент робот-бармен не эксплуатируется в связи с отсутствием оснащенной всеми необходимыми ресурсами технической базы по разработке разных видов роботов. Однако в Приморском крае развиты другие направления: профессиональные программы и система приёма и предоставления заказов.

Таким образом, мы изучили главные особенности цифровых технологий, выделили их проявления как в гастрономическом аспекте, так и в туризме в целом. И можем сделать вывод, что внедрение современных технологий в индустрию гостеприимства является неотъемлемой частью развития в современном мире.

1. ГОСТ Р 33.505-2003. Единый российский страховой фонд документации. Порядок создания страхового фонда документации, являющейся национальным научным, культурным и историческим наследием. Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 29 июля 2003 г. N 255-ст.: введен впервые: дата введения 2004-01-01/ разработан Федеральным государственным унитарным предприятием "Научно-исследовательский институт репрографии (ФГУП НИИ репрографии), Российским Государственным архивом научно-технической документации (РГАНТД) и др. – Текст: электронный. – URL: <https://dokipedia.ru/document/5146065> (дата обращения: 24.04.2024).

2. ГОСТ Р 56197-2014. Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования. Утвержден и введен Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 октября 2014 г. N 1457-ст: введен впервые: дата введения 2015-09-01/ подготовлен Открытым акционерным обществом "Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации" (ОАО "ВНИИС"). – Текст: электронный. – URL: <https://meganorm.ru/Index2/1/4293768/4293768043.htm> (дата обращения: 09.04.2024).

3. Десять главных событий первого года Десятилетия науки и технологий – Текст: электронный. – URL: <https://xn--80aa3ak5a.xn--p1ai/journal/desyat-glavnykh-sobytyy-pervogo-goda-desyatiletiya-nauki-i-tekhnologiy/> (дата обращения: 06.04.2024).

4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации – Текст: электронный. – URL: <https://www.minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения: 06.04.2024).

5. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации – Текст: электронный. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/> (дата обращения: 07.04.2024).

6. Министерство экономического развития Российской Федерации – Текст: электронный. – URL: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 08.04.2024).



7. Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskij-turizm-k-istorii-ponyatiya> (дата обращения: 25.04.2024).

8. Национальные проекты РФ. Цифровая экономика. – Текст: электронный. – URL: <https://xn--80aaramremcshfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/tsifrovaya-ekonomika> (дата обращения: 07.04.2024).

9. Перечень поручений по итогам конференции по искусственному интеллекту: Поручение Президента РФ от 31 декабря 2020 года. – Текст электронный – URL: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1431205/>

10. Федеральная служба государственной статистики. – Текст: электронный. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 24.04.2024).

УДК 379.851

## АНАЛИЗ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКАХ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

О.Д. Шинкаренко, бакалавр  
В.К. Столярова, ассистент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу элементов туристско-рекреационной инфраструктуры на территориях национальных парков Приморского края. Определены факторы, влияющие на развитие экологического туризма на данных территориях. Рассмотрена значимость туристско-рекреационной инфраструктуры в развитии туристской деятельности в национальных парках.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационная инфраструктура, национальный парк, экологические маршруты, экологический туризм, туристы, охрана природы.

## ANALYSIS OF THE TOURIST AND RECREATIONAL INFRASTRUCTURE IN THE NATIONAL PARKS OF PRIMORSKY KRAI

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of elements of tourist and recreational infrastructure in the territories of national parks of the Primorsky Territory. Factors influencing the development of ecotourism in these territories have been identified. The importance of tourism and recreational infrastructure in the development of tourism activities in national parks is considered.

**Keywords:** tourist and recreational infrastructure, national park, ecological routes, ecological tourism, tourists, nature protection.

Актуальность исследования обоснована возрастающим интересом к экологическому туризму со стороны туристов и государственных структур, а также увеличением туристского потока в национальные парки.

Цель исследования – проанализировать туристско-рекреационную инфраструктуру национальных парков Приморского края для дальнейшей оценки условий развития организованного туризма на особо охраняемых природных территориях.

Задачи:

- изучить основные термины и определения в поле проблем исследования;
- выделить основные позиции для оценки инфраструктурного состояния территорий национальных парков Приморского края;
- провести анализ текущего состояния туристско-рекреационной инфраструктуры на территориях национальных парков Приморского края.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

Национальные парки, в соответствии с ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 г., являются природоохранными, эколого-просветительскими и научно-исследовательскими учреждениями, территориями (акваториями) которые включают в себя природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, и предназначены для использования в природоохранных, просветительских, научных и культурных целях, а также для регулируемого туризма [1].

В Приморском крае действует 4 национальных парка – ФГБУ «Национальный парк «Зов тигра» (2007), ФГБУ «Национальный парк Удэгейская легенда» (2007), ФГБУ «Национальный парк Земля леопарда» (2012), ФГБУ «Национальный парк Бикин» (2015).

Инфраструктура в национальных парках является ключевым фактором для обеспечения безопасного и комфортного пребывания посетителей, способствующим повышению туристской привлекательности территорий, и как следствие – увеличению доходов от туристской деятельности.

Для более подробного изучения вопроса влияния туристской инфраструктуры на развитие туризма в национальных парках следует обратиться к терминологии (табл. 1).

Таблица 1

### Определения «туристская инфраструктура»

Автор	Содержание термина
Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»	природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил [3]
И.В. Зорин, В.А. Квартальный	комплекс сооружений и сетей производственного, социального, рекреационного назначения, который используется для поддержания жизнедеятельности туристов [4]
А.Л. Косманев	комплекс сооружений, коммуникационных сетей и предприятий для обслуживания туристов, и оказания необходимых услуг с целью формирования туристско-рекреационной сферы, включающей три группы отраслей: производственную, социальную, рекреационную [4]
М.В. Виноградова, П.И. Солдатов	определенная подсистема, оказывающая возможность и способность реализации туристических мотивов, достижения цели поездки потребителя [4]

Туристская инфраструктура определяется как комплекс природных, исторических, социально-культурных, рекреационных и иных объектов, которые способны удовлетворять потребности туристов, а также реализовывать туристические мотивы и способствовать достижению целей потребителей [2].

Развитая инфраструктура способствует сохранению экологического состояния природы, поскольку обеспечивает безопасный доступ к объектам показа, за счет оснащения экологических троп и маршрутов, и оказывает прямое влияние на экологическое просвещение и образование, за счет информационного оснащения территорий национальных парков.

Экологическая инфраструктура в национальных парках имеет высокое значение для поддержания биоразнообразия и охраны природы. Инфраструктурное обустройство является базовым элементом для организации различных мероприятий, направленных на минимизацию вредного воздействия человека на природную среду.

Рассмотрим основные объекты экологической инфраструктуры в национальных парках Приморского края (табл. 2).

Таблица 2

### Основные объекты туристской инфраструктуры национальных парков Приморского края

Функциональные зоны национальных парков	«Земля Леопарда»	«Бикин»	«Зов Тигра»	«Удэгейская легенда»
<b>Зонирование</b>				
Заповедная зона	+	+	+	+
Охранная зона	+	–	+	+
Кластерный участок	+	–	–	–
Особо охраняемая зона	+	+	+	+
Рекреационная зона	+	+	+	+
Зона традиционного экстенсивного природопользования	–	+	–	+

Функциональные зоны национальных парков	«Земля Леопарда»	«Бикин»	«Зов Тигра»	«Удэгейская легенда»
<b>Инфраструктура мониторинга и управления</b>				
Фотоловушки	+	+	+	+
Фотолабазы	+	–	–	–
<b>Оснащение троп и маршрутов</b>				
Зоны отдыха	+	+	+	+
Ворота/КПП	+	+	+	+
Визит-центр	+	–	–	–
Настилы/покрытие	+	–	–	–
Освещение троп	+	+	+	+
<b>Информационная инфраструктура</b>				
Информационные стенды	+	+	+	+
Указатели	+	+	+	+
Аншлаги	+	+	+	+
<b>Инфраструктура размещения/проживания</b>				
Гостевые домики	+	+	+	+
Палаточные лагеря (кемпинг)	–	+	+	–
Гостиница	+	–	–	–
Предприятия питания	+	–	+	–

Во всех национальных парках существует зонирование: заповедная зона, особо охраняемая зона, рекреационная зона, зона хозяйственного назначения. Отсутствует зона охраны объектов культурного наследия во всех национальных парках, зона традиционного экстенсивного природопользования отсутствует в национальных парках «Земля Леопарда» и «Зов Тигра». Кластерный участок включен в состав территории только в национальном парке «Земля Леопарда».

Зонирование национального парка напрямую связано с типологией инфраструктуры, которая в нем размещается. Инфраструктура зависит от видов туризма и туристской деятельности, которые развиваются в национальных парках. Например, в национальном парке «Земля Леопарда» появился новый вид туризма – бердвотчинг (наблюдение за птицами), и под этот вид туризма создаются и оснащаются тропы и маршруты. Следовательно, важно также отслеживать современные тенденции и запросы туристов и реагировать, предлагая новые виды деятельности.

На территориях всех национальных парков размещены фотоловушки, зоны отдыха, КПП или ворота, освещение на тропах, информационные стенды, указатели и аншлаги, гостевые домики. Палаточные лагеря (кемпинг) присутствуют в национальных парках «Зов Тигра» и «Бикин». Специально отведенные предприятия питания есть на территориях национальных парков «Земля Леопарда» и «Зов Тигра». Также на территории национального парка «Земля Леопарда» есть специальные фотолабазы, дорожное покрытие, визит-центр и гостиница. С уверенностью можно сказать, что национальный парк «Земля леопарда» является наиболее инфраструктурно-оснащенной особо охраняемой природной территорией Приморского края.

В национальном парке «Зов Тигра» предлагается 4 маршрута (Гора «Сестра» и «Камень Брат», Гора «Облачная», Гора «Снежная», Река «Милоградовка»), а в Лазовском заповеднике (который включен в состав объединенной дирекции ФГБОУ «Зов тигра») 5 маршрутов («Тропую тигра», «Остров, остановивший время», «Дыхание весны», «Каменная рапсодия», «Сквозь века») [5].

В национальном парке «Бикин» также присутствует несколько экологических троп и маршрутов, связанных как с природой парка, так и с местными коренными жителями – удэгейцами [6].

«Удэгейская легенда» располагает 2 экотропами («Лаулинский прижим», «Ковалевская тисовая роща»), а также предоставляется тур выходного дня «На берегах Имана» [7].

В «Земле Леопарда» действуют 9 экотроп («Олени и море бухты Нерпичья», «Кравцовские водопады», «Тропой леопарда», «Логово леопарда», «К сердцу Кедровой пади», «Шагами заповедей», «Семиверстка», «Подводный мир заповедника», «Экологическая тропа о. Попова») и пред-

ставлен выбор маршрутов с экскурсиями, различными по продолжительности. Предлагаются экскурсии в музей «Природа моря и её охрана», визит-центр «Вглубь веков», экскурсии по маршрутам: «Ботанический сад – Ликандер», «Наследие», «Самый южный остров России и песчаная одиссея», «Геологический мир о. Попова», «Литораль о. Попова», «Экология древнего человека», «Подводный мир заповедника», «Русские имена на карте архипелага императрицы Евгении», «Заповедное море и берег поющих сосен». По маршруту «Тропа леопарда» проводится экоквест [8].

«Земля Леопарда» является не только самым посещаемым, но и самым оснащенным национальным парком в Приморском крае. Оснащение инфраструктурой является одной из главных причин посещения туристами этого парка.

Так, дирекция национального парка отметила, что в 2023 году приняла рекордное число туристов – количество гостей впервые превысило отметку в 129 тысяч. Это больше, чем годом ранее. С начала двухтысячных годов число посетителей выросло в 27 раз [9].

Причинами успеха стали проведение фестивалей и повышение интереса к уникальной природе и животному миру заповедных территорий, где обитают редкие амурские тигры и дальневосточные леопарды. Дирекция активно сотрудничает с местными жителями, школами и вузами, продвигая экологическое образование и осознанное отношение к природе. Рост произошел и благодаря команде профессионалов, гидов и специалистов отдела туризма «Земли леопарда».

Экологические туры – это трендовое направление туристской деятельности и, особенно, в Приморском крае. Инфраструктурное обустройство поддерживается на законодательном уровне с помощью государственных программ и грантов. Перечисленные выше меры направлены на популяризацию экологического туризма в регионе и стране в целом. Создание инфраструктуры является важным шагом на пути к сохранению богатого природного наследия России и устойчивому развитию туризма.

---

1. Федеральный закон от 14.03.1995 № 33-ФЗ (ред. от 10.07.2023) «Об особо охраняемых природных территориях» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023), Раздел 3. – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6072/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6072/) (дата обращения 02.04.24).

2. Туристская инфраструктура: социально-экономический анализ основных понятий и определений. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskaya-infrastruktura-sotsialnoekonomicheskii-analiz-osnovnyh-ponyatiy-i-opredeleniy> (дата обращения 02.04.24).

3. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 25.12.2023). – Текст: электронный. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (дата обращения 02.04.24).

4. Инфраструктура туризма как базис вовлечения нематериального культурного наследия в индустрию туризма и гостеприимства. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/infrastruktura-turizma-kak-bazis-vo vlecheniya-nematerialnogo-kulturnogo-naslediya-v-industriyu-turizma-i-gostepriimstva> (дата обращения 03.04.24).

5. Национальный парк «Зов Тигра». – Текст: электронный. – URL: <http://lazovzap.ru> (дата обращения 03.04.24).

6. Национальный парк «Бикин». – Текст: электронный. – URL: <https://parkbikin.com> (дата обращения 02.04.24).

7. Национальный парк «Удэгейская легенда». – Текст: электронный. – URL: <https://ud-legend.ru> (дата обращения 04.04.24).

8. Национальный парк «Земля Леопарда». – Текст: электронный. – URL: <https://leopard-land.ru> (дата обращения 02.04.24).

9. «Земля леопарда» вошла в ТОП-30 туристических достопримечательностей России. – Текст: электронный. – URL: <https://vl.aif.ru/culture/-zemlya-leoparda-voshla-v-top-30-turisticheskikh-dostoprimechatelnostey-rossii> (дата обращения 05.04.24).

## Секция. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (3-4 КУРС)

УДК 379.8

### ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ДОСУГА В РЕСТОРАНЕ «СУПРА МЕОРЕ» (г. ВЛАДИВОСТОК)

**А.С. Бояркина**, бакалавр  
**Г.А. Петрова**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** В современном мире существует огромная конкуренция среди предприятий общественного питания. Соответственно организации досуга в данной сфере, как никогда, актуальна. Чтобы создать качественный продукт и сформировать актуальное предложение, необходимо провести исследование в данной области. В статье проведено исследование потребителей ресторана «Супра Меоре», и на основе его результатов выдвинуто современное предложение.*

***Ключевые слова:** респонденты, анкета, досуг, уровень удовлетворения, анкетирование.*

### A STUDY OF SATISFACTION WITH LEISURE ACTIVITIES IN THE SUPRA MEORE RESTAURANT (VLADIVOSTOK)

***Abstract.** In the modern world, there is huge competition among catering companies. Accordingly, the organization of leisure activities in this area is more relevant than ever. In order to create a high-quality product and create an up-to-date offer, it is necessary to conduct research in this area. The article conducted a study of the consumers of the Supra Meore restaurant, and based on its results, a modern proposal was put forward.*

***Keywords:** respondents, questionnaire, leisure, satisfaction level, questionnaire.*

Сегментирование рынка – процесс разделения рынка на отдельные группы покупателей с различными потребностями, характеристиками или поведением, для каждой из которых требуются разные товары или маркетинговые комплексы [1.]

Конкретным способом удовлетворения потребности является предложение качественной продукции и уникального предложения в сервисе. При проведении исследования потребителей использовалось анкетирование потребителей. Анкетирование распространялось с помощью социальных сетей. Одинаково внимательно изучались результаты анкетирования посетителей ресторана, как жителей города, так и его гостей. При обработке данных распространения при сегментировании по демографическим и психографическим принципам, приняли участие 33 человека, были учтены следующие переменные: возраст, пол, уровень доходов, семейное положение, занятость, анализ посещения ресторана и удовлетворенность его услугами и сервисом [2].

В результате обработки анкет были получены следующие данные: 40% гостей ресторана являются мужчинами, на долю женщин приходится соответственно 60%.

Возрастные рамки колеблются от 11 до 60 лет. Большая возрастная группа посетителей ресторана – 19–30 лет и составляет 75% опрошиваемых. На втором месте 11–18 лет и 31–40 лет, их процентное соотношение равно 10%. И меньше всего посещает грузинский дом группа в возрасте 41–60 лет.

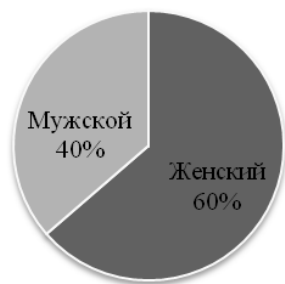


Рис. 1. Пол респондентов

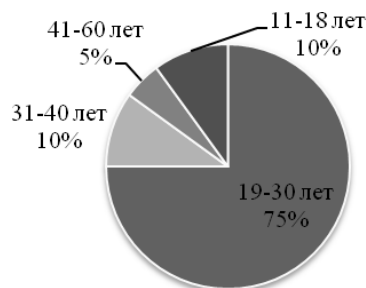


Рис. 2. Возраст респондентов

В результате обработки анкет были получены следующие данные, касающиеся занятости респондентов: 80% опрашиваемых трудоустроены и осуществляют рабочую деятельность, 15% являются учащимися высших учебных заведений и других образовательных учреждений. 5% являются временно не работающими. Ни один респондент не выбрал позицию «не работающий»

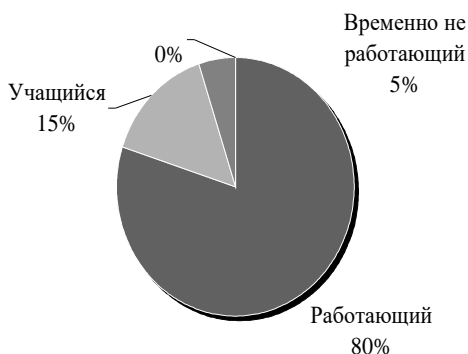


Рис. 3. Занятость респондентов

В результате обработки анкет были получены следующие данные, касающиеся частоты посещений: 45% респондентов посещают рестораны ежемесячно, 30% несколько раз в неделю, 20% ответили «несколько раз в год», 5% реже раза в год. Никто из опрашиваемых не выбрал вариант «не посещаю».

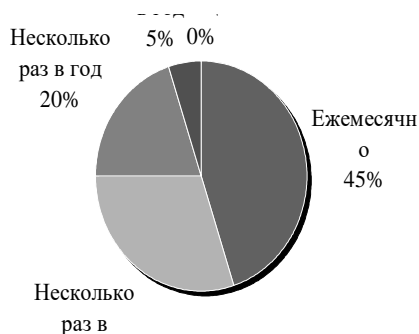


Рис. 4. Частота посещений респондентами ресторанов

По результатам анализа дохода респондентов было выявлено: 50% зарабатывают свыше 61 000 рублей, 30% зарабатывают от 41 000 до 60 000 рублей, 20% зарабатывают от 26 000 до 40 000 рублей. 0% составили менее 10 000 рублей и от 11 000 до 21 000 рублей.

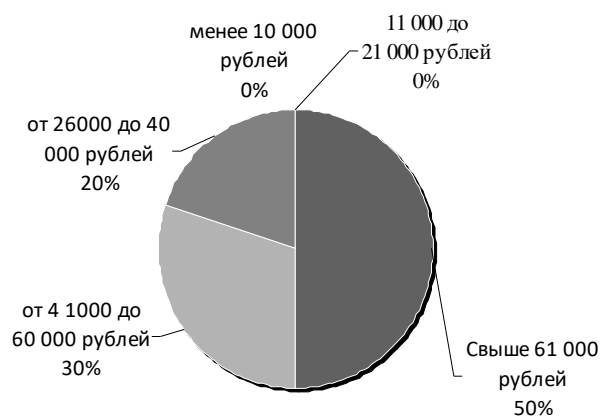


Рис. 5. Уровень доходов

В результате обработки анкет были получены следующие данные, касающиеся уровня удовлетворения качеством блюд и напитков ресторана «Супра»: 85 % респондентов довольны, 15 % скорее довольны, чем нет. Никто не выбрал варианты «скорее нет, чем да» и «скорее да, чем нет»

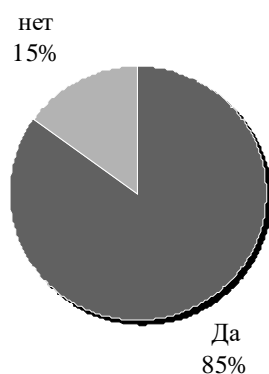


Рис. 6. Уровень удовлетворения качеством блюд и напитков

В результате обработки анкет были получены следующие данные, касающиеся досуга во время ожидания блюд: 65 % респондентов наблюдают контент в телефоне, 15 % общаются с собеседником, столько же рассматривают интерьер ресторана и 5 % выбрали вариант «другое».



Рис. 7. Досуг гостей во время ожидания блюд

В результате обработки анкет были получены следующие данные, касающиеся уровня желания гостей в принятии участия в экскурсии по ресторану: 77 % респондентов охотно согласились бы на такое предложения, 23 % ответили, что им это не интересно.



Рис. 8. Уровень желания гостей принять участие в экскурсии по ресторану

Данный анализ показывает, что целевая аудитория грузинского дома самая разнообразная. Однако можно выявить некоторые характеристики, которые их объединяют. Ресторан посещают в примерно равной степени мужчины и женщины, которые имеют постоянное место работы и достаточно высокий уровень дохода, опрошенные респонденты весьма часто посещают рестораны и имеют некоторую насмотренность и опыт в данной индустрии. Также большинство опрошиваемых удовлетворены качеством блюд и напитков в ресторане «Супра» [5].

Однако при долгом ожидании блюд многие испытывают дискомфорт, и пытаются занять себя чем-либо, чтобы отвлечься. Именно поэтому респондентов заинтересовало предложение, касающееся аудиогида по ресторану. Он поможет скоротать долгое время ожидания, а также погрузит гостей в атмосферу ресторана, что поспособствует увеличению лояльности. Лояльность имеет важную роль, она способствует тому, что гости становятся постоянными, легко соглашаются на дополнительные продажи и готовы снисходительно отнестись к некоторым ошибкам предприятия – все это несомненно влияет на прибыль ресторана [6].

Изначально, миссия ресторана гласит: «предоставлять высокого уровня сервис, качество вкуса и праздник, доступные каждому». Для семей с детьми «джигиты» готовы провести различные мастер-классы и немного приоткрыть завесу грузинской кухни: желающие могут научиться лепить вкуснейшие хинкали и делать грузинские лимонады, все повара и бармены обучены и с радостью готовы уделить время на общение с гостями. Из этого следует, что гости охотно идут на коммуникацию с персоналом, поэтому аудиогид станет еще одним инструментом, с помощью которого можно положительно влиять на посетителей [7].

Адаптация к новым тенденциям, стремление к высокому качеству и разнообразию предложений делают ресторанный рынок города динамичным и привлекательным для всех любителей хорошей еды и приятной атмосферы.

Аудиогид для грузинского ресторана – это уникальная возможность погрузить посетителей в атмосферу Грузии, ее культуры, кухни и традиций. Создание аудиогида для ресторана позволит гостям узнать больше о истории блюд, специфике их приготовления, особенностях сервировки и сочетаний ингредиентов [8].

1. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации – Текст: электронный. URL: <https://ac.gov.ru/> (дата обращения: 25.02.2024)

2. Быкова В. А. Создание и использование аудиогидов в экскурсионной практике // Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий: сб. материалов XVIII Международной научно-практической конференции, посвященной 415-летию города Томска. – Томск, 2020. – С. 207–209.

3. Горошко Н. В., Емельянова Е. К. Аудиоэкскурсии на наземном городском пассажирском транспорте как инструмент повышения туристской привлекательности территории // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2020. № 2 (21) апрель–июнь. – URL: <http://ejournal.Omgau.ru/images/issues/2020/2/00842.pdf>. – ISSN 2413-4066 (дата обращения: 30.02.2024).

4. Гончаров А.А. Тенденции развития предприятий общественного питания России 2020 года // Студенческий форум. 2020. – 34–36 с.

5. Нищева Д. И. Роль мобильных приложений и сервисов в туризме на примере России и Томской области // Актуальные вопросы истории, социально-политических наук и туризма: материалы симпозиума в рамках XV (XLVII) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Кемерово, 2020. С. 222–225.



6. Официальный сайт ресторана Супра – Текст: электронный: URL: <https://suprav1.ru/> (дата обращения: 7.03.2024)

7. Лайпанова З.М., Салпагаров Д.М. Сущность деятельности предприятий общественного питания // Тенденции развития науки и образования. 2020. – 40 с.

8. Мышлявцева С.Э., Ланин В.В., Баранова А. Е. Мобильные технологии как инструмент повышения туристической привлекательности (на примере города Перми) // География и туризм. 2021. № 1. С. 15–22.

УДК 379.85

## АВТОМОБИЛЬНЫЙ КВЕСТ КАК КЛЮЧЕВОЙ СТИМУЛ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

У.А. Демидова, бакалавр

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** Автомобильный туризм является одним из наиболее популярных видов туризма, который предоставляет туристам возможность свободно путешествовать и исследовать различные регионы. Приморский край, расположенный на Дальнем Востоке России, обладает уникальными природными и культурными достопримечательностями, которые привлекают туристов со всего мира. В последние годы автомобильный квест стал одним из ключевых стимулов развития автомобильного туризма в Приморском крае. В данной статье рассматривается роль автомобильного квеста в привлечении туристов и развитии туристической индустрии в регионе.

**Ключевые слова:** туризм, автотуризм, автомобильный туризм, автомобильный квест, Приморский край, Российская Федерация

## CAR QUEST AS A KEY DEVELOPMENT INCENTIVE AUTOMOBILE TOURISM IN PRIMORSKY KRAI

**Abstract.** Car tourism is one of the most popular types of tourism that provides tourists with the opportunity to freely travel and explore various regions. Primorsky Krai, located in the Russian Far East, boasts unique natural and cultural attractions that attract tourists from all over the world. In recent years, the automobile quest has become a key incentive for the development of car tourism in Primorsky Krai. This article discusses the role of the automobile quest in attracting tourists and developing the tourism industry in the region.

**Keywords:** tourism, car tourism, automobile tourism, automobile quest, Primorsky Krai, Russian Federation.

### Введение

Автомобильный квест представляет собой увлекательное приключение, где участники путешествуют на машинах, решая загадки, выполняя задания и исследуя интересные места по маршруту. Основные элементы включают интерактивные задачи, поиск объектов, сбор информации и разгадывание головоломок. Каждое задание связано с достопримечательностями и историческими местами, что помогает участникам погрузиться в атмосферу региона и изучить его культурное наследие. В котором участники совершают путешествие по определенному маршруту на автомобилях, решая загадки, выполняя задания и исследуя интересные места.

Целью работы является исследование возможностей автомобильного квеста для развития автомобильного туризма в Приморском крае и определить его влияние на привлекательность региона для туристов.

В ходе работы были выделены следующие задачи:

- теоретические аспекты и методические разработки автомобильных квестов;
- провести анализ текущего состояния автомобильного туризма в Приморском крае;
- исследовать опыт других регионов, где автомобильные квесты успешно используются для развития туризма;

– выявить основные достопримечательности и уникальные места, которые могут быть включены в автомобильные квесты.

### Научная новизна

Научная новизна данной темы заключается в изучении и анализе потенциала автомобильного квеста как средства развития автомобильного туризма в определенной области. Это включает в себя исследование возможностей использования автомобильных квестов для привлечения туристов, создания новых маршрутов и продвижения туристических услуг.

### Методы исследования

В ходе исследования использовались различные научные методы: анализ, синтез, сравнение, экономико-статистические приемы для обеспечения достоверности результатов и обоснованности выводов.

**Основная часть.** По мере развития автотуризма в Российской Федерации происходит уточнение терминологии. Несколько авторов систематизировали общие этапы развития автомобильных квестов в своих исследованиях (табл. 1)

Таблица 1

### Теоретические аспекты «автомобильного квеста»

Определение	Автор
1 Автоквест – это командная игра на автомобилях на решение загадок, в которых зашифрованы достопримечательности заранее определенной местности. Уникальность инклюзивного автоквеста заключается в том, что принимать участие в этом мероприятии могут люди без инвалидности и люди с инвалидностью любых форм, совместно и на равных условиях, ведь каждому найдется место в команде: один может решать загадки, второй ехать, третий быть штурманом, а все вместе могут победить.	Екатерина Петрова (писательница и исследователь автомобильных квестов, автор книги «Секреты успешного автоквеста»).
2 Автомобильные квесты – это вид интеллектуально-подвижных игр, связанных с городским ориентированием, направленных на расшифровку мест конкретно заданной территории, а также действий, которые необходимо выполнить для прохождения задания. По ходу движения участники проходят через контрольные пункты (чек-пойнты) и специальные этапы (конкурсы для экипажей).	Андрей Иванов (автомобильный эксперт и автор статей о различных форматах автомобильных квестов, их организации и проведении).
3 Автомобильный квест – квест по городу на машине, в котором для перемещения с задания на задание авто применяется в силу большого расстояния между ними. В сознании большинства есть только один вид автоквеста, где задания приходят последовательно в программу на телефоне.	Олег Смирнов (преподаватель автомобильного спорта и автор методических пособий по автомобильным квестам для участников и организаторов).
4 Автомобильные квесты – это, прежде всего, городская игра. Команда передвигается на автомобиле по загаданным местам, попутно решая загадки и выполняя задания разного рода. Это развлекательное мероприятие, созданное для активного и веселого отдыха.	Мария Кузнецова (психолог и тренер по командной работе, исследует влияние автомобильных квестов на развитие личности и формирование коммуникативных навыков).

Составлено автором по [1].

Эти авторы предлагают разнообразные подходы к организации и проведению автомобильных квестов. Изучение их исследований поможет более глубоко понять суть и значение автомобильных квестов в современном обществе.

Для успешного продвижения автомобильного квеста можно применять различные методы и стратегии маркетинга. В данном случае представлены несколько подходов, способствующих продвижению проекта (табл. 2).

Сочетание этих подходов обеспечит результативную рекламу автомобильного квеста и привлечение большего числа участников. Чтобы организовать автомобильный квест на высоком уровне, следует выполнить рядовую последовательность действий (рис. 1) [3].

### Подходы в продвижении автомобильного квеста

Подход	Характеристика
1. Создание уникального контента	Разработать интересный и увлекательный сценарий для автомобильного квеста, который может заинтересовать вашу целевую аудиторию. Убедить, что контент квеста уникален и отличается от конкурентов.
2. Оптимизация для поисковых систем	Применить методы SEO (оптимизация для поисковых систем) для продвижения вашего автомобильного квеста в поисковых системах. Используйте ключевые слова, оптимизируйте мета-теги и создавайте качественный контент для привлечения трафика.
3. Сотрудничество с партнерами	Установить партнерские отношения с автосалонами, туроператорами, отелями и другими партнерами, чтобы расширить аудиторию и привлечь новых клиентов.
4. Рекламная кампания	Запустить рекламные кампании на социальных сетях, в онлайн-рекламе, на радио, ТВ и других площадках. Реклама поможет увеличить узнаваемость вашего автомобильного квеста и привлечь новых клиентов.
5. Участие в мероприятиях и выставках	Принять участие в автомобильных мероприятиях, фестивалях и выставках, чтобы привлечь внимание к вашему проекту и познакомиться с потенциальными клиентами.
6. Социальные сети	Активно использовать социальные сети для продвижения автомобильного квеста. Создавайте интересный контент, взаимодействуйте с подписчиками, проводите конкурсы и акции для привлечения новых клиентов.

Составлено автором по [2]



Рис. 1. Методы продвижения автомобильного квеста

Анализируя сегодняшнюю ситуацию автомобильного туризма в Приморском крае, необходимо оценить ключевые факторы, определяющие прогресс этого направления: количество путешествий по автомобильным дорогам в регионе за последние годы. Инфраструктуру для автомобильных путешествий включает в себя наличие автомагистралей, заправочных станций, ресторанов и прочих услуг для путешественников. Проходимость автодорог и их техническое состояние.

Таблица 3

### Анализ текущего состояния автомобильного туризма в Приморском крае

Показатель	Текущее состояние
Количество туристических поездок	Увеличение на 15% за последние 3 года.
Инфраструктура	Развита, но требует дополнительного улучшения.
Доступность маршрутов	Хорошая, но есть участки с плохим покрытием.
Привлекательность региона	Высокая благодаря многообразию природы и культуры.

Составлено автором по [4]

Для изучения влияния автомобильных квестов на развитие автомобильного туризма в Приморском крае мы можем рассмотреть несколько ключевых аспектов, таких как разнообразие маршрутов, популярность среди туристов, экономические выгоды и участие местного сообщества.

Таблица 4

#### Количество и разнообразие маршрутов

Год	Количество маршрутов	Разнообразие маршрутов (от 1 до 5)
2021	10	4
2022	15	4,5
2023	20	5

Составлено автором по [4]

Данная таблица показывает, что количество маршрутов автомобильных квестов постоянно растет, а также их разнообразие.

Таблица 5

#### Популярность у туристов

Год	Количество участников	Уровень удовлетворенности (от 1 до 10)
2021	5000	8
2022	7500	8,5
2023	10 000	9

Составлено автором по [4]

Из данных таблицы видно, что интерес к автомобильным квестам у туристов постоянно растет, что свидетельствует о их значительной привлекательности и популярности. Тенденция роста интереса к этому виду активного отдыха отчетливо прослеживается в статистике. Это может быть связано как с появлением новых и захватывающих маршрутов квестов, так и с ростом популярности автомобильного туризма в целом. Неудивительно, что автомобильные квесты становятся привлекательным выбором для тех, кто ищет необычные и захватывающие впечатления во время своих путешествий.

Таблица 6

#### Экономические выгоды

Год	Общий доход (в млн рублей)	Вклад в экономику региона (в % от ВРП)
2021	10	0,5
2022	15	0,8
2023	20	1,2

Составлено автором по [4]

Исходя из таблицы, которая демонстрирует экономические выгоды от развития автомобильного квеста в Приморском крае. Постоянный рост доходов и вклада в экономику региона подчеркивает важность этого вида туризма для местной экономики.

Таблица 7

#### Вовлеченность местного сообщества

Год	Количество местных организаций-участников	Уровень участия местных жителей (от 1 до 5)
2021	20	3
2022	25	3,5
2023	30	4

Составлено автором по [4]

Представленные данные показывают увеличение активности местного сообщества в развитии автомобильного квеста. Растущее число местных организаций-участников и высокий уровень вовлеченности жителей способствуют формированию благоприятной обстановки для развития данного вида туризма.

Проведем анализ опыта других регионов: изучим основные методики и подходы, используемые в этих местах, и оценим их применимость к Приморскому краю (табл. 8)

Таблица 8

### Опыт других регионов в использовании автомобильных квестов для развития туризма

Субъект РФ	Методы и приемы развития автомобильного квеста
1. Санкт-Петербург	В этом городе популярны автомобильные квесты, в рамках которых туристы могут исследовать исторические достопримечательности, памятники архитектуры и интересные места города. Квесты могут включать в себя задания по поиску определенных объектов, решению головоломок и общему знакомству с культурой и историей города
2. Крым	В Крыму также популярны автомобильные квесты, особенно в районах с красивыми пейзажами и историческими памятниками, такими как Ялта и Севастополь. Туристы могут отправиться на автомобильное приключение по живописным дорогам полуострова, выполняя задания и познавая его уникальную культуру.
3. Уральский регион	В Уральском регионе также можно найти автомобильные квесты, которые предлагают туристам уникальную возможность исследовать промышленное наследие региона, а также его природные достопримечательности. Квесты могут включать в себя поездку к историческим заводам, шахтам и различным культурным объектам.
4. Краснодарский край	В этом регионе автомобильные квесты могут предлагать туристам путешествия по живописным местам Черноморского побережья, посещение курортных городов, а также изучение местных традиций и культуры. Квесты могут включать в себя поездки к горным водопадам, пляжам и историческим достопримечательностям.
5. Карелия	В Карелии туристы могут отправиться на автомобильные квесты по живописным озерам и лесам, посетить древние карельские деревни, а также познакомиться с местными традициями и культурой. Квесты могут включать в себя поисковые игры, исследование длинных дорог и знакомство с местными ремесленниками.
6. Сибирь	В регионах Сибири, таких как Алтай или Байкал, автомобильные квесты могут предложить уникальную возможность путешествия по диким и нетронутым природным местам. Туристы могут отправиться на поисковые приключения к ущельям, водопадам и горным вершинам, а также познакомиться с культурой коренных народов региона.

Составлено автором по [5]

Выявление основных достопримечательностей и уникальных мест: Наконец, рассмотрим основные достопримечательности и уникальные места Приморского края, которые могут быть включены в автомобильные квесты. Для этого проведем анализ основных туристических объектов региона и их привлекательности для туристов.

Таблица 9

### Основные достопримечательности и уникальные места Приморского края

Место	Описание
1. Владивосток	Это портовый город, находящийся на Дальнем Востоке, город с большим количеством достопримечательностей. Город несет свою историю от крепости, которая была построена в конце 18 века и названа Владивосток, а город получил название от слов «Восток» и «владеть».
2. Золотой Мост	Одна из новых достопримечательностей города-порта появилась несколько лет назад, но уже успела стать культовым местом для туристов. Красивый вантовый мост назван «золотым» не потому, что в нем есть элементы из золота, а за то, что проложен через бухту Золотой Рог. Гигантская конструкция длиной 1388 метров нависает на высоте более 64 метров над водой. Под мостом спокойно проходят большие корабли и океанские лайнеры.
3. Уссурийская долина	Этот живописный район в Приморском крае обладает уникальной природой, где можно увидеть маньчжурский тигр и другие животные. Здесь также расположены живописные водопады, горные озера и пещеры.

Место	Описание
4. Хасанский район	Расположен на крайнем юге Приморского края и простирается неширокой полосой с севера на юг вдоль западного побережья залива Петра Великого. На севере район граничит с Уссурийским и Надеждинским районами Приморского края, на западе проходит государственная граница с Китайской Народной Республикой, на юге, по реке Туманган, район граничит с Корейской Народной Демократической Республикой, с востока естественной границей района является побережье залива Петра Великого.
5. Бухта Витязь	Эта уединенная бухта на побережье Японского моря порадует туристов уникальными пейзажами и чистым морем. Здесь можно погулять по пляжам, заняться дайвингом или просто насладиться тишиной и спокойствием. И бухта Витязь входит в их число как одно из красивейших мест, куда устремляются туристы. Слева и справа от входа в Витязь, словно стражи, красуются мысы Шульца и Таранцева и крошечный остров с одноименным названием. Удачное расположение Витязя препятствует образованию сильных волн и посещению этих мест непогодой. Бухта Витязь связана маршрутами с маяком на мысе Гамова, бухтами Теляковского и Астафьева, с мысом Шульца.

Составлено автором по [6]

В Приморском крае существует несколько популярных маршрутов для автомобилистов, которые гарантируют захватывающие путешествия и уникальные впечатления.

Таблица 10

### Одни из популярных маршрутов для автомобилистов в Приморском крае

Наименование места	Описание
1. Дальневосточное кольцо	Перспективный туристический проект, в который планируется включить не только крупные города, интересные исторические и архитектурные достопримечательности, но и памятники природы, например, озеро Ханка, тигровый и леопардовый заповедники. Пуск маршрута ещё в планах, увидеть некоторые его точки вы можете уже в ближайшие выходные. Мы расскажем, чем привлечёт туристов Золотое кольцо Дальнего Востока. Владивосток. Отправная точка Золотого кольца Дальнего Востока – город Владивосток, морской порт, база Тихоокеанского флота и конечный пункт грандиозной Транссибирской магистрали. Начните с прогулки по центру и осмотра Покровского кафедрального собора.
2. Маршрут по Тихоокеанскому побережью	Путешествие вдоль побережья Тихого океана, позволяющее насладиться красотой морских видов и посетить пляжи и курортные города.
3. Поездка в уникальные природные заповедники Приморского края	Такие как Заповедник Петровское, Лазовский заповедник и другие, где можно увидеть богатое биоразнообразие региона
4. Поездка в горные районы Приморского края	Пожалуй, самая известная вершина Приморского края. Географическое название горы – Ливадийская, в честь хребта, высшей точкой которого является. Народное – Пидан, и происхождение этого слова доподлинно не установлено. Есть версия, что таково старинное китайское название, что в переводе означает «Большие камни». Подъём до вершины занимает около 4 часов. Гора знаменита мифами и легендами, которые утверждают, что у Пидана есть Хранитель, который исполняет желания, что по ночам здесь можно увидеть летающих женщин в белом или даже мужчин в чёрном.
5. Маршрут через исторические и культурные достопримечательности Приморского края	Приморский край богат историческими местами. Золотой мост – символ Владивостока, Маяк Эгершельд – один из старейших маяков на Дальнем Востоке, Железнодорожный вокзал Владивостока – памятник архитектуры, Набережная Цесаревича – место, где встречали императорские гости, Светланская улица – исторический центр города. Каждое место имеет свою уникальную историю и привлекает туристов со всего мира.

Составлено автором по [7]

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что автомобильный квест имеет огромный потенциал как ключевой стимул развития автомобильного туризма в Приморском крае. Разнообразные достопримечательности и уникальные места региона могут быть успешно интегрированы в автомобильные квесты, что привлечет больше туристов и способствует развитию туристической индустрии в регионе.

### Заключение

Изучая представленные данные, можно заключить, что автомобильные квесты играют роль в развитии автомобильного туризма в Приморском крае. Рост числа маршрутов, популярность среди

посетителей, экономические выгоды и участие местного населения подтверждают важность данного вида туризма для местной экономики и развития туристической индустрии в целом.

Автомобильные квесты способствуют развитию автомобильного туризма в Приморском крае. Этот вид активного отдыха позволяет гостям узнать регион, провести время с пользой и создать незабываемые впечатления. С развитием автомобильных квестов Приморский край может стать туристическим направлением на Дальнем Востоке России.

---

1. Особенности развития автомобильного туризма в России / Т.М. Валькова, А.Д. Шабалин, Н.В. Шабалина // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Естественные науки. – 2019. – №3. – С. 56-66. – DOI: 10.18384/2310-7189-2019-3-56-66.

2. Тамов А.И. Организация управления автомобильным туризмом в регионах России: автореф. дис.канд. экон. наук. – Москва, 2018. 27 с.

3. «Приморье: автомобильный туризм» (2022) – статья на информационном портале «Дальневосточный вестник» – Текст: электронный. – URL: [https://dv.land/spec/primorje\\_avtomobilnyj\\_turizm](https://dv.land/spec/primorje_avtomobilnyj_turizm)

4. Автомобильный туризм/автоквесты: проблемы и перспективы развития (2019) – доклад на конференции. – Текст: электронный. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38455096>

5. Сайт «Автопутешествия» – Текст: электронный. – URL: <https://autotraveler.ru/>

6. Евдокимова Ю.А. Направление развития автомобильного туризма в России. – Текст: непосредственный // Культура и общество: история и современность. – 2020. – С. 378–383.

7. Киреева Ю.А. Рекомендации по развитию автомобильного туризма на территории Приморского края. – Текст: непосредственный // Проблемы развития туризма. – 2021. – С. 26

УДК 314.74

## АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ г. ВЛАДИВОСТОКА

**Д.И. Долженкова**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В данной статье проведен анализ рынка гостиничных услуг г. Владивостока. Владивосток является ближайшим к странам Азиатско-Тихоокеанского региона городом с европейской культурой, чем привлекателен для туристов. На сегодняшний день существенную долю въезжающих туристов в Владивосток составляют туристы из Китая, Кореи и Японии и являются главными потребителями туристских и гостиничных услуг.

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, динамика и направления повышения качества гостиничных и туристических услуг.

## ANALYSIS OF THE HOTEL SERVICES MARKET IN VLADIVOSTOK

**Abstract.** This article analyzes the Vladivostok hotel services market. Vladivostok is the closest city to the countries of the Asia-Pacific region with European culture, which is attractive for tourists. To date, tourists from China, Korea and Japan make up a significant proportion of incoming tourists to Vladivostok and are the main consumers of tourist and hotel services.

**Keywords:** hotel business, dynamics and directions of improving the quality of hotel and tourist services.

Владивосток – административный центр Приморского Края, крупнейший научный и культурный центр Дальнего Востока, в котором насчитывается около 600 исторических памятников, конечный пункт Транссибирской магистрали.

Владивосток является ближайшим к странам Азиатско-Тихоокеанского региона городом с европейской культурой, чем привлекателен для туристов. На сегодняшний день существенную долю въезжающих туристов в Владивосток составляют туристы из Китая, Кореи и Японии и являются главными потребителями туристских и гостиничных услуг. В 2018 году город посетили около 3 млн туристов, в том числе 640 тыс. иностранцев, из них свыше 90% туристы из Китая, Респуб-

лики Корея и Японии [1]. В 2019 году регион посетило 422 тысячи граждан Китая, из них 365,5 тысяч – с туристическими целями. Вторыми по численности въезжающих туристов является Республика Корея. Количество туристов из Японии хоть и выросло на 20% по сравнению с 2018 годом, их общее количество составило всего 20 тысяч человек, что на фоне турпотока из Китая и Кореи сравнительно не велико [2].

Гостиничный сектор в городе разнообразен, как и в других уголках России. Значительная доля среди всех категорий размещения приходится на апартаменты, на втором месте – отели. При этом рассматривая отели, большую часть предложения составляет бюджетный сегмент, не имеющий класса звездности, предоставляющий в основном только размещение гостей без дополнительных услуг.

После снижения показателей, вызванного ограничениями во время пандемии, в прошлом году рынок восстанавливался опережающими темпами: годовой прирост составил 55 %.

Индустрия гостеприимства оказалась одной из отраслей экономики, наиболее заметно пострадавших от пандемии. Спад туристической и деловой активности привел к тому, что в 2020 году рынок гостиничного бизнеса в денежном выражении сократился более чем на четверть. Тем не менее, несмотря на сохранявшиеся ограничения, 2021 год стал периодом активного восстановления: рынок превзошел показатели допандемийного 2019 года, а по сравнению с 2021 годом вырос на рекордные 55 %, превысив ₽284 млрд.

В настоящее время в городе Владивостоке имеют категорию следующие гостиницы:

- 2 звезды – «Островок», «Гранит»,
- 3 звезды – «Славянская», «Меридиан», «Приморье»,
- 4 звезды – «Azimut Отель Владивосток», «Гостиница Астория»
- 5 звезд – гостиница–казино «Тайгер де кристалл» и «Хендэ».

Показатели систем, в которых сертифицированы эти гостиницы, гармонизированы с основными требованиями Всемирной туристической организации.

Таблица 1

#### Номерной фонд и стоимость размещения в отелях г. Владивостока

Показатели	Название	Количество номеров	Категория номера / цена, руб/сут
до 50 номеров	Версаль	44	4800–25500
	Яхонт	35	3800–10000
	Сибирское подворье	30	3360–10400
51–100 номеров	Гавань	57	3500–10000
	Гранит	90	1300–3600
	Аванта	84	2500–14000
более 100 номеров	Владивосток	342	2310–6900
	Амурский Залив	215	1800–4800
	Гостиница–казино «Тайгер де кристалл»	155	6000–60000
	Приморье	113	2400–6900
	Меридиан	102	1200–7800

*Источник:* Толстых И.Н. Особенности рынка гостиничных услуг на примере Приморского края // Теория и практика трансдисциплинарных исследований в современном мире. – 2022. – С.12–17

Из представленных в таблице данных, можно сделать вывод, что гостиничный рынок г. Владивостока весьма разнообразен и выбор есть как среди гостиниц с номерным фондом до 50 номеров, так и среди гостиниц с числом номеров 51–100 и более 100 номеров. Цена проживания, как видно из таблицы, не зависит от номерного фонда, средняя стоимость размещения составляет от 1300 до 60000 рублей в зависимости от выбранного типа номера.

Гостиничный сектор в городе разнообразен, как и в других уголках России. Значительная доля среди всех категорий размещения приходится на апартаменты, на втором месте – отели. При этом рассматривая отели, большую часть предложения составляет бюджетный сегмент, не имеющий класса звездности, предоставляющий в основном только размещение гостей без дополнительных услуг (рис. 1) [6].



Основным недостатком гостиничной недвижимости города является отсутствие отелей с высоким уровнем звездности и сервиса, на сегодня представлено всего 1 гостиница с уровнем 5 звезд, 1 вилла 5 звезд и 1 апартаменты с уровнем 5 звезд.

Большая часть гостиниц расположена в центре Владивостока, что является важным фактором для туристов. Преимущественно в центре города располагаются исторические объекты, что экономит время туристов, широко развита транспортная инфраструктура и имеет связь с основными коммуникациями города – вокзалами, аэропортом. При этом строительство новых гостиниц в центре затруднено и очень затратное, существует необходимость в сносе существующих зданий, что еще увеличивает затраты на строительство новых объектов, отсутствует большое пространство для парковок, так как в центре плотная застройка.



Рис. 1. Структура гостиничной недвижимости в г. Владивосток

Приток новых туристов и загрузку гостиниц обеспечивают некоторые факторы, важные для активной жизни города. Масштабное строительство объектов России повышает количество деловых поездок в регион.

Открытый в 2022 году пятизвёздочный отель Vladivostok Grand Hotel & SPA полностью запустил свою инфраструктуру. И даже несмотря на это, хочется сказать, что уровень загрузки отеля Grand Hotel & SPA весьма неплохой, учитывая его уровень и тот факт, что работает отель больше года.

Открытия отеля такого уровня явно ждали – во время проведения ВЭФ–2023 в нем было забронировано 95% номеров. Проект получился уникальный. Гостиница полностью отвечает запросам клиентов из «высшей ценовой категории», как по номерному фонду, так и по конференц-опциям (к услугам гостей залы–трансформеры, видовая площадка, банкетный зал). Все это сочетается с эксклюзивным дизайном, основанным на русском колорите. И с концепцией «Роман с Японией и русская душа».

А недавно запустился многофункциональный комплекс «Бурный» с роскошными ресторанами и отелем. Правда, управляющие отельным бизнесом признают, что богатые иностранцы, на которых рассчитывали, пока не доехали, а большая часть туристов во Владивостоке – это жители соседних регионов. Но несмотря на это, уровень загрузки отеля на Корабельной набережной, номера в котором стоят от 40 тысяч рублей в сутки, называют весьма неплохим.

Основной поток российских и иностранных путешественников отмечается летом. Чтобы преодолеть фактор сезонности, в крае принят курс на развитие событийного туризма. Ежегодно во Владивостоке проходят различные фестивали и крупные события: день города, день тигра, день ВМФ, фестиваль «Вгород» и гастрономические фестивали: мидий, гребешка, корюшки. В городе проходит исторический фестиваль «Владивостокская крепость», Тихоокеанский театральный фестиваль, различные музыкальные фестивали: V–Rox, джазовый фестиваль, а также различные спортивные мероприятия и марафоны. В сентябре во Владивостоке традиционно проходит Восточный экономический форум.

Наиболее высокие показатели в августе–сентябре, соответственно, данный период можно отнести к высокому сезону для гостиниц Владивостока. Напротив, в марте–апреле загрузка и выручка самые низкие в году, что гостиничными предприятиями характеризуется как низкий сезон. Наименьшее отклонение от среднего уровня наблюдается в июне и ноябре. Следует подчеркнуть, что, несмотря на отличия в сезонных картах гостиничных предприятий различных типов, проблема сезонности функционирования является характерной для многих туристских и гостиничных предприятий города.

Как правило, сезонные колебания коррелируются с климатологическими показателями территории. Так, по мнению экспертов, для приморской весны характерны резкие перепады температур, что может понизить привлекательность города в глазах потенциальных туристов и объяснить низкую загрузку отелей в это время года. С другой стороны, увеличение загрузки поздним летом и осенью вызвано ясной погодой и относительно высокой температурой воздуха, что выгодно отличает юг Приморского края не только от других регионов Дальнего Востока, но и от большинства регионов России. Исходя из этого можно, с определённой долей уверенности, утверждать, что одним из ключевых факторов сезонности во Владивостоке является климат.

Организационно–экономические меры по сглаживанию сезонных колебаний спроса на услуги, которые заключаются в:

- расширении ассортимента услуг, организация внесезонных мероприятий;
- изменении политики ценообразования под колебания спроса;
- проведении маркетинговых акций;
- повышении качества услуг;
- оптимизации затрат, оперативном управлении материальными запасами;
- внедрении интеллектуальных систем планирования и прогнозирования, автоматизации процессов.

Для гостиниц Владивостока можно предложить следующие мероприятия по преодолению факторов сезонности (табл. 2) [2].

Таблица 2

#### Факторы сезонности и меры по сглаживанию

Факторы сезонности	Меры по сглаживанию колебаний
Природно–климатические	Политика сезонных цен; аутсорсинг персонала; оптимизация издержек; маркетинговые акции
Общэкономические	Расширение номенклатуры и ассортимента услуг; ввод пакетных предложений; применение системы антикризисного управления; автоматизация процесса обновления цен; конгрессный, событийный туризм, договоры с корпоративными клиентами
Социально–демографические	Качественный сайт; виртуальные экскурсии; продвижение через рекламу в социальных сетях
Культурно–психологические	Организация внесезонных мероприятий – экскурсии по достопримечательностям, выезды в спа–центры, бассейны, выставки, ярмарки, концерты, театры, цирк; проведение конференций, семинаров, встреч и иных торжеств
Личностные	Интеллектуальная система индивидуального прогнозирования; автоматизация регистрации, программы лояльности, гастротуры

Источник: составлено автором

Ещё одним методом может послужить разработка внесезонных предложений, так в последние годы набирает популярность конгрессное обслуживание, событийный туризм. Это проведение конференций, семинаров, встреч и иных торжеств, на которые организованно собираются представители бизнеса, науки, медицины. Они могут быть размещены в гостиницах и использовать конференц-залы и специальное оборудование для встреч. Для них организуются бизнес-ланчи по специальным ценам. Новым направлением на российском рынке является инсентив-туризм. Это поощрительные поездки за счет работодателя для особо отличившихся сотрудников. Здесь важным будет налаживание коммуникаций представителей менеджмента отелей с администрацией крупных предприятий, компаний из других городов, организующих командировки и поощрительные поездки своих сотрудников, что поможет загрузить фонд в период спада продаж. Для гостиниц Владивостока увеличение доли делового сегмента сможет обеспечить повышение уровня загрузки номерного фонда.

Эффективной мерой сглаживания сезонных колебаний является внедрение пакетных предложений. Владивосток известен своими объектами культуры – Мариинский театр, Приморская краевая филармония, океанариум, Музей им. Арсеньева, Государственный цирк и пр. Можно организовать выезды в спа-центры, бассейны, выставки, ярмарки, концерты местных и приезжих исполнителей.

Популярность гастрономического туризма в странах Европы дает возможность применения этого опыта в российских регионах. Это направление во Владивостоке уже показало свою востребованность особенно в последние несколько лет (фестивали корюшки, мидий, азиатской кухни). Так на территории гостиницы ООО «Астория» расположен фермерский ресторан Огонёк, который знакомит гостей с местной кухней и морскими деликатесами. Для туристов из других регионов России гастротуризм представляет большой интерес в связи с уникальным доступом к свежим морепродуктам и дикоросам.

Основой развития туризма на территориальном уровне являются два ключевых фактора: туристская инфраструктура и события, привлекающие туристов. В настоящее время в регионе определен ключевой перечень событийных деловых и развлекательных мероприятий, проводятся различные мероприятия в области культуры, организуются спортивные мероприятия, в том числе и международного уровня.

В целом, возможность развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае обусловлена следующими факторами:

- близостью к странам Азиатско–Тихоокеанского региона – целевым потребителям туристских ресурсов в пределах 2–3 часовой доступности;
- развитием Приморского края как крупного логистического центра внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близостью потребителей туристских услуг, проживающих на территории ДФО;
- развитием г.Владивостока как центра деловой активности всего ДФО;
- наличием разнообразного природно–рекреационного потенциала, богатого культурно–исторического наследия; сложившихся исторических связей с народами, населяющими страны АТР, обладающих высокой степенью привлекательности для иностранных туристов;
- наличием высших образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Гостиничный бизнес приносит владельцам хорошие доходы, однако важно не пускать дело на самотек. Для достижения успеха требуется постоянный контроль над объектом, поиск новых инструментов и возможностей для расширения, а также отслеживание регламентов законодательства и программ финансовой поддержки.

Сейчас гостиничная отрасль в России претерпевает стремительные изменения на фоне происходящих во внешней и внутренней политике событий. Индустрия пережила уход большого числа зарубежных компаний с гостиничного рынка и падение доли иностранных туристов, особенно перемены коснулись курортных и туристических зон на западных границах. Однако перемены на рынке открывают большие возможности для развития малого гостиничного бизнеса и внутреннего туризма, раскрытия богатого рекреационного потенциала нашей страны. Расширение внутреннего туризма приведёт к созданию новых направлений, зарождается потенциал для строительства мест активного отдыха и локальных рекреационных центров.

От международных брендов потребитель неизбежно перейдёт к российским, что подстегнёт развитие локальных операторов. Поддержка государства обеспечивает функционирование существующих отелей и гостиниц, а также поощряет создание новых. Ожидается, что в обозримом будущем, в связи со снижением напряжённости на международной арене, удастся вернуть, хотя бы отчасти, поток иностранных туристов с запада, пока что главная ставка делается на приезжающих из стран востока.

---

1. Платонова Т.Е. Российский гостиничный бизнес – состояние, проблемы и перспективы развития в современной экономике // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 6-2. С. 238–242

2. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес: учеб. пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2020 – 174 с.

3. Толстых И.Н. Особенности рынка гостиничных услуг на примере Приморского края // Теория и практика трансдисциплинарных исследований в современном мире. – 2019. № 1. – С.12–17.

4. Шумакова Е.В., Ильченко А.А., Шубина А.В. Роль сезонности в гостиничном бизнесе Приморского края // Молодой учёный. – 2022. – №24. – С. 179–182.

5. Туватова В.Е. Маркетинг гостиниц: учебно–методическое пособие для студентов всех форм обучения. – Москва: Проспект, 2022. – 217 с.

6. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2020. – 117 с.
7. Чернышева А.В. Организация и управление гостиничным бизнесом: учеб. пособие. – Москва: Издательский дом «Альпина», 2022. – 212 с.
8. Волков Ю.Ф. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов. – М.: Феникс, 2021. – 966 с.
9. Можяева Н. Г. Гостиничный сервис. – Москва: Инфра–М, Альфа–М, 2021. – 240 с.
10. Толстых И.Н. Особенности рынка гостиничных услуг на примере Приморского края // Теория и практика трансдисциплинарных исследований в современном мире. – 2022. – С.12–17
11. Шумакова Е.В. Роль сезонности в гостиничном бизнесе Приморского края / Молодой учёный. – 2021. – № 24. – С. 179–182.

УДК 338.48

## ПОДХОД К ИДЕНТИФИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

**А.Э. Заикина, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Статья исследует методы идентификации объектов гастрономического туризма на примере ресторанов «Le Clarence» и «White Rabbit». Определяются существующие виды объектов, изучаются методы их идентификации в разных регионах и применяются к выбранным ресторанам. Анализируются традиции, репутация и географическое расположение ресторанов. Результаты подтверждают статусность этих заведений в гастрономическом туризме.*

**Ключевые слова:** *гастрономический туризм, идентификация, региональные кулинарные традиции, туристская инфраструктура, туристский опыт.*

## AN APPROACH TO THE IDENTIFICATION OF GASTRONOMIC TOURISM OBJECTS

**Abstract.** *The article explores the methods of identifying objects of gastronomic tourism using the example of «Le Clarence» and «White Rabbit». The existing types of objects are determined, methods of their identification in different regions are studied and applied to selected restaurants. The traditions, reputation and geographical location of restaurants are analyzed. The results confirm the status of these establishments in gastronomic tourism.*

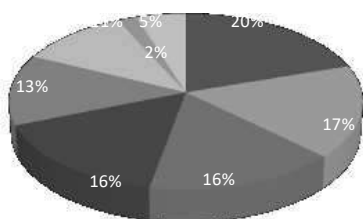
**Keywords:** *gastronomic tourism, identification, regional culinary traditions, tourist infrastructure, travel experience.*

Гастрономический туризм в настоящее время становится все более популярным среди путешественников, стремящихся не только открыть для себя новые культурные и природные достопримечательности, но и погрузиться в мир местной кухни и культуры питания. В этом контексте идентификация объектов гастрономического туризма играет ключевую роль, предоставляя возможность разработки уникальных туристских маршрутов и продвижения региональных кулинарных традиций.

Эрик Вольф (Международная Ассоциация кулинарного туризма) определяет гастрономический туризм как поиск и наслаждение уникальными и незабываемыми впечатлениями от еды и напитков как вдали от дома, так и рядом. Суть этого явления заключается не только в апробации разнообразных блюд, но и в погружении в местную культуру через ее кулинарные традиции. Такой опыт позволяет туристам не только насладиться вкусами и ароматами местных блюд, но и лучше понять местный образ жизни, историю, традиции и ценности. В этом контексте идентификация объектов гастрономического туризма становится важным инструментом, способствующим формированию уникальных туристских маршрутов, а также привлечению внимания путешественников к конкретному региону.

Гастрономический туризм быстрыми темпами развивается во многих странах Европы, а в последнее время, в лидеры стали выходить страны Юго-Восточной Азии, которые привлекают туристов своей необычной кухней.

Основные направления гастрономического туризма в мире представлены на рис. 1.



■ Юго-восточная Азия ■ Франция ■ Италия ■ Япония ■ Швейцария ■ Испания ■ Россия ■ Прочее

Рис. 1. Основные направления гастрономического туризма в мире

Как видно из рисунка 2 основная часть гастрономических туров приходится на Юго-Восточную Азию. В данном регионе можно выделить следующие направления: тайская, индийская, китайская, японская кухни. Данные направления являются наиболее популярными среди туристов. Среди стран Европы на первых строчках по гастрономическим турам находится Италия, следом следуют Франция, Швейцария, Испания и др. В России данное направление является новым и пока только начинает развиваться.



Рис. 2. Объекты гастрономического туризма

Идентификация объектов гастрономического туризма включает в себя определение и описание различных элементов гастрономического наследия региона, таких как традиционные блюда, напитки, рынки, фермерские хозяйства, рестораны и кафе, кулинарные мероприятия и фестивали, а также места производства и переработки продуктов. Этот процесс требует не только идентификации самих объектов, но и исследования их исторического и культурного контекста, значимости для местного сообщества и потенциальной привлекательности для туристов. В результате успешной идентификации объектов гастрономического туризма возможно создание уникальных туристских маршрутов, которые могут включать в себя посещение не только известных ресторанов и кафе, но и малоизвестных местных производителей и традиционных рынков. Такие маршруты позволяют туристам не только попробовать разнообразные блюда, но и познакомиться с процессом их приготовления, узнать интересные факты о местной кулинарной культуре и даже принять участие в кулинарных мастер-классах.

Кроме того, идентификация объектов гастрономического туризма способствует продвижению региональных кулинарных традиций как внутри страны, так и за ее пределами. Путешественники, заинтересованные в гастрономическом туризме, всегда ищут новые и уникальные кулинарные опыты, и наличие разнообразных объектов гастрономического туризма может стать решающим фактором при выборе места для поездки. Таким образом, идентификация объектов гастрономиче-

ского туризма не только способствует развитию туризма в конкретном регионе, но и способствует сохранению и продвижению его культурного наследия.

Целью настоящего исследования является анализ значимости идентификации объектов гастрономического туризма для разработки туристских маршрутов и продвижения региональных кулинарных традиций. Также важно выявить ключевые аспекты этого процесса и предложить практические рекомендации для эффективной реализации данного подхода.

Для проведения исследования потребовалось решить ряд задач:

- определить объекты гастрономического туризма;
- изучить существующие подходы и методы идентификации объектов гастрономического туризма в различных регионах мира;
- применить все выделенные методы к идентификации ресторанов «Le Clarence» и «White Rabbit».

Актуальность данного исследования обусловлена растущим интересом к гастрономическому туризму среди путешественников, а также стремлением регионов привлечь туристов через свою кулинарную уникальность. Идентификация объектов гастрономического туризма становится неотъемлемой частью стратегии развития туристской индустрии региона и способом сохранения и продвижения его культурного наследия.

Предметом исследования является процесс идентификации объектов гастрономического туризма, в то время как объектом исследования является его значение для разработки туристских маршрутов и продвижения региональных кулинарных традиций. В работе будут рассмотрены различные методы и подходы к идентификации объектов гастрономического туризма и выявление их влияния на развитие данной сферы туризма.

Объекты гастрономического туризма представляют собой разнообразные места и учреждения, привлекающие туристов своими кулинарными возможностями, уникальными продуктами и кулинарным опытом. На основе предоставленной информации можно выделить следующие типы объектов гастрономического туризма, представленные на рис. 2.

Рассмотрим каждый из объектов подробнее:

- регионы с уникальными продуктами: включают в себя регионы, известные производством уникальных или популярных продуктов, таких как сыры, вина, оливковое масло, шоколад и др. Туристы посещают эти регионы для познания производственных процессов, дегустации и приобретения местных продуктов;

- рестораны с эксклюзивным меню: включают в себя рестораны, предлагающие уникальное меню или оригинальную подачу блюд. Туристы посещают такие заведения для того, чтобы попробовать новые кулинарные концепции, отведать авторских блюд и насладиться уникальным гастрономическим опытом;

- предприятия с кулинарным производством: включают в себя предприятия, реализующие различную кулинарную продукцию и готовые поделиться секретами ее производства с посетителями. Туристы имеют возможность посетить фермы, сыроварни, винодельни, пекарни и другие производственные объекты, где они могут узнать о процессе производства и попробовать свежие продукты;

- страны с уникальными кулинарными традициями: включают в себя страны со специфическими особенностями в кулинарии, такие как Таиланд, Италия, Франция, Индия и Япония. Туристы посещают эти страны, чтобы погрузиться в местную культуру питания, отведать традиционные блюда и узнать о кулинарных традициях на местном уровне;

- учреждения, знакомящие с направлениями в гастрономии: включают в себя учреждения, которые знакомят с отдельными направлениями в гастрономии или кулинарии, такие как винные дегустации, мастер-классы по приготовлению блюд определенной кухни, экскурсии по местным рынкам и дегустации местных продуктов;

- кулинарные мероприятия: включают в себя различные кулинарные мероприятия, такие как фестивали, ярмарки, конкурсы, кулинарные туры и экскурсии. Туристы посещают эти мероприятия для того, чтобы попробовать разнообразные блюда, узнать о местных кулинарных традициях и взаимодействовать с местными шеф-поварами и производителями продуктов.

Исследования, направленные на изучение подходов к идентификации объектов гастрономического туризма, имеют важное значение в понимании и развитии этой сферы. Они помогают понять, какие объекты и места востребованы у туристов в контексте гастрономического туризма и позволяют выявить сильные и слабые стороны объектов гастрономического туризма, что способствует улучшению качества предоставляемых услуг.

Также гастрономический туризм может стать значимым источником дохода для региональных экономик, особенно в сельских и отдаленных районах. Понимание, какие объекты гастрономического туризма привлекают больше всего туристов, помогает правительствам и местным органам развития сосредоточить усилия на развитии и продвижении именно этих объектов.

Приведу несколько примеров таких исследований:

Разберём каждый из вышеупомянутых подходов:

– анализ кулинарных символов и традиций: исследователи проводят анализ традиций и продуктов региона с целью выявления основных кулинарных символов, которые могут привлечь туристов. Например, исследование традиций региона Прованс во Франции позволяет выделить такие символы, как лаванда, маслины и традиционные блюда, включающие рагу, песто и прочее;

– анализ инфраструктуры: исследователи проводят анализ туристской инфраструктуры региона, включая наличие ресторанов, кулинарных школ, фермерских рынков и местных продуктовых магазинов. Например, исследование туристической инфраструктуры региона Тоскана в Италии позволяет выявить наличие винодельческих хозяйств, ресторанов с традиционной тосканской кухней и местных рынков с продуктами фермеров;

– анализ отзывов: исследователи анализируют отзывы туристов о посещенных ими объектах гастрономического туризма с целью выявления их популярности и качества. Например, анализ отзывов туристов о ресторанах в регионе Каталония в Испании может помочь выделить наиболее популярные заведения с авторской кухней или традиционными блюдами.

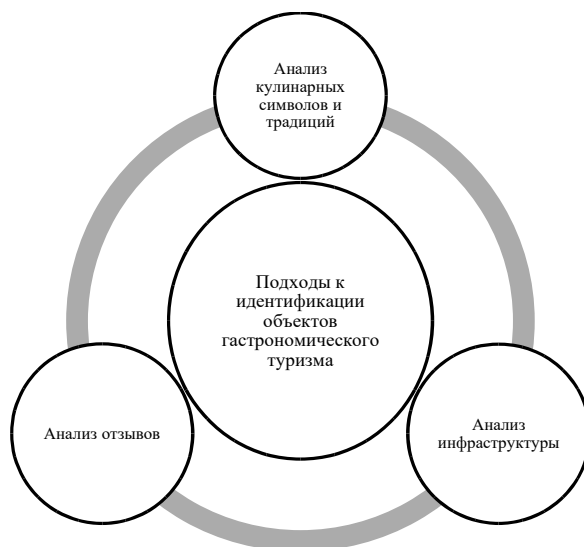


Рис. 3. Некоторые подходы к идентификации объектов гастрономического туризма

Для исследования приведёнными методами были выбраны французский ресторан «Le Clarence» и московский ресторан «White Rabbit».

Le Clarence, находясь под руководством шеф-повара Кристофа Пеле, занимает особое место на гастрономической карте Парижа с момента своего основания в 2015 году. Известный своей классической французской кухней, дополненной глобальными нотками, Le Clarence на данный момент представляет собой один из ключевых объектов гастрономического туризма по Европе, поэтому он был выбран в качестве объекта исследования.

White Rabbit – это ресторан в Москве, который занимает особое место в российской гастрономической сцене. Ресторан находится в историческом здании на улице Смоленская, что добавляет ему шарма и привлекательности. Он был основан шеф-поваром Владимиром Мукхином и представляет собой фьюжн-ресторан, объединяющий элементы русской и современной кухни. Репутация этого ресторана как одного из лучших в Москве продолжает привлекать внимание гурманов и ценителей высококлассной кухни и является главной причиной выбора этого ресторана для изучения подходов к идентификации объектов гастрономического туризма.

Результаты исследования представлены в таблицах ниже.

Таблица 1

### Анализ кулинарных символов Франции в ресторане «Le Clarence»

Традиционные кулинарные символы региона	Аспект ценности для объекта гастрономического туризма
Фуа-гра (печеная утиная печень)	Высокоценное блюдо, традиционное для французской кухни, которое символизирует роскошь и изысканность. Присутствие фуа-гра в меню Le Clarence привлекает гурманов, желающих попробовать изысканные деликатесы
Устрицы	Продукт является символом роскоши и качества, что делает его привлекательным для туристов, желающих погрузиться в аутентичный вкус французского побережья
Трюфели	Редкие и дорогие грибы входят в число символов изысканности французской кухни. Присутствие трюфелей в меню Le Clarence также подчеркивает его престиж и привлекательность для гурманов
Французский сыр	Франция славится своим разнообразием сыров, каждый из которых представляет уникальный вкус и традицию региона. Включение французских сыров в меню Le Clarence обеспечивает гостям возможность попробовать аутентичные местные продукты

Таблица 2

### Анализ кулинарных символов России в ресторане White Rabbit

Традиционные кулинарные символы региона	Аспект ценности для объекта гастрономического туризма
Камчатский краб	Камчатский краб считается одним из самых дорогих и редких видов крабов в мире. Его включение в меню придает объекту гастрономического туризма статус эксклюзивного места, где посетители могут попробовать редкий и роскошный деликатес
Холодец	Традиционное русское блюдо, имеющее глубокие исторические корни и связанное с культурой и традициями русской кухни. Его наличие в меню объекта гастрономического туризма может привлечь туристов, желающих познакомиться с местной культурой
Голубцы	Голубцы часто встречаются в списке любимых блюд русской кухни у многих ценителей. Их включение в меню может привлечь гостей, желающих попробовать традиционные и популярные рецепты
Квас	Квас имеет характерный вкус и аромат, который отличает его от других напитков. Его присутствие в меню добавляет разнообразие и аутентичность гастрономическому опыту посетителей

Таблица 3

### Анализ ресторана «Le Clarence» как объекта инфраструктуры

Критерии	Le Clarence
Репутация и качество обслуживания	28 место в списке 50 лучших ресторанов мира, высокое качество обслуживания
Эстетика и атмосфера	Сочетание роскоши, элегантности и уюта
Географическое расположение	Центр Парижа
Историческое и культурное значение	Символ французской кулинарии

Таблица 4

### Анализ ресторана «White Rabbit» как объекта инфраструктуры

Критерии	White Rabbit
Репутация и качество обслуживания	Один из лучших ресторанов в Москве и даже в мире
Эстетика и атмосфера	Расположенный на 16-м этаже, ресторан предлагает захватывающий вид на Москву
Географическое расположение	Центр Москвы
Историческое и культурное значение	Символ современной российской гастрономии и культуры



### Анализ отзывов посетителей ресторана Le Clarence

Рейтинг, выставленный посетителями ресторана	Процентное соотношение с остальными отзывами, %
9–10	93
7–8	5
5–6	1
1–4	1

Таблица 6

### Анализ отзывов посетителей ресторана «White Rabbit»

Рейтинг, выставленный посетителями ресторана	Процентное соотношение с остальными отзывами
5	58%
4	20%
3	10%
2	5%

Исследование французского ресторана «Le Clarence» позволяет сделать следующие выводы: Le Clarence успешно использует в своем меню такие кулинарные символы, как фуа-гра, устрицы, трюфели и французский сыр, чтобы привлечь туристов. Эти продукты представляют собой высокое качество и роскошь, характерные для французской кухни, и становятся ключевыми аттракционами для гурманов.

Ресторан занимает 28 место в списке 50 лучших ресторанов мира, что свидетельствует о его высоком статусе и качестве предлагаемого опыта. Высокий уровень обслуживания поддерживает престиж и привлекательность ресторана для туристов. Атмосфера Le Clarence сочетает в себе роскошь, элегантность и уют, что создает идеальное окружение для наслаждения превосходной кухней и наполнено историей и стилем, что делает его еще более привлекательным для посетителей.

Расположение в центре Парижа делает ресторан доступным для туристов, желающих насладиться высококлассным кулинарным опытом в одном из самых престижных ресторанов города. Le Clarence является не только рестораном, но и символом французской кулинарной традиции, что делает его привлекательным для туристов, стремящихся погрузиться в аутентичный французский гастрономический опыт. Высокий процент положительных отзывов (93%) подтверждает удовлетворенность клиентов и укрепляет репутацию ресторана.

Итак, Le Clarence обладает всеми необходимыми атрибутами, чтобы привлечь туристов и удовлетворить их ожидания в высококлассном гастрономическом опыте в самом центре Парижа, соответственно, идентифицируется как ценный объект гастрономического туризма.

Апробация выведенных методов идентификации объектов гастрономического туризма на ресторане «White Rabbit» позволяет прийти к таким итогам: White Rabbit представляет собой значимый объект гастрономического туризма по следующим причинам: включение в меню таких редких и эксклюзивных продуктов, как камчатский краб, а также традиционных русских блюд, например, холодца, голубцов и кваса, придает ресторану статус уникального места, где посетители могут насладиться аутентичными вкусами региона и культуры.

Ресторан заслуженно считается одним из лучших в Москве и даже в мире, обеспечивая высокий уровень сервиса и качества блюд, что делает его привлекательным для гостей, стремящихся к первоклассному гастрономическому опыту.

Благодаря своему расположению на 16-м этаже с захватывающим видом на Москву, White Rabbit создает уникальную атмосферу роскоши и элегантности, что привлекает гостей, желающих насладиться не только вкусом блюд, но и великолепным видом на город. Находясь в центре Москвы, ресторан легко доступен для местных жителей и туристов, что делает его привлекательным местом для посещения и обеспечивает его популярность среди посетителей.

Также White Rabbit является символом современной российской гастрономии и культуры, представляя собой не только место, где можно насладиться изысканными блюдами, но и символ культурного разнообразия и кулинарного наследия России.

Таким образом, ресторан White Rabbit обладает всеми необходимыми аспектами, чтобы быть ценным объектом гастрономического туризма, привлекая гостей со всего мира своим уникальным ассортиментом блюд, высоким уровнем сервиса и неповторимой атмосферой.

В рамках данного исследования были успешно выполнены поставленные задачи, связанные с определением объектов гастрономического туризма, изучением существующих подходов к их идентификации, а также применением этих методов к французскому ресторану «Le Clarence» и московскому ресторану «White Rabbit». В ходе анализа были выявлены ключевые элементы, определяющие объекты гастрономического туризма, такие как традиции, качество обслуживания, репутация и географическое расположение. Применение этих критериев к ресторанам подтвердило их значимость как объектов гастрономического туризма. Рестораны представляют собой не только место для трапезы, но и символы французской и московской культурной и кулинарной традиции. Их высокий уровень обслуживания, разнообразное меню, атмосфера роскоши и уют создают неповторимый гастрономический опыт, который привлекает туристов со всего мира.

Результаты исследования подтверждают ценность ресторанов «Le Clarence» и «White Rabbit» и наглядно демонстрируют применение различных подходов к идентификации объектов гастрономического туризма.

---

1. Климова Т.Б., Аноприева Е.В. Особенности гастрономического туризма // Экономика и социум. – 2018. – №3. – С. 16-20.

2. Направления гастрономического туризма в России / С.Н. Казначеева, Н.В. Быстрова, А.А. Синицина, Д.А. Казначеев // Вестник евразийской науки. – 2019. – №6. – С. 5-10.

3. Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №2. – С. 9-15.

4. Разработка гастрономического тура в иркутской области / Н.Л. Султаева, Л.М. Тыгер, А.В. Данилова, Е.А. Капотова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2022. – №1. – С. 15-23.

5. Суслова И.А., Лустина Г.Н., Панова А.Г. Состояние и тенденции формирования элементов гастрономического туризма в России // Сервис+. – 2018. – №3. – С. 13-18.

6. Кузнецова Н.Ф. Гастрономический туризм в регионах Южной Сибири: опыт и перспективы развития // АНИ: экономика и управление. – 2018. – №3. – С. 22-27.

УДК 379.85

## РЕСУРСЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КИНОТУРИЗМА В ГОРОДЕ ВЛАДИВОСТОКЕ

**Д.А. Зотиков**, бакалавр  
**В.Г. Ден**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В современном мире киноиндустрия пользуется большой популярностью и является одним из самых мощных средств рекламы для любой туристской дестинации. Особенно популярные фильмы способны стимулировать спрос на посещение мест и стран, где проходили их съёмки. Город Владивосток не раз становился местом для съёмок, однако в туристской индустрии этот аспект практически не используется. В статье представлено теоретическое исследование понятия «кинотуризм», приведены результаты анализа опыта использования киноиндустрии в экскурсионных услугах на мировом и отечественном рынках, а также описаны потенциальные ресурсы для развития туристского направления в городе Владивостоке.

**Ключевые слова:** кинотуризм, экскурсия по местам съёмок кино, ландшафты съёмок, ресурсы кинотуризма, киноэкскурсия.

# RESOURCES FOR THE DEVELOPMENT OF FILM TOURISM IN THE CITY OF VLADIVOSTOK

**Abstract.** *In the modern world, the film industry is very popular and is one of the most powerful means of advertising for any tourist destination. Especially popular films can stimulate demand for visiting the places and countries where they were filmed. The city of Vladivostok has repeatedly become a location for filming, but this aspect is practically not used in the tourism industry. The article presents a theoretical study of the concept of “film tourism”, presents the results of an analysis of the experience of using the film industry in excursion services in the global and domestic markets, and also describes potential resources for the development of a tourist destination in the city of Vladivostok.*

**Keywords:** *film tourism, excursion to filming locations, filming landscapes, film tourism resources, film excursion.*

В настоящее время одним из самых популярных видов досуга является культурно-познавательный туризм. В частности, на протяжении долгого времени в России лидирующую позицию занимали литературные экскурсии, однако в современном обществе литература уступает свои позиции, более современному виду массовой культуры – кино.

Город Владивосток Приморского края, не смотря на отдаленность от центральной части страны, несколько раз становился героем съемок российских и иностранных фильмов. Более того, Владивосток является площадкой-соорганизатором международного кинофестиваля стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) «Меридианы Тихого».

Так, актуальность исследования заключается, во-первых, в увеличивающемся интересе к местам съёмок (количество ежемесячных запросов в поисковой системе «Яндекс»: «где снимали», «где снят» и «где снимали фильм или сериал» в совокупности превышают 2,5 миллиона); во-вторых, наличием потенциальных ресурсов кинотуризма в Приморском крае, в частности в городе Владивостоке; в третьих, отсутствием на региональном туристском рынке экскурсионных продуктов в тематике кино.

Целью исследования является проанализировать ресурсы для кинотуризма на территории города Владивостока.

Объектом исследования является кинотуризм как развивающееся направление туризма.

Предмет исследования – ресурсы необходимые для кинотуризма.

Для достижения цели потребовалось выполнения ряд задач:

- изучить определения понятия «кинотуризма»;
- проанализировать опыт использования киноиндустрии в экскурсионных услугах на мировом, отечественном и региональном рынках;
- изучить ресурсы, необходимые для разработки киноэкскурсии по городу Владивостоку.

В современном мире киноиндустрия пользуется большой популярностью и является одним из самых мощных средств рекламы, фильмы, съёмки которых проходили в запоминающихся местах, надолго задерживаются в памяти у зрителя. Такие фильмы способны стимулировать спрос на посещение мест и стран где проходили их съёмки. Кинотуризм возник в западных странах во второй половине XX века, однако активное распространение получил только в XXI веке [8].

Кинотуризм принято относить к культурно-познавательному виду туризма. Культурно-познавательный туризм – путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий [7].

Само же понятие «кинотуризм» трактуется западными исследователями по-разному (табл. 1) [6, 14].

Таблица 1

## Определения понятий «кинотуризм»

Определение	Автор
Посещение дестинации после того как она была показана по ТВ, на видео, DVD или в кино	Hudson S. & Ritchie JRB
Посещение мест съёмок фильмов, телепередач, экскурсии на киностудии и в тематические парки	Beeton S.
Вид туризма, который побуждает у туриста желание посетить места, где снимаются или были сняты фильмы	Roesch S.

Составлено автором по [6,14]

Наиболее точным и полным определением кинотуризма, на наш взгляд, является данное австралийской исследовательницей Sue Beeton в своей монографии «Film-included tourism» как посещение мест съёмок фильмов, телепередач, экскурсии на киностудии и тематических парков.

В нынешних условиях высокой конкуренции на рынке туристских услуг показ дестинации в фильмах способствует привлечению внимания людей, улучшает имидж территории или страны и приводит к увеличению турпотока. Ландшафты, привлекающие туристов, желающих посетить дестинации, показанные в кино, можно разделить на: ландшафты съёмок и искусственно созданные ландшафты [1].

Под ландшафтами съёмок понимаются реально существующие здания и природные ландшафты, которые не создавались специально для съёмок киноленты. Ярким примером ландшафтов, использованных в фильмах и ставшими одними из самых популярных среди туристов, являются храмы Ангкор Ват, Та Пром, Пном Бакэнь, Восточные ворота древнего города Ангкор Том, храм Байон, священная гора Пном Кулен в фильме «Лара Крофт: Расхитительница гробниц», Собор Или, Оксфорд, дом-музей Шерлока Холмса, замок Алнвик, Глостерский собор в фильмах «Король говорит», «Фильмы о приключениях Шерлока Холмса», «Гарри Поттер» и другие [1,15].

Ещё одним видом ландшафтов, привлекающих туристов являются специально созданные ландшафты, т.е. не существовавшие до начала съёмок [1], некоторые из которых представлены в табл. 2 [3,13].

Таблица 2

### Специально созданные ландшафты

Фильм	Страна	Описание
Властелин колец Хоббит	Новая Зеландия	Деревня Хоббитов близ города Матамата. Сегодня это место стало одним из самых популярных в Новой Зеландии: ежедневно Хоббитон посещают несколько сотен туристов
На несколько долларов больше	Испания	Построенный в 1965 году для съёмок вестерна «На несколько долларов больше» в настоящее время привлекает фанатов спагетти-вестернов, на территории мини-Голливуда располагается тематический парк и парк-аттракционов
Великолепный век	Турция	Для съёмок популярного сериала были выстроены декорации, точно повторяющие Дворец Топкапы. Декорации занимают 5000 кв. метров.
Кочевник	Казахстан	Город кочевников – уникальное сооружение, специально построенное в 2004 году для съёмок культового художественного фильма.

Составлено автором по [3,13]

Отсутствие многообразия специально созданных ландшафтов, доступных для туристов, связано с тем, что создание натуральных декораций к фильмам требует больших финансовых затрат, и в основном применялось до начала XXI века, до развития компьютерных технологий, которые позволяют воссоздать практически любой ландшафт, не выходя из съёмочного павильона.

Помимо путешествий по натурным местам съёмок кинофильмов, западная индустрия пополнилась и тематическими парками, основанным крупнейшими киностудиями и различные турфирмы предлагают экскурсионные программы по этим паркам.

Первопроходцами в создании таких парков стала компания «Уолт Дисней», открывшая первый парк 17 июля 1955 года в городе Анахайм (штат Калифорния, США) [2]. Своей популярностью парки Диснея обязаны не столько самим аттракционам, сколько популярностью мультипликационных произведений, выпущенных компанией. С даты основания первого парка компания «Walt Disney Park and Resorts» вывела тематические парки на международный рынок и инициировала создание парков в Шанхае (Китай), Токио (Япония), Гонконге и Париже (Франция) [2]. На территории тематического парка «Warner Bros. Studio: Making of Harry Potter» в Лондоне (Великобритания) проходят ежедневные экскурсии с гидом, в рамках которых люди знакомятся не только с реквизитом и декорациями, учувствовавшими в съёмках, но и знакомятся с процессом съёмки и взаимодействуют с интерактивными объектами показа.

Отечественный кинотуризм в основном связан с экскурсиями-прогулками по локациям, на которых проходили съёмки фильмов. Два столичных города России опережают многие регионы страны по количеству мест съёмок популярных у зрителей кинолент, также в этих городах находятся две крупнейшие киностудии: «Мосфильм» и «Ленфильм», которые организуют экскурсии по

съёмочным павильонам и выставкам кино-экспонатов. Экскурсии по местам съёмок кино представлены как в традиционном варианте, так и с внедрением аудиогuida, а также в виде костюмированной квест-игры.

Помимо экскурсии по местам съёмок кино в РФ можно найти и программы многодневных туров по местам, представленным в фильмах, таких как «Левиафан» и «Географ глобус пропил» [11, 12]. Туры по местам съёмок представлены недостаточно широко, т.к. съёмки фильмов в живописных и отдалённых от «цивилизации» дестинациях обходятся достаточно дорого для кинопроизводителей.

Для развития кинотуризма в регионах России, правительством Российской Федерации была принята программа льготных условий для кино- и телепроизводителей, благодаря которой возможно вернуть часть затрат через специально созданные кинокомиссии [5]. Программа была запущена в тестовом режиме в 2016 году в Приморском крае и Калининградской области, в 2017 году к этой программе присоединились Ульяновская, Самарская, Новгородская, Иркутская, Московская, Ростовская области, Карелия, Краснодарский край и Санкт-Петербург. На наш взгляд, такая форма поддержки создателей кинолент способствует повышению интереса у съёмочных команд к регионам, что может привлечь поклонников кино. Так, например, после выхода сериала «Территория» в Пермском крае туры по местам съёмок стали пользоваться спросом у путешественников.

С точки зрения разработки экскурсии, особую привлекательность для туристов вызывают объекты показа, которые несут в себе историю или в случае с кино, привязку к знакомому герою. В городе Владивостоке располагается несколько памятников героям кино:

– Памятник Штирлицу (ул. Светланская, 10), литературному персонажу, герою таких фильмов как «Пароль не нужен», «17 мгновений весны», представляющий собой металлическую конструкцию с силуэтом разведчика;

– Памятник Герою Советского Союза Р.Г. Зорге (пр-т. 100-летия Владивостока, 53), легендарному советскому разведчику, герою ТВ-сериала «Зорге»;

– Памятник В.К. Арсеньеву (сквер путешественников), Памятник В.К. Арсеньеву и его дочери (ул. Светланская, 20) выдающемуся географу к 150-летию со дня рождения, герою исторической киноленты «Арсеньев», съёмки которой завершились в 2023 году [9, 10].

Город становился не только героем кинохроник и документальных проектов, но и выступал местом действия различных художественных фильмов, некоторые из них в представлены табл. 3 [4, 10].

Таблица 3

### Ландшафты съёмок во Владивостоке

Фильм	Объекты туризма – места съёмок	Адрес	Описание
«Владивосток 1918»	Управление Владивостокского военно-морского порта и Сибирской флотилии	Ул. Светланская, 72	Управление Владивостокского военно-морского порта и Сибирской флотилии, возведённое в 1903 году, объект культурного наследия РФ
	Главное здание бывшего Восточного института	Ул. Пушкинская, 10	ДВПИ – главное здание бывшего Восточного института, основанного на рубеже 19-20 веков
	Ж/д вокзал	Ул. Алеутская	Пассажирский терминал станции Владивосток – конечной станции Транссибирской магистрали
«Седьмой код»	Дворы Миллионки	Ул. Семёновская	Район в историческом центре Владивостока, построенный в конце XIX начале XX вв. с богатой историей китайских преселенцев
«Напарник»	Золотой мост		Вантовый мост над бухтой Золотой Рог, связавший город и изменивший его пейзаж
	Маяк Басаргина	Мыс Басаргина	Закрытый военный объект – маяк на юго-восточной оконечности полуострова Басаргина
«Пароль не нужен»	Здание ГУМа	Ул. Светланская, 35	Одно из красивейших зданий города, символ имперского Владивостока
	Гостиница «Версаль»	Ул. Светланская, 10	Одно из старейших зданий во Владивостоке, построенное в 1907–1909 годах

Фильм	Объекты туризма – места съёмок	Адрес	Описание
«На районе»	Набережная ДВФУ	Университетская набережная, бухта Аякс	Ландшафтно-парковая зона и университетская набережная с водопадом, пешеходными и велосипедными дорожками
	Пушкинский Театр	Ул. Пушкинская, 27	Одно из старейших учреждений культуры во Владивостоке
«Владивосток»	Сквер им. Чехова	Ул. Набережная, 5	Связан с легендой о том, что в этом месте в 1890 году останавливался Антон Павлович Чехов
	Набережная Спортивной гавани	Ул. Светланская, 4	Традиционная для курортных городов набережная, самая людная и известная
	Маяк Токаревского	Кошка Токаревского	Действующий маяк на южной точке кошки Токаревского, обеспечивая проход судов в устье пролива Босфор Восточный
«Мира»	Набережная цесаревича	наб. Цесаревича	Живописная прогулочная зона, получившая имя в честь российского императора Николая II, который будучи цесаревичем, посетил город
	Кампус ДВФУ	о. Русский, п. Аякс, 10	Территория действующего университета с лабораториями, учебными корпусами и общежитиями

Составлено автором

Это лишь небольшая часть мест съёмок, которые были продемонстрированы в различных художественных фильмах, как отечественных, так и зарубежных режиссеров.

Наличие ландшафтов съёмок на территории города Владивостока, памятников как вымышленных киногероев, так и реальным людям, о жизни которых сняли фильмы, делает возможным разработку киноэкскурсии на территории города.

Более того, опрос жителей Приморского края показал, что в киноэкскурсии как новом направлении в туристской сфере готовы поучаствовать 68,7% опрошенных.

При этом, многие опрошенные знают и смотрели фильмы, упомянутые в табл. 3. Наибольшую узнаваемость имеют фильмы «Мира» (65%), «Владивосток, год 1918» (52%) и «Пароль не нужен» (47%).

Таким образом, кинотуризм зародился и активно развивается на международном рынке, продвигая уже известные дестинации среди растущей аудитории кино и сериалов, а также продвигает новые территории, ранее неизвестные широкой публике благодаря новым продуктам западной киноиндустрии. Российский рынок только начинает развивать данное направление туризма. Основной проблемой, на наш взгляд, является меньшие по сравнению с международными, объёмы кинопроизводства. Однако количество зрителей у российского кино заметно растёт, что может дать хороший толчок отечественным режиссерам и сценаристам.

Более того, меры правительства Российской Федерации, призванные стимулировать кинопроизводство в регионах России, поспособствуют не только развитию отечественной киноиндустрии, но и кинотуризма. Увеличение количества потенциально популярных у российского зрителя кинолент приведет к повышению интереса к местам, где проходили и будут проходить съёмки отечественного кино и сериалов.

1. Белова Е.Д. Кинематографический туризм в России // Вестник Московского университета. Серия 5. География. – 2018. – № 3. – С. 96-99.

2. Диснейленд / Текст: электронный // Википедия – свободная энциклопедия: [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Диснейленд> (дата обращения 05.11.2023)

3. Жирнов И.А., Балахонова Е.В. Создание искусственных объектов аттракци как инструмент развития туризма в регионе // Креативный город: материалы V региональной науч.-практ. конф. / под. ред. Е.М. Бижановой, Т.И. Шерстобитовой. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2016. – С. 37-40.

4. Информационный ресурс «ИнфоТаймс»: [сайт]. – URL: <https://www.infotimes.ru/culture/monuments/privladivostok/1746452/> (дата обращения 17.02.2024).

5. Кино для провинции. Как программа рибейтов развивает российские регионы. – Текст: электронный // ТАСС – 2019. – 30 мая. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/6485696> (дата обращения 06.11.2023)

6. Морозова Н.С., Янкович А.И. Кинотуризм как инновационная составляющая экономики впечатлений // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т 14. – № 2. – С. 18-27.
7. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: распоряжение Правительства Российской Федерации №2129-р от 20 сентября 2019 года (с изменениями на 7 февраля 2022 года) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561260503?marker=6580IP> (дата обращения 29.10.2023).
8. Полухина А.В., Пермякова Т.В. Кинотуризм: по следам любимых фильмов // Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ). – 2023. – № 1 (13). – С. 103-113. (дата обращения 17.10.2023).
9. Сайт Владивостока VL.ru:[сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/fun/tours/tur-operator?page=1> (дата обращения 05.11.2023).
10. Туристический портал Приморского края: [сайт]. – URL: <https://visit-primorye.ru/> (дата обращения 17.02.2024).
11. Туроператор «Магазин путешествий»: [сайт]. – URL: <https://magput.ru> (дата обращения 05.11.2023).
12. Турфирма «Зеленый ветер»: [сайт]. – URL: <https://www.zel-veter.ru/> (дата обращения 05.11.2023).
13. Чалабова Э. Город кочевников. – Текст: электронный // welcome.kz: [сайт]. – 27 января 2023. – URL: <https://welcome.kz/ru/info-cities/almaty-region/gorod-kochevnikov> (дата обращения 05.11.2023)
14. Beeton S. Film-Induced Tourism / S. Beeton. – Channel View Publications, 2016. – 270 p.
15. Reannon Muth. Places That Exploded With Tourism Thanks To Box-Office Hits. – Текст: электронный / Reannon Muth // The Travel: [сайт]. – 24 июня 2018. – URL: <https://www.thetravel.com/20-places-that-exploded-with-tourism-thanks-to-box-office-hits/#mission-impossible-ii---sydney-australia---it-s-mission-accomplished-for-tourism-in-sydney> (дата обращения 05.11.2023)

УДК 379

## ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКАХ РОССИИ

**А.Р. Лакиза**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В национальных парках России развивается экологический туризм, где человек использует природные ресурсы и условия местности для отдыха и восстановления сил в комфортных условиях обслуживания. Цифровизация открывает ряд преимуществ, которые помогут улучшить экологическую ситуацию как в стране, так и в регионах. Цифровые технологии позволяют решить актуальные проблемы в области защиты и сохранения продуктивности земельных угодий, увеличить туристский поток, облегчить организацию отдыха и посещение национальных парков.

**Ключевые слова:** цифровые технологии, национальные парки, онлайн, приложение, туристско-рекреационная деятельность.

## THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES FOR THE ORGANIZATION OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITIES IN NATIONAL PARKS OF RUSSIA

**Abstract.** Ecological tourism is developing in the national parks of Russia, where people use natural resources and local conditions for recreation and recuperation in comfortable service conditions. Digitalization opens up a number of advantages that will help improve the environmental situation both in the country and in the regions. Digital technologies make it possible to solve urgent problems in the field of protection and conservation of land productivity, increase the tourist flow, facilitate the organization of recreation and visits to national parks.

**Keywords:** digital technologies, national parks, online, application, tourist and recreational activities.

В национальных парках России развивается экологический туризм, где человек использует природные ресурсы и условия местности для отдыха и восстановления сил в комфортных условиях обслуживания. Национальные парки в отличие от других особо охраняемых природных территорий (ООПТ) многофункциональны, так как сочетают в себе различные зоны или участки: заповедного и заказного режима, воспроизводственные участки, селитебные территории, зоны организованного отдыха и туризма при соблюдении ограничительных мер проведения и др. Однако для более лучшего познания данных мест необходимо включить постиндустриальную среду больше технологий.

Цифровые технологии играют все более важную роль в национальных парках России, обеспечивая не только удобство для посетителей, но и помогая улучшить управление парками, мониторинг окружающей среды и обеспечение безопасности.

Одним из примеров использования цифровых технологий в национальных парках является электронная система бронирования билетов и экскурсий, которая позволяет посетителям легко и удобно планировать свое посещение парка. Также цифровые карты и мобильные приложения помогают посетителям ориентироваться в парке, получать информацию о достопримечательностях, маршрутах и услугах.

Кроме того, цифровые технологии используются для мониторинга состояния экосистем в национальных парках, например, с помощью дронов, датчиков и географических информационных систем. Это позволяет в режиме реального времени отслеживать изменения в местности, охранять дикую природу и предотвращать незаконные деятельности [1].

Доля интернет-пользователей в России – 81 % граждан. В том числе 65 % выходят в сеть ежедневно. Среди россиян от 18 до 24 лет этот показатель составляет 97 % (Количество пользователей..., 2019). Внедрение технологий способствует развитию самостоятельного туризма, который с каждым годом приобретает все большую популярность (Vishnevskaya, 2017). Современные электронные сервисы существенно упростили подготовку к поездкам как по стране, так и в другие государства. Доступный онлайн-тревел – выбор опытных туристов и новичков, не желающих ограничивать себя рамками предлагаемых туроператорами туров. Самостоятельное путешествие – это легко и удобно. Особенно если знать, где искать информацию о направлениях, перелетах, бронировании отелей [2].

Таким образом, цифровые технологии играют ключевую роль в улучшении управления и охраны национальных парков России, обеспечивая сохранение природных ресурсов и улучшение опыта посещения для туристов.

Целью исследования является: анализ отечественного опыта применения цифровых технологий и разработка практических рекомендаций.

Принятие решения о поездке в новую страну может быть довольно длительным процессом. Увидев кадры фильма, фотокарточку, прочитав книгу, услышав историю коллеги или друга, потенциальный турист вдохновляется и начинает мечтать о путешествии. Далее человек ищет больше информации, планирует, читает отзывы других туристов, получает консультацию – все это может происходить исключительно через интернет. Затем турист может совершить покупку тура онлайн, а после приезда в страну продолжит искать необходимую информацию в интернете, а также будет делиться фотографиями и впечатлениями в социальных сетях и оставит отзыв на туристских сайтах. Таким образом, турист проходит через все пять стадий путешествия: Вдохновение, Планирование, Бронирование, Путешествие (получение впечатлений), и стадия Пост-путешествия (публикация впечатлений) [3].

Методы исследования: анализ, сравнительный, статистический, моделирования.

Для проведения анализа были выдвинуты 20 критериев цифровых технологий, которые существуют и используются в туристско-рекреационной деятельности в национальных парках. Более подробная информация по каждому критерию:

– Мобильные приложения с интерактивными маршрутами:

Эти приложения предоставляют пользователю возможность выбирать и исследовать маршруты с интерактивными элементами. Это может включать в себя взаимодействие с маркерами на карте, получение дополнительной информации о местах, комментарии и фотографии от других пользователей.

– Мобильные приложения с виртуальными экспедициями:

Приложения, позволяющие пользователям принимать участие в виртуальных экспедициях, где они могут исследовать различные локации, познавать культуру и историю, используя виртуальную реальность или другие технологии.

– Мобильные приложения с трекерами погоды:

Приложения, предоставляющие информацию о текущей погоде и прогнозе. Трекеры погоды могут включать в себя данные о температуре, осадках, ветре и других метеорологических параметрах.



– Мобильные приложения с экологическими играми:

Игровые приложения, направленные на повышение экологического сознания и вовлечение пользователей в виртуальные активности, связанные с охраной природы и окружающей среды.

– Виртуальные арт-проекты с экологическим уклоном:

Проекты виртуального искусства, фокусирующиеся на темах окружающей среды. Это могут быть виртуальные инсталляции, выставки или интерактивные произведения искусства.

– Виртуальные туры в формате 360 градусов:

Туры, предоставляющие пользователю возможность исследовать места с помощью панорамных изображений в 360 градусов.

– Виртуальные сафари с помощью VR:

Сафари-приложения, использующие виртуальную реальность для создания реалистичного опыта наблюдения за животными в их естественной среде.

– Виртуальные туры по звукам и фьордам:

Туры, ориентированные на звуковой опыт, позволяющие пользователю исследовать природные звуки и красоты фьордов.

– Виртуальные туры с использованием VR:

Туры, предоставляющие виртуальный опыт с использованием технологии виртуальной реальности.

– Системы онлайн-бронирования:

Платформы, позволяющие пользователям онлайн бронировать различные услуги, такие как отели, туры, транспорт и другие.

– Организация онлайн-форумов и обсуждений:

Платформы, где пользователи могут обсуждать различные темы, делиться опытом и получать информацию от других участников.

– Сайт

Веб-ресурс, предоставляющий информацию, услуги или контент по определенной теме.

– Система онлайн-оплаты:

Платформы, обеспечивающие безопасную онлайн-оплату за товары или услуги.

– Электронные билеты и пропускные системы:

Системы, позволяющие пользователям приобретать и хранить электронные билеты и пропуска на мероприятия, транспорт и другие услуги.

– Онлайн-вебинары:

Виртуальные события или лекции, которые пользователи могут просматривать онлайн и участвовать в обсуждениях.

– Аудиогиды с распознаванием флоры и фауны:

Аудиогиды, предоставляющие информацию о природе, включая рассказы о растениях и животных с использованием технологии распознавания.

– Аудиогиды с экскурсией:

Звуковые руководства, предоставляющие пользователю интересные факты и истории во время экскурсии по определенному месту.

– Электронные информационные стенды и панели:

Электронные устройства, предоставляющие информацию о местности, истории, культуре и других интересных аспектах.

– Дроны:

Беспилотные летательные аппараты, используемые для воздушной съемки и мониторинга различных мест.

– GPS-навигация:

Системы навигации, использующие GPS-технологии для указания пользователю маршрута и определения местоположения.

Цифровые технологии становятся ключевым элементом туристического опыта в национальных парках по всему миру. Рассмотрено 64 национальных парка Российской Федерации и проведен анализ, который раскрывает степень интеграции различных технологических решений на этих территориях[4]. Далее будет приведена информация в процентных соотношениях использования цифровых технологий деятельности национальных парков.

1. Мобильные приложения:

1.1. Интерактивные маршруты (Доля: 0 %):

Мобильные приложения с интерактивными маршрутами, предоставляя уникальную возможность посетителям взаимодействовать с окружающей средой и создавать индивидуализированный маршрут.

1.2. Виртуальные экспедиции (Доля: 0 %):

Виртуальные экспедиции, являются важным инструментом для расширения доступа к объектам природно-культурного наследия, особенно в условиях пандемии и для удаленных туристов.

### 1.3. Трекеры погоды (Доля: 0%):

Низкая доля объектов с трекерами погоды указывает на потенциальное упущение, учитывая растущий интерес к экологическим исследованиям и необходимость актуальной информации о погоде.

На основе данного анализа можно сделать вывод, что использования мобильных приложений отсутствует. Вероятнее всего из-за сложности в реализации.

## 2. Виртуальные технологии:

### 2.1. Виртуальные арт-проекты (Доля: 27,08 %):

Приблизительно 30% ООПТ обогащают посещение с помощью виртуальных арт-проектов, придавая туристическому опыту художественную составляющую и уникальность.

### 2.2. Виртуальные туры в 360 градусов (Доля: 19,31 %):

Почти 20% объектов предоставляют виртуальные туры в формате 360 градусов, что обеспечивает обширное покрытие и интерактивность для посетителей.

### 2.3. Виртуальные сафари с помощью VR (Доля: 0 %)

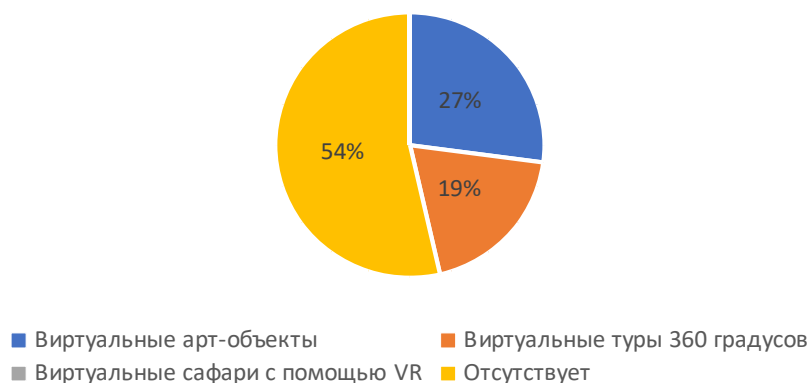


Рис. 1. Опыт использования виртуальных технологий в процентах

Составлено автором

Использование виртуальной реальности, приносит новый уровень вовлеченности, хотя их использование пока ограничено.

## 3. Онлайн-системы:

### 3.1. Системы онлайн-бронирования (Доля: 57,54 %):

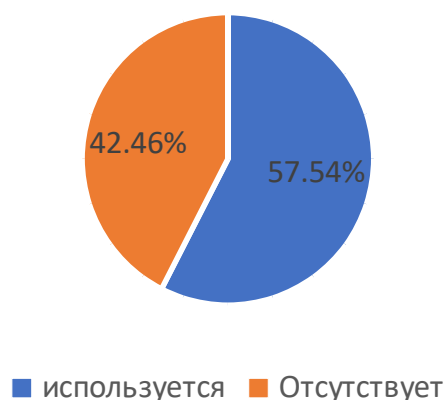


Рис. 2. Опыт использования систем онлайн-бронирования в процентах

Составлено автором

Примерно 60% объектов предоставляют системы онлайн-бронирования, что способствует удобству посетителей и более эффективному планированию.

### 3.2. Организация онлайн-форумов и обсуждений (Доля: 40,37 %):



Рис. 3. Опыт использования организаций онлайн-форумов и обсуждений в процентах

Составлено автором

Также 40 % объектов стимулируют обмен опытом через организацию онлайн-форумов и обсуждений, создавая сообщество вокруг объекта.

3.3. Собственные сайты (Доля: 90,76 %):



Рис. 4. Опыт использования сайтов в процентах

Составлено автором

Высокая доля объектов (90 %) собственных сайтов подчеркивает их осознанность важности онлайн-присутствия для информирования посетителей.

3.4. Системы Онлайн-оплаты (Доля: 40,37 %):

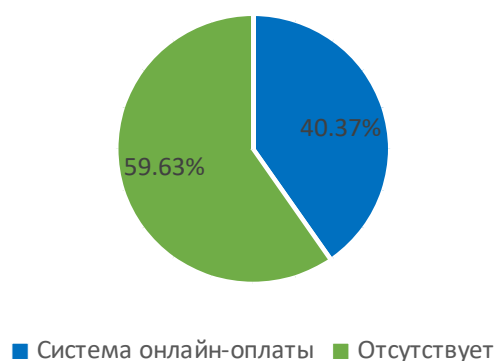


Рис. 5. Опыт использования систем онлайн-оплаты в процентах

Составлено автором

Приблизительно 40 % объектов предоставляют системы онлайн-оплаты, и есть потенциал для увеличения этой доли для более удобного посещения.

#### 4. Аудио сопровождение:

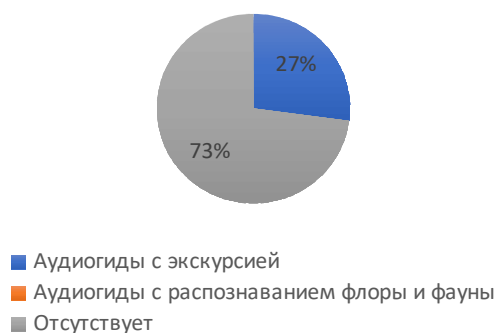


Рис. 6. Опыт использования аудио сопровождение в процентах

Составлено автором

##### 4.1. Аудиогиды с распознаванием флоры и фауны (Доля: 0 %):

0 % объектов используют аудиогиды с распознаванием природы.

##### 4.2. Аудиогиды с экскурсией (Доля: 27,08 %):

Также 30% объектов предоставляют аудиогиды с экскурсией, предоставляя дополнительную информацию от экспертов.

#### 5. Электронные информационные стенды и панели (Доля: 49,24 %):



Рис. 7. Опыт использования электронных информационных стендов и панелей в процентах

Составлено автором

Около 50% объектов обладают электронными информационными стендами и панелями, что может свидетельствовать о недостаточном использовании этой технологии.

#### 6. Дроны:

##### 6.1. Использование Дронов (Доля: 0 %):

Ни один из объектов не использует дроны, что может быть потенциальным упущением в маркетинге и мониторинге природы.

#### 7. GPS-навигация (Доля: 21,08 %):

■ Используют ■ Отсутствие

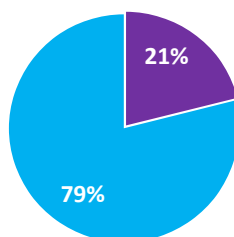


Рис. 8. Опыт использования GPS-навигаций в процентах

Составлено автором

Также 21 % от всех ООПТ России используют GPS-навигации, но это очень низкий процент, что может усложнить ориентацию посетителей.

Вывод: Обобщая данные, можно отметить, что доля объектов, обладающих комплексом цифровых технологий, пока невысока (10%). Однако, результаты свидетельствуют о постепенном внедрении инноваций в сферу природно-культурного наследия, а также о необходимости увеличения использования определенных технологий, таких как трекеры погоды и онлайн-вебинары. Проведя анализ данной таблицы, мы сможем увидеть, что цифровизация сведений о национальных парках приведет к значительному упрощению рассмотрения вопросов, связанных с территориальным планированием, включая вопросы согласования мест выбора участков в целях недропользования, планирования линейных объектов и другого хозяйственного использования.

Цифровизация открывает ряд преимуществ, которые помогут улучшить экологическую ситуацию как в стране, так и в регионах. Цифровые технологии позволяют решить актуальную проблему в области защиты и сохранения продуктивности земельных угодий. Все население нашей страны хочет жить в комфортной среде, где будут все возможности для самореализации, для заработка, для создания собственного бизнеса, а главное для комфортной и качественной жизни. Сегодня правительство нашей страны в погоне за развитой и процветающей российской экономикой, не должно забывать о таких вещах, как экология. Если в стране будет царить плохая экологическая обстановка, то это окажет серьезное влияние на здоровье человека, а, следовательно, на продолжительность его жизни. Не стоит забывать, что здоровые люди – это путь страны к новой ступени развития и процветания.

Цифровые технологии полностью меняют парадигму общества и бизнеса, трансформируют традиционные бизнес-модели и взаимодействие субъектов рынка. Цифровая экономика формируется в России быстрыми темпами, охватывая практически все сферы социально-экономической деятельности.

В туристской деятельности цифровые технологии стали использоваться даже раньше, чем в других сферах экономики, учитывая специфику технологических процессов в туризме и территориальную разобщенность субъектов туристского рынка. В настоящее время система информационного обеспечения туризма претерпевает цифровую трансформацию, цифровые инструменты полностью заменяют традиционные или используются потребителями все в большей степени.

Благодаря развитию и внедрению цифровых технологий в сфере туризма упрощаются некоторые действия для организации какого-либо посещения национального парка.

Сейчас можно онлайн забронировать экскурсию и оплатить ее, найти подробную информацию, просмотреть фотокарточки или даже видеозаписи.

Просматривая сайты Национальных парков Российской Федерации, зачастую сталкиваются с неудобным интерфейсом, что усложняет процесс организации досуга.

Чтобы избежать эти неудобства при использовании, на основе сайта «Куршская коса» [5], были разработаны следующие рекомендации:

1. Создать приложения с удобным интерфейсом, создать программы для удобного пользования;
2. Выявить, какими услугами чаще всего пользуются;
3. Выбрать услуги (аудиогид, просмотр видео-лекций, просмотр фото и пр.);
4. Разместить на главную страницу приложения, выбранные услуги, те, что более популярны на первоначальные позиции;
5. Добавить другие услуги, менее популярные;
6. Добавить систему «онлайн-оплата» и «онлайн-бронирование»;
7. Добавить раздел «дополнительная информация»;
8. Добавить онлайн-карту с текущей геопозицией.

Вывод: Таким образом, анализ отечественного опыта внедрения цифровых технологий позволил выявить ключевые моменты успешного внедрения удобного приложения. Основные рекомендации включают в себя необходимость четкого понимания потребностей пользователей, разработку интуитивно понятного интерфейса, обеспечение надежной работы приложения и его постоянное обновление. Также важно учитывать мнение пользователей и проводить регулярные опросы для анализа и улучшения работы приложения. Внедрение удобного приложения может значительно улучшить взаимодействие с клиентами и повысить эффективность бизнес-процессов внутри организации.

---

1. Морозов М.А., Морозова Н.С. Новая парадигма развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях цифровой экономики – Текст: электронный. – URL: <https://vestnik-rosnou.ru/>

2. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка. – Текст: электронный. – URL: <https://rrbusiness.ru/journal/article/1886/>

3. Влияние цифровых технологий на развитие туризма. – Текст: электронный – URL: <https://the-steppe.com/gorod/kak-cifrovye-tehnologii-vliayut-na-razvitie-turizma>

4. Особо охраняемые природные территории // Официальный сайт Правительства Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края. – Текст: электронный. – URL: <https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/environment/osobo-okhranyaemye-prirodnye-territorii/>

5. Национальный парк «Куршская коса». – Текст: электронный // Официальный сайт. – URL: <https://park-kosa.ru/>

УДК 338.48

## К ВОПРОСУ ОБ ОПЫТЕ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАРКОВ РОССИИ

К.А. Мальцева, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Для современной индустрии тематических парков актуальной проблемой является отсутствие многопризнакового анализа опыта функционирования парковых комплексов на территории России несмотря на то, что с начала XXI века в стране локализуется множество парков различной направленности. Цель работы – дать характеристику опыта в условиях исследования 20 тематических парков страны по туристским и комплексным характеристикам.

**Ключевые слова:** тематические парки, парковый комплекс, индустрия развлечений, туристско-рекреационная деятельность, тематический туризм.

## ON THE ISSUE OF THE EXPERIENCE OF ORGANIZING THE ACTIVITIES OF THEME PARKS IN RUSSIA

**Abstract.** For the modern theme park industry, an urgent problem is the lack of a multi-character analysis of the experience of the functioning of park complexes in Russia, despite the fact that since the beginning of the XXI century, many parks of various directions have been localized in the country. The purpose of the work is to characterize the experience in the study of 20 theme parks of the country according to tourist and complex characteristics.

**Keywords:** theme parks, park complex, entertainment industry, tourist and recreational activities, theme tourism.

### Введение

В прогнозе развития туристских направлений, представленном в исследовании Tourism: 2020 Vision, были определены самые перспективные направления и виды туризма XXI столетия. Наиболее популярными видами в 2020 и последующих годах, невзирая на факторы пандемии и условиях сложных геополитических отношений, стали приключенческий, экологический, круизный, культурно-познавательный и тематический туризм, предполагающий посещение тематических парков [14].

Тематические парки представляют собой специализированные развлекательно-досуговые комплексы с определенной тематикой, чья инфраструктура (коллективные средства размещения, предприятия питания, аттрактивно-развлекательные и культурно-познавательные объекты и т.д.) подчиняется в процессе своей деятельности выбранной концепции и предлагают посетителям широкий спектр основных и дополнительных услуг в условиях общности главного фактора – темы. В мире и России подобные парковые комплексы классифицируются на 4 основных типа: парки курортного типа, региональные, городские и узкоспециализированные.

В этом контексте тематические парки могут рассматриваться в качестве одной из ключевых составляющих успешного туристического продукта, что в современных условиях находит подтверждение на опыте мировой практики, широко представленной, например, крупнейшими тема-

тическими парками корпорации Walt Disney – знаменитыми Disneyland и парками франшизы Universal Studios.

Но в отличие от мирового опыта, сегмент тематических парков России является относительно новым и менее развитым в сравнении с зарубежной практикой. Преимущественно он только начинает свое активное становление на рынке сектора развлечений в качестве туристско-рекреационных комплексов локального типа, способных не только привлекать туристские потоки, но и удерживать их, однако в настоящее время это не мешает на территории РФ успешно функционировать тематическим паркам различной направленности, среди которых можно выделить крупнейший крытый тематический парк Европы «Остров мечты» с посещаемостью в 9 млн чел., самый большой арт-парк Европы «Никола-Ленивец» и знаменитый «Сочи-парк».

При этом следует акцентировать внимание, что на сегодняшний день в отношении опыта их деятельности детальной характеристики в масштабе России зафиксировано не было, несмотря на попытки отечественных учёных и исследователей провести систематизацию и анализ функциональных показателей.

Так, В.А. Горохов, Л.Б.Лунц, А.Ю. Александрова и О.Н. Сединкина, основываясь на анализе зарубежной практики, проводили многоаспектное исследование тематических парков мира, дифференцируя их по макрорегионам, к которым были отнесены парковые индустрии Соединенных Штатов Америки, Азиатско-Тихоокеанского региона, Европы и Латинской Америки, однако в отечественном разрезе их анализ затронул лишь некоторые парковые комплексы, расположенные в западной части России, что не может дать полную и исчерпывающую характеристику деятельности тематических парков в РФ [5], [1], [10].

В свою очередь, Виноградова Л.С. в своей научной работе затрагивала только общий генезис тематических парков [3], Заплетина Т.И. выделяла парковые комплексы в качестве перспективной концепции развития туризма в регионах, не акцентируя внимания на текущем состоянии рынка страны [6]. Более комплексно к изучению именно отечественного рынка парков обращалась лишь О.Ю. Нельзина, тем не менее проведенный ею анализ был углублен больше в сторону типологии тематических парков и их музеефикации, а также перспективах развития на территории России [8].

Таким образом, можно констатировать, что всеобъемлющий и многопризнаковый анализ опыта функционирования тематических парков на территории Российской Федерации отсутствует. Данный факт обуславливает научную новизну и актуальность авторской попытки исследования, цель которой – дать характеристику опыта деятельности тематических парков России

Для достижения вышеуказанной цели были поставлены следующие задачи:

- исследовать современное состояние индустрии развлечений в России;
- выделить критерии для анализа отечественных тематических парков;
- исследовать деятельность тематических парков России по основным комплексным и туристским характеристикам.

Объектом исследования является тематический туризм, предметом – организация деятельности тематических парков России.

Методология исследования выражена как теоретическими методами (анализ, сравнение), так и практическими методами (наблюдение, обработка статистических данных). Кроме того, были применены общенаучные методы индукции и дедукции, синтеза, классификации и обобщения. Информационной основой работы послужили официальные статистические данные, учебные пособия и монографии, материалы конференций, статьи, данные сети Интернет (официальные сайты организаций, СМИ, электронные фонды правовых и нормативно-технических документов)

### **Полученные результаты**

В зарубежной практике развития туристской индустрии развлечений тематические парки являются одними из главных элементов рынка, которые составляют особую роль в формировании туристского спроса и привлечения потоков в целом. Конкуренция на рынке тематических парков ежегодно возрастает как под влиянием экстенсивных факторов, так и в контексте развития всего комплекса экономики отдыха, отчего мировой опыт организации деятельности тематических парков демонстрирует некоторое достижение точки насыщения.

Но в отличие от мирового опыта, сегмент тематических парков России является относительно новым и только начинает свое становление на рынке сектора развлечений в качестве туристско-рекреационных комплексов локального типа, способных не только привлекать туристские потоки, но и удерживать их. Относительно этого важно выделить, что статистические данные, отражающие, например, совокупный среднегодовой темп роста туристского рынка тематических парков по годам, данные в разрезе географических регионов, динамику посещений, прирост количества посе-

тителей по годам и прочие показатели, в настоящее время отсутствуют в силу того, что тематические парки в России не выделяются в отдельную категорию туристских объектов и их общее количество на территории страны довольно мало.

Однако, оценить текущее состояние сектора развлечений Российской Федерации возможно по показателю объема рынка. Так, в соответствии с данными Союза ассоциаций и партнеров индустрии развлечений, на 2016 год объем рынка парков развлечений в России составлял 8,68 млрд руб. В 2017 году российский рынок парков развлечений, в том числе и тематических для семейного досуга оценивался в 10 млрд рублей; в 2018 и 2019 годах, в свою очередь, по оценкам инвесторов, фиксировался объем рынка, равный 11 млрд рублей и 18 млрд рублей соответственно [11, 7, 2].

При этом, важно отметить, что несмотря на ежегодное увеличение показателей, в 2020 году на рынок тематических парков особенно сильное влияние оказали карантинные и ограничительные меры, принимаемые для нейтрализации угроз всемирной пандемии коронавирусной инфекции. Из-за полной остановки туристского сообщения, в том числе и въездного, общий туристский спрос упал на 40%, что закономерно повлекло за собой изменение в худшую сторону целого ряда взаимосвязанных элементов экономической государственной системы: урон был также нанесен российской индустрии развлечений.

Согласно расчетам аналитиков Discovery Research Group, отраженных в отчете, посвященному анализу рынка тематических парков и аттракционов в России, рынок тематических парков в 2020 году составил лишь 7,35 млрд рублей, что в сравнении с предыдущим годом (2019) демонстрирует снижение больше, чем в два раза или на 60% в процентном эквиваленте [2]. Так, по оценкам исследователей, только за два начальных пандемийных месяца – февраль и март – индустрия могла потерять около 4,8 млрд рублей из-за резкой остановки деятельности и возникающих издержек [12]

В данном контексте необходимо упомянуть, что относительно допандемийных прогнозов за 2018 год, рынку тематических парков и развлечений в России рассчитывали двукратное увеличение на период с 2016 года по 2023 год без учёта кризиса в области здравоохранения (2020), нестабильной геополитической ситуации (2022) и экономических колебаний в РФ в условиях санкционного давления.

В своем исследовании «Объем и динамика рынка тематических парков в России» директор по исследованиям института инновационного прогнозирования В.В. Иванов оценил возможности рыночного роста сектора тематических парков и развлечений. За основу работы был взят вероятный сценарий роста рынка вместе с государственной экономикой относительно одинакового темпа увеличения.

Кроме того, прогнозная динамика основывалась данных действующего прогноза долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года, который предполагает среднегодовой темп прироста ВВП в период 2023–2030 годов на уровне 2,5–3%. В условиях санкционного режима для вычислений была взята нижняя граница уровня (2,5%). Таким образом, прогнозируемая динамика объема рынка тематических парков и развлечений, согласно В.В. Иванову, отражена в табл. 1 [7].

Таблица 1

**Выручка организаций по видам деятельности, в млрд руб.**

Год и показатель	Зрелищно-развлекательная деятельность, включая деятельность ярмарок, парков с аттракционами и тематических парков	Деятельность ярмарок, парков с аттракционами и тематических парков
2010	18,38	1,91
2011	17,45	2,21
2012	26,41	2,57
2013	72,21	6,20
2014	56,06	6,23
2015	72,18	7,53
2016	89,70	8,68
Линейное уравнение роста цены со временем	$y = 12,609x - 0,0937$ $R^2 = 0,854$	$y = 1,2368x - 2484,6$ $R^2 = 0,93$



Год и показатель	Зрелищно-развлекательная деятельность, включая деятельность ярмарок, парков с аттракционами и тематических парков	Деятельность ярмарок, парков с аттракционами и тематических парков
Линейный прогноз на 2023 год, с 95 % доверительным интервалом	176,4, доверительный интервал от 107,6 до 245,3	17,5, доверительный интервал от 12,9 до 22,0
Прирост объема рынка в 2023 году к 2016 году	97 %	101 %

Анализируя данные, представленные таблицей, рационально сделать вывод, что прогнозы, предложенные по расчетам В.В. Иванова в 2018 году, предполагали удвоение рынка к 2023 году. При этом, в условиях пандемии COVID-19 и геополитического мирового напряжения 2022–2023 г. подобное увеличение могло казаться невозможным: тем не менее, после пандемии объем рынка развлечения в России достиг отметки в 25 млрд рублей, в 2022 – 35 млрд рублей [4]. Подобный рост показателя обуславливается, прежде всего, повышенным спросом на внутренний туризм, который в тот период стал определенным драйвером всего туристского сектора. Таким образом, рынок действительно продемонстрировал увеличение, однако в четыре раза: с 8,68 млрд рублей в 2016 году до 35 млрд рублей в 2022 году, о чем также свидетельствуют данные представленной диаграммы (рис. 1).

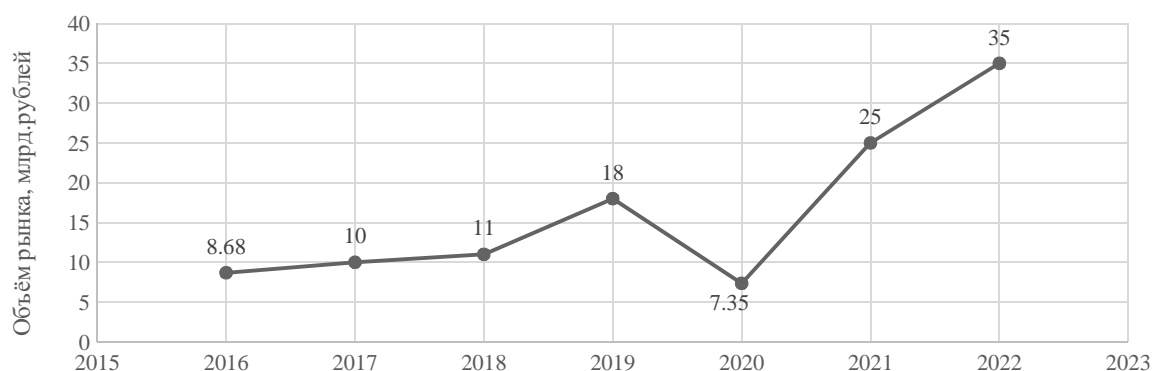


Рис. 1. Динамика объема рынка тематических парков и развлечений в РФ, млрд рублей

Вместе с этим важно выделить, что по текущим оценкам экспертов и инвесторов (за 2023), в течение трех ближайших лет показатель объема рынка тематических парков в России должен достигнуть 100–150 млрд, а одна из крупнейших холдинговая компания «Остров Мечты» будет способна занять минимум 20% всего рынка.

При этом несмотря на то, что рынок тематических парков России значительно уступает зарубежному рынку, в частности США, Европе и АТР, в настоящее время в Российской Федерации успешно функционируют тематические парковые комплексы, являющиеся, в контексте некоторых примеров своеобразными точками притяжения в регионы для внутренних туристов, что демонстрируют парки «Этномир» в Калужской области, «Лога» в Ростовской области, «Кудыкина гора» в Липецкой и др., которые за 2022 год стали самыми посещаемыми туристскими объектами регионального масштаба в парковом сегменте.

Относительно этого в условиях современной актуализации тематических парков, как туристских объектов, был проведен анализ 20 комплексов, которые функциональной направленностью и организацией деятельности удовлетворяют классификационным признакам тематических парков, в перечень которых вошли следующие парки: «Сочи Парк», «Остров Мечты», «Этномир», «Никола-Ленивец», «Кудыкина гора», «Парк Патриот», «Резиденция Деда Мороза», «Дивоостров», «Парк Лога», «Моя Россия», «Шервурд-парк», «Дримвуд», «Римская империя», «Киногород Pilgrim Porto», «Angry Birds Activity Park», «Юркин парк», «Динопарк», «Лукоморье», «Хранитель Большого Алтая», «Острова Ершовы».

Для анализа были выбраны сравнительные критерии двух категорий: общие комплексные признаки и туристские (табл. 2).

## Критерии анализа тематических парков России

Общие критерии исследования	Туристские критерии исследования
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Основная тематика паркового комплекса;</li> <li>– Количество тематических зон;</li> <li>– Тематики зон;</li> <li>– Площадь тематического парка, км<sup>2</sup>;</li> <li>– Основные услуги парка;</li> <li>– Дополнительные услуги, оказываемые в тематическом парке</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Местоположение тематического парка;</li> <li>– Кол-во посетителей за 2022 год, млн. чел.;</li> <li>– Прирост кол-ва посетителей с 2022 года по 2021, %;</li> <li>– Сезонность паркового комплекса;</li> <li>– Стоимость входного взрослого билета;</li> <li>– Инфраструктура</li> </ul>

Так, в процессе анализа по шести туристским критериям были исследованы 20 лучших тематических парков России, среди которых присутствуют самый большой крытый тематический парк Европы («Остров Мечты»), крупнейший арт-парк Европы («Никола-Ленивец»), самый большой этнографический тематический парк страны («Этномир») и другие региональные парковые комплексы. Важно отметить, что критерии доходов отечественных парков за 2022 год (за исключением «Сочи-парка») и процентный прирост посещаемости по годам не рассчитывались ввиду полного отсутствия данных.

Однако по некоторым парковым комплексам удалось собрать статистическую информацию о посещениях в 2022 году. Данные отражены на рис. 2.

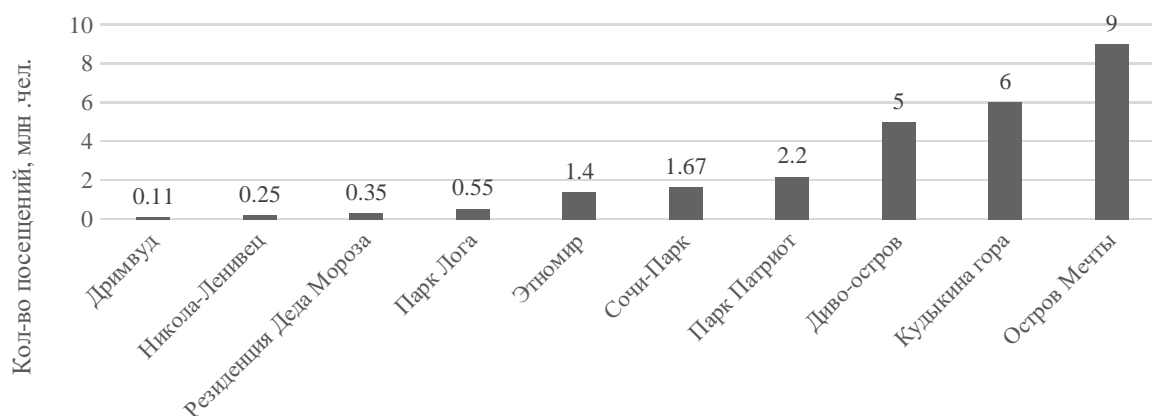


Рис. 2. Посещаемость тематических парков РФ в 2022 году, млн чел.

Данные диаграммы свидетельствуют, что самым посещаемым тематическим парком в России в 2022 году являлся «Остров Мечты», который демонстрирует показатели посещения, равные 9 миллионам человек. Следующими популярными комплексами по итогам года стали парк «Кудыкина гора», который посетило 6 миллионов туристов, и «Дино-Остров» с посещаемостью в 5 миллионов человек. Важно отметить, что один из лидеров парковой отрасли Российской Федерации, «Сочи-парк» значительно уступил по посещаемости другим объектам в силу нестабильной геополитической обстановки, повлекшей закрытий 11 аэропортов Южного Федерального округа и общее снижение всех туристских потоков. Вследствие, прирост посетителей с 2022 года по отношению к 2021 отражает увеличение лишь на 19%, в то время как аналогичный показатель у парка «Остров Мечты» составляет 67%.

Относительно этого, рационально выделить финансовые показатели парка «Остров Мечты», ранжированные по годам на период с 2019 по 2022 годы (рис. 3.) [13].

Таким образом, финансовые показатели самого посещаемого тематического парка России отражают, что выручка предприятия ежегодно демонстрирует увеличение, даже в период пандемии коронавирусной инфекции (тогда выручка увеличилась на 17,5 млн за год). Однако, парк за 4 года так и не вышел на точку безубыточности: прибыль во всем рассмотренном периоде составляет отрицательные значения, и, кроме того, с 2021 по 2022 год отрицательный рост увеличился почти вдвое, что объясняется влиянием санкционной политики, резкие изменения в которой вызвали нынешнюю затрудненность обслуживания зарубежного оборудования, а также покупки и продления лицензий на использование торговых марок Disney для продуктов, составляющих тематические зоны зарубежной мультипликации.

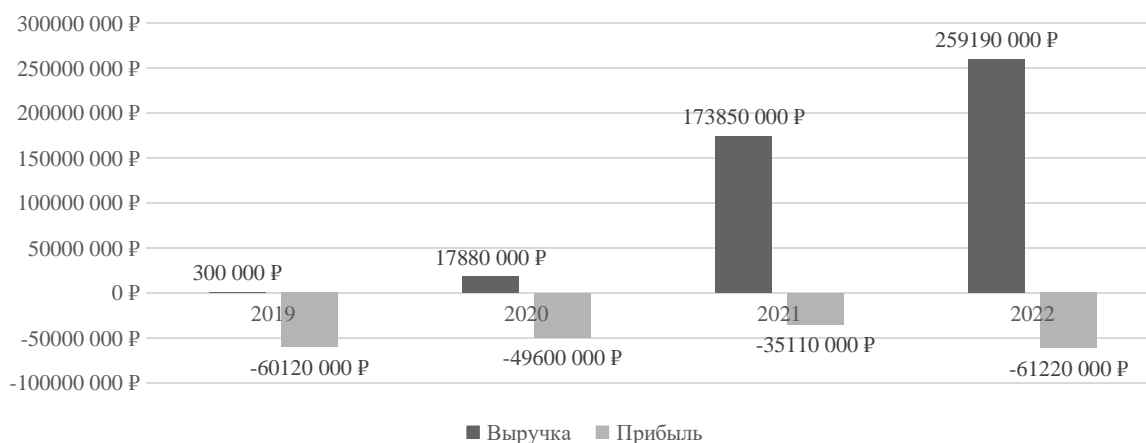


Рис. 3. Выручка и прибыль холдинговой компании «Остров Мечты», с 2019 года по 2022, млн. рублей

Однако по открытым данным именно «Сочи-парк» является самым желанным тематическим парком выходного дня, согласно опросу пользователей социальных сетей, который был проведен российским сервисом бронирования жилья Tvil.ru Так, 21 % опрошенных хотели бы съездить в Сочи с детьми на 2–3 дня. На втором месте крымский «Дримвуд» – 17 %. «Бронзу» в рейтинге самых желанных тематических парков получил «Шервуд-парк» в Карелии – 16 %. По данным опроса Tvil.ru, туристы также планируют посетить «Кудыкину гору» в Липецкой области (15 %), «Диво-остров» в Санкт-Петербурге (13%) и парк «Никола-Ленивец» в Калужской области (8 %) [9].

С точки зрения территориального зонирования, проанализированные тематические парки России распределяются по федеральным округам следующим образом (табл. 3).

Таблица 3

#### Зонирование тематических парков РФ по федеральным округам

Федеральный округ	Количество тематических парков, ед.	Регионы
Центральный федеральный округ (ЦФО)	8	Московская область (4 парка), Калужская область (2), Липецкая область (1), Белгородская область (1)
Северо-Западный федеральный округ (СЗФО)	4	Ленинградская область (2), Вологодская область (1), Республика Карелия (1)
Южный федеральный округ (ЮФО)	5	Краснодарский край (3), Республика Крым (1), Ростовская область (1)
Северо-Кавказский федеральный округ (СКФО)	0	-
Приволжский федеральный округ (ПФО)	1	Кировская область (1)
Уральский федеральный округ (УрФО)	1	Челябинская область (1)
Сибирский федеральный округ (СФО)	1	Республика Алтай (1)
Дальневосточный федеральный округ (ДВФО)	2	Приморский край (2)

*Примечание:* тематические парки Приморского края (ДВФО) в отечественном анализе не рассматривались по причине их соответствия региональному опыту деятельности тематических парков.

Таким образом, федеральным округом с наибольшим числом успешно действующих тематических парков является Центральный, в котором функционирует 8 парковых комплексов. Однако необходимо также отметить СЗФО и ЮФО, на территории которых располагается 4 и 5 парков соответственно. В остальных федеральных округах либо имеется один крупный тематический комплекс, либо парки отсутствуют вовсе, например, в СКФО.

На основе анализа территориального зонирования, можно выделить, что во многом эффективность деятельности тематических парков зависит от места их размещения по причине того, что,

например, налаженные транспортные связи парков с ареалами проживания или отдыха больших масс населения, а также большое количество транзитных туристов и курортников – одни из главных условий, обеспечивающий стабильный спрос на услуги парковых комплексов. Кроме того, успешная работа тематических парков напрямую зависит от экономической стабильности районов, в которых они локализованы, а также от условий климата и природных факторов. В качестве примера рационально обозначить, что значительное количество парков в США, АТР и Европе находятся в зоне теплого климата, что позволяет комплексам не только привлекать туристов оптимальными условиями для рекреации, но и снижать затраты на эксплуатацию оборудования, которое в условиях низких температур сокращает срок полезного использования. В Российской Федерации эта зависимость наблюдается аналогичным образом: из всех известных проектов отечественных тематических парков на сегодняшний день реализуются, в основном, проекты в Центральном округе (8 парков) и в южных регионах России – на Черноморском побережье Кавказа (Краснодарский край, 3 парка) и в Крыму (1 парк) в силу благоприятных условий размещения и стабильных туристских потоков. Вместе с этим, от фактора географического расположения напрямую зависит фактор сезонности тематических парков (рис. 4).

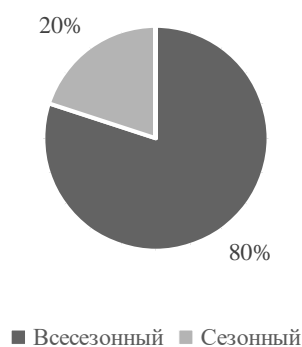


Рис. 4. Сезонность тематических парков РФ

Данные диаграммы свидетельствуют, что 80 % парков (16 ед.) осуществляют свою деятельность всесезонно и только 20 % (4 ед.) являются сезонными. Прежде всего, это парки «Резиденция Деда Мороза», который функционирует с ноября по конец февраля, «Юркин Парк», работающий с марта по ноябрь из-за невозможности использовать оборудование в зимний период (промерзание компьютерных систем, обеспечивающих работу аттрактивных элементов), «Шервуд-парк», режим работы которого исключает зимние месяцы и «Диво-остров», закрытый на период с ноября по марта по причине, аналогичной с «Юркин Парк».

Помимо вышеуказанных критериев, для анализа туристских показателей была выделена стоимость однодневного входного билета в парк, рассчитанного на взрослого посетителя. Данные в порядке уменьшения стоимости отражены на рис. 5.

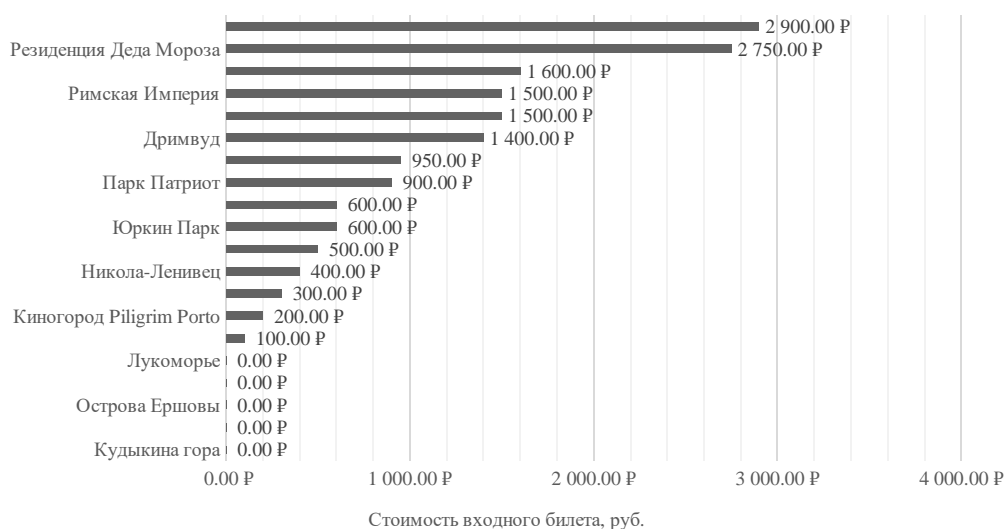


Рис. 5. Стоимость входного билета в тематические парки РФ, руб.

Таким образом, самым дорогим для посещения парков является московский «Остров Мечты», стоимость билета которого составляет почти 3 тысячи рублей. «Резиденция Деда Мороза также демонстрирует высокую стоимость, равную 2750 рублей, однако, необходимо отметить, что данное значение варьируется от даты и месяца посещения – в анализе зафиксирована максимальная цена на январь 2024, которая в зависимости от степени угасания спроса будет снижаться. Помимо этого, важно указать, что в отличие от зарубежной практики организации деятельности тематических парков, в России некоторые комплексы – «Кудыкина гора», «Парк Лога», «Острова Ершovy», «Хранитель Большого Алтая» и «Лукоморье» – не берут плату за вход, предоставляя основные услуги (доступ во все зоны, площадки, мастер-классы) бесплатно. И отдельное внимание стоит акцентировать на парке «Никола-Ленивец», входной билет которого (400 рублей), состоит из двух отдельных: 200 рублей составляют вход в сам арт-парк, еще 200 рублей – плата за доступ на территорию национального парка «Угра».

По аналогии с туристскими характеристиками, 20 тематических парков РФ были проанализированы по общим комплексным характеристикам, таким как тематика, зонирование тематик, площадь парка, а также по основным и дополнительным услугам. Важно выделить, что не все тематические парки, отраженные в таблице, могут считаться «флагманами» индустрии развлечений по причине слабо развитой инфраструктуры, отсутствия некоторых элементов, например, средств размещения или питания в границах комплекса (парки «Хранитель Большого Алтая», «Лукоморье» и т.д.). Однако, даже в случае инфраструктурных и комплексных различий все они удовлетворяют главному требованию тематического парка – наличием определенной темы, вокруг которой строится последующая работа всех вспомогательных элементов. Основные тематики парковых комплексов РФ представлены на рис. 6.

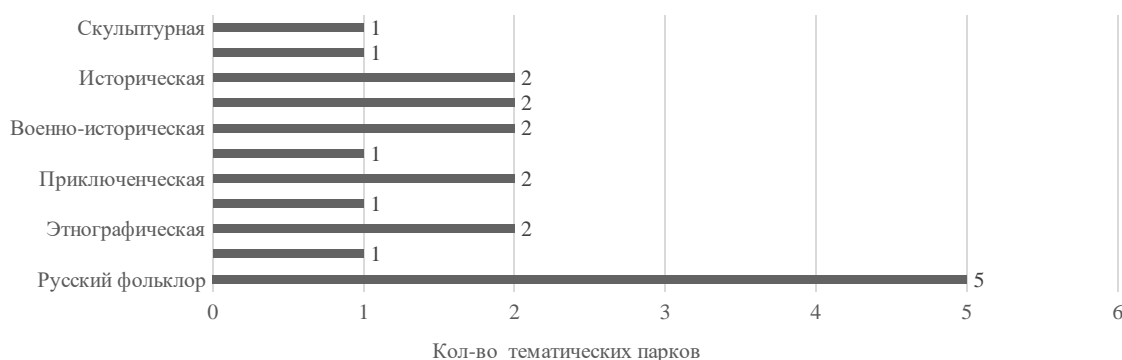


Рис. 6. Количество парков в соответствии с видами тематик, ед.

Как свидетельствуют данные диаграммы, все тематики парков РФ можно выделить на 11 обобщенных видов, при этом 10 из них отражают концептуальную направленность, а 1 фиксирует отсутствие общности тем на территории парка. Так, наиболее популярной тематикой, используемой в качестве лейтмотива, является русский фольклор, представленный в пяти отечественных парковых комплексах («Сочи-парк», «Кудыкина гора», «Парк Лога», «Резиденция Деда Мороза» и «Лукоморье»). В целом, направленность парков на национальные концепции и темы во многом характерна исключительно для России ввиду возможности использования обширного культурного опыта и традиций. Зарубежные парковые комплексы преимущественно отказываются от использования национальной культуры в темах, отдавая предпочтение массовым и широко известным развлекательным направлениям: например, тематике мультипликации и компьютерных игр, которые в парковых комплексах РФ в сравнении с мировой практикой развиты слабо. Вместе с тем, Россия демонстрирует уникальную тематику, не используемую в других странах – военно-историческую (самый большой по площади в РФ парк «Патриот» и «Римская Империя»)

При этом по количеству тематик лидирует парк «Моя Россия» (Краснодарский край), на территории которого выделяются 11 тематических зон, посвященных разным регионам и зонам Российской Федерации. 9 тематик, отражающих героев отечественной и зарубежной мультипликации, зонированы в парке «Остров Мечты», 8 – в «Сочи-парк» и «Angry Birds Activity Park». Среднее количество тематических зон в парках по РФ составляет 4 ед.

Вместе с этим, в силу отсутствия на территории России парков, функционирующих в рамках одной франшизы или сети, что особенно свойственно зарубежному опыту на примере парков Dis-

neuland, тематики зон отечественных комплексов преимущественно не повторяются и составляют уникальное торговое предложение для туристов.

Анализируя пул основных услуг, можно отметить, что по объему услуг, входящих в стоимость однодневного базового взрослого билета, парки России схожи с мировыми: в качестве основных услуг рассматриваются доступ на территорию парка и во все тематические зоны. Однако, в отличие от парков Америки, Европы и Азии, отечественные комплексы по базовому билету позволяют посетителю пользоваться любыми аттракционами ввиду того, что аттрактивно-развлекательный сектор парков чаще всего не дифференцируется на категории «по билетному тарифу» и «вне билетного тарифа», а полностью входит в стоимость (например, в «Сочи-парк», «Остров Мечты», «Дримвуд», «Резиденция Деда Мороза», «Angry Birds Activity Park»). Также важно обозначить, что во всех проанализированных тематических парках (20 из 20) основной услугой является бесплатная парковка на территории комплексов.

В свою очередь, относительно дополнительных услуг было выделено количество тематических парков с наиболее часто встречающимися дополнительными услугами (рис. 7).



Рис. 7. Количество тематических парков с наиболее часто встречающимися дополнительными услугами, ед.

Таким образом, наиболее часто встречающейся дополнительной услугой является предоставление питания, которое представлено в 19 парках (отсутствует в «Динопарк»). Проживание дополнительно предоставляют лишь половина об общего количества проанализированных парковых комплексов, в то время как другие 10 парков не имеют коллективных средств размещения вовсе. Популярными услугами также можно назвать мастер-классы, реализуемые за дополнительную плату в 6 парках («Резиденция Деда Мороза», «Парк Лога», «Римская Империя», «Юркин Парк», «Моя Россия» и «Острова Ершовы») и отличительную услугу, характерную только для парков России – бани, предоставляемые дополнительно в 4 парках («Этномир», «Кудыкина гора», «Шервуд-парк» и «Острова Ершовы»).

В целом, инфраструктурно тематические парки РФ довольно развиты: помимо аттракционов и объектов показа, большая часть сосредотачивает в границах территории гостиничные комплексы (иногда и различные по типам КСР), точки питания, торговые, игровые и развлекательные центры, SPA- и банные комплексы, кинотеатры, зверинцы, а также иные объекты и услуги рекреационного досуга. Вместе с этим, отмечаются некоторые отличия отечественных парков от зарубежных парков в силу внедрения в свою деятельность элементов, нехарактерных для мировой практики. Примерами могут служить обширные лесопарковые и ландшафтные зоны (встречаются в 11 парков из 20), а также храмовые комплексы (парки «Патриот» и «Лога»).

### Заключение

Подводя итоги, рационально сделать вывод, что на территории Российской Федерации успешно функционируют тематические парки различных направленностей несмотря на то, что отрасль развлечений признается развивающейся: по этой причине тематические парки редко выделяются в самостоятельную категорию, а статистические данные по показателям их деятельности в настоящее время не фиксируются. Однако, парковые комплексы в РФ демонстрируют стабильность и конкурентоспособность, о чем может свидетельствовать четырехкратное увеличение объема рынка даже в условиях пандемии коронавирусной инфекции и нестабильной геополитической ситуации. Таким образом, были изучены 20 тематических парков России по двум блокам аналогично миро-

вым парковым комплексам. Были исследованы туристские и основные комплексные характеристики парков, а также проведен анализ по критериям сравнения.

Важно отметить, что представленный анализ опыта деятельности тематических парков России не является исчерпывающим, отчего данный вопрос может требовать дальнейшего исследования. Однако уже сейчас результаты работы могут быть использованы в контексте будущего развития сети тематических парков России, а также в развитии туристско-рекреационной деятельности каждого отдельного паркового комплекса.

1. Александрова А.Ю. Тематические парки мира: учебное пособие. – Москва: КноРус, 2024. – 208 с.
2. Анализ рынка тематических парков и аттракционов в России: стат. сборник – Текст: электронный // Discovery Research Group: [сайт]. [2020]. – URL: [https://drgroup.ru/components/com\\_jshopping/files/demo\\_products/Demo.\\_Analiz\\_rynka\\_tematicheskikh\\_parkov\\_i\\_attraksionov\\_v\\_Rossii.pdf](https://drgroup.ru/components/com_jshopping/files/demo_products/Demo._Analiz_rynka_tematicheskikh_parkov_i_attraksionov_v_Rossii.pdf)
3. Виноградова Л.С., Поморов С.Б. Понятие и генезис тематических парков // Инженерно-строительный вестник Прикаспия: научно-технический журнал. – 2021. – № 38 (4). – С. 22-27.
4. Владелец «Острова мечты» Амиран Муцоев – Forbes: «Торговые центры умрут» – Текст: электронный. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/453137-vladelec-ostrova-mechty-amiran-mucioev-forbes-torgovye-centry-umrut>
5. Горохов В.А. Парки мира: монография. – Москва: Стройиздат, 1985. – 328 с.
6. Заплетина Т.И., Золотовский В.А. Тематический парк – перспективная концепция развития туризма в регионах: материалы I международной научно-практической конференции / Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева; под общ. ред. Е.Ф. Дудиной. – Орёл, 2019. Т. 2. – С. 278-281.
7. Иванов В.В. Объём и динамика рынка тематических парков России // Экономика: вчера, сегодня и завтра. 2018. Т. 8. № 10А. С. 100-110.
8. Нельзина О.Ю. Перспективы развития тематических исторических парков в Российской Федерации: монография. – Москва: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва (Институт Наследия), 2022. 286 с.
9. Самые желанные тематические парки в России – Текст: электронный. – URL: <https://tvil.ru/blog/nahodki-dla-turistov/samye-zhelannye-tematicheskie-parki-v-rossii>
10. Сединкина О. Н. Экономико-географический анализ развития тематических парков в мире: автореф. дис... канд. геогр. наук 25.00.23. – Москва: 2009. 25 с.
11. Союз ассоциаций и партнёров индустрии развлечений. – Текст: электронный. – URL: <https://sapir.pro/>
12. Сфера парков развлечений в условиях социобиологического кризиса: проблемы и перспективы работы в 2020–2021 годах. – Текст: электронный. – URL: <https://vc.ru/offline/119275-sfera-parkov-razvlecheniy-v-usloviyah-socio-biologicheskogo-krizisa-problemy-i-perspektivy-raboty-v-2020-2021-godah>
13. Финансовые показатели деятельности ООО «ХК Остров Мечты». – Текст: электронный. – URL: <https://companies.rbc.ru/id/1177746514285-ooo-obschestvo-s-ogranichennoj-otvetstvennostyu-holdingovaya-kompaniya-ostrov-mechty/>
14. Tourism 2020 Vision revisited...a road map for Tourism Towards 2030 // World Tourism Organization Report. – Текст: электронный. – URL: [https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International\\_Seminar\\_Kester\\_UNWTO\\_2030\\_.pdf](https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester_UNWTO_2030_.pdf)

УДК 004.9:338.483.12

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧАТ-БОТОВ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

**А.И. Мединская**, бакалавр  
**В.Г. Ден**, преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Технологический прогресс стал неотъемлемой частью жизни человека. С учетом роста и развития темпа сокращается время на сбор тех или иных сведений, распространяется множество источников информации, тогда как все необходимое может быть собрано в одном месте. Также постепенно происходит внедрение информационных технологий и искусственного интеллекта в разные сферы жизни человека, в том числе и в туризм. Исходя из этого появляется все больше возможностей для развития, продвижения и реализации гастрономического туризма. В статье рассмотрены чат-боты, ставшие популярным и удобным инструментом в рамках автоматизации процессов в деятельности предприятий питания, поиска объектов показа или*

посещения с учетом конкретного запроса потребителя и получения новой информации об этих объектах.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, гастрономические объекты, автоматизация поиска, чат-боты.

## THE USE OF CHATBOTS IN GASTRONOMIC TOURISM (USING THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI)

**Abstract.** *Technological progress has become an integral part of human life. Considering the growth and development of the pace, the time for collecting certain information is reduced, many sources of information are distributed, while everything necessary can be collected in one place. There is also a gradual introduction of information technology and artificial intelligence into various spheres of human life, including tourism. Based on this, more and more opportunities are emerging for the development, promotion and implementation of gastronomic tourism. The article discusses chatbots, which have become a popular and convenient tool for automating processes in the activities of food enterprises, searching for objects to display or visit, considering a specific consumer request and obtaining new information about these objects.*

**Keywords:** *gastronomic tourism, gastronomic objects, search automation, chat bots.*

**Введение.** Гастрономический туризм можно определить, как вид туризма, связанный с изучением культуры и традиций местной кухни. Гастротуризм имеет множество видов и направлений, в рамках которых туристы посещают предприятия питания, фермы, фестивали и другие места, где дегустируют местные блюда и напитки, наблюдают за процессом изготовления продуктов и приготовления блюд, а также узнают о традициях и культуре местных жителей. Для успешного развития и продвижения гастрономического туризма необходимо обратить внимание на систематизацию новых объектов, туров и экскурсий, событийных мероприятий и мастер-классов, на заключение партнерских отношений с местными представителями услуг, а также заниматься организацией и проведением маркетинговых кампаний для повышения узнаваемости гастрономических брендов. Кроме того, важно уделить внимание автоматизации поиска тех или иных объектов гастрономического туризма для удобства производителей и потребителей.

Так, актуальность исследования заключается в необходимости структурированного и интуитивно понятного сервиса для поиска гастрономических объектов, направленного на упрощение процесса выбора места или мероприятия.

Объектом является гастрономический туризм, как развивающееся направление.

Предметом является чат-бот как инструмент, использующийся в туризме.

Целью работы является разработка концепции чат-бота для поиска гастрономических объектов на примере Приморского края.

К задачам данной работы относятся:

- изучение определений и сущности понятия «чат-бот»;
- анализ мирового и отечественного опыта использования чат-ботов;
- разработка концепции чат-бота для поиска гастрономических объектов на примере г. Владивостока Приморского края.

Для достижения цели и задач исследования были использованы такие общенаучные методы, как дедукция и индукция, анализ, синтез, обобщение, сравнение.

**Основная часть.** Гастрономический туризм, или поездка с целью получения новых вкусов и кулинарных открытий, набирает все большую популярность как направление в туризме, в целом. Туристы стремятся не только увидеть новые достопримечательности и познакомиться с культурой той или иной страны, но и продегустировать местную кухню, с ее уникальными и аутентичными блюдами. В данном контексте использование чат-бота для поиска гастрономических объектов становится актуальным решением для туристов, которым не придется тратить много времени на поиски нужной информации, так как все необходимые сведения будут собраны в одном месте.

Теоретические исследования о происхождении чат-ботов показали, что впервые они появились во второй половине XX века и использовались в основном с целью текстового «диалога» между человеком и машиной. В 1966 году появилась «ELIZA» – первый виртуальный текстовый чат-бот в истории. Программа привлекла большое внимание, потому что первой смогла «обмануть» человека. Разработал бота Йозеф Вейценбаум – профессор Массачусетского технологического института [1].

В общем, чат-бот представляет собой программу, направленную на взаимодействие с пользователем через текстовый или аудио-интерфейс, использующую искусственный интеллект или заготовленные команды. Главной задачей чат-ботов является ответы на вопросы, предоставление ин-



формации или помощь в качестве виртуального помощника для пользователя. Основанные на алгоритмах машинного обучения и нейронных сетях, чат-боты могут улучшать свою работу и адаптироваться к потребностям пользователя [2].

Чат-боты широко используются в различных сферах (рис. ) [3].

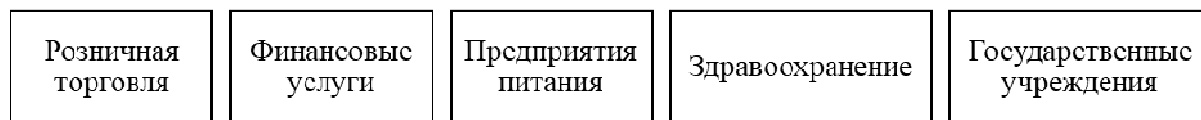


Рис. Сферы, в которых применяются чат-боты

Составлено автором по [3]

Чат-боты используются в разных сферах, в основном, связанных с обслуживанием, где возможен поиск и предоставление актуальной информации, ответы на вопросы пользователей.

Говоря об использовании чат-ботов в гастрономическом туризме, то можно выделить несколько преимуществ, как для бизнеса, так и для потребителя (табл. 1) [4].

Таблица 1

### Преимущества использования чат-ботов в туризме

Для потребителя	Для бизнес-сектора
Необходимая информация 24/7	Предоставление информации 24/7 без задействования сотрудников
Уведомление о нынешних и грядущих акциях и скидках (при наличии)	Сбор информации о предпочтениях потребителя
Возможность прямой брони мест	Сбор и анализ отзывов
Оформление доставки (при наличии)	Оптимизация бизнес-процессов внутри компании
Система лояльности (при наличии)	Экономия времени и ресурсов персонала

Составлено автором по [4]

Представителям услуг достаточно собрать все необходимое в одном месте и не тратить ресурсы персонала на часто задаваемые и однотипные вопросы. Пользователю проще по той же причине, так как вся необходимая информация всегда доступна и нет необходимости дополнительного поиска на сторонних сайтах.

На сегодняшний день в сфере гастрономии функционируют чат-боты нескольких типов: для просмотра меню и прямого бронирования места; для составления планов пищевого рациона и подборок рецептов; для прямого заказа и получения его в ближайшей точке представителя услуги (табл. 2) [5–7].

Таблица 2

### Чат-боты разных типов

Название чат-бота	Авторы	Функции	Тип
Restaurant Chatbot	Команда BotStar	– бронирование столиков – заказ еды – доступ к меню еды – часы работы	Бронирование
ChefBot	Команда Weloka Service GmbH	– планирование рациона – рецепты на основе имеющихся ингредиентов – индивидуальные рекомендации по рецептам	Рекомендации
My Starbucks Barista	Команда Starbucks	– размещение заказов – оплата – заказ в ближайшей точке	Заказы

Составлено автором по [5-7].

В таблице представлены гастрономические чат-боты, каждый из них имеет определенные функции, но общая цель одна – упрощение поиска, выбора и заказа того или иного гастрономического объекта для пользователя.

В России самыми популярными подобными сервисами являются разработанные ведущим отечественным гастроэкспертом – Александром Сысоевым и используются на территориях Казани, Москвы, Санкт-Петербурга и Екатеринбурга. Чат-бот по поиску ресторанов «Great List» имеет рассортированную по категориям базу предприятий: «fine dining», «smart casual», «city cafe» и «bars». В карточках заведений представлены – краткое описание, адрес, советы шеф-поваров и рекомендации блюд и напитков [8]. Общая структура и функционал гастрономического чат-бота обычно настраивается под конкретные потребности и желания пользователей, а также в зависимости от технологических возможностей и алгоритмов, используемых в разработке бота.

Наиболее удобной площадкой для разработки и использования гастрономического чат-бота является социальная сеть «Telegram». Нами предлагается концепция чат-бота, служащая для поиска и выбора гастрономических объектов на территории города Владивостока. Выбор разделов обусловлен особенностями развития гастрономического туризма на территории Приморского края. В частности, в городе Владивостоке появляется больше новых предприятий питания, организуются гастрономические событийные мероприятия, тематические деловые форумы и гастрономические туры.

Так, разрабатываемый чат-бот содержит следующие разделы (табл. 3).

Таблица 3

### Разделы разрабатываемого чат-бота

Раздел	Описание
Гастрономические событийные мероприятия	– перечень актуальных мероприятий с описанием – места проведения – даты, контактная информация
Гастрономические туры и экскурсии	– перечень турпродуктов с описанием – контактная информация, ссылки для бронирования
Гастрономические мастер-классы	– перечень мастер-классов с описанием – адреса, места проведения – даты, цены, ссылки для бронирования
Предприятия питания	– перечень заведений с описанием – средний чек, контактная информация, ссылки для бронирования
Гастрономические путеводители	– статьи с наиболее популярными местами и объектами

Составлено автором

В таблице представлены разделы чат-бота и их описания. Каждый из них содержит перечень тех или иных объектов, их краткое описание, контактная информация для связи с представителем услуг и дополнительные ссылки, для бронирования или уточнения большей информации.

К преимуществам использования чат-бота для поиска гастрономических объектов можно отнести:

- гастро информация региона в одном месте;
- быстрые ответы на часто задаваемые вопросы о местной кухне, ресторанах и гастрономических объектах в целом;
- возможность быстрого бронирования (направление на страницу с бронированием);
- уведомление о появлении новых гастрономических объектов в городе;
- уведомление о предстоящих гастрономических событийных мероприятиях и т.д.

Ресурс могут использовать как приезжие туристы, так и местные жители. В случае первых, ссылку на чат-бот может предоставлять Туристско-информационный центр Приморского края, в который обычно обращаются туристы за помощью и необходимой информацией, а также другие объекты туризма, включая средства размещения, предприятия питания, музеи города и т.п.

**Заключение.** Таким образом, в статье представлены результаты исследования, позволяющие заключить, что чат-бот является универсальным помощником во многих сферах, в том числе и в сфере гастрономического туризма. На сегодняшний день в сфере используются разные типы чат-ботов: для бронирования, рекомендаций и заказов. Использование чат-бота для поиска гастрономических объектов позволит быстро найти подходящий вариант отдыха или предприятия. Пользо-

ватель сможет самостоятельно просмотреть интересующие его гастрономические объекты или оставить запрос с предпочтением, получив информацию о нем. На наш взгляд, для Владивостока, как гастрономической столицы Дальнего Востока, важно развивать гастрономическое направление и внедрять информационные технологии в развитие и продвижение объектов туризма.

1. История создания чат-ботов: от идеи до использования чат-ботов в бизнесе – Текст: электронный. – URL: <https://www.jivo.ru/blog/tutorials-jivo/chat-bot-history.html>
2. Чат-бот – Текст: электронный. – URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/chatbot>
3. Чат-боты. Их разновидности, преимущества использования, задачи, которые они помогают решать бизнесу – Текст: электронный. – URL: <https://volna.adindex.ru/to-read/how-everything-works/283308/>
4. Потенциал использования чат-ботов в ресторанном бизнесе – Текст: электронный. – URL: [https://premiumbonus.ru/blog/advantages\\_chatbot](https://premiumbonus.ru/blog/advantages_chatbot)
5. Restaurant Chatbot. – Текст: электронный. – URL: <https://templates.botstar.com/chatbot-template/restaurant-chatbot>
6. Discover the Future of Cooking with ChefBot. – Текст: электронный. – URL: <https://www.chefbot.app/en>
7. Order Starbucks with Artificial Intelligence Chatbot – Текст: электронный. – URL: <https://equitext.com/using-ai-chatbot-to-order-coffee/>
8. Телеграм-бот по поиску ресторанов гида Great List – Текст: электронный. – URL: <https://inde.io/news/68749-ssylka-dnya-telegram-bot-po-poisku-restoranov-gida-great-list>

УДК 004.738.5:338.483.12

## ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРПРОДУКТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

**Д.А. Метелкина**, бакалавр  
**В.Г. Ден**, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Ежедневно социальные сети используются миллионами людей по всему миру, выступая площадкой для общения, обмена знаниями, опытом и впечатлениями. Продвижение турпродукта в социальных сетях является актуальной темой в современном мире, так как люди привыкли активно пользоваться ими для получения информации о наполнении путешествия, составления плана поездки, изучения и поиска различных туристских направлений. В статье представлены результаты исследования специфики продвижения в социальных сетях и авторская концептуальная модель продвижения туристских услуг и продуктов в социальных сетях.

**Ключевые слова:** туристский продукт, социальные сети, продвижение турпродукта, продвижение в социальных сетях.

## PROMOTION OF TOURISM PRODUCTS IN SOCIAL NETWORKS

**Abstract.** Every day social networks are used by millions of people around the world, serving as a platform for communication, exchange of knowledge, experiences and impressions. Promoting tourism products on social networks is a hot topic in the modern world, as people quickly receive information about completed trips, making travel plans, studying and searching for various tourist destinations. The article presents the results of research into the specifics of promotion in social networks and the author's conceptual model for promoting tourism services and products in social networks.

**Keywords:** tourism product, social networks, promotion of tourism products, promotion in social networks.

Социальные сети играют ключевую роль не только в обмене информацией, но и в процессе самовыражения и формирования личного бренда, предоставляя возможность каждому человеку делиться своими мыслями, творчеством и идеями с огромной аудиторией через текстовые и визуальные элементы (посты, фотографии и видео). Такая открытая форма способствует раскрытию по-

тенциала и получению обратной связи от других пользователей, а также открывает новые возможности для самореализации.

Целью исследования является разработка принципиальной модели продвижения турпродукта в социальных сетях.

Объект – процесс продвижения как важный компонент работы туристского предприятия.

Предмет – социальная сеть как инструмент продвижения туристских услуг.

Для достижения цели исследования был поставлен ряд задач:

- исследовать понятия «социальная сеть» и «SMM-продвижение»;
- проанализировать мировой и отечественный опыт использования социальных сетей в продвижении;
- разработать модель продвижения турпродукта в социальных сетях.

Продвижение в социальных сетях (SMM) – это рекламно-информационная деятельность, которая в первую очередь нацелена на распространение информации о рекламируемом объекте в социальных сетях посредством создания сообщества целевых потребителей и управления им [1].

SMM-продвижение входит в состав системы продвижения туристского продукта и является одним из основополагающих его компонентов в современном мире. Социальная сеть служит отличной виртуальной платформой, которая объединяет людей по определённым принципам, присущим разным сетям; поддержанию коммуникации между людьми и для получения информации об интересующих объектах, которые в ней представлены [2].

Такой термин, как «социальная сеть» впервые появился в 1954 году благодаря социологу Джеймсу Барнсу, задолго до появления Интернета и не имело отношения к современной теории социальных сетей, которая прослеживается сейчас. Учёный ввёл это понятие как «описание социальной структуры в обществе, которая состоит из социальных объектов (это люди или организации) и взаимных связей между ними». С появлением Интернета его теория стала популярной и в таком виде стала развиваться в мировой паутине [3, 4].

Первая социальная сеть, в современном её представлении, появилась в США в 1995 году. Ею стал американский портал «Classmates.com» – сервис для поиска одноклассников, друзей из детства и колледжа (аналог сети в России – «Одноклассники»). Несмотря на появление первой сети в конце 20 века, официальным началом развития социальных сетей принято считать 2003–2004 годы, когда были запущены американские сервисы «LinkedIn», «MySpace» и «Facebook», которые остались активны и популярны до сих пор [5].

Социальные сети сочетают в себе множество аспектов для деятельности по продвижению продукта, которые в свою очередь становятся всё шире и качественнее. Средствами для продвижения продукта в социальных сетях являются рекламные публикации, таргетированная реклама, лайки и репосты, истории и живое вещание, групповые сообщества, интеграции магазина, интерактивные элементы, аналитика и статистика.

Необходимо понимать, что продвижение турпродукта и услуг отрасли имеют свою специфику, что требует особого внимания к рекламным кампаниям и средствам. Так, туристский продукт, как и большинство услуг характеризуется неосвязаемостью, несохраняемостью, сезонностью, неотделимостью, изменчивостью, несовпадением времени продажи и потребления и необходимостью потребителя двигаться к продукту [6].

Проведение особенной и цепляющей рекламы в социальных сетях требует огромного творчества, терпения, исследований и креатива. Тем не менее, многим компаниям с каждым годом удаётся осуществлять самые необычные и интересные маркетинговые идеи в сфере туризма и гостеприимства (табл. 1) [7, 8].

Таблица 1

### Самые популярные рекламные кампании за 2023 год в мире и России

Компания	Название	Маркетинговая идея
Cadbury	«Worldwide Hide Event»	Бренд в партнерстве с Google Maps организовал на Пасху игру, где охотники за шоколадными яйцами смогут прятать цифровые яйца где угодно и отметить это место на карте
Pepsi	«New Visual Identity»	Бесплатная продукция Pepsi фанатам за текстовое сообщение и ностальгические ролики из прошлого, такие как Pepsi Challenge, а также взгляд в будущее с представлением нового логотипа

Компания	Название	Маркетинговая идея
McDonald's	«Grimace's Birthday»	Праздничный обед, видеоигра и сувениры. Фанаты делились фотографией воспоминания о дне рождения, за которую McDonald's жертвовал 5 долларов благотворительной организации
Яндекс.Такси	«Яндекс.Такси о женщинах за рулём»	Создание аудиоспектакля о женщинах-водителях, работающих в такси под названием «Да, мы за рулем», который состоит из трёх пьес. В основу сюжета легли истории реальных сотрудниц «Яндекс.Такси»
S7	«В поисках светлой полосы»	«Где начинается светлая полоса?» – вдохновляющее видео о том, как близко счастье и вдохновение для тех, кто готов их увидеть
Burger King	«Сибирский кинг о лесных пожарах»	Ролик для привлечения внимания к проблеме пожаров в сибирских лесах. Вырученные средства от эксклюзивного бургера «Сибирский кинг» идет на помощь фонду «Посади лес», восстанавливающему пострадавшие от пожаров территории Сибири

Составлено автором по [7,8]

Анализируя различные маркетинговые идеи компаний, можно сделать вывод о значимости креативности, инноваций в современном маркетинге. Компании стараются не только продвигать свои продукты или услуги, но и создавать содержательное взаимодействие с аудиторией.

В продвижении туристского продукта необходимо помнить, что турист приобретает не просто конкретный предмет, который можно потрогать и сфотографировать, а прежде всего эмоции и впечатления, которые он получит в конце своего путешествия. Поэтому рекламные кампании должны быть направлены на визуализацию этих эмоций и впечатлений, чтобы потенциальные туристы могли представить себя на месте героя рекламы и испытать предвкушение от тех моментов, которые их ждут.

Социальные медиа представляют собой площадки с огромным количеством пользователей по всему миру, что является самым главным преимуществом в SMM-продвижении. На площадках присутствуют отдельные функции для ведения бизнес-аккаунтов и продвижения своего продукта через рекламу.

На актуальность использования социальной сети указывает ежемесячная активность пользователей. В таблице 2 представлен рейтинг платформ за 2023–2024 годы [9].

Таблица 2

#### Рейтинг лучших социальных сетей в мире за 2023–2024 год

Топ	Социальная сеть	Количество активных пользователей ежемесячно, млн чел.
1	Facebook*	3050
2	WhatsApp	2780
3	YouTube	2490
4	Instagram*	2040
5	WeChat	1320
6	TikTok	1220
7	Telegram	800
8	Douyin	752
9	Snapchat	750
10	Kuaishou	673

Составлено автором по [9]

\*запрещенная организация на территории Российской Федерации

По тенденции в мире на 2023-2024 год социальные сети с наибольшим количеством активных пользователей являются «Facebook»\*, «WhatsApp», «YouTube», «Instagram»\*. Соответственно, зарубежные компании используют данные медиа платформы для представления своего бренда, чтобы охватить максимальное количество аудитории и потенциальных клиентов.

На данный момент в России есть несколько основных площадок для продвижения продукта. Исходя из данных исследований компании «Mediascope» на ноябрь 2023 года можно выделить самые популярные среди пользователей России социальные сети – «ВКонтакте», «Telegram», «YouTube», «Одноклассники». На рисунке представлена статистика охвата самых популярных социальных сетей среди пользователей России возраста 12+ за октябрь 2023 года (рис. 1) [10].

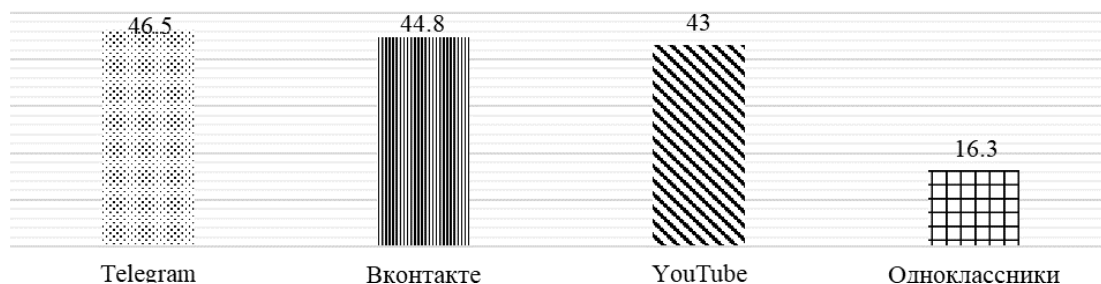


Рис. 1. Месячный охват популярных социальных сетей среди пользователей России (в млн чел.)

Составлено автором по [10].

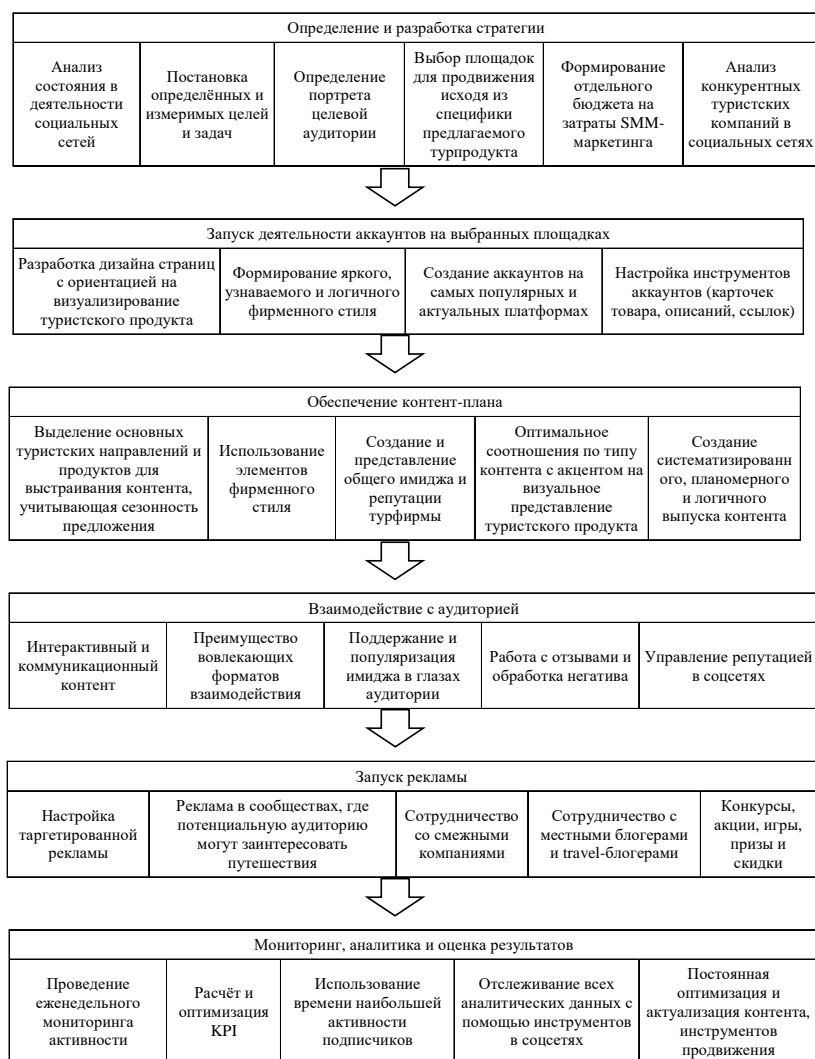


Рис. 2. Концептуальная модель продвижения в социальных сетях

Составлено автором.

Можно утверждать, что население России очень активно использует социальные медиа для времяпрепровождения, работы, продвижения и удовлетворения своих социальных потребностей. На данный момент «Telegram» занимает лидирующую позицию по показателям охвата интернет-аудитории за сутки, так как эта социальная сеть достаточно молода и активно входит в ежедневное пользование благодаря своему уникальному интерфейсу, инструментам для общения и передачи информации путём каналов.

Социальные сети активно используются компаниями для разработки SMM-стратегии – плана достижения бизнес-целей компании на медиа платформах. Стратегия поможет определить цели присутствия в общественных сетях, способы их достижения, расставить приоритеты, а главное – оценить потенциальную эффективность и спрос. С учетом вышеизложенного нами предложена концептуальная модель продвижения турпродукта в социальных сетях (рис. 2).

Маркетинговая стратегия в социальных сетях является сложным и многоэтапным процессом, направленным на эффективное продвижение продуктов или услуг компании и взаимодействие с целевой аудиторией. Предложенные этапы разработки модели продвижения турпродукта учитывают не только теоретические аспекты, но и практическую значимость каждого этапа в успехе маркетинговой кампании в социальных медиа.

Таким образом, в исследовании были изучены понятия «социальная сеть» и «SMM-продвижение», проанализирован мировой и отечественный опыт использования социальных сетей в продвижении продуктов и услуг, выделены самые популярные социальные сети в мире и в России с наибольшим количеством пользователей. В результате анализа была разработана концептуальная модель продвижения турпродукта в социальных сетях для использования туристскими компаниями в целях привлечения новой аудитории и эффективного представления своих продуктов на медиа-платформах.

Понимание и применение этапов сформированной модели продвижения в социальных сетях с учетом всех особенностей и потребностей компании способствуют эффективной реализации маркетинговых задач и достижению успеха в цифровой среде. Внимательное выполнение каждого этапа и адаптация под изменяющиеся условия помогут компании укрепить свое присутствие в социальных медиа и удовлетворить потребности своей аудитории.

---

1 Маркетинг в социальных сетях (SMM) – Текст: электронный. – URL: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/social-media-marketing>

2 Инструменты для SMM – Текст: электронный. – URL: <https://neiros.ru/blog/marketing/osnovy-smm-i->

3 Социальная сеть – Текст: электронный. – URL: <https://www.likeni.ru/glossary/social-network/>

4 Социальная сеть: понятие, история возникновения, современное положение дел – Текст: электронный. – URL: <https://moluch.ru/young/archive/11/873/>

5 История появления социальных сетей – Текст: электронный. – URL: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web>

6 Особенности турпродукта и туристского потребления – Текст: электронный. – URL: [http://www.aup.ru/books/m204/2\\_2.htm](http://www.aup.ru/books/m204/2_2.htm)

7 10 Outstanding Marketing Campaigns from 2023 – Текст: электронный. – URL: <https://www.practicalcommerce.com/10-outstanding-marketing-campaigns-from-2023>

8 ТОП-14 маркетинговых кампаний 2023 – Текст: электронный. – URL: <https://vc.ru/marketing/744002-top-14-marketingovyh-kampaniy-proshlogo-goda>

9 23 Top Social Media Sites to Consider for Your Brand in 2024 – Текст: электронный. – URL: <https://buffer.com/library/social-media-sites/>

10 Исследование аудитории социальных сетей 2023 – Текст: электронный. – URL: <https://mediascope.net>

## ОЦЕНКА ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АРТЕМОВСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА (ПРИМОРСКИЙ КРАЙ)

**А.А. Нехай**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В статье представлены результаты авторского исследования методического подхода к оценке туристской привлекательности Артемовского городского округа. Источниковой базой послужили данные официального сайта Артемовского городского округа. Для оценки были отобраны критерии по нескольким блокам привлекательности территории: туристская инфраструктура, исторические, памятники природы, религиозные и архитектурные особенности, а также транспортная доступность. Оценка туристской привлекательности в рейтинге определяется арифметической суммой скорректированных балльных оценок показателей. Этим самым будет обеспечена корректная оценка туристской привлекательности, включающая множество показателей различного характера.

**Ключевые слова:** Артемовский городской округ, оценка туристской привлекательности, официальный сайт Артемовского городского округа, критерии оценки.

## ASSESSMENT OF THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE ARTEMOVSK URBAN DISTRICT (PRIMORSKY KRAI)

**Abstract.** The article presents the results of the author's study of a methodological approach to assessing the tourist attractiveness of the Artemovsky urban district. The source base was data from the official website of the Artemovsky urban district. For evaluation, criteria were selected for several blocks of the attractiveness of the territory: tourist infrastructure, historical, natural monuments, religious and architectural features, as well as transport accessibility. The rating of tourist attractiveness in the rating is determined by the arithmetic sum of the adjusted points for the indicators. This will ensure a correct assessment of tourist attractiveness, including many indicators of a different nature.

**Keywords:** Artemovsky urban district, assessment of tourist attractiveness, official website of Artemovsky urban district, evaluation criteria.

Развитие туризма оказывает большое влияние на развитие территории: повышает общую привлекательность и конкурентоспособность, способствует пополнению бюджета, увеличивает миграционный поток, обеспечивает население рабочими местами, привлекает инвесторов, а также способствует развитию смежных секторов экономики. Одной из приоритетных задач развития туризма в России является увеличение внутреннего туристского потока. Популярным направлением у российских туристов является городской туризм. В статье представлен один из методов комплексной оценки туристской привлекательности Артемовского городского округа, на основе которого сформирована объективная оценка туристской привлекательности.

Оценка туристской привлекательности – это оценка потенциальными туристами возможности региона удовлетворить их потребности. Туристская привлекательность как оценочное понятие характеризуется совокупностью показателей, находящихся во взаимосвязи и имеющих неодинаковую степень важности для общей оценки.

Актуальность рассматриваемой проблемы, ее практическая значимость определили выбор темы научно-исследовательской работы и послужили основой для формулирования ее цели и задач.

Цель научно-исследовательской работы – оценить туристскую привлекательность Артемовского городского округа. Достижение поставленной цели потребовало решения ряда задач:

1. Исследовать дефиницию туристская дестинация муниципального уровня;
2. Провести анализ современных подходов к оценке туристской привлекательности;
3. Оценить туристскую привлекательность Артемовского городского округа.

Предметом исследования является привлекательность туристской дестинации. Объект исследования – туристские дестинация.



Существует много различных подходов к выделению критериев туристской привлекательности городского пространства. Одной из первых работ по туристской аттрактивности территорий является работа Р. Глюксмана, он выявил «закон противоположностей», который означал, что территория тем более привлекательна для туриста, чем более она отличается от его постоянного места жительства.

В конце XX века Всемирной туристской организацией туристская привлекательность рассматривалась через понятие «туристской дестинации» и описывались как сформированные туристские продукты и услуги, основанные на туристско-рекреационном потенциале территории.

Туристская дестинация – решающий элемент соответствующей системы. Это центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов.

Большинство европейских и американских ученых рассматривают дестинацию в качестве самостоятельного туристского продукта, однако ряд специалистов, в том числе и российских, настаивают на том, что дестинация – это определенная географическая территория, в пределах которой возможно познание и приобретение различной туристской продукции. М.А. Морозов трактует дестинацию как территорию, предлагающую определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста и удовлетворяют его спрос на перевозку, ночевку, питание, развлечения и т.д. Из определения следует, что, во-первых, туристские дестинации могут значительно различаться по территориальному признаку, а во-вторых, каждая из них наделена уникальным, присущим только ей комплексом характеристик, удовлетворяющих потребности конкретных групп туристов.

Туристская дестинация с точки зрения муниципального образования – это территория с определенными ресурсами, которые могут быть привлекательны для туристов, следовательно, рационально обозначить, что муниципальное образование может рассматриваться в качестве туристской дестинации – территории, призванной обеспечить приток туристов и их удержание. Муниципальные образования в современном мире все чаще привлекают внимание как потенциальные туристские дестинации. Это связано с уникальными природными и культурными достопримечательностями, а также с развитием инфраструктуры и услуг, предоставляемых для комфортного и интересного отдыха посетителей.

Муниципальное образование как туристская дестинация может предложить разнообразные виды активного времяпрепровождения, начиная от отдыха на пляже и экскурсий по историческим достопримечательностям до пеших и велосипедных прогулок по живописным местам. Туристы имеют возможность познакомиться с местными традициями и культурой, посетить музеи, галереи и выставки, а также попробовать национальную кухню и специфические продукты региона.

Муниципальное образование как туристская дестинация – это административно-территориальная единица, управляемая органами местного самоуправления и самостоятельно удовлетворяющая потребности населения, туристского потока с точки зрения развития туризма.

Муниципальное образование, рассматриваемое в качестве туристской дестинации, имеет следующие особенности:

- природные достопримечательности (наличие уникальных природных объектов);
- культурное наследие (местные исторические и культурные достопримечательности);
- развитая инфраструктура (наличие развитой туристской инфраструктуры, включая гостиницы, рестораны, транспортные соединения и развлекательные объекты);
- активный отдых (возможность для туристов заниматься активным отдыхом);
- уникальные местные продукты (наличие традиционных продуктов, традиций).

Для туристов на территории муниципального образования могут быть доступны следующие виды ресурсов:

- природные достопримечательности: парки, заповедники, озера, пляжи, горы, водопады и другие уникальные места;
- культурные и исторические объекты: музеи, памятники истории и архитектуры, археологические памятники, старинные замки и усадьбы;
- рестораны и кафе, предлагающие местную кухню и традиционные блюда;
- развлекательные центры, парки аттракционов, театры, кинотеатры и другие места для активного досуга;
- информационные пункты и туристские центры, где можно получить сведения о достопримечательностях и услугах обслуживания туристов;
- проживание: гостиницы, кемпинги, апартаменты, услуги аренды жилья и др.;

– туристские маршруты: пешеходные, велосипедные, автомобильные и прочие маршруты для путешествий и экскурсий.

Выделены два подхода к определению содержания туристской дестинации (рис. 1).



Рис. 1. Подходы к определению содержания туристской дестинации

В контексте географического подхода туристская дестинация соответствует таким понятиям, как «туристский центр», «туристский регион», которые давно существуют и широко используются в отечественной туристской науке. Во втором подходе на первый план выходит та туристская привлекательность, которой обладает данная территория для большого количества туристов.

Таблица 1

#### Подходы авторов к оценке туристской дестинации

Автор	Оценочные данные	Характеристика
Т.В. Рассохина	глобальная, региональная, национальная, федеральная и местная	Т. В. Рассохина приводит типологию дестинаций по их значимости, которая определяется формированием турпотока на данной территории.
Н.Н. Гировка	Природные, антропогенные факторы	Автор определяет туристскую привлекательность территорий через оценку природных и антропогенных факторов. Главным фактором природной привлекательности она выделяет разнообразие ландшафтов территории.
Н.А. Николаева	Географическое положение, климат, архитектура и история города, национальный колорит, знаменитые горожане ремесленные традиции, предприятия, язык, кухня, творческие коллективы, менталитет, привычки, таланты, местные традиции	Автор выделяет множество факторов, которые дают полное представление о туристской дестинации
Ч. Гирринг, У. Сварт и Т. Вар	Природный, культурно-социальный, культурно-исторический, а также туристская инфраструктура	Авторы приводят довольно полный и доступный для оценки набор критериев для определения туристской привлекательности городской территории, адаптированный для современных реалий.

Главным компонентом туристской привлекательности считается туристская инфраструктура города.

Параметры, характеризующие состояние туристской привлекательности рассмотрены по 3 факторам:

- 1) природный фактор;
- 2) культурно-исторический фактор;
- 3) туристская инфраструктура.

Для оценки туристской привлекательности Артемовского городского округа (АГО) были рассмотрены туристские ресурсы АГО: природные объекты, культурно-исторические объекты, коллективные средства размещения, предприятия общественного питания, туристские фирмы, транспортная доступность. Анализ таблицы проводился по таким показателям, как фактор, критерий, показатели. Источниковой базой для таблицы послужили статьи различных авторов.

Таблица 2

### Факторы и критерии туристской привлекательности округа

Фактор	Критерий	Показатели
Транспортный	Транспортная доступность	–
Природный	Памятники природы	Природные объекты
Культурно-исторический	Исторические, религиозные архитектурные особенности	Культурно-исторические объекты
Туристский	Туристская инфраструктура	Коллективные средства размещения
		Предприятия общественного питания
		Туристские фирмы

Артемовский городской округ, расположенный на территории Приморского края, обладает потенциалом для развития туризма благодаря своему историческому наследию, красивой природе и разнообразным культурным достопримечательностям. В настоящее время туризм на этой территории находится в начальной стадии развития, привлекая внимание как местных жителей, так и туристов из различных регионов.

Таблица 3

### Методика оценки туристской привлекательности Артемовского городского округа

Критерий	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
Транспортная доступность (аэропорт, ж/д и автовокзал)	120 (мин.) до центра	90 (мин.) до центра	60 (мин.) до центра	40 (мин.) до центра	20 (мин.) до центра
Природные объекты	–	Местное значение	Региональное значение	Федеральное значение	Мировое значение
Культурно-исторические объекты	–	Местное значение	Региональное значение	Федеральное значение	Мировое значение
Коллективные средства размещения	Нет звезды / 1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Предприятия общественного питания	Испанская кухня и др.	Европейская кухня	Китайская кухня	Японская кухня	Итальянская кухня
Базы отдыха	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Турфирмы	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Культурно-развлекательные объекты	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд
Парки отдыха	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд

Транспортная доступность выражается в близости точки пребывания (аэропорт, ж/д и автовокзал) относительно административного центра Артемовского городского округа.

Таблица 4

## Оценка туристской привлекательности транспортной доступности АГО

Название объекта	120 (мин.) до центра	90 (мин.) до центра	60 (мин.) до центра	40 (мин.) до центра	20 (мин.) до центра
Международный аэропорт Владивосток					+
Ж/д станция Угольная					+
Автовокзал					+

Туристская привлекательность с точки зрения транспортной доступности Артемовского городского округа играет значительную роль для развития бизнес-туризма, в силу своей удаленности от мест прибытия туристского потока. Туристская привлекательность транспортной доступности округа оценивается в 5 баллов и составляет 100 процентов.

Таблица 5

## Оценка туристской привлекательности природных объектов АГО

Название объекта	-, 1 балл	Местное значение, 2 балла	Региональное значение, 3 балла	Федеральное значение, 4 балла	Мировое значение, 5 баллов
Бухта Якорная и мыс Вилкова		+			
Бухта Муравьиная			+		
Река Артемовка			+		
Гора Синяя		+			
Участок пихты цельнолистной			+		
Озеро Черепашье			+		
Река Кневичанка			+		
Озеро Кролевецкое		+			
Мыс Галлера		+			
Озеро Орловское		+			
Мыс Черепахи		+			
Гора Динамитная		+			
Пихтовый лес			+		
Дендропарк Кедровое озеро		+			
Лесопарк Солнечный		+			



Рис. 2. Диаграмма оценки природных объектов Артемовского городского округа

Туристская привлекательность природных объектов обусловлена местным и региональным значением. Природные объекты местного значения составляют 60%, в свою очередь объекты регионального значения составляют 40% от общего числа природных объектов. Данная оценка дает целостное представление о низком уровне туристской привлекательности природных объектов Артемовского городского округа.

Таблица 6

**Оценка туристской привлекательности культурно-исторических объектов АГО**

Название объекта	-, 1 балл	Местное значение, 2 балла	Региональ- ное значе- ние, 3 балла	Федеральное значение, 4 балла	Мировое значение, 5 баллов
Бюст генерала Н.А. Острякова			+		
Бюст А.Ф. Сергеева (Артема)		+			
Дворец культуры угольщиков			+		
Здание бывшей церкви св. Богородицы (Свято-Покровский Храм)			+		
Мемориал «Шахтерская Слава»		+			
Мемориальный комплекс, посвященный генерал-майору Острякову Н.А.		+			
Мемориальный-комплекс воинам-артемовцам, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.		+			
Памятник-танк Т-34		+			
Памятник А.С. Пушкину		+			
Памятник В.И. Ленину (у Дворца культуры)		+			
Памятник В.И. Ленину (у администрации АГО)			+		
Памятник С.М. Кирову		+			
Памятник воинам-землякам, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг		+			
Памятник жертвам политических репрессий		+			
Памятник жителям Артема, погибшим в годы Великой Отечественной войны			+		
Памятник жителям пос. Угловое, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.			+		
Памятник жителям пос. Артемовского, погибшим на фронтах Великой Отечественной войны			+		
Памятник жителям с. Оленье, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.		+			
Памятник жителям села Суражевка, погибшим в годы Великой Отечественной войны		+			
Памятник жителям с. Ясное, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.		+			
Памятник жителям села Суражевка, погибшим в годы Великой Отечественной войны		+			

Название объекта	–, 1 балл	Местное значение, 2 балла	Региональ- ное значе- ние, 3 балла	Федеральное значение, 4 балла	Мировое значение, 5 баллов
Памятник жителям села Кролевцы, погибшим в годы Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.		+			
Памятник известному деятелю РКП(б) Артему (Ф.А. Сергееву)			+		
Памятник–обелиск выпускникам школы № 1, погибшим в годы Великой Отечественной войны и боевых действиях в Демократической Республике Афганистан и Чеченской Республике		+			
Памятник односельчанам, отдавшим жизнь за Родину в 1941–1945 гг.			+		
Памятник шахтерам шахтоуправления «Дальневосточное», погибшим в годы Великой Отечественной войны			+		
Памятный мемориал гражданам Японии, умершим на территории СССР во время военного плена, расположенный на территории территориального управления «Шахта «Амурская»		+			
Памятный мемориал гражданам Японии, умершим на территории СССР во время военного плена		+			
Памятник авиаторам 22–го гвардейского авиационного полка (МИГ–23)		+			
Стела погибшим артемовцам в годы Великой отечественной войны		+			
Угольный комбайн ПК–3		+			
Храм Богоявления		+			

Туристская привлекательность культурно-исторических объектов обусловлена местным и региональным значением. Культурно-исторические объекты местного значения представлены в количестве 22 единиц и составляют 69 %, в свою очередь объекты регионального значения представлены в количестве 10 единиц и составляют 31 % от общего числа культурно-исторических объектов. Данная оценка дает целостное представление о низком уровне туристской привлекательности культурно-исторических объектов Артемовского городского округа, ввиду отсутствия федерального и мирового значения культурно-исторических объектов.



Рис. 3. Диаграмма оценки культурно-исторических объектов Артемовского ГО

## Оценка туристской привлекательности коллективных средств размещения

Название объекта	Нет звезд / 1 звезда, 1 балл	2 звезды, 2 балла	3 звезды, 3 балла	4 звезды, 4 балла	5 звезд, 5 баллов
«Венеция» ООО «Отель «Венеция»			+		
«Мотель» АО «Горнорудная компания «АиР»		+			
«Артем» ООО «Артем»			+		
«Райтекс» ООО «Райтекс»			+		
«Светлана» ООО «Аланд»		+			
«Негус» ООО «Негус»	+				
«Аракс» ООО «Аракс»	+				
«Artem Plaza» ИП Свиридова Е.А.			+		
«Монго» ИП Гарипов М.Р.			+		
«Кедровый дом» ИП Ануфриева В.В.				+	
«Авиа Отель» ИП Ворожцов В.В.			+		
«Tigre De Cristal Hotel & Resort» ООО «Джи1 Интертейнмент»					+
«ХО» ИП Чернышева Ю.Н.	+				
«Visti Stay in Vladivostok Airopoort» ООО «АСЭТ»		+			
«Шамбала» НАО «Шамбала»				+	
Мини-отель «Берлога» ИП Разбежкин А.В.	+				
Отель «Chocolate» ИП Ходжиев Х.Г.	+				

Туристская привлекательность коллективных средств размещения обусловлена количеством присвоенных им звезд. Коллективные средства размещения без звездности или с одной звездой представлены в количестве 5 единиц, что составляет 29%, 2 звезды имеют 3 единицы, в процентном соотношении 18%, 6 КСР присвоены 3 звезды, что составляет 35%, 4 звезды – 2 отеля – 12%, 5 звезд представлены только в одном отеле «Tigre De Cristal Hotel & Resort», что составляет 6% от общего числа коллективных средств размещения. Данная оценка дает целостное представление о низком уровне туристской привлекательности коллективных средств размещения Артемовского городского округа.

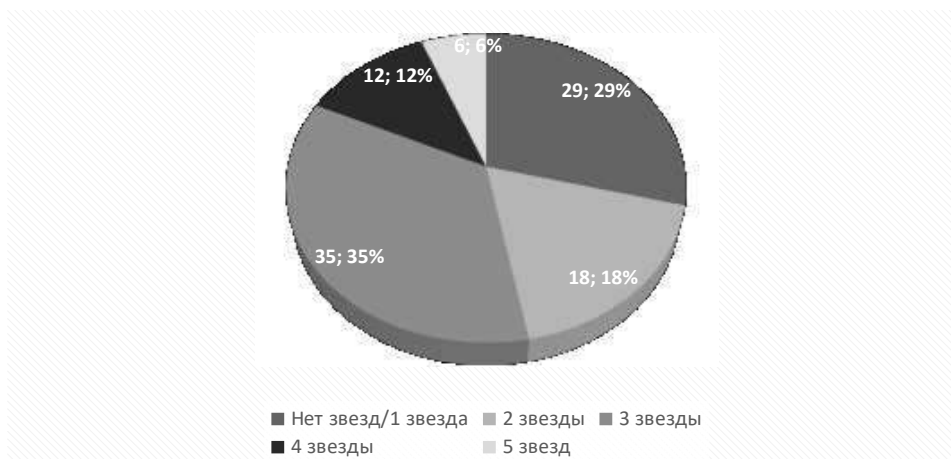


Рис. 4. Диаграмма оценки коллективных средств размещения Артемовского ГО

Предприятия общественного питания оцениваются с точки зрения популярности кухни. Согласно рейтингу кухонь мира, на первом месте французская кухня, на втором итальянская, на третьем китайская, далее японская, испанская и другие, выявлена оценка привлекательности предприятий общественного питания.

Таблица 8

#### Оценка туристской привлекательности предприятий общественного питания

Название объекта	Нет звезды / 1 звезда, 1 балл	2 звезды, 2 балла	3 звезды, 3 балла	4 звезды, 4 балла	5 звёзд, 5 баллов
Ресторан «Венеция» ООО «Отель Венеция»		+			
Ресторан «Кедровый дом» ИП Ануфриева В.В.			+		
Ресторан «Шик» ООО «Вечерний блюз»			+		
Бар «Кедр Холл» ООО «Районторг»			+		
Кафе «Глубина» ООО «Влад»	+				
Кафе «Сова» ООО ТД «Бамбук»		+			
Кафе ООО «Райтекс»	+				
Кафе «Циндао» Бовдун Н.В.			+		
Кафе «Мимино» ООО ТД «Бамбук»			+		
Кафе «Фаэтон» ООО ТД «Бамбук»		+			
Кафе «Ван» ИП Чартарян О.С.				+	
Закусочная «Околица» ИП Иванова Е.И.	+				
Столовая «Березка» Бар «Блюз» ООО «Столовая «Березка»	+				
Ресторан KFS ООО «Гуд Фуд»			+		
Бар «Ходят слухи» ООО «Крокус»			+		
Кафе «Фабио» ИП Пфлуг О.И.			+		
Кафе «Аракс» ИП Казарян А.Р.			+		



Название объекта	Нет звезды / 1 звезда, 1 балл	2 звезды, 2 балла	3 звезды, 3 балла	4 звезды, 4 балла	5 звёзд, 5 баллов
Кафе-клуб «МАЯК» ИП Мальчук Е.С	+				
Кафе «Артем Плаза» ООО «ВЭБ»		+			
Кафе «Токио» ООО «Феникс»			+		
Кафе «Урарту» ООО «Ресурс»			+		
Кафе «Негус» ООО «Негус»	+				
Кафе-столовая «Фёст» ИП Верременко И.Л.	+				
Столовая ИП Канайкина Н.П.	+				
Кафе «Три китайца»			+		
Кафе «Эдельвейс» ИП Ходжиев Х.Г	+				
Кафе ООО «Ден То Ден»	+				
Ресторан в казино «Шамбала» НАО «Шамбала»				+	
Ресторан в казино «Tigre De Cristal»			+		

Туристская привлекательность предприятий общественного питания обусловлена оценкой звездности, представленной отзывами на сайте VL.RU. Предприятия общественного питания, получившие 5 баллов отсутствуют, 4 балла получили предприятия общественного питания в количестве 2 единиц, что составляет 7%, оценку 3 балла получили ПОП в количестве 13 единиц, 45%, 2 балла представлены в количестве 4 единиц, что составляет 14%, 1 балл получили 10 предприятий общественного питания, что составляет 34% от общего числа коллективных средств размещения.

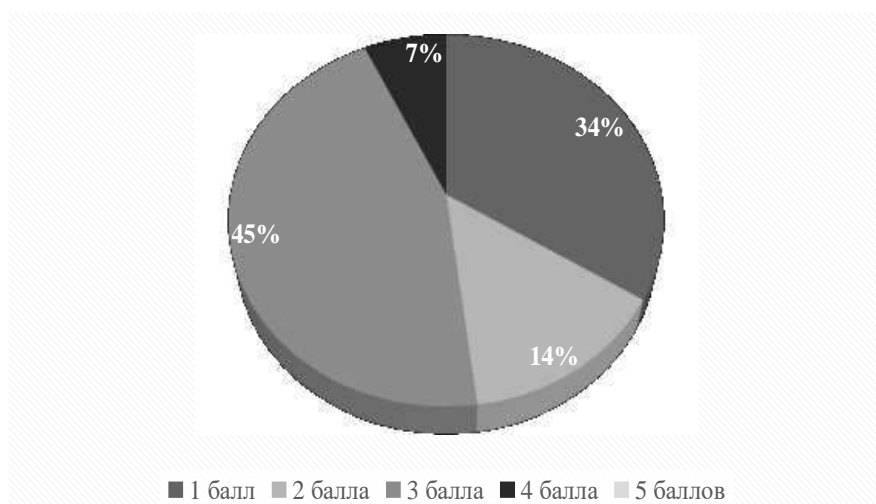


Рис. 5. Диаграмма оценки предприятий общественного питания Артемовского ГО

Базы отдыха оцениваются с точки зрения оценки на сайте VL.RU, созданной на основе отзывов туристов.

## Оценка туристской привлекательности баз отдыха

Название объекта	1 звезда, 1 балл	2 звезды, 2 балла	3 звезды, 3 балла	4 звезды, 4 балла	5 звезд, 5 баллов
База отдыха «Афродита»			+		
База отдыха «Морской берег»				+	
База отдыха «Волна»			+		
База отдыха «Энергетик»		+			

Туристская привлекательность баз отдыха обусловлена отзывами посетителей на сайте VL.RU, исходя из этой звездности, 3 звезды получили базы отдыха «Афродита» и «Волна», что составляет 50 % от числа всех баз отдыха, 2 звезды получила база отдыха «Энергетик», 25 %, 4 звезды база отдыха «Морской берег», 25 %.

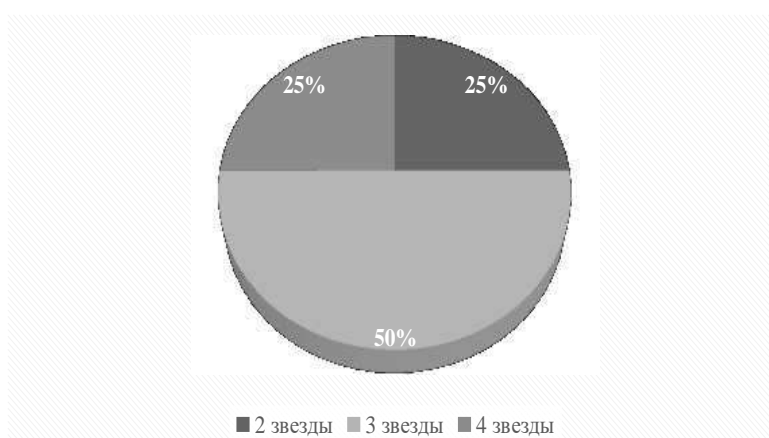


Рис. 6. Диаграмма оценки баз отдыха Артемовского ГО

Туристские фирмы оцениваются с точки зрения оценки на сайте VL.RU, созданной на основе отзывов туристов.

## Оценка привлекательности туристских фирм

Название объекта	1 звезда, 1 балл	2 звезды, 2 балла	3 звезды, 3 балла	4 звезды, 4 балла	5 звезд, 5 баллов
Всероссийская сеть «Билетур»			+		
Туристский центр группы компаний «РИТМ»				+	
Туристское агентство «АртемТур»			+		

Туристская привлекательность турфирм обусловлена отзывами посетителей на сайте VL.RU, исходя из этой звездности, 3 звезды получили туристские фирмы «Билетур» и «АртемТур», 4 звезды турфирма «Ритм».

Результаты оценки туристской привлекательности Артемовского городского округа:

- туристская привлекательность транспортной доступности округа оценивается в 5 баллов и составляет 100 процентов;
- природные объекты обладают низкой туристской привлекательностью, так как на территории АГО представлены только местные и региональные природные объекты;
- культурно-исторические объекты имеют низкий уровень туристской привлекательности, ввиду отсутствия федерального и мирового значения культурно-исторических объектов;
- коллективные средства размещения представлены в основном 3-х звездочными отелями, на территории АГО есть всего один отель с 5 звездами «Tigre De Cristal Hotel & Resort»;

– предприятия общественного питания оценены в большей степени 3 баллами, что обуславливает недостаточный уровень сервиса, оценка 5 баллов предприятиям общественного питания не присвоена.

---

1. Туристская дестинация как муниципальное образование – Текст: электронный. – PURL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskaya--destinatsiya--kak--kompleksnyy--kontsept--i--klyuchevoy--element--turistskoy--sistemy>

2. Оценка рекреационно-туристской привлекательности территории – Текст: электронный. – PURL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka--rekreatsionno--turistskoy--privlekatelnosti--territorii/viewer>

Пак А.Б. Реестр коллективных средств размещения, предприятий общественного питания и туристских фирм по состоянию на 2020-2023 год: нач. потребительского рынка/ Пак Александра Борисовна. – Артем, 2023. – 9 с.

3. Кульгина А.А. Паспорт туристских ресурсов Артемовского городского округа (данные 2023 года): нач. управления культуры, туризма и молодежной политики. – Артем, 2023. – 21 с.

4. Сайт Артемовского городского округа – Текст: электронный. – PURL: <https://artemokrug.gosuslugi.ru/>

УДК 379.816:640.43(571.63)

## ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

**В.В. Никанорова**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В настоящее время предприятия питания становятся объектами посещения не только ради удовлетворения физиологической потребности в пище, но и с целью отдыха и развлечения. Досуговая деятельность и дополнительные услуги зачастую становятся главной мотивацией к посещению. Целью работы является анализ рынка общественного питания Приморского края в аспекте организации досуговой деятельности. В работе представлены результаты, отражающие специфику организации досуга на предприятиях общественного питания, проведено теоретическое исследование понятий по теме и представлен анализ рынка предприятий общественного питания в Приморском крае.

**Ключевые слова:** организация досуга, досуг, предприятие общественного питания, гастрономия, досуговая деятельность, гастротеатр.

## ORGANIZATION OF LEISURE TIME AT PUBLIC CATERING ESTABLISHMENTS (VLADI-VOSTOK)

**Abstract.** Currently, food establishments are becoming objects of visit not only to satisfy the physiological need for food, but also for the purpose of relaxation and entertainment. Leisure activities and additional services often become the main motivation for visiting. The purpose of the work is to analyze the public catering market of the Primorsky Territory in terms of organizing leisure activities. The paper presents results reflecting the specifics of organizing leisure time at public catering establishments, conducts a theoretical study of concepts on the topic and presents an analysis of the market for public catering establishments in the Primorsky Territory.

**Keywords:** organization of leisure, leisure, catering establishment, gastronomy, leisure activities, gastrotheatre.

**Введение.** В современном мире потребителю услуг предприятий общественного питания требуется дополнительная мотивация и ряд услуг, отличных от потребления пищи. Гостям предприятий общественного питания необходима наиболее комфортная и увлекающая атмосфера во время приема пищи, потому что в настоящее время индустрия старается занять свою нишу в сфере развлечений и организации досуга.

Актуальность выбранной темы обусловлена данными статистики в ресторанной сфере, в целом. Так, «Росстатом» зафиксирован рост ресторанного рынка на 4,7 % в 2022 году, а в 2023 году по данным исследования «Ромир» количество человек, посетивших предприятия питания выросло на 10 %. Ресторанная индустрия стала драйвером роста оборота внутреннего валового продукта в 2023 году [1,2]. Учитывая, что посещаемость предприятий питания с каждым годом растет, увеличивается количество предприятий питания, форматов обслуживания и типов предприятия, современный потребитель имеет больший выбор, а предприятия больше конкурентов. В качестве дополнительной мотивации здесь выступают услуги, отличные от потребления пищи, например, связанные с организацией досуга.

Целью работы является анализ рынка общественного питания Приморского края в аспекте организации досуговой деятельности.

В ходе достижения цели потребовалось решения ряда задач:

- изучение подходов к определению понятий «досуг», «досуговая деятельность»
- исследовать мировой и отечественный опыт организации досуга на предприятиях питания;
- проанализировать рынок предприятий общественного питания в Приморском крае в аспекте организации досуговой деятельности.

В качестве методологической базы в рамках аналитического исследования выступили общенаучные методы анализа и синтеза, классификации и сравнения.

**Основная часть.** В литературе по этимологии, в толковых словарях понятие «досуг» трактуется широко. В словаре живого великорусского языка В.И. Даля дано следующее толкование: «Досуг – это свободное, незанятое время ... простор от дела» [3]. Похожее определение предложено в Современном толковом словаре русского языка С.И. Ожегова: «Досуг – это свободное время от работы; досужий – свободный от дела, праздный» [3].

Согласно большой советской энциклопедии, досугом можно называть «часть внерабочего времени (в границах суток, недели, года), остающегося у человека (группы, общества) за вычетом непреложных, необходимых затрат [4].

Если рассматривать досуг как социальное явление, то можно проследить тесную взаимосвязь досуга и уровня, качества организации труда, степени его полезности и результативности, психологической удовлетворённости человека от своей основной трудовой деятельности. Так, человек способен полноценно отдыхать, веселиться и расходовать своё досуговое время только после плодотворной работы [3].

Досуг выполняет следующие функции (табл. 1) [4]:

Таблица 1

### Функции досуга

Функция	Описание
Рекреационная (восстановительная)	– восстановление человеком своих энергетических затрат – психосоматическое расслабление – отдых – эмоциональная разрядка – восстановление человеческого организма
Коммуникативная	– действия, производимые человеком в досуге, когда они связаны субъект-субъектным, субъект-объектным общением
Когнитивная	– процесс познания (осознанно или неосознанно) пассивно или активно – открытие для себя чего-то нового
Креативная	– занятие любимым делом – проявление элементов творчества – внедрение в занятие чего-то своего
Духовная	– самореализация в общечеловеческой культуре – своеобразный синтез предыдущих функций

Составление автором по [4]

Таким образом, к функциям досуга относят рекреационную, коммуникативную, когнитивную, креативную и духовную, каждая из которых положительно влияет на человека.

В рамках досуговой деятельности посещение предприятий питания с целью удовлетворения физиологических потребностей отнести нельзя, однако в индустрии активно используются некоторые формы досуговой деятельности.

Предприятие питания, согласно «ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» – имущественный комплекс, используемый юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем для оказания услуг общественного питания, в том числе изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг [5].

Нормативные документы, в настоящее время выделяют 9 типов предприятий общественного питания, а именно ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, магазин кулинарии [6], среди которых досуговую деятельность обязаны организовывать только рестораны и кафе.

В качестве альтернативных форм отдыха на предприятиях питания в настоящее время, помимо описанных в ГОСТе, используются следующие (рис. 1).



Рис. 1. Формы отдыха на предприятиях общественного питания

Составлено автором.

На рисунке отображены основные современные формы отдыха потребителей на предприятии общественного питания, к которым относят концерты, шоу-программы, выступления музыкальных групп и вокалистов, вечеринки, просмотр кино, гастроужины.

Изучив вопрос организации досуга на предприятиях питания, и досуга в классическом понимании, можно заключить, что досуговая деятельность на предприятиях питания – это вид деятельности, занимающий свободное от приема пищи время, включающий в себя совокупность различных зрелищных, развлекательных и познавательных форм активностей (например, шоу, специальные дегустации и ужины, мастер-классы и т.п.).

Общественное питание является одной из самых важных сфер нашего общества. За последние годы наблюдается значительное развитие этой отрасли как по миру, так и по России, вызванное ростом спроса на услуги общественного питания и изменением вкусов и предпочтений потребителей [7].

По данным «The Business Research Company», объем мирового рынка общественного питания в 2022 году составил 2855 млрд долларов США. Ожидается, что к 2027 году он достигнет 3790 млрд долларов при среднегодовом темпе роста в 5,8% с 2023 по 2027 годы [8].

Согласно данным компании, наибольший объем рынка общественного питания составляют кафе быстрого обслуживания, которые составляют 45% от доли общего рынка предприятий питания, и рестораны полного обслуживания, составляющие 44%. Наименьший объем рынка занимают кейтеринг (8%) и бары (3%) [9].

В настоящее время в стандарты сервиса входит не только вкусная еда и напитки, но и досуговая деятельность, причем не обязательно связанная с употреблением пищи. Уже много лет рестораны устраивают «chef's table» – гастроли известных шеф-поваров и тематические ужины [10,11]. Гастрономический театр – концепция не новая, но только набирающая популярность. Первые гастротеатры появились около 10 лет назад, сейчас подобные заведения работают по всему миру.

В таблице представлены примеры гастротеатров мира [12–15].

## Лучшие гастротeatры мира

Название ПОП	Местоположение	Описание	Программа	Стоимость
Ultraviolet	Шанхай	– ресторан экспериментальной кухни – современный гастротeatр	– театральная постановка, сопровождаемая выносом блюд; – квест (гости не знают адреса ресторана: приезжает фургон, которое доставляет их в секретное место, где располагается заведение)	1250 долларов
Sublimotion	Ибица	– иммерсивный ресторан – музыкальное меню – авангардная кухня – высокие технологии	– шоу-постановки – кабаре – шоу со световыми эффектами – виртуальная реальность	2400 долларов
Alchemist	Копенгаген	– программа и меню посвящены различным местам, видам искусства, важным мировым проблемам	– шоу-программа – аниматоры – драматурги	590 долларов
Moulin Rouge	Париж	– кафе – знаменитый кабаре-театр	– шоу-программа – кабаре	250 евро
Lio	Ибица	– ресторан с видом на «Dalt Vila» – барная и клубная площадка	– кабаре шоу – живые концерты – художественные выставки – клубные вечеринки	Билет – 70 евро VIP столик – 2000 евро
Ellen's Stardust Diner	Нью-Йорк	– тематический ресторан в стиле ретро – обслуживающий персонал – профессиональные певцы	– шоу-программа от сотрудников ресторана – живой вокал	Средний чек 20 долларов

Составлено автором по [12-15]

Сейчас событийные и гастрономические индустрии находятся в точке пересечения: события становятся более изысканными и внимательными к нюансам, а ужины в ресторанах больше напоминают шоу. Обе индустрии движутся в направлении персонализации и усложнения.

Рынок общественного питания в России развивается достаточно динамично. По данным Росстата индустрия общественного питания в России стала двигателем экономики в 2022–2023 годах. Несмотря на ограничения, санкции, новые законы и сокращение населения, люди активно пользуются услугами общественного питания, а бизнес расширяет предложения за счет новых форматов для перекусов и торжественных ужинов [16].

Рынок общепита активно развивается во всех Федеральных округах Российской Федерации. Популяризация внутреннего туризма в 2022 году способствовала росту рынка общественного питания, а также открытие новых заведений общественного питания в популярных туристских регионах. Структура рынка общественного питания Российской Федерации по Федеральным округам представлена на рис. 2 [17]:



Рис. 2. Структура рынка общественного питания по Федеральным округам

Составлено автором по [17]

Таким образом, наибольшая доля рынка среди федеральных округов РФ принадлежит Центральному федеральному округу (ЦФО) (28%); на втором месте находится Приволжский федеральный округ (ПФО) (16%). Наименьшая доля рынка приходится на Дальневосточный федеральный округ и составляет 6% рынка общественного питания в стране.

Что касается количества объектов общественного питания, ситуация в федеральных округах во многом является схожей. В пределах ЦФО находится 24,6% от всех компаний рынка общепита в стране, в ПФО – 22,9% всех заведений [16].

Изучая рейтинг лучших заведений общественного питания, по мнению экспертов независимой ресторанной премии «WHERE TO EAT» (WTE), выяснено, что практически все находятся в городах Санкт-Петербург и Москва [18].

Рассматривая российский рынок ресторанов, предоставляющих для гостей досуг в виде шоу-программы, можно выделить несколько предприятий питания (табл. 3) [19–21].

Таблица 3

### Гастротеатры России

Название ПОП	Местоположение	Описание	Программа	Ср. чек, руб.
Svet	Москва	Иммерсивный ресторан нордической кухни	Шоу-постановки, живой вокал, виртуальная реальность	18 000
Krasota	Москва	Иммерсивный ресторан высокой гастрономии	Шоу-программа, шоу со световыми эффектами, виртуальная реальность	12 500
Community	Москва	Гастрономический ресторан с авторской кухней	Спектакли, сторителлинг, ироничные комедии, театр кукол, поэтические и музыкальные вечера	3500
Benuar	Владивосток	Ресторан-шоу с авторской и итальянской кухней	Развлекательная программа, перформанс-программа, кабаре, танцевальный театр	5000
Puppen Haus	Новосибирск	Гастрономический театр, ресторан-музей	Арт-салон, картинная галерея, коллекция марионеток со всего мира, шоу-подача	2500
Circus	Санкт-Петербург	Ресторан «Food & Show»	Развлекательная программа, представления иллюзионистов и фокусников, цирковая шоу-программа, живая музыка	1500
Eat & Art	Санкт-Петербург	Ресторан-художественная галерея, европейская кухня	Необычное меню и подача блюд, стрит-арт, видео-арт, картины современных молодых художников	2000

Составлено автором по [19-21]

Приморский край традиционно лидирует среди регионов Дальнего Востока по основным показателям развития рынков товаров и услуг. Об этом свидетельствуют данные, приведенные в докладе Росстата о социально-экономическом положении России за 2021 год [22].

В 2022 году Приморье укрепило позиции в области розничной, оптовой торговли, платных услуг, а также в сфере занятости населения. В 2022 году в Приморском крае зарегистрировано 278 новых организаций [23].

Однако к гастротеатрам в Приморском крае можно отнести только ресторан-шоу «Бенуар». Шоу-программа «Бенуар» представлена выступлениями артистов и вокалистов, а также живой музыкой.

Тем не менее, в большинстве предприятий общественного питания представлены следующие виды досуговой деятельности (рис. 3).

Так, в основном на предприятиях питания города Владивостока представлены вечера с живой музыкой, выступления вокалистов и диджеи, настольные игры и винные вечера.

Город Владивосток входит в десятку лучших гастрономических городов России и является гастрономической столицей Дальнего Востока. Именно во Владивостоке сосредоточены главные гастрономические мероприятия, форумы и фестивали. Во Владивостоке всего 45 заведений (18 ресторанов, 12 кафе и 15 баров) предоставляют дополнительный досуг для своих гостей. Наиболее популярным видом досуга на предприятиях общепита является «живая музыка», а наименее популярным – «шоу-программа».

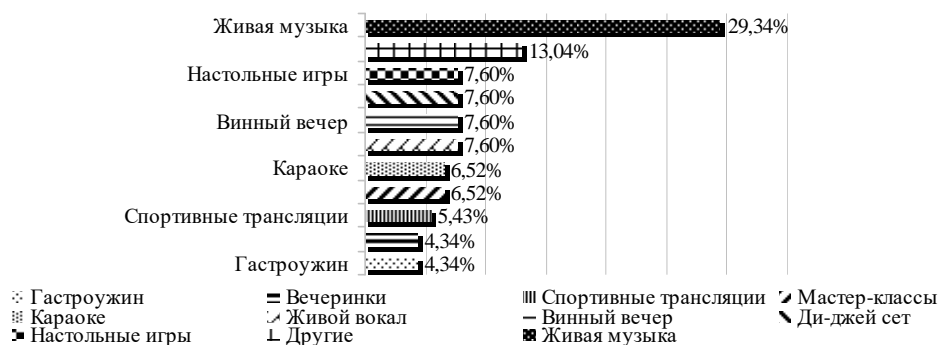


Рис. 3. Виды досуговой деятельности на предприятиях питания г. Владивостока

Составлено автором

**Выводы.** Таким образом, современные предприятия питания предоставляют множество различных мероприятий для привлечения потребителей, занимая свободное от потребления пищи время интересными активностями. Можно сделать вывод, что досуг на предприятии общественного питания можно трактовать как «отдых», «развлечение» и «свободное от работы время». На основании проведенных исследований, нами определено понятие досуговая деятельность на предприятиях питания.

Проведенный анализ показал, что рынок общепита активно развивается в мире и в России; проводятся ежегодные премии на звание «Ресторан года»; растёт популярность внутреннего туризма по России, что влечет за собой открытие новых заведений общепита, а также создание новых концепций ресторанов. Сегодня в мире набирает популярность организации дополнительного досуга для потребителя, появляется все больше необычных ресторанов и гастротеатров.

В Приморском крае также наблюдается положительная динамика оборота общественного питания, который с 2018 по 2022 год вырос на 64,5 %, это говорит о том, что рынок общепита в Приморье развивается благоприятно. Город Владивосток входит в десятку лучших гастрономических городов России и является гастрономической столицей Дальнего Востока. В городе уже функционируют предприятия питания, которые предоставляют дополнительные услуги, используя различные виды досуговой деятельности.

1. Пресс-релиз Бизнес питания на родине фабрики-кухни. – Текст: электронный // Росстат: [сайт]. – Владивосток, 2019. – URL: [https://37.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/release\\_050219.pdf](https://37.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/release_050219.pdf) (дата обращения: 10.01.2024)

2. Итоги ресторанного рынка-2023: неожиданный рост и новые трудности. – Текст: электронный // Retail.ru. – 28 декабря 2023. – URL: <https://www.retail.ru/articles/bezbumazhnyy-ofis-ili-kak-optimizirovat-dokumentooborot-s-pokupatelyami-fizicheskimi-litsami/> (дата обращения: 10.01.2024)

3. Анимация в рекреации и туристской деятельности: [сайт]. – URL: <https://www.ifrgufk.ru/files/images/eff4964e0b02882ba158cee793f9798c.pdf> (дата обращения: 20.10.2023)

4. Основные функции досуга: [сайт]. – URL: [https://ozlib.com/917453/sotsium/osnovnye\\_funksii\\_dosuga#584](https://ozlib.com/917453/sotsium/osnovnye_funksii_dosuga#584) (дата обращения: 20.10.2023)

5. ГОСТ 30389-2013. «Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» // СПС «Консультант Плюс». [сайт]. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_124542/37cd25164050b68a86f7b0b6e1e25bf22b7f7843/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124542/37cd25164050b68a86f7b0b6e1e25bf22b7f7843/) (дата обращения: 21.10.2023)

6. Гражданский кодекс РФ от 26.01.1996 г. в редакции от 24.07.2023 (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023) // СПС «Консультант Плюс». [сайт]. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения: 21.10.2023)

7. Развитие общественного питания: [сайт]. – URL: <https://arhiuch.ru/referat-na-temu-razvitiye-obshchestvennogo-pitaniya/> (дата обращения: 14.11.2023)

8. Фаст-фуд с потенциалом роста 13–51%. Прогнозы до 2029. – Текст: электронный // БКС Экспресс. – 16 декабря 2022. – URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/fast-fud-s-potentsialom-rosta-13-51-prognozy-do-2029> (дата обращения: 14.11.2023)

9. Н. Макенова Анализ рынка общественного питания – Текст: электронный / Н. Макенова // Jusan analytics. – Алматы, 2023. – URL: <https://jusan.kz/filesserver/filename?dir=analytics/research/documents&filename=analiz-rynka-obshchestvennogo-pitaniya-ru.pdf> (дата обращения: 14.11.2023)



10. Хороший вкус с Екатериной Пугачевой: опубликован список лучших ресторанов мира «The World's 50 Best Restaurants 2023». – Текст: электронный // Posta Magazine. – 21 июня 2023. – URL: <https://postamagazine.ru/article/the-worlds-50-best-restaurants-2023/> (дата обращения: 14.11.2023)
11. Гастротеатр – новый вид искусства и фактор развития event-индустрии: [сайт]. – URL: <https://foodika.ru/gastroteatr-novuj-vid-iskusstva-i-faktor-razvitiya-event-industrii/> (дата обращения: 15.11.2023)
12. Мультисенсорная подача блюд и гастропутешествие во времени: 5 главных иммерсивных ресторанов мира: [сайт]. – URL: <https://top15moscow.ru/novosti/iskusstvo-so-vkusom-mirovye-gastroteat-dlya-nezabyvaemogo-svidaniya> (дата обращения: 15.11.2023)
13. Мулен Руж в Париже: 10 советов перед посещением кабаре. – Текст: электронный // Париж 10. – 22 апреля 2023. – URL: [https://paris10.ru/shou-i-biletu-v-mulen-ruzh/#Sem\\_znamenit\\_Mulen\\_Ruz](https://paris10.ru/shou-i-biletu-v-mulen-ruzh/#Sem_znamenit_Mulen_Ruz) (дата обращения: 15.11.2023)
14. Ibiza Vip Holyday: [сайт]. – URL: <https://ibizavipholiday.com/ru/clubs/Lio> (дата обращения: 15.11.2023)
15. Stardust: [сайт]. – URL: <https://www.ellensstardustdiner.com/about-stardust/> (дата обращения: 15.11.2023)
16. Общепит растет из-за перемен в моделях поведения россиян. – Текст: электронный // Независимая. – 27 августа 2023. – URL: [https://www.ng.ru/economics/2023-08-24/4\\_8809\\_food.html](https://www.ng.ru/economics/2023-08-24/4_8809_food.html) (дата обращения: 25.11.2023)
17. Структура рынка общественного питания Российской Федерации по Федеральным округам. – Текст: электронный // Росстат: [сайт]. – Владивосток, 2019. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата обращения: 25.11.2023)
18. Премия WHEREТОЕАТ: <https://wheretoeat.ru/about/> (дата обращения: 25.11.2023)
19. Krasota restaurant: [сайт]. – URL: <https://krasota.wrf.su/> (дата обращения: 09.12.2023)
20. Где поучаствовать в гастроэкспериментах: 9 ресторанов, в которые можно пойти за «хлебом и зрелищами». – Текст: электронный // МТС Live. – URL: <https://live.mts.ru/lifestyle/article/gde-pouchastvovat-v-gastroekspperimentah-9-restoranov> (дата обращения: 09.12.2023)
21. 5 необычных ресторанов Москвы. – Текст: электронный // Click.ru. – 27 марта 2022. – URL: [https://leclick.ru/publications/review/5\\_neobychnykh\\_restoranov\\_moskvy-10785](https://leclick.ru/publications/review/5_neobychnykh_restoranov_moskvy-10785) (дата обращения: 20.12.2023)
22. Оборот общественного питания вырос в Приморье почти на 76%. – Текст: электронный // Правительство Приморского края. – 8 октября 2021. – URL: <https://primorsky.ru/news/243952/?ysclid=lr7cwt2fra331002204> (дата обращения: 08.01.2024)
23. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю: [сайт]. – URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/28590> (дата обращения: 08.01.2024)
24. Владивосток в 10-ке самых гастрономических регионов России. – Текст: электронный // Туристический портал Приморского края. – 14 декабря 2022. – URL: <https://visit-primorye.ru/news/vladivostok-v-10-ke-samykh-gastronomicheskikh-regionov-rossii/> (дата обращения: 10.01.2024)

УДК 338.48

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО И ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОПЫТА ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

**О.Е. Никифорова, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Адаптация персонала в гостиничном бизнесе является ключевым аспектом успешной работы отеля, однако подходы к адаптации персонала могут существенно различаться в зависимости от особенностей различных стран. В данной статье проводится сравнительный анализ программ адаптации персонала в гостиничном бизнесе, опираясь на зарубежный опыт и российскую практику.*

**Ключевые слова:** *адаптация персонала, программа адаптации, российский опыт, зарубежный опыт, методы адаптации.*

# COMPARATIVE ANALYSIS OF FOREIGN AND DOMESTIC EXPERIENCE IN APPLYING PERSONNEL ADAPTATION PROGRAMS IN THE HOTEL BUSINESS

**Abstract.** *Adaptation of personnel in the hotel business is a key aspect of the successful operation of a hotel, however, approaches to personnel adaptation can vary significantly depending on the cultural, socio-economic and organizational characteristics of different countries. This article provides a comparative analysis of personnel adaptation programs in the hotel business, based on foreign experience and Russian practice.*

**Keywords:** *personnel adaptation, adaptation program, Russian experience, foreign experience, adaptation methods.*

Руководители различных организаций уделяют особое внимание набору квалифицированных сотрудников. Вместе с этим возникает проблема адаптации персонала, так как каждая организация стремится иметь сплоченный и профессиональный коллектив. Известно, что хорошо организованная система адаптации способствует увеличению уровня удовлетворенности, мотивации и производительности труда сотрудников [1].

Целью работы является исследование и сравнение программ адаптации персонала в гостиничной индустрии в зарубежных странах и в России.

Задачи:

- 1) изучить теоретические аспекты программ адаптации персонала в гостиничном бизнесе;
- 2) проанализировать зарубежный и отечественный опыт организации программ адаптации персонала;
- 3) выявить сходства и различия в подходах к адаптации персонала в зарубежных и отечественных гостиницах;
- 4) оценить эффективность существующих программ адаптации персонала в гостиничной индустрии.

Адаптация сотрудников рассматривается как процесс адаптации к внешним и внутренним условиям, являющийся важным фактором развития персонала. Процесс адаптации также связан с интеграцией в корпоративную культуру организации, принятие новых норм, правил, ценностей и традиций [2].

Каждой организации особенно важно разработать эффективную систему адаптации, которая включает конкретный набор мероприятий, способствующих успешной адаптации сотрудника к новым условиям работы. Такая система создается для преодоления возникающих трудностей в процессе адаптации и создания положительного эффекта привыкания к новой организации. Эффективная система адаптации должна предоставлять преимущества, которые повышают эффективность работы сотрудника и ускоряют его достижение требуемого уровня производительности. Особое внимание следует уделять установлению и поддержанию дружелюбных отношений в коллективе, предотвращению ошибок, которые могут совершить новые сотрудники, сокращению времени, затрачиваемого наставниками на помощь новым сотрудникам, а также уменьшению текучести кадров в организации [2].

В зарубежных гостиничных компаниях обычно уделяется большое внимание процессу адаптации новых сотрудников. Ключевыми особенностями зарубежных программ адаптации являются [3]:

– Глубокое обучение: Новые сотрудники проходят не только обучение по специфическим рабочим процессам, но и ознакомление с ценностями компании, миссией и корпоративной культурой.

– Наставничество: часто в рамках программ адаптации предоставляется возможность работать под руководством опытного сотрудника, что способствует более быстрой и эффективной адаптации.

– Индивидуализированный подход: Зарубежные компании учитывают индивидуальные потребности и запросы новых сотрудников, предоставляя персональные планы адаптации.

На рисунке 1 показаны зарубежные методы адаптации персонала.

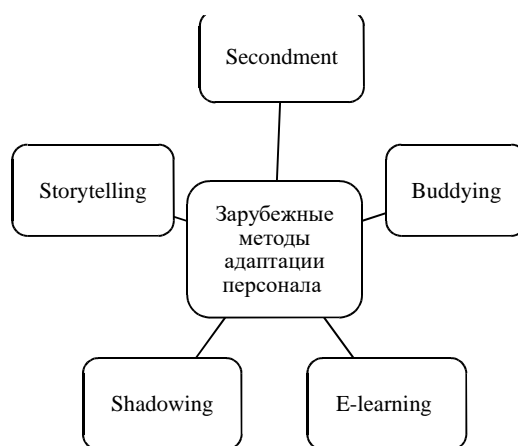


Рис. 1. Зарубежные методы адаптации персонала

Составлено автором по [4].

1) **Secondment** – это метод, который включает временное участие сотрудника в другой структуре, чтобы он мог овладеть необходимыми навыками. Этот метод популярен в США и Европе, и сотрудник часто сам заинтересован в приобретении новых навыков, а также повышении своей адаптивности к изменениям в рабочей среде.

2) **Buddying** (или «бадди-система») – это процесс, при котором новый сотрудник (новичок) назначается наставником или «бадди», который уже работает в организации. Наставник помогает новому сотруднику быстрее адаптироваться к новой среде работы, ориентироваться в рабочих процессах и процедурах, а также развиваться профессионально.

3) **E-learning** (дистанционное обучение) или **blended learning** (смешанное обучение) – это метод, основанный на использовании компьютерных технологий для обучения с учетом возможностей каждого сотрудника. Этот метод считается инновационным в области адаптации персонала и требует самодисциплины. Поскольку обучение адаптировано к уровню каждого сотрудника, оно происходит намного быстрее и эффективнее.

4) **Shadowing** (поставленное наблюдение) представляет собой процесс, при котором новый сотрудник наблюдает и изучает работу опытного коллеги или руководителя в течение определенного периода времени [4].

5) **Storytelling** (рассказывание историй) – это метод, который способствует более легкой адаптации сотрудника и формированию его лояльности к компании. Этот метод был изобретен главой международной компании **Armstrong International** и основан на психологическом факторе: истории более выразительны, интересны и легче ассоциируются с личным опытом, чем правила и директивы. Рассказы о прошлых действиях руководства, взаимодействии сотрудников и других событиях могут быть эффективно переданы и запомнены [5].

Изучая зарубежные методы управления процессом адаптации, особый интерес представляет опыт Японии. В большинстве случаев японские компании предпочитают нанимать молодых сотрудников сразу после окончания школы. Они считают, что отсутствие опыта работы гарантирует отсутствие влияния сторонних воздействий от других компаний, и готовность принять и следовать правилам данной организации. Каждый новый сотрудник проходит обязательный курс адаптации, который длится два месяца, этот период считается относительно коротким [6].

Иностранные компании активно используют систему наставничества, рассматривая ее как способ доверия к опытным сотрудникам и важный этап их профессионального роста. При этом наставничество подкрепляется финансовыми поощрениями. В качестве наставников могут выступать опытные сотрудники с большим стажем работы, руководители, а также молодые специалисты, которые уже несколько лет работают в компании и заслужили положительную репутацию [7].

Каждому новичку, принятому после окончания университета, назначается наставник, обладающий широким спектром полномочий. Чаще всего этот наставник является выпускником того же учебного заведения, что и молодой специалист. Он помогает ему приспособиться к рабочему месту, разрешает возникающие конфликты и интересуется его хобби и интересами. Принятие решений о ротации новичка происходит только после согласования с наставником.

В России процесс адаптации персонала также является важным элементом управления кадрами. Однако существуют определенные особенности, присущие российской практике [8]:

– **Формализация:** В российских компаниях часто используются более формализованные подходы к адаптации, с применением стандартизированных программ и процедур.

– Акцент на правилах и процедурах: В контексте российской культуры часто уделяется большее внимание ознакомлению с внутренними правилами и процедурами компании.

– Развитие командного духа: Отдельное внимание уделяется формированию сплоченности и командного духа среди новых сотрудников.

На рисунке 2 можно увидеть основные методы адаптации.



Рис. 2. Основные методы адаптации в России

Составлено автором по [9]

Рассмотрим более подробно основные методы адаптации [10].

1) Индивидуальный подход – на основе анализа индивидуальных потребностей и целей, новому сотруднику может быть предоставлен персонализированный обучающий план, включающий специализированные тренинги и обучающие курсы.

2) Система обратной связи – важно поддерживать открытую коммуникацию с новыми сотрудниками и регулярно обсуждать с ними их прогресс и потребности. При необходимости программу адаптации можно корректировать в соответствии с изменяющимися обстоятельствами и потребностями.

3) Развитие командного духа – в рамках программы адаптации персонала могут проводиться общие мероприятия и мероприятия для команды, направленные на укрепление взаимоотношений между сотрудниками. Это могут быть командные завтраки, обеды, корпоративные мероприятия, спортивные мероприятия или волонтерские акции.

4) Наставничество – признано самым популярным и эффективным методом. Назначенный наставник инструктирует нового сотрудника, разъясняет специфику работы, следит за его деятельностью, а также оценивает его работоспособность. Наставник корректирует на первом этапе результаты работы «новичка», играя в этом процессе роль скорее советника, чем учителя и контролёра [11].

5) Тренинг – данный метод адаптации персонала используют редко. Например, когда коллектив уже сформирован и на работу приходит хороший специалист, который ощущает неприятие со стороны работников. Тренинг проводят также для того, чтобы новый руководитель быстрее освоился в действующей системе межличностных отношений. В результате проведения тренингов развиваются отношения между коллегами, они учатся больше общаться и уважать чужое мнение.

Наставничество, как процесс обучения и обмена опытом непосредственно на рабочем месте, появилось еще в СССР в тридцатые годы XX века. При приеме на работу новому сотруднику закреплялся более опытный специалист, который координировал его деятельность и помогал в адаптации как профессионально, так и в коллективе [12].

На сегодняшний день некоторые российские компании возвращаются к методу наставничества, кроме того, в последнее время начало развиваться такое направление, как «обратное наставничество» – помощь молодых специалистов взрослым сотрудникам, особенно вновь устроившимся в коллектив [13].

В то же время отечественная система адаптации постепенно заимствует зарубежные методы, при этом сохраняя централизованный подход. Адаптация персонала является одним из ключевых компонентов системы управления персоналом предприятия. Однако в реальной практике это часто остается без должного внимания, так как ресурсы организации направляются на развитие системы оценки, обучения и мотивации персонала. В некоторых организациях применяются отдельные элементы адаптации, такие как тренинги, вводные курсы, информационные брошюры для сотруд-

ников и т.д. Однако эти отдельные элементы не могут достичь необходимого результата, поэтому оправдано применение комплексного (системного) подхода к адаптации новых сотрудников [14].

В таблице 1 показан сравнительный анализ использования наиболее популярных зарубежных и отечественных программ адаптации персонала в гостиничном бизнесе.

Таблица 1

**Сравнительный анализ использования наиболее популярных зарубежных и отечественных программ адаптации персонала в гостиничном бизнесе**

Методы адаптации	Зарубежный опыт	Отечественный опыт
Тренинги	Обычно предоставляют обширные обучающие программы, охватывающие различные аспекты работы в отеле. Тренинги могут быть более структурированными и продолжительными	Включают обучение, но могут быть менее структурированными и интенсивными. Основное внимание уделяется знакомству с основными правилами и процедурами работы в отеле
Наставничество	Активно используются наставнические программы, где опытные сотрудники помогают новичкам интегрироваться и развиваться.	Применяются наставнические подходы, но уровень интенсивности и охвата может быть различным в зависимости от конкретной организации.
Buddying	Наставники имеют более обширный опыт и профессиональные навыки	Могут лучше понимать местные особенности и культуру организации, что помогает новым сотрудникам быстрее адаптироваться
Shadowing	Новые сотрудники могут иметь доступ к более разнообразным процессам и методам работы, что обогащает их опыт и знания	Может предоставить более глубокое понимание местных бизнес-процессов и особенностей рынка
Система обратной связи	Поддерживают систему регулярной обратной связи и оценки производительности, что помогает сотрудникам понимать свои сильные и слабые стороны	Включают систему обратной связи, но ее реализация может быть менее систематизированной и менее формализованной
Развитие командного духа	Организуют различные мероприятия и тренинги для укрепления командного духа и сотрудничества в коллективе	Уделяют внимание развитию командного духа, но могут быть менее активны в этом отношении из-за культурных особенностей или ограниченных ресурсов

Составлено автором по [15]

Данная таблица подчеркивает различия в подходах к адаптации персонала в гостиничном бизнесе между Россией и зарубежом, что может иметь важное значение для эффективной интеграции новых сотрудников и успешного функционирования компаний в различных культурных и организационных контекстах.

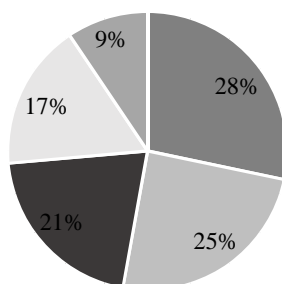
В зарубежных компаниях чаще используются более разнообразные и структурированные методы адаптации, такие как наставничество, индивидуальное обучение и система обратной связи, а также уделяется большее внимание профессиональному развитию новых сотрудников, часто используются обширные обучающие программы и мероприятия. В российских компаниях методы адаптации могут быть менее разнообразными и структурированными, профессиональное развитие может быть менее выделено в программе адаптации.



Рис. 1. Использование методов адаптации в России

Составлено автором.

В России чаще всего пользуются методом наставничество, так как он считается наиболее удобным и эффективным. Этот метод особенно эффективен для развития навыков общения и командной работы, опытные сотрудники помогают новичкам адаптироваться к рабочей среде и обучают их необходимым навыкам.



■ Budding ■ E-learning ■ Shadowing ■ Storytelling ■ Secondment

Рис. 2. Использование методов адаптации в зарубежных странах

Составлено автором.

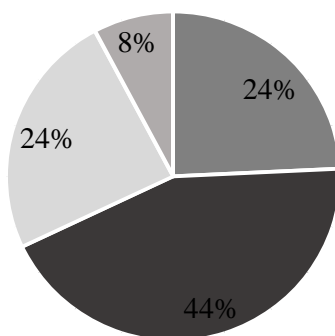
В зарубежных странах одним из самых популярных методов адаптации является e-learning, то есть метод с использованием электронных технологий. Преимущества такого метода:

1) Позволяет ученикам изучать материалы в своем собственном темпе и скорости, что 2) Позволяет индивидуально подстроиться под их потребности и стиль обучения;

3) Позволяет сократить расходы на печать и распространение учебных материалов, а также на организацию и проведение очных занятий;

4) Может включать в себя различные мультимедийные элементы, такие как видео, аудио, интерактивные задания и тесты, что делает обучение более интересным и эффективным.

Онлайн-курсы и обучающие программы позволяют новым сотрудникам получать необходимые знания и навыки в удобное для них время.

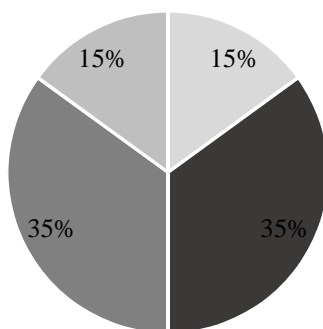


■ До 1 недели ■ 1-2 недели ■ 2-4 недели ■ Более 4 недель

Рис. 3. Средняя продолжительность программ адаптации в России

Составлено автором

Средняя продолжительность программ адаптации в России – 1–2 недели. Продолжительность программ адаптации персонала может варьироваться в зависимости от многих факторов, таких как тип должности, уровень опыта сотрудника и размер гостиницы.



■ До 1 недели ■ 1-2 недели ■ 2-4 недели ■ Более 4 недель

Рис. 4. Средняя продолжительность программ адаптации в зарубежных странах

Составлено автором

В некоторых странах, особенно в США, программы адаптации могут быть более продолжительными, чтобы обеспечить полное погружение новых сотрудников в рабочую среду.

Из представленных данных можно сделать следующие выводы о продолжительности программ адаптации персонала в гостиницах в России и зарубежных странах:

1) В обоих случаях наиболее распространенной продолжительностью программ адаптации является от 1 до 2 недель. Это свидетельствует о том, что большинство гостиниц придерживается стандартного подхода к адаптации новых сотрудников.

2) В России больше программ адаптации продолжается до 1 недели, чем в зарубежных странах. Это может быть связано с особенностями российского рынка труда и культурными особенностями.

3) В зарубежных странах больше программ адаптации продолжается от 2 до 4 недель, чем в России. Это может быть связано с более высокими требованиями к качеству обслуживания и более сложными операционными процессами в зарубежных гостиницах.

4) Программы адаптации, продолжающиеся более 4 недель, являются наименее распространенными в обоих случаях. Это свидетельствует о том, что большинство гостиниц считает, что 4 недели достаточно для полной адаптации новых сотрудников.

В целом, продолжительность программ адаптации в гостиницах в России и зарубежных странах варьируется в зависимости от многих факторов, но наиболее распространенной продолжительностью является от 1 до 2 недель.

В таблице 2 показана эффективность программ адаптации персонала в российских странах.

Таблица 2

### Эффективность программ адаптации персонала в российских странах

Критерий эффективности программы адаптации	Процент эффективности программы адаптации
Удержание сотрудников	Программы адаптации в российских гостиницах могут обеспечивать удержание сотрудников на уровне 70–80 %. Это означает, что около 70-80% новых сотрудников остаются в гостинице после завершения программы адаптации
Удовлетворенность сотрудников	Уровень удовлетворенности сотрудников программами адаптации в российских гостиницах может быть около 80–90 %. Это означает, что большинство новых сотрудников оценивают программы адаптации как полезные и эффективные
Удовлетворенность клиентов	Программы адаптации в российских гостиницах могут повысить удовлетворенность клиентов на 10–15 %. Это означает, что после завершения программы адаптации клиенты оценивают качество обслуживания в гостинице на 10–15 % выше
Производительность сотрудников	Программы адаптации в российских гостиницах могут повысить производительность сотрудников на 10–20 %. Это означает, что после завершения программы адаптации сотрудники становятся более эффективными в своей работе

Составлено автором

Также в таблице 3 рассмотрим эффективность зарубежных программ адаптации персонала.

Таблица 3

### Эффективность зарубежных программ адаптации персонала

Критерий эффективности программы адаптации	Процент эффективности программы адаптации
Удержание сотрудников	Программы адаптации в зарубежных гостиницах могут обеспечивать удержание сотрудников на уровне 80–90 %. Это означает, что около 80–90% новых сотрудников остаются в гостинице после завершения программы адаптации
Удовлетворенность сотрудников	Уровень удовлетворенности сотрудников программами адаптации в зарубежных гостиницах может быть около 90–95 %. Это означает, что большинство новых сотрудников оценивают программы адаптации как полезные и эффективные
Удовлетворенность клиентов	Программы адаптации в зарубежных гостиницах могут повысить удовлетворенность клиентов на 15–20 %. Это означает, что после завершения программы адаптации клиенты оценивают качество обслуживания в гостинице на 15–20 % выше
Производительность сотрудников	Программы адаптации в зарубежных гостиницах могут повысить производительность сотрудников на 20–30 %. Это означает, что после завершения программы адаптации сотрудники становятся более эффективными в своей работе

Составлено автором.

Из представленных данных (таблицы 2 и 3) можно сделать следующие выводы о эффективности программ адаптации персонала в гостиницах в России и зарубежных странах:

1) В зарубежных странах программы адаптации в целом более эффективны, чем в России. Уровень удержания сотрудников, удовлетворенность сотрудников и клиентов, а также производительность сотрудников выше в зарубежных гостиницах.

2) В России уровень удержания сотрудников после программы адаптации составляет около 70–80 %, в то время как в зарубежных странах этот показатель составляет около 80–90 %. Это свидетельствует о том, что в России существует большая текучесть кадров после завершения программы адаптации.

3) В России уровень удовлетворенности сотрудников программами адаптации составляет около 80–90 %, в то время как в зарубежных странах этот показатель составляет около 90–95 %. Это указывает на то, что в России программы адаптации могут быть улучшены для повышения удовлетворенности сотрудников.

4) В России программы адаптации могут повысить удовлетворенность клиентов на 10–15 %, в то время как в зарубежных странах этот показатель составляет около 15–20 %. Это свидетельствует о том, что в России программы адаптации могут быть улучшены для повышения удовлетворенности клиентов.

5) В России программы адаптации могут повысить производительность сотрудников на 10–20 %, в то время как в зарубежных странах этот показатель составляет около 20–30 %. Это указывает на то, что в России программы адаптации могут быть улучшены для повышения производительности сотрудников.

В целом, данные показывают, что в России есть потенциал для улучшения программ адаптации персонала в гостиницах, чтобы достичь уровня эффективности, сопоставимого с зарубежными странами.

Таким образом, правильно структурированная система адаптации способна помочь избежать разнообразных проблем, сократить затраты организации, сформировать эффективную стратегию управления персоналом, а также оптимизировать использование человеческих ресурсов, уменьшить текучесть кадров, повысить уровень трудовой и производственной дисциплины, обеспечить стабильность функционирования организации.

1. Риттер И.В., Березина К.С. Адаптация персонала как ключевой аспект работы по управлению персоналом // Экономика и политика. – 2016. – № 5. – С. 106 – 108;

2. Адаптация персонала как важнейший компонент в системе управления персоналом гостиницы. – Текст: электронный. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp>

3. Адаптация персонала в зарубежных странах. – Текст: электронный. – URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream>

4. In-house models achieve better commercial results. Business models in the catering // TUCO. – 2017. – 34 p.



5. Private employment services reduce both structural and frictional unemployment / Adapting to change. – 2018. – 58 p;
6. Хачатуров А.Е. «О возможности прямого заимствования опыта японского менеджмента в России» // Финансовый менеджмент. – №6.–2016.– С. 23-25.
7. Либерман К. Адаптация персонала: как из новичка сделать профи // Кадровый вопрос, 2015. № 9;
8. Особенности адаптационных программ в российских и зарубежных организациях. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-adaptatsionnyh-programm-v-rossiyskih-i-zarubezhnyh-organizatsiyah>
9. Адаптация новых сотрудников. – Текст: электронный. – URL: <http://hrm.ru/db/hrm/548020BDB9DF2A5DC325782B006FD247/print.html>
10. Адаптация персонала: наблюдения и решения. – Текст: электронный. – URL: <http://www.horeca-magazine.ru/article/6341>
11. Жуйкова А.А., Чугайнова Д.А. современные методы адаптации персонала // X международная научная конференция студентов и молодых учёных. – 2018. – С. 53-58.
12. Николаевский Е.Н. Психофизиологическая адаптация как важное звено адаптации сотрудников организации // Инновационная наука, 2016. №9. С. 338-340.
13. Методы адаптации персонала организации: отечественный и зарубежный опыт: [сайт]. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_37381703\\_35426156.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_37381703_35426156.pdf)
14. Риттер И.В., Березина К.С. Адаптация персонала как ключевой аспект работы по управлению персоналом // Экономика и политика. – 2016. – № 5. – С. 106–108.
15. Иванова Н.Е. Современные методы адаптации персонала // Векто. – 2017. – № 3. – С. 45–52.

УДК 379.85

## ИННОВАЦИОННЫЕ АУДИОГИДЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИОННОЙ ПРАКТИКЕ

**Т.А. Путилина**, бакалавр  
**Г.А. Гомилевская**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В работе исследован российский опыт применения нового мультимедийного продукта в туристской отрасли – аудиогида. Особое внимание уделяется изучению перспектив использования инновационных аудиогидов для культурного развития молодежи. Результатом работы является авторская классификация аудиогидов в зависимости от их элементов интерактива и содержания.

**Ключевые слова:** туризм, аудиогид, инновации, интерактив, искусственный интеллект.

## INNOVATIVE AUDIO GUIDES IN DOMESTIC EXCURSION PRACTICE

**Abstract.** This work describes the Russian experience of using a new multimedia product in the tourism Industry – audio guide. Special attention is paid to the study of the prospects of using innovative audio guides for the cultural development of young people. The result of the work is the author's classification of audio guides depending on their interactive elements and content.

**Keywords:** tourism, audio guide, innovation, interactive, artificial intelligence.

Основной целью исследования исследование возможностей внедрения искусственного интеллекта в разработку аудиоэкскурсии. Такого рода исследование подразумевает под собой обзор методов внедрений технологий в аудиогиды. туристский продукт, анализ инновационных трендов в оказании экскурсионных услуг и обзор существующих примеров внедрения интерактива в аудиогиды.

Экскурсионная деятельность является одним из основных компонентов индустрии туризма. В последнее время, существует тенденция разнообразить экскурсионный продукт для привлечения туриста. Интерактивная подача материала позволяет привлечь большее количество участников экскурсии. По форме проведения в настоящее время значительную популярность набирают аудиоэкскурсии – аудиогиды. Это обосновывается тем, что аудиогид позволяет получить исчерпываю-

щую информацию о посещаемом месте, при этом не завися от экскурсовода и имея возможность самостоятельно решать, сколько времени уделить тому или иному объекту. Мобильность и доступность – одни из главных преимуществ аудиогuida перед живым рассказом [1].

Прежде необходимо дать определение понятию аудиогuida, который в данном исследовании понимается как заранее записанная фонограмма, используемая для самостоятельного знакомства с музейными экспонатами и достопримечательностями, а также устройство, воспроизводящее эту фонограмму. Аудиогид выступает в роли личного электронного экскурсовода, который находится под контролем пользователя.

Не маловажным фактором влияния на признание аудиогидов, как универсального типа отдыха, являются их весомые преимущества [2, 3]:

1. Доступность для людей с ОВЗ;
2. Доступность для иностранных туристов (функция выбора языка);
3. Индивидуальный подход (возможность конструировать собственный маршрут осмотра экспозиции).

Оценивая уникальность аудиогuida, в первом десятилетии XXI в. в России появился первый пример внедрения аудио-экскурсии на туристическом объекте. Так, в 2003 году первый аудиогид был представлен на экскурсии по Государственному Эрмитажу в Санкт-Петербурге. Аудиогид представлял собой гаджет с аудиоверсией экскурсии по экспозиции музея. Однако, длительные монологи значительно снижали интерес аудитории: в гаджете отсутствовали какие-либо элементы интерактивности. Поэтому, в дальнейшем, отечественные аудиогиды постепенно превратились в полноценные медиа гиды: кроме классической аудиоверсии, в приложение включены фото, видео и дополнительная информация об экспонатах, а иногда – викторина.

На данный момент нет статистической информации или исследования, указывающего конкретный субъект Российской Федерации, в котором больше всего аудиогидов. Вероятно, что в таких крупных городах, как Москва и Санкт-Петербург, имеется большее количество музеев, галерей и других туристических объектов, предоставляющих аудиогиды по сравнению с меньшими территориями. В других же регионах страны тоже внедряются аудиогиды для улучшения культурного и туристического опыта посетителей.

Однако, исследуя рынок предложений, можно оценить основные этапы развития аудио-экскурсий в Российской Федерации. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1

#### Этапы развития аудио-экскурсий в РФ

Год внедрения	Наименование инновации	Пример использования	Характеристика
2006	Виртуальная экскурсия	"Виртуальный Эрмитаж"	Проект позволял пользователям посетить Эрмитаж и рассмотреть знаменитые экспонаты музея через интерактивные виртуальные туры, не выходя из дома.
2010	Мобильное приложение	«Аудиогид по России» (Компании Be Walk)	Приложение предоставляло информацию о различных культурных объектах, музеях, памятниках и достопримечательностях в разных городах России через аудио-экскурсии.
2010	Экскурсии с использованием дополненной реальности	"Музей Скорпионов" (г. Москва)	Посетители могли использовать мобильные устройства для просмотра дополненной реальности и узнавания интересных фактов об экспонатах музея.
	Иммерсионная экскурсия	"Экспедиция на Луну" (Московский Планетарий)	В рамках этой программы посетители могли виртуально отправиться на Луну, исследовать ее поверхность, увидеть красивые лунные пейзажи и пережить ощущения астронавта.

Таким образом, опыт развития аудио-экскурсий в России свидетельствуют о ранней инновационной деятельности в сфере культурно-туристического сервиса. Технология аудиогидов в стране начала активно развиваться в 2010 году, когда музеи стали привозить оборудование из Европы. Также, исследуя уровень использования аудиогидов на территории Российской Федерации, стоит отметить, что пандемия Covid-19 заставила многих граждан пересмотреть свои взгляды на туризм, тем самым после закрытия границ популярность аудиогидов городов и музеев выросла в разы.

Исследования показывают [4], что аудиогиды достаточно популярны среди категории туристов в возрасте от 26 до 50 лет. Также следует выделить основные группы людей, которые предпочитают слушать аудиогиды:

1. Иностранцы туристы: аудиогиды на их родном языке позволяют им получить более полное представление о месте, которое они посещают, и лучше понять историю и культуру.

2. Люди, предпочитающие индивидуальные экскурсии: некоторые посетители предпочитают исследовать музеи и достопримечательности в одиночку, и аудиогиды помогают им получить нужную информацию без необходимости присоединения к групповой экскурсии.

3. Люди со слуховыми особенностями: аудиогиды могут быть более удобным способом получения информации для людей с проблемами слуха или слуховыми помехами.

4. Люди, предпочитающие более гибкий график: аудиогиды позволяют посетителям исследовать место в своем собственном темпе и выбирать интересующие их экспонаты или секции.

Таким образом, аудиогиды являются удобным и популярным инструментом для проведения экскурсий и исследований для различных групп посетителей.

В настоящее время не существует общепринятой классификации аудиогидов. Так как аудиогиды могут различаться и по своему содержанию, и по элементам интерактива и другим характеристикам, в данном исследовании приведена авторская классификация аудиогидов на рисунке.



Рис. Классификация аудиогидов

Таким образом аудиогиды классифицируются по следующим признакам: по содержанию, по интерактиву, по языку, по типу использования, по техническим характеристикам, по возможности интерактивности.

В настоящее время, молодежь, выросшая в цифровую эпоху, может предпочитать проводить время за компьютером или смартфоном вместо того, чтобы участвовать в традиционных экскурсиях. Однако молодежь может привлечь возможность использования искусственного интеллекта в развлекательных целях, например, в программном аудиогиде. Так, при разработке программного аудиогuida возможно использовать потенциал инновационных технологий: голосовой нейронный помощник способен проанализировать информацию, расставить паузы, ударения и сам воспроизвести текст. Также для минимизации человеческих ресурсов чат-бот способен генерировать изображения под запрос для составления наглядных пособий в приложении. Данный инновационный продукт – не просто аудиогид, но и интерактивная экскурсия, которую можно настроить под свои

интересы – выбрать тематику экскурсии, исторический период или настроение. Таким образом, нейросеть позволит разработать разнообразные форматы для привлечения путешественников на туристических территориях.

Таким образом, фактор доступности аудиогuida может повлиять на интерес молодого поколения к аудио-экскурсиям: молодежь может предпочитать свободный график и не зависеть от расписания экскурсий, выбирая самостоятельное исследование и путешествия без группы с помощью программы и аудио – произведения.

---

1. Уразметова А. В. Функциональный потенциал аудиогидов // Филология: научные исследования. 2021. №10. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalnyy-potentsial-audiogidov>

2. Точко Е.В., Осипова О.В. Внедрение мультимедийных технологий в экскурсионное обслуживание туристов // Научный альманах 2016 № 11-1(25). Экономические науки – 2016. – – Текст: электронный. – URL: <http://ucom.ru/doc/na.2016.11.01.311.pdf>. (дата обращения: 05.04.2024).

3. Черникова Л.И., Бокарева Е.В., Ветрова Е.А. Технологии умного туризма – экономический подход (Туризм 4.0) // Инновации и инвестиции. 2023. № 7. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-umnogo-turizma-ekonomicheskij-podhod-turizm-4-0>

4. Мишукова А.В., Кулева А.В., Авшалумов Д.А. Использование аудиогидов посетителями музеев // НИУ ВШЭ. – Текст: электронный. – URL: [https://www.hse.ru/data/2020/06/17/1607967407/-Отчет\\_Использование%20аудиогидов%20посетителями%20музеев.pdf](https://www.hse.ru/data/2020/06/17/1607967407/-Отчет_Использование%20аудиогидов%20посетителями%20музеев.pdf)

УДК 33

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РАБОТЫ СЛУЖБЫ ПРИЁМА И РАЗМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «БИЗНЕС-ЦЕНТР «ПАРУС»», г. ХАБАРОВСК)

М.С. Пятаков, бакалавр

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** Стандартизация деятельности – неотъемлемая часть управления гостиничным предприятием. В основе стандартизации находится решение задачи исключения воздействия человеческого фактора и соблюдения отраслевых норм и требований. Эффективность разработки и реализации гостиничных процессов и процедур службы гостиницы выражается в достижении финансовых показателей, реализации человеческого потенциала, формирует конкурентоспособность предприятия.

**Ключевые слова:** стандарты гостиничных процессов и процедур, служба приема и размещения, клиентоориентированность, гостиничные услуги.

## IMPROVING THE WORK OF THE RECEPTION AND ACCOMMODATION SERVICE (USING THE EXAMPLE OF JSC BUSINESS CENTER «PARUS», Khabarovsk)

**Abstract.** Standardization of activities is an integral part of managing a hotel enterprise. Standardization is based on solving the problem of eliminating the impact of the human factor and complying with industry standards and requirements. The effectiveness of the development and implementation of hotel processes and procedures of hotel services is expressed in the achievement of financial indicators, the realization of human potential, and forms the competitiveness of the enterprise.

**Keywords:** standards of hotel processes and procedures, reception service, customer focus, hotel services.

Актуальность исследования заключается в том, что применение стандартов гостиничных процессов и процедур – это реализация функций управления, позволяющая сформировать кадровый потенциал предприятия, стабильность качества оказания услуг, систему взаимодействия подразде-

лений гостиничного предприятия, ориентированную на производство услуг, а также систему мотивации и стимулирования.

Проведенный анализ деятельности исследуемого предприятия отель «Парус» в г. Хабаровске показал, что предприятие, категории 5 «звезд», имеет ключевые позиции на конкурентном рынке благодаря расположению, инфраструктуре предприятия, ассортименту услуг. Однако отсутствует стабильность оценки услуг потребителями. Среднегодовая загрузка отеля составляет 45,2%. Основными категориями гостей являются командированные, делегации, приезжающие на отдых. На предприятии применяется линейно-функциональная организационная структура с разделением персонала по отделам по функциональному выполнению трудовых обязанностей.

Проведенный анализ организации деятельности службы приема и размещения осуществлен с помощью методов: анкетирование сотрудников службы приема и размещения, анализа используемых стандартов деятельности подразделения. Были сделаны следующие выводы: высокий уровень текучести кадров (50%) в подразделении, кадровый состав соответствует требованиям профессиональных стандартов и системы классификации гостиниц в Российской Федерации. Проведенный опрос позволил выявить, что разработанными стандартами пользуются 3 из 8 сотрудников подразделения, в подразделении существует устойчивая обратная связь с руководителем, наибольшие проблемы во взаимодействии с другими подразделениями проявляются в отношении Службы горничных. К ключевым сложностям в работе сотрудников службы приема и размещения относятся: общение с эмоциональными гостями, проведение расчетно-кассовых операций и составление отчетов.

Следует отметить, что сотрудники в подавляющем большинстве не испытывают сложностей при работе в программе «Логус», при регистрации паспортов, приеме смены, бронировании номеров. Следует отметить высокую инициативность сотрудников, 7 из 8 сотрудников вносили предложения по совершенствованию работы. Следует также отметить, что в качестве сильных сторон в своей профессиональной деятельности все сотрудники указали личные качества (коммуникабельность, инициативность, отзывчивость, ответственность, умение решать проблемы). Только три сотрудника указали знание иностранных языков, техническую образованность. Таким образом, существует необходимость мотивации сотрудников оценивать профессиональные качества, которые позволяют оценить сотруднику собственные компетенции и направления развития, собственный потенциал.

Проведенный анализ стандартов показал, что в используемых документах отсутствуют: логическая последовательность выполнения процессов и процедур, количественные характеристики элементов процессов, элементы этики общения с гостями, применяется описательный подход, не стимулирующий к действию сотрудника. Таким образом, документы не содержат критериев оценки выполняемых процессов, по результатам которой можно выявить сбои или достижения каждого сотрудника или подразделения в целом.

Рассматривая конкурентный рынок г. Хабаровска, следует отметить, что в городе функционирует от 136 до 214 гостиничных предприятий. На рисунке 1 представлена структура гостиничного рынка г. Хабаровск по уровню комфорта

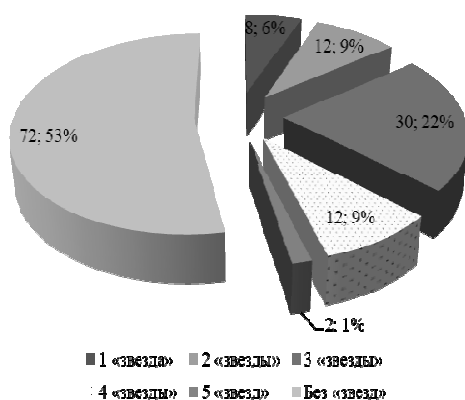


Рис. 1. Структура гостиничного рынка г. Хабаровск по уровню комфорта

Составлено автором по [1]

Следует отметить, что конкуренция на рынке отелей 4 и 5 «звезд» является актуальной, что определяет необходимость поддержания конкурентоспособности и учета развития конкурентов.

Следует отметить, что развитие туризма и гостевого потока в Хабаровском крае имеет положительную динамику, наибольший рост наблюдается в период июль-октябрь. Современные тенденции изменения потребительского поведения содержат потребности в индивидуальном подходе и ориентированности на удовлетворение потребностей исходя из конкретной ситуации. Клиентоориентированность становится не только конкурентным преимуществом, но и форматом работы гостиничного предприятия.

На рисунке 2 представлена динамика роста загрузки коллективных средств размещения в Хабаровском крае в 2023 г.

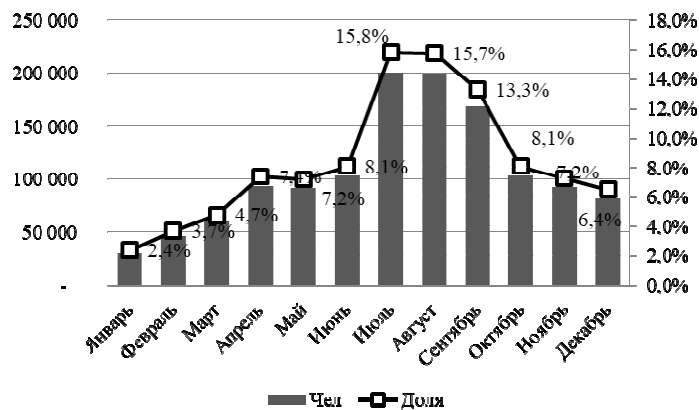


Рис. 2. Динамика загрузки коллективных средств размещения в Хабаровском крае в 2023 г.

Составлено автором по [2]

Следует отметить, что в г. Хабаровске восстанавливается туристский поток, рост численности гостей отелей в 2022 г. составил 125,5 %.

Таким образом, в условиях восстановления туристского рынка, роста конкуренции на рынке, повышение эффективности деятельности

Стандарты – это информация, зафиксированная в документе, с которой ознакомился сотрудник предприятия и подтвердил свои обязательства выполнять прописанные правила, операционной управление предполагает, что гостиничный продукт обладает свойствами: полезность, скорость обслуживания, надежность, гибкость, возможность минимизации затрат, стандарты корректируются на основе анализа обратной связи сотрудников с руководством.

Стандарты формируются системно, при участии каждого сотрудника под руководством директора компании. Важность участия персонала определяется структурой документов, которым результат деятельности по стандартизации должен соответствовать.

На рисунке 3 представлена классификация стандартов, используемых в КСР.



Рис. 3. Классификация стандартов, используемых в КСР

Составлено по [3]

Таким образом, при разработке внутренних стандартов должны быть учтены все существующие требования нормативно-правового регулирования, запросы участников туристического рынка, а также специфика организации деятельности конкретного предприятия.

Разработка стандартов тесно связана с управлением качеством на гостиничном предприятии, что требует полного вовлечения в процессы руководителя предприятия, подразделений.

Важным аспектом разработки и реализации стандартов гостиничных процессов и процедур является участие линейного персонала в разработке, оценке промежуточных результатов и последующей апробации.

Спецификой стандартов гостиничных процессов и процедур является то, что они создаются безотносительно от человеческого фактора – объективно, а также учитывают правовой характер – стандарты являются формой договора между руководителем и подчиненным. Данная форма позволяет контролировать деятельность подчиненных, так и не допускать необоснованных требований и распоряжений руководителя. Данный формат требует включения всех аспектов деятельности линейных сотрудников, определяет функциональные обязанности всех сотрудников в иерархии подчинения в подразделениях, в организации в целом.

Следует отметить, что разработка алгоритмов как основы стандартов является способом применения процессного подхода. Для его реализации требуется дополнение инструкциями, правилами, которые устанавливаются в качестве пособий по работе с техническими средствами, передачи информации между подразделениями.

Важно отметить роль службы приема и размещения – ключевого информационного центра, что требует от сотрудников четкой и командной работы, исключающей ошибки.

Стандарты гостиничных процессов и процедур должны включать следующие критерии: безопасность, соответствие запросам гостей, лояльность гостей, компетентность персонала, надежность, привлекательность общения и внешнего вида [4].

В качестве предложений для совершенствования работы службы приема и размещения были предложены следующие мероприятия:

- разработка и реализация алгоритмов выполнения процессов и процедур работы сотрудников;
- построение системы взаимоотношений с подразделениями, которая будет способствовать оценке работы как каждого подразделения, так и выявлению слабых сторон для принятия управленческих решений по их устранению;
- разработка системы KPI для мотивации и стимулирования индивидуальных достижений сотрудников подразделения, предложение материального вознаграждения за достижения;
- разработка системного подхода аттестации сотрудников, выявление задач для организации обучения и повышения квалификации сотрудников;
- разработка системы оценки потребителями услуг гостиничного предприятия;
- разработка системы мотивации внесения изменений в стандарты как способ вовлеченности сотрудников в совершенствование оказания услуг предприятия.

---

1. Гостиницы г. Хабаровска: – Текст: электронный. – URL : [https://2gis.ru/khabarovsk/search/%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8B/filters/rubric\\_id%3D269](https://2gis.ru/khabarovsk/search/%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8B/filters/rubric_id%3D269)

2. Коллективные средства размещения: – Текст: электронный. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>.

3. Скабеева Л.И. Аспекты разработки стандартов операционных процедур гостиничного // Сервис plus. – 2020. – Т.14, №2. – С. 3-12.

4. Киселева Р.Ф., Киселев А.Г. Разработка комплекса сервисных стандартов и регламентов для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства на примере отеля «Особняк на Карла Маркса» в г. Старица Тверской области // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т.17, №6. – С. 167-175.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ МАРКЕТИНГА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ НА РЫНКЕ г. ВЛАДИВОСТОКА

**В.А. Рискина**, бакалавр

**Е.В. Шеметова**, старший преподаватель, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Актуальность исследования заключается в необходимости выявления актуальных средств маркетинга в ресторанном бизнесе г. Владивостока с учетом изменения потребительского поведения и специфики расположения города как туристического центра Дальнего Востока. Определены тенденции в потребительском поведении и предпочтениях. Проведено и выявлены основные конкурентные преимущества ресторанов. Предложены стратегии маркетинга и продвижения для привлечения туристов и местных жителей.

**Ключевые слова:** ресторанный бизнес, средства маркетинга, позиционирование на рынке, событийные мероприятия.

## THE USE OF MARKETING TOOLS IN THE RESTAURANT BUSINESS IN THE VLADIVOSTOK MARKET

**Abstract.** The relevance of the study lies in the need to identify current marketing means in the restaurant business of Vladivostok, taking into account changes in consumer behavior and the specific location of the city as a tourist center of the Far East.

**Keywords:** restaurant business, marketing tools, market positioning, events.

Ресторанный бизнес – наиболее гибкий к использованию средств маркетинга для продвижения своих услуг и созданного бренда. На современном этапе развития рынка этому способствует и изменения на рынке потребления, поведение потребителей, изменения каналов поставки сырья, отношения к управлению бизнесом. Маркетинг – это составная часть управления при реализации стратегии развития. Следовательно, применение инструментов маркетинга осуществляется согласно разработанной стратегии развития предприятия в условиях изменчивости внешней среды.

Современным трендом ресторанного бизнеса является устойчивый маркетинг в ведении бизнеса – модель на устойчивое потребление, включая концепцию принципы экологичности, безотходного производства на уровне предприятия, общественности, управления ресурсами [1]. Специалисты утверждают, что данный вид маркетинга не является затратным, напротив, способствует оптимизации использования ресурсов, в то же время формирует положительный имидж.

Цифровизация ресторанного бизнеса, электронные (онлайн) продажи, существенное увеличение доли онлайн-взаимодействия с посетителями ресторанов[2]. Данная тенденция способствует развитию каналов коммуникаций: развитие сайта и диалогового окна, использование мессенджеров и социальных сетей, мобильных приложений, курьерской службы приложений агрегаторов, служб такси и др.

Цель исследования – проанализировать использования средств маркетинга в ресторанном бизнесе на рынке г. Владивостока.

Задачи:

– определить текущие тренды и особенности ресторанного рынка в г.Владивостоке;

– проанализировать используемые средства маркетинга ресторанными заведениями в городе.

Рынок общественного питания г. Владивостока имеет свою специфику: зависимость от сырья, завозимого из других регионов, в т.ч. из КНР, зависимость от туристической активности в регионе, проводимых событийных мероприятий в городе, активности посетителей в социальных сетях, которые рекомендуют или публикуют жалобы на обслуживание в том или ином предприятии.

Так, позиционирование ресторана определяет набор маркетинговых средств, которые приводят к достижению стратегической цели.



В г. Владивостоке можно выделить следующие категории ресторанов:

- находящиеся в группе лидеров ценового предложения, имеющие постоянный целевой сегмент;

- лидеры отрасли, находящиеся в рейтингах «Лучший ресторан г. Владивостока», принимающие участие в федеральных конкурсных проектах (например, гастрономическая премия WHERETO EAT RUSSIA, в которой принимают участия «Супра», «Миллионка», GustoGastrobar, TokyoMore, Grani, «Икра и водки»[3];

- рестораны национальной кухни, стремящиеся к идентичности обслуживания;

- рестораны в торговых, развлекательных и бизнес-центрах, использующие возможности площадей, где они размещены;

- рестораны при гостиницах – особая категория, которая рассчитана на проведение банкетов, бизнес-мероприятий, обслуживании гостей отелей и бизнес-ланчи;

- семейные рестораны;

- рестораны, рассчитанные на широкий круг потребителей, туристов.

По данным сервиса 2ГИС, на рынке г. Владивостока работают 173 ресторана. На рисунке 1 представлены услуги, которые предлагают предприятия помимо меню и обслуживания в зале.

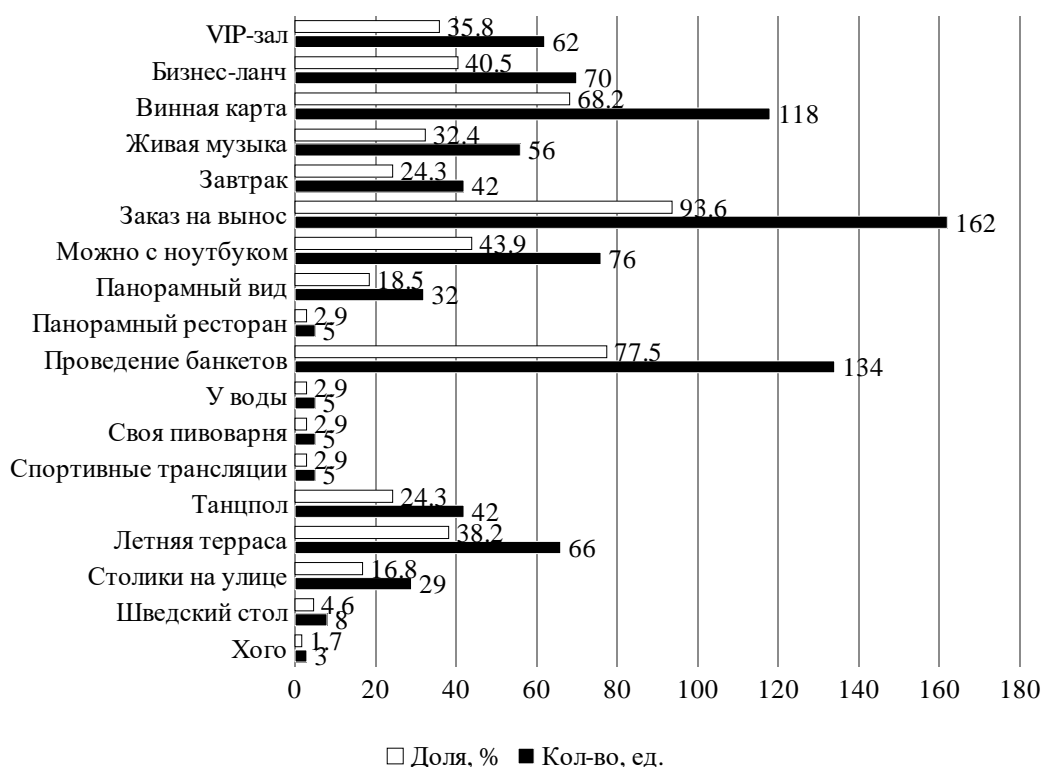


Рис. 1. Дополнительные услуги и формы обслуживания в ресторанах г. Владивостока

Заказ на вынос выполняют 93,6% предприятий питания, 77,5% организуют банкеты. Следовательно, предприятия продвигают данные услуги, формируют систему обслуживания.

На фоне использования возможностей помещений, организации персонала и обслуживания, актуальным трендом является партнерство ресторанов с праздничными организациями, проведение совместных мероприятий:

- гастрономический ужин и встреча с руководителем отдела по развитию винного ассортимента Ladoga («Миллионка»);

- продажа меда, травяных сборов («Новик клуб»);

- проведение мастер-классов с бренд-шефом компании «Эфко» Антоном Прокофьевым «Мясные блюда в ресторане: инновации vs традиции» («Дело в мясе»).

Таким образом, событийность и атмосфера праздника – тренд 2023-2024 гг. на ресторанном рынке г. Владивостока.

Остается популярным формат отдыха семьей с детьми в ресторанах г. Владивостока. На рисунке 2 представлены услуги и условия, которые привлекают отдельные сегменты посетителей: семьи с детьми, с домашними питомцами (собаками).

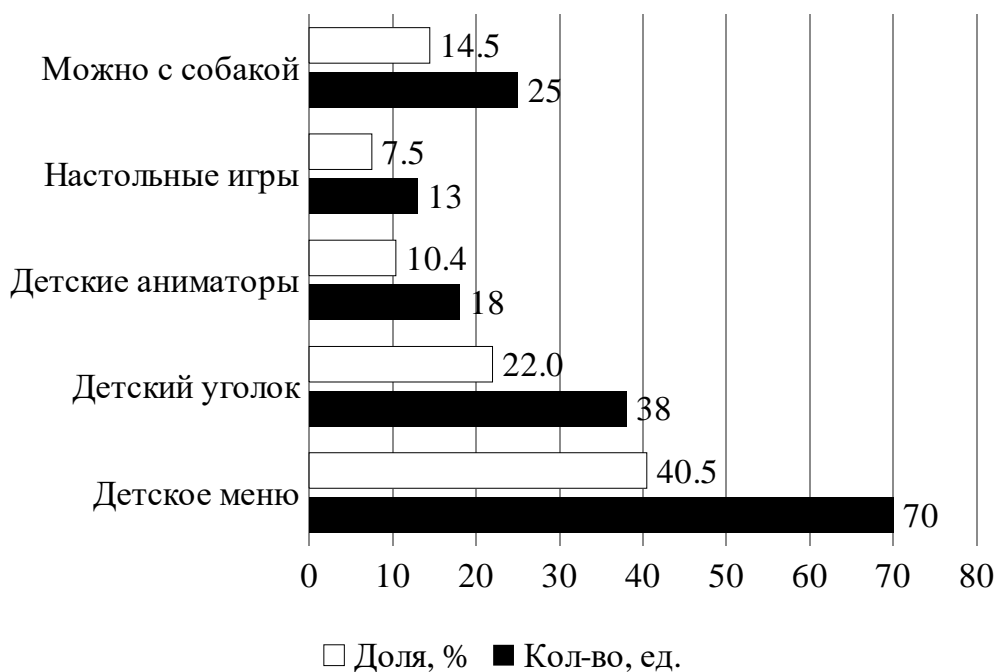


Рис. 2. Услуги и условия для семей с детьми, посетителей с собаками

Таким образом, одним из средств маркетинга является предоставление условий и услуг для целевого сегмента, что в дальнейшем может быть использовано для таргетинга.

В Интернет сети предприятия питания выбирают возможности размещения и позиционирования в агрегаторах и справочниках:

- агрегаторtripadvisor.ru/: Jam, LegendVysota, Argentum, Tbilissimo, Zuma, Ogonek, Tokio, Supra [5];
- рейтинг лучших ресторанов на сервисе ЯндексКарты: Супра, Ogonek, «Миллионка, «Дель-Мар», «Высота», KoreaHouse, «Синдикат», Iz Brasserie, «ДжиммиДжимми», Michelle, «Деловмясе», Gusto, More [6];
- рейтинги справочника vl.ru: лучший ресторан месяца и лучший ресторан года, рейтинг по результатам отзывов [7];
- рейтинги в иных справочниках и поисковых системах.

К иным средствам маркетинга можно отнести:

- открытая кухня, приготовлению блюд при гостях («Дело в мясе»);
- скидки на блюда при самовывозе;
- использование личного бренда шеф-повара («Гастробар»);
- позиционирование экспертности на ресторанном рынке («Токио»);
- позиционирование камерности («Китайские слухи»);
- качество сырья для приготовления (Ogonek);
- собственные мобильные приложения («Токио»);
- акцент на месторасположение (панорамный вид, первый небоскреб города, отель бизнес-класса и др.);
- проведение гастроуживов с приглашением известного шеф-повара (AquaTerra);
- формирование имиджа с помощью активного взаимодействия с гостями после обслуживания – ответы на благодарность или рекламу.

Таким образом, на первый план при продвижении в сети Интернет выходит SEOи SEM маркетинг, которые позволяют продвигать контент сайтов. Следует актуальные запросы потребителей при поисковой или маркетинговой оптимизации. На рисунке 3 представлен скриншот с поисковой системы Google с подсказками характеристик ресторанов [8].

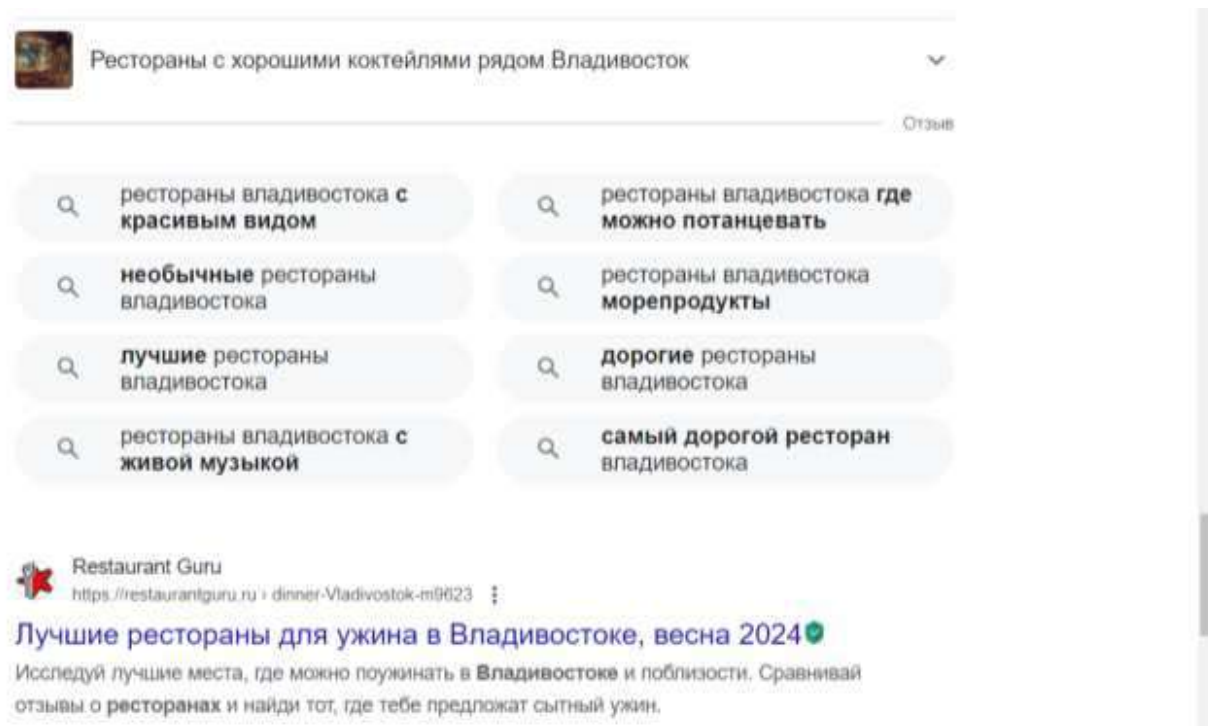


Рис. 3. Оптимизация поискового маркетинга под актуальные запросы «рестораны Владивостока»

Особую привлекательность имеют предприятия питания, которые размещают фотографии блюд, чем привлекают гостей.

Каждый ресторан делает попытки выделить свой образ в инфо-пространстве с помощью индивидуального подхода к сервису, способам приготовления или подачи, что отражается на новостной ленте в социальных сетях.

Таким образом, средства маркетинга, используемые ресторанами г. Владивостока определяются позиционированием на рынке, выбором стратегии, доступности ресурсов.

1. Фокина О.В. Реализация концепции устойчивого маркетинга в ресторанном бизнесе // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра консервативного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2022. – Т.2, №2. – С. 236-247.

2. Изменение поведения потребителей как фактор влияния на развитие ресторанного бизнеса / Е.В. Чернова, В.В. Шабалин, Р.Д. Цай // Общество: политика, экономика, право. – 2022. – №2. – С. 52-67.

3. «Супра» и «Миллионка» вошли в топ-100 лучших ресторанов страны по версии WHERETOEAT. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.news.vl.ru/vlad/2023/04/08/216341/#ixzz8WgUhpCqP> (дата обращения: 07.04.2024).

4. Рестораны г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: [https://2gis.ru/vladivostok/search/%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD/filters/food\\_service\\_infrastructure\\_vip\\_hall](https://2gis.ru/vladivostok/search/%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD/filters/food_service_infrastructure_vip_hall) (дата обращения: 09.04.2024).

5. Рестораны Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: [https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g298496-Vladivostok\\_Primorsky\\_Krai\\_Far\\_Eastern\\_District.html](https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g298496-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html) (дата обращения: 12.04.2024).

6. 14 хороших ресторанов Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: [https://yandex.ru/maps/discovery/podborka\\_restoran\\_vladivostok-75/](https://yandex.ru/maps/discovery/podborka_restoran_vladivostok-75/).

7. Справочник предприятий общественного питания г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe/restaurants> (дата обращения: 12.04.2024).

8. Рестораны Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.google.com/> (дата обращения: 13.04.2024).

## МЕНЮ, КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОЙ КУХНИ

**К.В. Русакова**, бакалавр

**Е.В. Шеметова**, старший преподаватель, кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье рассматривается важность меню как инструмента продвижения дальневосточной кухни в ресторанных и кулинарных заведениях. Анализируется влияние составления меню на восприятие потребителя, популяризацию культурных особенностей дальневосточной кухни, а также повышение её конкурентоспособности на рынке пищевой индустрии.

**Ключевые слова:** меню, кулинарная индустрия, бизнес, клиенты, продвижение, дальневосточная кухня.

### MENU AS A TOOL FOR PROMOTION OF FAR EASTERN CUISINE

**Abstract.** The article discusses the importance of the menu as a tool for promoting Far Eastern cuisine in restaurant and culinary establishments. The influence of menu design on consumer perception, the popularization of the cultural characteristics of Far Eastern cuisine, as well as increasing its competitiveness in the food industry market are analyzed.

**Keywords:** menu, culinary industry, business, clients, promotion, Far Eastern cuisine.

В современном мире кулинарной индустрии ресторанный сектор стал полем борьбы, где владельцы и управляющие должны постоянно внедрять новшества, чтобы привлечь и удержать клиентов. В такой динамичной среде меню становится ключевым инструментом в арсенале рестораторов, привлекая посетителей и отражая уникальную суть кухни, которую оно представляет. Данное исследование рассматривает роль меню в продвижении дальневосточной гастрономии, выясняя его значимость в области кулинарного маркетинга и взаимодействия с клиентами.

Цель исследования – на основании теоретических и практических аспектов проанализировать меню предприятий питания г. Владивостока, специализирующихся на дальневосточной кухне.

Задачи:

- охарактеризовать виды меню предприятий питания и требования, предъявляемые к ним;
- проанализировать меню предприятий питания г. Владивостока.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

Меню предприятия питания – это перечень блюд, напитков, мучных кондитерских и булочных изделий, имеющихся в продаже на предприятии общественного питания.

Меню предприятий общественного питания могут существенно различаться в зависимости от формата заведения, целевой аудитории и предлагаемой кухни. Существует множество классификаций меню: по времени действия, по способу составления, по способу подачи [1]. Таким образом, меню – это не только список блюд, это визитная карточка предприятия, инструмент маркетинга и планирования.

Меню имеют множество классификационных признаков:

- время действия: постоянное меню (основное); сезонное меню (обновляется несколько раз в год); специальное меню (для особых случаев – банкетное, праздничное, диетическое, постное, детское);
- способ составления: А ля карт (Alacarte), обеспечивающее максимальную гибкость выбора; комплексное меню (фиксированный набор блюд за определенную цену);
- способ представления гостю: бумажное меню (классический вариант, доступный в различных форматах); электронное меню (представлено на электронных устройствах (планшетах, сенсорах, экранах)).

Выбор типа меню зависит от множества факторов: концепции заведения, целевой аудитории, ценовой политики, сезона и особенностей кухни. Сочетание разных форматов позволяет удовлетворить потребности самых разных клиентов.

Меню – это ключевой инструмент маркетинга и планирования в ресторанном бизнесе. Успех заведения напрямую зависит от того, насколько грамотно составлено меню, где отражается общая концепция заведения, его стиль, атмосфера и целевую аудиторию. Блюда должны соответствовать специализации ресторана. Также важно выдерживать единый стиль и направление во всех элементах меню: от выбора блюд до дизайна. Необходимо учитывать вкусовые предпочтения, возраст, доход и культурные особенности целевой аудитории. Важно учитывать диетические ограничения и предлагать альтернативные варианты. Меню должно адаптироваться к сезонным изменениям, использовать сезонные продукты. Это гарантирует свежесть, качество и доступную цену. Также необходимо учитывать доступность продуктов на локальном рынке и возможность стабильных поставок.

Меню должно соответствовать технологическим возможностям кухни и предлагать сбалансированный выбор блюд: разнообразие вкусов и методов приготовления. Важно учитывать баланс белков, жиров и углеводов, предлагать блюда различной степени сытности. Цены должны соответствовать уровню заведения, качеству продукции и сложности приготовления. Важно учитывать цены конкурентов и предлагать конкурентные преимущества.

Меню должно быть эстетически привлекательным, удобным для чтения, с понятными формулировками. Важно выбрать подходящий шрифт, использовать качественные фотографии блюд, грамотно расположить информацию. Дизайн меню должен соответствовать стилю и концепции заведения, привлекать внимание и стимулировать аппетит.

Меню является отражением культурных традиций и особенностей региона. Дальневосточная кухня обладает богатым наследием, включающим разнообразные виды морепродуктов, уникальные способы приготовления и использование традиционных ингредиентов. Важно, чтобы меню отражало этот богатый культурный контекст, предлагая посетителям не только вкусные блюда, но и погружение в атмосферу дальневосточной кулинарии[2].

При разработке меню для ресторана необходимо уделить особое внимание ожиданиям и предпочтениям клиентов, особенно в контексте кулинарных предпочтений и культурных особенностей. В контексте дальневосточной кухни, подход к составлению меню должен учитывать богатое многообразие блюд, характерных для этого региона, а также уникальные традиции приготовления и использования ингредиентов.

Центральными компонентами меню могут стать разнообразные виды суши, сашими и роллов, отражающие специфику японской кухни, которая широко распространена в дальневосточном регионе. Следует также предложить традиционные блюда, приготовленные с использованием морепродуктов и трав, характерных для данного региона, таких как устрицы, креветки, водоросли и различные морские рыбы.

Однако необходимо учитывать, что в современном обществе все более распространены разнообразные диетические предпочтения и требования к питанию. Поэтому в меню должны присутствовать альтернативы для вегетарианцев и веганов, включая блюда на основе овощей, фруктов, орехов и зерен, а также специально разработанные соусы и заправки. Также, необходимо учитывать пищевые ограничения, такие как аллергии или непереносимость определенных продуктов, предлагая замену ингредиентов или альтернативные варианты блюд.

При составлении меню важно обеспечить баланс между различными видами блюд, учитывая предпочтения разнообразных групп клиентов, что может включать сочетание легких закусок, основных блюд и десертов, а также удовлетворение потребностей в различных вкусовых ощущениях.

При разработке меню следует учитывать сезонность ингредиентов и акцентировать внимание на использовании свежих, сезонных продуктов, что позволит создавать более вкусные и питательные блюда. Такой подход также способствует поддержанию устойчивости и экологической ответственности в области питания. Для привлечения внимания и удержания клиентов необходимо постоянное обновление и инновации в меню.

Данный аспект может включать эксперименты с новыми ингредиентами, разработку сезонных меню, а также предложение авторских блюд, отражающих творческий подход к приготовлению пищи. В контексте дальневосточной кухни, это может быть экспериментирование с использованием традиционных ингредиентов в новых рецептах или предложение современных интерпретаций классических блюд [3, 4].

Приморский край – это место, где можно найти рестораны на любой вкус, предлагающие блюда русской, европейской, паназиатской кухни и дальневосточной кухни. Меню является мощным инструментом, способным привлечь внимание гостей к уникальности дальневосточной кухни. Известные рестораны города Владивостока используют меню для продвижения региональной гастрономии [5].

Таблица

**Анализ меню предприятий питания г. Владивостока**

Критерии оценки	Предприятие питания			
	Zuma	Syndicate Portcafe	Миллионка	Огонёк
Соответствие заявленной концепции	+	+	+	+
Соответствие ценовой политике и уровня заведения	+	+	+	+
Соответствие ценовой политики и качества блюд	+	+	+	+
Наличие описание блюд	+	+	-	+
Широкий выбор блюд в каждой категории	+	+	+	+
Наличие меню для вегетарианцев и веганов	-	-	+	-
Сезонные предложения	+	+	-	+
Наличие авторских блюд	+	+	+	+
Информация об ингредиентах	+	+	+	+
Информация о размере порции	+	+	+	+
Наличие блюд дальневосточной кухни	+	-	+	-
Использование в блюдах локальных ингредиентов	+	+	+	+
Современная презентация блюда, отражающая кулинарные традиции региона	+	+	+	+
Наличие изображений блюд	+	+	-	+
Соответствие дизайна меню общей концепции и стилистики заведения	+	+	+	+
Наличие дополнительной информации	+	-	+	-

Несмотря на то, что Zuma позиционирует себя как ресторан паназиатской кухни, в меню присутствуют блюда с дальневосточными акцентами. Используются локальные морепродукты: гребешок, краб, трепанг, рыба местных пород. Однако, акцент сделан на современной интерпретации и авторской подаче, что несколько отделяет Zuma от традиционной дальневосточной кухни.

В меню SyndicatePortCafe дальневосточная кухня практически не представлена. Основной фокус сделан на европейскую и азиатскую кухни в формате городского кафе. Можно найти отдельные блюда с морепродуктами, но они не отражают специфику дальневосточной кухни.

Миллионка наиболее ярко представляет дальневосточную кухню в своем меню. Ресторан специализируется на традиционных блюдах региона, использует локальные продукты: дичь, рыбу, морепродукты. В меню можно найти строганину, уху по-дальневосточному, пельмени с крабом и другие аутентичные блюда.

Ресторан Огонёк не специализируется на ДВ кухне. Меню в основном состоит из блюд русской и советской кухни. В меню можно найти рыбные блюда, но они не имеют ярко выраженной региональной специфики.

Приморский край – место, где встречаются кулинарные традиции России, Китая, Японии и Кореи. Но истинный гурман стремится попробовать именно аутентичные блюда дальневосточной кухни. Для многих туристов и жителей города этот аспект является важным. Поэтому меню должно в полной мере передавать всю информацию о традиционной кухне Дальнего Востока.

В заключение необходимо отметить, что меню играет ключевую роль в продвижении дальневосточной кухни, позволяя заведениям привлечь внимание и удовлетворить потребности клиентов. Правильно составленное меню способно не только продемонстрировать богатство культурных традиций региона, но и сделать кулинарный опыт посетителей более насыщенным и запоминающимся.

Важно постоянно развивать и совершенствовать меню, адаптируя его под изменяющиеся вкусовые предпочтения и требования рынка, чтобы успешно продвигать дальневосточную кухню как часть мировой кулинарной культуры.

---

1. ГОСТ 30389 – 2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. – Текст: электронный [сайт]. – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_124542/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124542/) (дата обращения: 17.03.2024).

2. Балынин К.А. Аспекты диверсификации гастрономического туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – №1 (71). – С. 97-107.

3. Иванов В.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2018. – №2. – С. 105-112.

4. Морозов А.А. Гастрономический туризм: к истории понятия // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №2. – С. 87-92.

5. Справочник предприятий общественного питания г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe> (дата обращения: 22.03.2024).

УДК 728.51

## ЭКОКВЕСТ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ

**М.В. Сидорова**, студент

**В.К. Столярова**, ассистент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Современное образование ставит перед собой задачу формирования у школьников экологической грамотности и ответственности за окружающую среду. Экологический квест представляет собой инновационную форму воспитания, способствующую практическому пониманию экологических проблем и вовлечению учащихся в активное изучение окружающей среды.

**Ключевые слова:** экологический квест, экологическое воспитание, окружающая среда, инновационные методы обучения, учебно-воспитательный процесс.

## ECOQUEST AS A MODERN FORM OF ENVIRONMENTAL EDUCATION FOR SCHOOLCHILDREN

**Abstract.** Modern education sets itself the task of forming environmental literacy and responsibility for the environment among schoolchildren. The environmental quest is an innovative form of education that promotes a practical understanding of environmental problems and the involvement of students in an active study of the environment.

**Keywords:** ecological quest, ecological education, schoolchildren, environment, innovative teaching methods, educational process.

В условиях стремительно меняющейся жизни в информационную эпоху образовательные организации и учреждения культуры стремятся внедрять инновационные форматы взаимодействия с детской и молодежной аудиторией. Одной из таких форм является квест – игра-путешествие

с тематическими заданиями и головоломками. Технология квеста базируется на традиционных педагогических приемах, но ее отличительными особенностями являются групповой характер работы, высокая интерактивность и вовлеченность участников в игровой процесс.

Данное исследование направлено на определение потенциала экоквестов для стимулирования интереса к природе, увеличения знаний об экологических проблемах и получения навыков экологического поведения.

Актуальность исследования заключается в необходимости формирования у школьников экологической грамотности, мотивации к заботе об окружающей среде и развития ключевых навыков в современном образовании.

**Цель:** изучение и анализ эффективности экологического квеста в качестве современной формы экологического воспитания школьников.

**Задачи исследования:**

- проанализировать методы и особенности проведения экологического квеста как инновационной формы воспитания;
- изучить варианты применения экологического квеста в школьной практике;
- обосновать влияние экологического квеста на формирование экологической грамотности учащихся.

Экологический квест, как инновационный педагогический метод, способствует не только интерактивному обучению, но и формированию практических навыков и ценностей, необходимых для устойчивого развития общества. В соответствии с мнением А.А. Каравки, экологический квест может быть интегрирован в различные учебные дисциплины, обеспечивая более эффективные результаты в образовательном процессе. Кроме того, согласно утверждению Л.В. Елизарьевой, квест представляет собой форму взаимодействия педагога и учащихся, способствующую развитию навыков принятия решений на основе компетентного выбора альтернативных вариантов через реализацию определенного сюжета [1].

Поскольку термин «квест» является относительно новым в научной сфере, в настоящее время отсутствует единое его определение. Наиболее полное определение предложили Н.Д. Алексеева и Е.В. Рябова: квест – это туристская услуга, которая включает посещение определенных объектов для их изучения и ознакомления, предполагающая наблюдение, взаимодействие с другими людьми и решение логических задач под руководством экскурсовода. Продолжительность квеста составляет менее 24 часов, и не предусматривает ночевки [2]. Экоквест представляет собой сочетание элементов квеста и экскурсии, ключевые элементы которых представлены на рис. 1.



Рис. 1. Основные элементы квеста и экскурсии

Составлено автором по [2]

Таким образом, экологические квесты и экскурсии представляют собой комплексные образовательные форматы, эффективно сочетающие в себе игровые, познавательные, практические и коммуникативные элементы.

Согласно классификации, предложенной учеными И.Н. Соколом, Е.В. Халиной и О.В. Шатуновой, экологические квесты подразделяются на следующие основные виды, которые представлены на рис. 2.



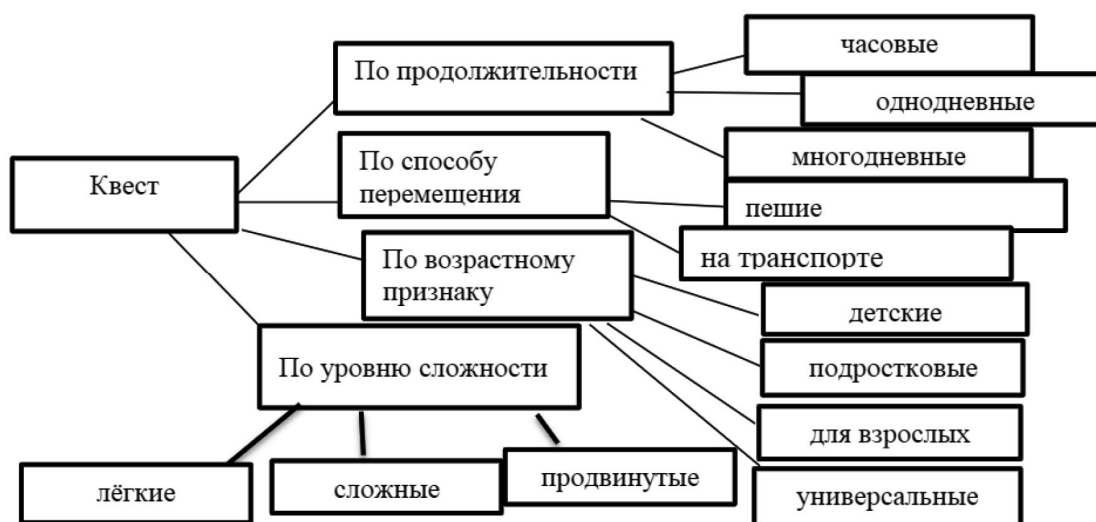


Рис. 2. Классификация квест-экскурсии

Составлено автором по [3]

Квесты могут быть классифицированы по длительности, способу перемещения, возрастным группам и уровню сложности. Квест может проводиться в нескольких формах: квест с участием экскурсовода, обезличенный квест (участники получают весь пакет заданий сразу) и экоквест – с дистанционной выдачей заданий (участники получают задания через смартфон, планшет или проводят поиск при помощи GPS-навигатора).

В последнее время особенно популярной тематикой организации детских квестов является экологическое образование и просвещение. Формат экоквеста позволяет донести до детской аудитории в игровой форме базовые истины экологической культуры. По своей сущности организация экоквеста основана на принципах экологического туризма.

Основная цель экологического туризма заключается в образовании и просвещении аудитории. В качестве альтернативных площадок для развития экотуризма могут выступать лагеря, детские центры отдыха, санатории, дома отдыха, курортные зоны, учебные заведения и экологические кружки. Как правило, эти места обладают специализированной инфраструктурой, такой как экологические зоны отдыха, тропы, аллеи, экоклассы, зоопарки и ботанические сады, а также учебные комнаты с элементами природных материалов.

Для более детального рассмотрения классификации образовательных методов обратимся к унифицированной системе И.Н. Панова, определяющей способы и формы экологического просвещения и обучения на практике (таблица 1).

Таблица 1

### Формы и способы реализации элементов экологического туризма

Объекты экологического туризма	Элементы инфраструктуры	Методы обучения
Экологические классы (экокомнаты)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– передвижные стенды;</li> <li>– постоянные и сменные объемные экспозиции;</li> <li>– мультимедийное оборудование;</li> <li>– зона для обучения (столы, стулья, парты);</li> <li>– игровые модели, с использованием природного материала.</li> <li>– «живые уголки»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– тематические экскурсии, прогулки;</li> <li>– мастер-классы, поисковые, природоведческие, дидактические игры;</li> <li>– моделирование, опыты и эксперименты</li> </ul>
Экологические площадки (открытого и закрытого типа)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– зоны интерактивной деятельности (объемные стендовые экспозиции, станции ориентирования);</li> <li>– спортивные объекты (веревочные городки, лабиринты и тд.);</li> <li>– стенды, информационные указатели;</li> <li>– благоустроенные элементы природы (лужайки, водоемы, агрозоны и тд.);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– тематические экскурсии;</li> <li>– активные познавательные задания;</li> <li>– поисковые игры и эстафеты;</li> <li>– агротуризм, сельскохозяйственные занятия;</li> <li>– моделирование из природных материалов;</li> <li>– анимационная деятельность.</li> </ul>

Объекты экологического туризма	Элементы инфраструктуры	Методы обучения
Зимние сады, экологические и «зеленые» зоны	– оранжереи, буферные садовые элементы; – зоны релаксации и отдыха; – библиотечные или литературные уголки; – «живые уголки» и аквазоны; – информационные стенды и таблички.	– практические эксперименты и моделирование ситуаций; – экологические викторины и лекции; – самообразование с применением тематической литературы;
Дендрологические и ботанические сады	– информационные стенды и таблички; – маршруты и тропы; – беседки и зоны отдыха; – дендрарии и теплицы; – элементы водной среды;	– экскурсии и лектории; – беседы и обсуждения; – активные задания на ориентирование и поиск; – наблюдение за естественными процессами живой природы. – научные эксперименты и моделирование ситуационных задач

Составлено автором по [4]

Механизмы реализации экологической деятельности для детской аудитории строятся на принципе привлечения внимания и его удержания. Поэтому информационное содержание в рамках эколого-туристского образования представляется через яркие и подвижные элементы, такие как движущиеся объекты для демонстрации, природные элементы для тактильного восприятия, анимационные шоу и творческие задания. Активная обстановка в организованном экологическом туризме может быть создана на различных площадках: в информационных центрах, оборудованных площадках как закрытого, так и открытого типа, в специализированных экологических классах или комнатах, а также на объектах отдыха.

Понятие экологического образования в России закреплено в нескольких официальных документах: Федеральном государственном образовательном стандарте (ФГОС), распоряжении Правительства от 2012 года «Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года» и в Федеральном законе № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» [5].

Согласно данным, полученным Приморскстатом в ходе опроса школьных и дошкольных учреждений за 2021 год, было определено процентное распределение наиболее часто используемых в организациях среднего и дошкольного образования форм экологической деятельности. Результаты представлены на рис. 3.

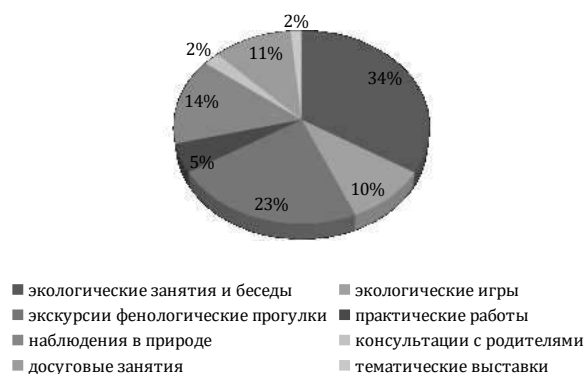


Рис. 3. Процентное соотношение количества реализуемых форм экологического просвещения на базе школьных и дошкольных учреждений

Составлено автором по [6]

По результатам опроса респондентов наиболее популярными и активно проводимыми формами экологической работы являются занятия и беседы. Эта форма деятельности оценивается высоко из-за ее доступности, легкости в организации и эффективности в усвоении материала. Наименее развитым блоком оказываются тематические выставки, что обусловлено сложностью и затратностью их подготовки, что снижает частоту проведения подобных мероприятий. Однако для достижения наилучших результатов в образовании и просвещении молодежи важно использовать все формы экологической деятельности в равной степени.

Согласно данным опроса, 10% образовательных организаций отметили, что экологические игры, к которым относятся разноформатные квесты, реализуются менее активно по сравнению с другими формами экологической деятельности, это связано с тем, что экологические игры являются относительно новой формой взаимодействия в образовательном процессе. Традиционно экологическое воспитание в школах осуществлялось в основном через лекции, семинары и практические занятия. Экологические игры же представляют собой более интерактивную и увлекательную форму обучения, которая позволяет учащимся не только получать знания, но и развивать практические навыки и формировать ценностные ориентации в области экологии. Кроме того, недостаточный уровень реализации экологических игр в образовательных организациях связан с нехваткой разработанного дидактического материала. Для эффективного проведения экологических игр требуются методические пособия, сценарии игр, игровые материалы и оборудование.

Проведение экоквестов в школе может быть организовано как во время уроков, так и во внеурочное время, например, в рамках экологических мероприятий или школьных экскурсий. В ходе экоквеста учащиеся могут выполнять различные задания, направленные на изучение природы, уборку мусора, изучение местных экосистем и прочее. Каждое задание должно способствовать глубокому погружению в экологическую тему и мотивировать к активной поддержке сохранения окружающей среды. В таблице 2 представлены примеры действующих детских квестов в г. Владивостоке

Таблица 2

**Действующие детские квесты, организованные учреждениями г. Владивостока**

Название	Организация/ место проведения	Описание	Стоимость, руб./чел.	Продолжительность,
«О фортах и голубях»	Музей истории Дальнего Востока имени В. К. Арсеньева	Участники квеста отправляются в путешествие по музею города, выполняют задания и разгадывают все музейные загадки, а методист выступает проводником и дополняет путешествие познавательными подробностями	Билет: полный – 300 рублей, льготный – 200 рублей, для сопровождающего – 200 рублей	1 час
Таинственное расследование	Владивосток, компания «Квесткафе»	Участники – сыщики, которые хотят спасти Шерлока Холмса. Поэтому они решают проникнуть в квартиру Шерлока, откуда он вел расследование.	3500 рублей (в будние дни), в выходные и праздничные – 4500 рублей с команды от 2 до 4 участников	1 час
Найти золотого трепанга	Музей Трепанга, Биотик Люкс	Ознакомление с историей происхождения, особенностями и пользой трепанга в игровой форме с загадками и головоломками	500 руб.	30 минут
«Частная школа 2.0»	Владивосток, компания «Квесткафе»	Квест по мотивам сериала Закрытая школа	3500 руб. от 2 до 6 человек	1 час
«Алиса в Стране чудес»	Randoroom (Владивосток)	В ходе квеста участники сталкиваются с различными испытаниями, решают головоломки, ищут ключи к разгадке тайн и ведут поиски героини Алисы.	1000 руб.	1 час

Составлено автором по [7-11]

Как следует из таблицы 2 большинство действующих детских квестов, организованных коммерческими организациями г. Владивостока носят развлекательный характер с элементами познавательных заданий. Постоянные экоквесты организуются на базе школ и государственных учреждений.

Таким образом, разработка детских тематических квестов включает обязательный учет ряда факторов:

- возрастной и организационный состав участников;
- уровень сложности и тематика квеста;
- процентное соотношение образовательных и развлекательных заданий (образовательные элементы должны преобладать).

## Заключение

В заключении, можно сделать вывод, что экоквест представляет собой современную разновидность традиционной экскурсии, обладающую значительным потенциалом развития за счет внедрения интерактивных форм взаимодействия. Основные особенности экоквеста заключаются в следующем: отсутствие предварительной информации о полном маршруте (что придает ощущение азарта и приключения); необходимость решения логических задач для достижения цели посещения места; разнообразие тематических направлений. На основе одной экскурсии возможно создание нескольких экскурсионных квестов с разными уровнями сложности, продолжительностью, тематикой и направленностью. В туристской сфере важно развитие новых форм и видов в соответствии с потребностями потребителей и стремительным развитием инновационных технологий, подобной формой и может стать экоквест.

1. Каравка А.А. Урок-квест как педагогическая информационная технология и дидактическая игра, направленная на овладение определенными компетенциями // Интернет-журнал «Мир науки». – 2015. – № 3. – 7 с.
2. Киреева Ю.А. Особенности организации квест-экскурсий // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2020. Т. 14, № 2. С. 4–11.
3. Селиверстенко А.С., Мельцов А.В. Квест-туризм как перспективное направление в молодежном туризме // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. № 1, т. 14. С. 127-133.
4. Панов И.Н. Экологический туризм: учебное пособие // – География. – М., 2016.– 213 с
5. Основы государственной политики в области экологического развития РФ на период до 2030 года: Распоряжении Правительства от 30.04.2012 года.
6. Приморская статистика // Сайт статистических данных. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <http://www.vlc.ru/city-environment/ecology/ecologicaleducation> (дата обращения: 18.04.2024)
7. Экскурсия-квест «О фортах и голубях». – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://arseniev.org/>. (дата обращения: 21.04.2024)
8. [kvest-city.ru](http://kvest-city.ru) «Таинственное расследование» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://vladivostok.kvest-city.ru/kvesty/tainstvennoe-rassledovanie-questen>(дата обращения: 21.04.2024).
9. Квест «Найти золотого трепанга» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://guidego.ru/>. (дата обращения: 25.04.2024)
10. [kvest-city.ru](http://kvest-city.ru) «Частная школа» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://vladivostok.kvest-city.ru/kvesty/chastnaya-shkola-20> (дата обращения: 25.04.2024)
11. [kvest-city.ru](http://kvest-city.ru) «Алиса в стране чудес» – Текст: электронный [сайт]. – URL:<https://vladivostok.kvest-city.ru/kvesty/alisa-v-strane-chudes-kvestkafe> (дата обращения: 03.05.2024)

УДК 338.48

## ОРГАНИЗАЦИЯ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ГОСТИНИЦЕ С ЦЕЛЬЮ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

**Б.А. Стаценко, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Ивент-мероприятия играют важную роль в формировании благоприятного имиджа гостиницы и помогают привлечь целевую аудиторию, что в свою очередь делает отель максимально конкурентоспособным в условиях быстро меняющегося рынка. На сегодняшний день большинство прогрессивных гостиниц отказываются от надоедливой традиционной рекламы и стараются прибегать к такому эффективному инструменту по привлечению целевой аудитории, как ивент-мероприятия.*

**Ключевые слова:** *ивент-мероприятия, гостеприимство, гостиничное дело, гостиничный комплекс.*

## ORGANIZING EVENTS AT THE HOTEL TO ATTRACT AUDIENCES

**Abstract.** *Event events play an important role in shaping the favorable image of the hotel and help to attract the target audience, which in turn makes the hotel as competitive as possible in a rapidly changing market. To date, most progressive hotels refuse to annoying traditional advertising and try to resort more to such an effective tool to attract the target audience, as an event.*

**Keywords:** *events, hospitality, hotel business, hotel complex.*

Событийные мероприятия в гостинице – это специальные мероприятия или мероприятия, организованные и проводимые в гостиничных помещениях для различных целей, таких как свадьбы, корпоративные встречи, семинары, конференции, выставки и т.д. Гостиницы часто предлагают услуги по проведению таких событий, включая аренду помещений, техническую поддержку, обслуживание и организацию программы мероприятия. Такие события могут быть как маломасштабными, для небольших групп людей, так и крупными, с участием сотен участников. Гостиницы обычно имеют опытных специалистов, которые помогут клиентам в планировании и проведении событийных мероприятий в соответствии с их пожеланиями и требованиями.

Событийные мероприятия в гостинице имеют большую актуальность как способ привлечения аудитории из-за нескольких причин.

Во-первых, событийные мероприятия помогают привлечь новых гостей, которые могут заинтересоваться тематикой мероприятия. Например, конференции, семинары или выставки могут привлечь деловых партнеров, участников отраслевых событий и профессионалов из различных областей.

Во-вторых, событийные мероприятия могут помочь удержать существующих гостей, предоставляя им дополнительные возможности для отдыха и развлечения. Это может включать в себя тематические вечеринки, концерты, фестивали и другие развлекательные мероприятия.

Также событийные мероприятия в гостинице могут помочь улучшить имидж заведения и привлечь внимание СМИ. Успешные мероприятия могут быть обсуждаемыми в социальных сетях, блогах и новостных порталах, что поможет привлечь дополнительную аудиторию.

Таким образом, событийные мероприятия имеют большую актуальность в качестве инструмента привлечения аудитории в гостинице и могут быть эффективным способом увеличить популярность и доходы заведения.

Научная новизна статьи об организации событийных мероприятий в гостинице заключается в исследовании самых эффективных методов и стратегий планирования и проведения таких мероприятий.

Целью работы является анализ деятельности отеля ООО УК «Экватор» и рекомендации для привлечения гостей с помощью событийных мероприятий в гостинице.

Задачи:

- 1) изучить теоретические подходы к развитию гостиничной индустрии в период проведения событийных мероприятий;
- 2) проанализировать рынок событийных мероприятий в коллективных средствах размещения;
- 3) разработать рекомендации по привлечению аудитории в гостиницу «Экватор».

При написании статьи были использованы следующие виды источников информации: периодические источники, учебные материалы и методы статистической обработки данных.

Цель организации ивент-мероприятий – в соединении в единое целое времени, места и атмосферы, которые будут способствовать адекватному восприятию потребителем предназначенной для него информации.

Событийные мероприятия можно классифицировать на 2 группы, которые отличаются своей целью и масштабностью.

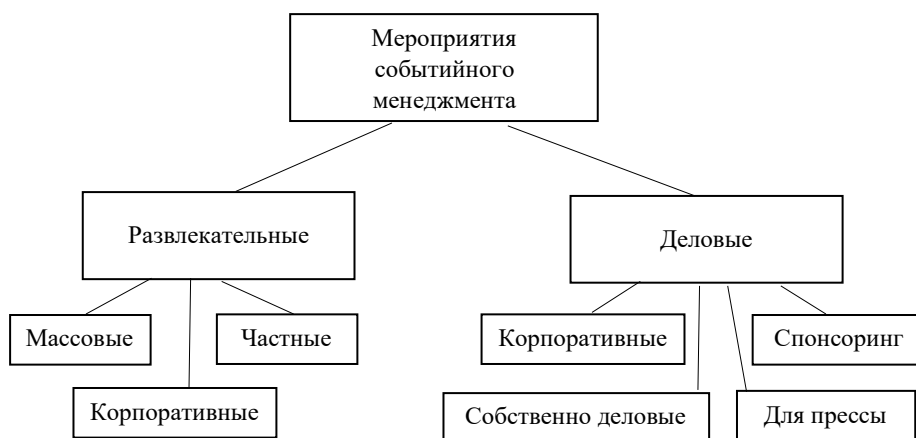


Рис. 1. Классификация мероприятий событийного менеджмента

Составлено автором по [4]

Большинство гостиниц Владивостока имеют небольшой номерной фонд (до 100 номеров) и ориентированы на деловых туристов. Отсутствуют, к примеру, такие категории гостиниц, как

курортные, конгресс-центры, апарта-отели и т.д. По уровню обслуживания рынок гостиничных услуг во Владивостоке представлен в основной своей массе гостиницами экономического класса. Этот сегмент, кстати, по свидетельству специалистов образовательного института Американской ассоциации отелей и мотелей, является растущим в мировой индустрии гостеприимства, т.к. большая часть людей путешествует, располагая ограниченными средствами. Что касается формы собственности, то почти все гостиницы города имеют независимый статус, т.е. не входят в гостиничные сети. Исключение составляют отели «Амурский залив» и «Владивосток», купленные столичной сетью «Азимут». Одна из особенностей владивостокского гостиничного рынка: ему не присуща специализация, ставшая тенденцией в мире.

Гостиницы Владивостока динамично развиваются, совершенствуются и расширяют спектр предоставляемых услуг. Каждый год во Владивостоке проходит довольно крупное и значимое деловое мероприятие – Дальневосточный экономический форум, который заполняет гостиницы со сто процентной загрузкой.

Как недорогие гостиницы Владивостока, так и отели Владивостока высшей категории предлагают своим гостям достаточно широкий комплекс услуг, обеспечивающий максимально комфортное проживание, насыщенный и разнообразный отдых, а также плодотворный труд. Каждый гость города может без труда выбрать для себя наиболее подходящую гостиницу Владивостока, которая будет соответствовать всем требованиям. Для кого-то особое значение имеет месторасположение гостиницы, для кого-то – наличие конференц-зала, для других самым главным фактором при выборе отеля является стоимость проживания. В любом случае для каждого гостя Владивостока найдется оптимальный вариант.

Цены в гостиницах Владивостока варьируются в достаточно широком диапазоне и зависят от ряда показателей, из которых и складывается стоимость проживания в том или ином отеле. Главными показателями являются расположение гостиницы: в центре города или на его окраине; категория гостиницы: 2, 3 или 4 звезды; инфраструктура: оснащенность и т.д.; предоставляемые услуги.

Рассмотрим структуру гостиничной недвижимости г. Владивостока (рис. 2).

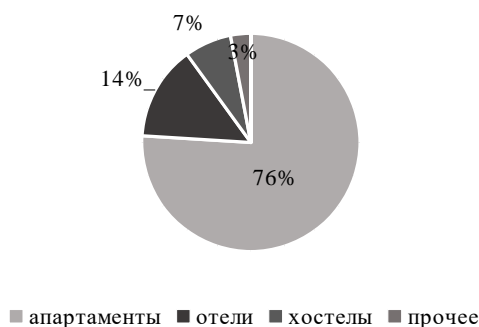


Рис. 2. Структура гостиничной недвижимости г. Владивостока

Составлено автором

Гостиничный сектор в городе разнообразен, как и в других уголках России. Значительная доля среди всех категорий размещения приходится на апартаменты, на втором месте – отели.

Рассмотрим общее количество предприятий размещения по категории звездности в г. Владивосток (рис. 3).

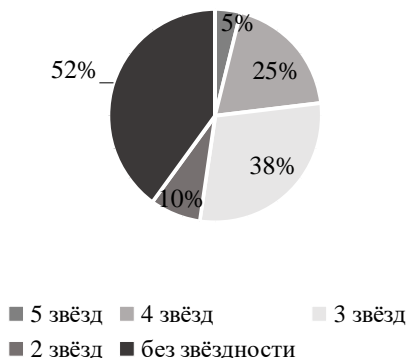


Рис. 3. Звездность коллективных средств размещения в г. Владивосток

Составлено автором

Как правило, отели имеют сезонность, которая влияет на поведение клиентов и их выбор места проживания.

В сезонности выделяют временную неустойчивость, которая вызвана более высокой концентрацией туристских потоков во время определенных периодов года, включая и спрос, и предложения. В ее проявлениях могут быть посетители, их расходы и трафик на дорогах.

В работе многих авторов отмечается высокий уровень влияния сезонности как одну из ключевых особенностей туристической деятельности в Приморском крае. Специалисты говорят и о том, что во Владивостоке, несмотря на большое количество крупных международных мероприятий и фестивалей, а также кажущийся стабильный приток туристов из близлежащих азиатских стран, гостиниц не хватает лишь в августе-сентябре (именно в этот период спрос на гостиницы у туристов наиболее высок). В период с ноября по апрель гостиницы города заполняются не более чем на 40 %.

Не востребованность номерного фонда средств размещения – главный негативный эффект сезонности.

Продолжается этот эффект большую часть года, когда основной туристский сезон уже закончился. Но у данного эффекта есть и обратная сторона – в высокий туристский сезон многие гостиницы города не могут обеспечить всем туристам возможность проживания.

В итоге сезонность оказывает существенное влияние на показатели среднегодовой загрузки гостиницы, а на этом фоне повышаются показатели постоянных издержек гостиницы.

Средняя стоимость гостиничных номеров во Владивостоке меняется в зависимости от сезонности. В период высокого сезона с июля по сентябрь наполняемость гостиниц города нередко превышает 120 %, иногда даже приходится добавлять в номера дополнительные кровати. Зато в зимний период наполняемость номеров редко превышает 10–15 %. В итоге среднегодовая наполняемость держится в районе 40 %. Чтобы обеспечить рентабельность своему бизнесу при таком уровне среднегодовой наполняемости владельцы гостиниц вынуждены завышать средний уровень расценок на свои услуги. Особенно взлет цен наблюдается в летний сезон.

Как свидетельствуют опросы, проводимые различными консалтинговыми и социологическими организациями, туристы при выборе подходящей гостиницы ориентируются на несколько главных критериев (рис. 4).

Второй по значимости критерий – это качество предоставляемых услуг в гостинице. Это комплексный показатель, определяющий, в целом, уровень обслуживания в том или ином отеле, или качество конкретной услуги, например, питание в гостинице.

Качество питания и кухни для многих гостей действительно представляется одним из самых важных критериев при выборе отеля (согласно «РосБизнесКонсалтинг»).

Некоторая часть гостей большое значение придает дополнительным услугам, которые они смогут получить в том или ином отеле. В первую очередь, потребителя интересует наличие бара, спортивных и развлекательных центров, бассейнов.

Данная тенденция характерна и для Владивостока. Потребители в зависимости от своего материального положения, цели поездки (отдых, командировка) и требований к наличию дополнительных услуг останавливают свой выбор на определенной гостинице.

Таким образом, потребители сегментируются по двум основным критериям: цель поездки, уровень доходов (командированных средств).

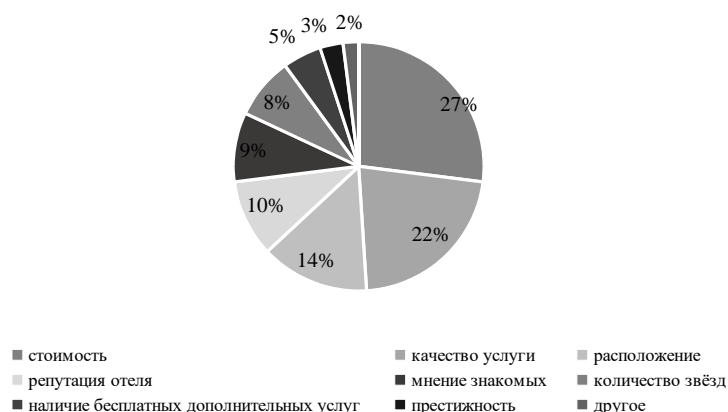


Рис. 4. Главные критерии при выборе гостиницы

Составлено автором

В основном отели категории 5звёзд могут похвастаться большим спектром мероприятий, которые они предоставляют своим гостям. Но, можно заметить, что КСР категории 2\*, которые составили 25 %, не сильно и отстают от 5 звёзд средств размещения. Что говорит о хорошей конкуренции с отелями повышенного комфорта.

Далее рассмотрим форматы мероприятий, которые предоставляют коллективные средства размещения в России (рис. 5).

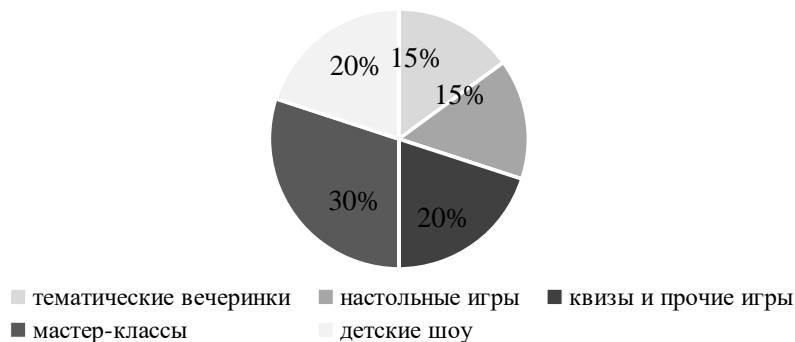


Рис. 5. Формат мероприятий в коллективных средствах размещения

Составлено автором

Мастер-классы одни из самых популярных мероприятий, проводимых в коллективных средствах размещения в России, составили – 30 %, также отметим, что в России особое внимание уделяют детской аудитории, для детей есть множество мероприятий, конкурсов и других различных интерактивов. Масштаб мероприятий показан на рис. 6.

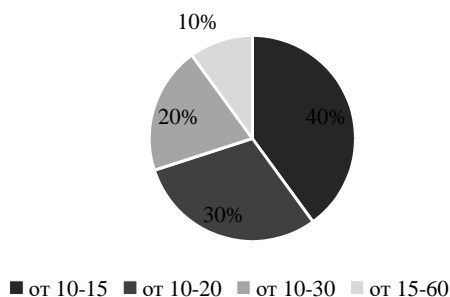


Рис. 6. Масштаб мероприятий, проходящих в КСР

Составлено автором

Масштаб мероприятий намного меньше, чем в зарубежных коллективных средствах размещения. В России больше популярны мероприятия маленькими компаниями, которые могут провести интересно время. В основном это компания людей от 10–15 человек – 40 %.

Вид мероприятий разделился на 3 критерия (рис. 7).

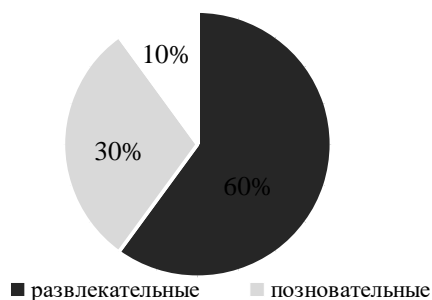


Рис. 7. Виды мероприятий в коллективных средствах размещений

Составлено автором



Как и говорилось ранее, в основном мероприятия проводят в парк-отелях, из-за того, что такие отели чаще всего находятся за городом, что достаточно далеко от центра. Поэтому такие отели стараются развлекать своих гостей различными мероприятиями и интерактивами. Программа мероприятий рассчитана не только на взрослых, но и на детей. Мероприятия с масштабом от 10–15 человек можно встретить чаще всего, из-за того, что аудитория стабильная, гостиницы регулярно проводят мероприятия. Что касается звёздности коллективных средств размещения, то отели 5 и 2 звёзд абсолютно одинаковы в проведении мероприятий в России, в отличие от зарубежных отелей, которые считают, что чем дороже отель, тем лучше качество и количество услуг.

Отели, работающие за границей, скрашивают пребывание туристов вечерними шоу-программами. Развлекательные программы у отелей могут быть разными, в зависимости от бюджета. Чем дороже отель, тем программы разнообразнее. В недорогих отелях, в основном будут развлекать аниматоры, они будут устраивать конкурсы для зрителей, представлять танцевальные номера, показывать веселые сценки.

Отели более высокого класса приглашают гастролирующие труппы, артисты которых показывают танцевальные шоу, как правило, наполненные местным колоритом, представляют акробатические номера, показывают фокусы, привозят дрессированных животных.

Рассмотрим детально страны, которые предлагают свои варианты проведения мероприятий, на рис. 8.

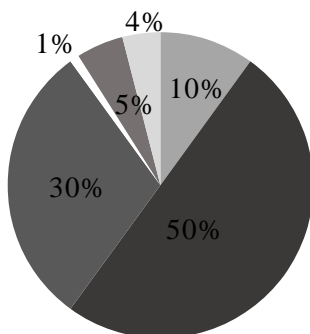


Рис. 8. Страны, предоставляющие мероприятия в отелях

Составлено автором

Страна, в которой практически в любом отеле проходят мероприятия – Турция 50%, вторым по показателям можно отметить США – 30%.

Далее, рассмотрим тип коллективных средств размещения за границей, в которых проходят мероприятия (рис. 9).



Рис. 9. Тип КСР, предоставляющих мероприятия за границей

Составлено автором

В основном мероприятия можно встретить в отелях, которые составили – 70%, а также в спа-отелях – 15%. Что касается звёздности коллективных средств размещения более популярными являются отели 5 звёзд (рис. 10).

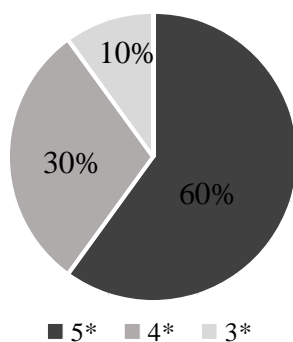
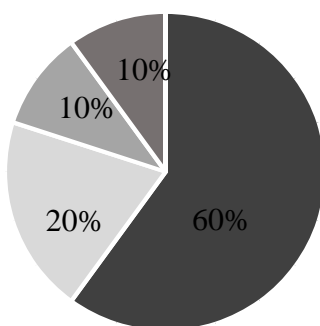


Рис. 10. Звёздность коллективных средств размещения

Составлено автором

За границей считается чем дороже отель, тем больше услуг он может предоставить, что в особенности касается мероприятий и особых развлекательных программ для гостей.

Масштаб мероприятий представлен на рис. 11.

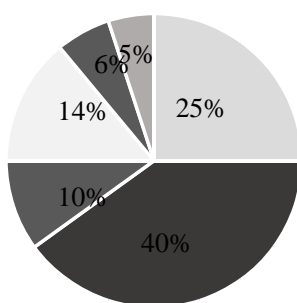


■ от 15-50 ■ от 20-100 ■ от 100-150 ■ от 150-200

Рис. 11. Масштаб мероприятий в КСР за границей

Составлено автором

Масштаб отличается в каждом коллективном средстве размещения, но в основном масштаб мероприятий за границей охватывает аудиторию от 50 человек и больше. Особенно если формат мероприятий вечеринка или карнавал, то может собраться даже и 200 человек. Далее, рассмотрим формат мероприятий, которые предоставляют отели разных стран (рис. 12).



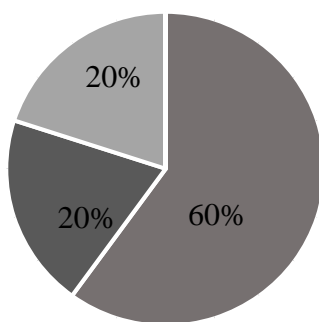
■ гастрономические ■ мастер-классы ■ вечеринки  
 ■ спортивные ■ научно-познавательные ■ фестивали и карнавалы

Рис. 12. Мероприятия в коллективных средствах размещения

Составлено автором

Самыми популярным форматом мероприятий оказались мастер-классы их показатель составил – 40%, не малым по показателю формат мероприятий составил 25% – вечеринки. Многие туристы любят вечеринки и отели проводят их практически каждый день.

Что касается типа мероприятий, которые проводят отели, в основном это развлекательные (рис. 13).



■ развлекательные ■ развлекательно-познавательные ■ деловые

Рис. 13. Типы мероприятий в коллективных средствах размещения

Составлено автором

Развлекательные мероприятия в гостинице имеют огромное значение как для отдыхающих, так и для самого отеля. Это способствует повышению степени удовлетворенности туриста обслуживанием. Он может хорошо развлечься в отеле, в котором он остановился и не нужно ездить в другие места для того чтобы развлечься, если у него уже «всё включено».

Современные отели, как правило, являются отличным местом для проведения разного рода массовых мероприятий – научных конференций, брифингов, симпозиумов, семинаров и т.п.

Высококласные отели делают все, чтобы гости не заскучили. Предлагают активности на любой вкус и бюджет. Часто устраивают специальные мероприятия. В основном они приходятся на праздничные даты: Новый год, 8 Марта, День Святого Валентина.

Постояльцев отеля развлекают приглашенные артисты, аниматоры, а иногда и эстрадные звезды. Практика показывает, что гостям нравятся различные конкурсы, игры.

Гостиница «Экватор» введена в эксплуатацию 25 мая 1988 года. Застройщиком было Дальневосточное морское пароходство. Численность номеров достигала 147 единиц. Сдача гостиницы была приурочена к Сеульской Олимпиаде под размещение советских спортсменов для прохождения ими адаптационного периода перед олимпиадой и после нее. При гостинице был открыт ресторан «Экватор», парикмахерская, кинозал, бильярдный зал, прачечная.

До 1992 года гостиница функционировала как дом меж рейсового отдыха моряков, а затем ее перепрофилировали в профилакторий «Экватор» с предоставлением медицинских услуг. В 1994 году (в период приватизации) гостиница преобразована в ОАО «Здоровье» ХК ДМП.

В июне 2002 года собственником здания гостиницы стало ООО «Финансовая группа «Гринвич».

В мае 2018 г. гостинице исполнилось 30 лет. Сегодня Гостиничный комплекс «Экватор» – это конференц-отель с развитой инфраструктурой, расположенный в «сердце» г. Владивостока, с предоставлением широкого спектра дополнительных услуг.

На сегодняшний день гостиница «Экватор» является одним из наиболее значимых объектов индустрии гостеприимства Владивостока. Эта крупная гостиница с высоким уровнем сервиса и богатой историей разместилась в самом центре Владивостока и обладает развитой инфраструктурой и широким спектром дополнительных услуг. Номерной фонд гостиничного комплекса «Экватор» превышает 140 номеров. Удачное расположение позволяет гостям эффективно совмещать отдых и деловую программу. Гостиница также обладает мощными ресурсами для event-обслуживания и часто выступает площадкой для крупных деловых мероприятий и праздничных банкетов. Как и у любой гостиницы, гостиница «Экватор» имеет свои задачи и направления, чтобы понимать качество выполнения своей работы, а также добиваться поставленных целей.

Таким образом, можно сделать вывод, что гостиница «Экватор» старается соблюдать и выполнять все свои поставленные задачи, чтобы гости могли наслаждаться своим отдыхом в комфорте и безопасности. Также следует отметить, что гостиница должна предоставлять не только комфортное проживание, но и уметь удивлять гостей, а именно давать им выбор разных гостиничных услуг.

Также в отеле существует большой выбор площадок для проведения мероприятий:

1. Площадка «Бохай» – новое мульти форматное пространство в стиле LOFT, вместимость до 300 человек.
2. Площадка «Виктория» – комфортный конференц-зал с холлом и оборудованием, вместимость до 120 человек.
3. Площадка «Флагман» – киноконцертный зал, предназначенный для крупных проектов, вместимостью до 300 человек.

4. Площадка «Муссон» – изолированный зал, идеален для проведения деловых мероприятий и встреч, вместимостью до 30 человек.

5. Площадка «Бриз» – помещение для событий среднего масштаба со своей спокойной атмосферой, вместимостью до 60 человек.

Мероприятия в отеле всегда отличаются друг от друга. Экватор празднует национальные праздники, такие как 8 марта, 23 февраля, Новый год, Масленица и т.п. Но несмотря на это можно встретить и тематические мероприятия, например «Розовая вече-ринка», в которой гости с удовольствием поучаствовали, на празднике было много интерактивов, живая музыка и конкурсы. Гости смогли не только поучаствовать в мероприятии, но и получить не забываемые впечатления.

Экватор активно поддерживает тему, связанную с экологией, и регулярно принимает участие в ежегодных субботниках города Владивостока. Что говорит о гостинице с экологичной политикой.

Портрет гостя в отеле Экватор, это бизнесмен возвратом от 30-45 лет, как и говорилось ранее, в отеле популярны мероприятия такие как конференции и бизнес встречи, что подходит отелю и его гостям.

В качестве предложения по привлечению аудитории в отель, можно предложить проводить бизнес-конференции или бизнес завтрак, в котором будут участвовать гости отеля. Для этого нужно будет провести анализ гостей данной категории, затем отобрать гостей по одной направленности и выбрать общую тему завтрака, на котором можно будет не только что-то узнать, но и поделиться своим опытом.

Проведение деловых мероприятий, таких как: бизнес завтрак, круглый стол, семинаров, конференций способствуют более интенсивному общению с коллегами или партнёрами, возможность установления и развития деловых связей, расширение потребительской целевой аудитории и рост продаж, улучшение имиджа компании, повышение лояльности со стороны партнеров, спонсоров и клиентов.

Для привлечения аудитории на бизнес-завтрак гостиница может использовать различные маркетинговые инструменты:

1. Акции и специальные предложения: разработать специальные пакеты услуг для деловых путешественников, которые включают в себя завтрак по специальной цене или дополнительные бонусы.

2. Реклама в онлайн-средах: создание рекламных баннеров на сайтах для бизнеса или отраслевых порталах, где активно находятся целевая аудитория.

3. Партнерство с компаниями и организациями.

4. Участие в корпоративных событиях.

5. Социальные сети. Активно используются социальные сети для продвижения своего предложения.

Создание уникального и качественного предложения бизнес-завтрака, а также правильная маркетинговая стратегия помогут привлечь целевую аудиторию и сделать гостиницу популярным местом для деловых встреч и проживания.

Программа бизнес-завтрака: приветствие и представление участников, бизнес-презентация компании с демонстрацией продуктов и услуг, обсуждение текущих трендов в отрасли, кейс-стади о успешных проектах и стратегиях, разработка плана действий и целей на будущее, возможность задать вопросы и получить консультацию у экспертов.

Что касается специального пакета услуг именно для бизнес-гостей, можно предложить данный пакет услуг, который будет включать себя:

1. Бесплатный высокоскоростной Wi-Fi в номере и общественных зонах отеля для удобной работы и проведения онлайн-конференций.

2. Круглосуточный доступ к бизнес-центру с копировальными и печатающими услугами.

3. Бесплатный завтрак в виде шведского стола с разнообразным выбором блюд для энергичного начала рабочего дня.

4. Трансфер и услуги такси для быстрого и комфортного перемещения по городу.

5. Возможность использования специальных переговорных комнат для проведения деловых встреч или конференций.

В заключение, организация деловых мероприятий в отеле – это отличный способ привлечения аудитории и создания благоприятного впечатления у гостей. Отели обладают всеми необходимыми ресурсами для проведения успешных мероприятий, начиная от современного оборудования и комфортабельных номеров, и заканчивая профессиональным обслуживанием персонала.

Благодаря удобному расположению и разнообразным услугам отеля, мероприятие будет привлекательным для участников, а также позволит создать более доверительные отношения с партнерами и клиентами. Кроме того, проведение мероприятий в отеле поможет сэкономить время и усилия на поиске подходящего места и организации мероприятия с нуля.

---

1. Морева С. Н. Система подготовки кадров как основа профессиональной компетентности специалистов сферы сервиса и туризма // Социально-экономические явления и процессы. Тамбов. 2011. № 12.

2. Иванова Е.В., Вдовенко М.В. Инноватизация гостиничного бизнеса: международный опыт и российская практика // Современные технологии: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 294 с.

3. Дегтярёва Т.В. [и др.] Инновационное развитие отраслей сферы услуг: монография: под общ. ред. доц. О.С. Мысовой: Ин-т сферы обслуж. и предпринимательства (филиал) фелер, тос бюдж. образоват. учреждения, высш. образования «Довской гос техн. ук-т» в 1. Шахты Рост. обл. ДГТУ в г.Шахты, 2018.- 171с.

4. Гусева О.В., Баканова Н.В. PR-мероприятия в сфере гостиничного // Успехи современного естествознания. – 2019. – № 8. – С. 103-104; Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д. Румянцев. – Санкт-Петербург.: Питер, 2017. – 320 с.

5. Шумович, А. Великолепные мероприятия. Технология и практика eventmanagement. – Москва: МИФ, 2017. – 320 с.

6. Каверина Е.А. Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика. – Санкт-Петербург, 2017, с. 7-16.

7. Близняк Р.З. Основные понятия событийного менеджмента в системе электоральных коммуникаций. // Теория и практика общественного развития. 2018. №4, с. 9.

8. VLADIVOSTOK Grand Hotel & SPA // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://vladivostokgrandhotel.ru/>

9. Арт-конгресс-отель «Экватор» // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://hotelequator.ru/>

10. Отель-казино «Tigre de Cristal» // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://tigredecrystal.ru/>

11. Отель «AZIMUT» // Текст: электронный // [сайт]. – URL: – <https://azimuthotels.com/ru/vladivostok/azimut-hotel-vladivostok>

# Секция. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ЦИВИЛИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ СОВРЕМЕННОГО МИРА

УДК 659.1.012.12

## ПРОМОРОЛИКИ КАК ЖАНР ВИДЕО-КОНТЕНТА

**Е.А. Хламенок**, бакалавр

**Т.В. Телицына**, канд. филол. наук, доцент, преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В данном исследовании рассматривается развитие проморолика как популярного жанра видео-контента и анализируются методы и приёмы его создания.

**Ключевые слова:** проморолик, видеопродукция, рекламный продукт, методы создания, приёмы создания, жанр видео-контента.

## PROMOTIONAL VIDEOS AS A GENRE OF VIDEO CONTENT

**Abstract.** This study examines evolution of the promotional video as a popular genre of video content and analyses the methods and techniques used to create it.

**Keywords:** promo video, video production, promotional product, creation methods, creation techniques, genre of video content.

В современном мире диапазон форм, в которых существует визуальная информация, огромен, и еще не все виды видеопродукции изучены до конца. Появилось множество новых видеоформатов в рекламной сфере. Наиболее популярен в современной рекламе – проморолик. Этот видеопроduct довольно распространен на рынке, так как эффективно выполняет основную задачу рекламы – «создать у потребителей благоприятное впечатление о продукте и “сосредоточить их мысли” на совершении покупки» [7, с.15].

В данной работе мы провели исследование того, какие техники использует проморолик в своём видео и аудиоряде, чтобы эффективно воздействовать на чувства и эмоции зрителей.

Цель – анализ проморолика с точки зрения самостоятельного жанра видео-контента, который имеет свои методы и приёмы воздействия на зрителя.

Задачи:

- выявление функций проморолика в сопоставлении с другими рекламными жанрами;
- определение роли видеоряда и аудиоряда в структуре проморолика;
- изучение приёмов воздействия рекламных промороликов с точки зрения передачи смысла и получения желаемого эффекта.

Объект исследования – видеопродукция на современном рекламном рынке.

Предмет исследования – проморолик, как жанр видеопродукции.

Материалом для исследования послужили проморолики из различных медиасфер по различным тематикам: проморолик Федерации фехтования России [3], проморолик сериала «Пищевблок» [9], проморолик «Телевизор с Алисой или Яндекс Станция? Всё сразу» [10], серия промороликов «Russia 2018 Magazine: My city» [13], проморолик «МТС|Мастер и Маргарита «Мистическая квартира» [4], проморолик компании «Supremo» [8], проморолик «Ирония судьбы, или С новым котом!» [2] и проморолик от группы «АльфаСтрахование» по мотивам фильма «Гостя из будущего» [6].

Методологическую основу составили научные и публицистические материалы о становлении и развитии проморолика.

Развитие рыночной экономики в России за последние 30 лет задействовало все способы конкурентного сосуществования, распространенные в странах с таким типом экономики. Кроме того, в связи с развитием информационных технологий в российском сознании и обиходе появилось много иностранных слов. Поэтому в большинстве словарей русского языка слово «проморолик» не встречается. Справочник «Новые слова и значения» даёт проморолику тоже определение, что и промоушн-ролику – «рекламный ролик, выпускаемый в качестве промоутерской акции» [5, с. 420].

В настоящее время специалисты, занимающиеся созданием промороликов, дают им такое определение: «Проморолик – это видеоролик, цель которого – продать продукт. Он используется для того, чтобы донести преимущества товара, сервиса или услуги перед конкурентами или показать нужность продукта потребителю» [12].

Основная функция проморолика – заинтересовать зрителя, вызвать эмоциональный отклик и желание купить продукт (услугу). Для достижения этих целей проморолик основывается на следующих принципах:

1. Захватывающие начало.
2. Эмоциональный подход.
3. Краткость и ясность.
4. Один яркий акцент.
5. Вызов к действию.

Проморолик по сравнению с другими видами рекламы имеет ряд преимуществ:

– возможность наглядно продемонстрировать особенности продукта(услуги) во всех подробностях;

– продолжительность больше, чем у обычной рекламы (1–3 минуты);

– охват широкой зрительской аудитории.

Проморолики приобрели большую популярность благодаря своей эффективности. Они используются не только в рекламных целях, но и для развлекательного и информационного контента.

Выделяют несколько видов промороликов:

1. По технологиям изготовления:

– композитный ролик – создан с использованием технологий послойного монтажа или 2D графики.

– графический ролик – созданный с использованием анимации или 3D графики.

2. По цели раскрытия рекламируемого продукта выделяют:

– продуктовый ролик – рассказывает о всех особенностях, свойствах и преимуществах товара (услуги), помогает покупателю определиться с выбором.

– проморолик-инструкция – в пошаговой инструкции раскрывает все преимущества товара (услуги), показывает удобство его использования.

– имиджевый ролик – в основном используется компаниями для того, чтобы заявить о себе и повысить свою репутацию.

Также можно отметить такой вид проморолика как компилированный ролик, который объединяет в себе все предыдущие виды.

В основе создания проморолика лежат три основных принципа:

1. Оптимальная продолжительность проморолика – не должна превышать 3 минут, чтобы потенциальный клиент досмотрел рекламное видео до конца.

2. Динамичность проморолика – частота смены планов основана на клиповом сознании зрителя. Когда счет идет на секунды важно обращаться к подсознательному – к эмоциям. Удивление, любопытство и даже страх – это всё помогает захватить внимание зрителя в первые 5 секунд.

3. Качественный звук проморолика – хорошо подобранная музыка, шумовое оформление и приятный голос за кадром улучшают восприятие подаваемой информации.

Поскольку основная задача проморолика – заинтересовать зрителя, вызвать у него эмоциональный отклик и желание воспользоваться рекламируемым продуктом (услугой), достижение этой цели осуществляется при помощи различных техник.

Для удачного проморолика важно придумать креативную идею, помнить о целевой аудитории, для которой он создаётся, определить социальное положение и культурный уровень потенциального зрителя, знать его вкусы и интересы. Необходимо внедриться в сознание зрителя, «узнать, сколько ему лет, где он живет, о чем мечтает, чего боится, какая мысль не дает ему уснуть по ночам, и какая первой приходит в голову утром!» [11].

Качественно созданный проморолик воздействует на психические структуры человека, как на сознательном, так и на подсознательном уровне, используя различные методы. В статье мы разберём самые популярные из них, а также приведём в качестве примера несколько промороликов, в которых было замечено использование данных методов.

Метод утвердительных высказываний – использование утверждений, которые подаются зрителю в качестве очевидного факта и не требуют никаких доказательств. Этот метод довольно часто используется в промороликах разных строительных организаций, а также в роликах, которые связаны со спортивной тематикой. Например, в тексте проморолика, который рекламирует Федера-

цию фехтования России, использовано множество утвердительных высказываний: «Ты решаешь все сам. Ты решаешь, где твой предел. Ты решаешь, насколько ты силён» [3], что в сочетании с динамичным монтажом и музыкой передаёт спортивный дух фехтовальщиков, заражает зрителей мотивацией попробовать свои силы в данном виде спорта.

Выборочный подбор информации – подбор и использование только фактов, представляющих товар (услугу) проморолика в выгодном ключе. В последнее время довольно часто этот метод применяется в промороликах, приуроченных к выходу фильма или сериала. К примеру, в проморолике сериала «Пищеблок» актёры делятся своими впечатлениями после съёмок: «Пластический грим, прекрасная игра актёров – это даёт ощущение реальности» [9], и говорят о получившемся продукте исключительно в положительном ключе.

Метод решения проблем – делается акцент на том, что только рекламируемый товар (услуга) может устранить возникшую проблему. Довольно популярен в тех промороликах, которые рекламируют технологические новшества. В проморолике «Телевизор с Алисой или Яндекс Станция? Всё сразу» [10] сотрудники компании в весёлой форме рассказывают о том, как они «вдохновлялись реальными жизненными ситуациями людей». Ставится акцент на том, как легко беспроводная Яндекс Станция может решить раздражающие мелкие бытовые проблемы.

Использование авторитетов – привлечение известных личностей: актёров, политиков, спортсменов, блогеров, имеющих положительный образ авторитетного лица. Участие в видео известного человека повышает доверие зрителя. Довольно популярно делать целые серии промороликов с участием известных личностей, приуроченных к какому-либо важному событию. В 2018 году, когда в России проходил чемпионат мира по футболу, международная футбольная организация ФИФА выпустила серию видеороликов «Russia 2018 Magazine: My city» про российские города, где известные люди, рассказывали о достоинствах и достопримечательностях своего города. К примеру, в проморолике про Калининград участвует известная российская спортсменка Наталья Ищенко [13].

Метод музыкального воздействия – использования качественного звука, музыки и шумового оформления широко применяется в промороликах. Довольно часто встречаются проморолики, где актёры не проговаривают ни слова и слышно только музыкальное сопровождение. Популярен в промороликах автомобилей, офисов и университетов, так как там важно показать красивый визуал и музыкой поместить зрителя в нужную атмосферу. Также этот метод может использоваться в промороликах, которые связаны с путешествиями или отдыхом. В проморолике «МТС|Мастер и Маргарита|Мистическая квартира» [4] от оператора МТС, приуроченного к конкурсу на проживание в мистической квартире по мотивам фильма «Мастер и Маргарита» звучит только лёгкая музыка, которая придаёт необходимую мистику происходящему на экране.

Чтобы подтолкнуть аудиторию к нужному действию, современные сценаристы и режиссёры в качестве «спусковых крючков», вызывающих посредством вербального воздействия нужные реакции, широко используют различные приёмы. Разберём основные из них.

**Закадровый голос.** Выбор дикторского голоса напрямую взаимосвязан с аудиторией, на которую нацелен проморолик. Мужской голос чаще всего используется в имиджевых роликах строительных и офисных компаний; в промороликах, рекламирующих автомобили и технические новинки. Женский голос используется в продуктовых роликах, связанных с домашним бытом, с уходом за собой и за семьёй. Также может использоваться в имиджевых промороликах, где главой предприятия является женщина, или где предприятие предоставляет услуги в основном женщинам. Детский голос в промороликах может использоваться в анимационных промороликах, рекламирующих игрушки, детское питание или места развлечений для детей.

**Динамичный монтаж.** Множество промороликов имеют бодрый темп повествования, быструю смену кадров, переключение внимание зрителей от одной детали к другой. Всё это делается с целью создать определённое настроение видеоряда и сообщить зрителю как можно больше информации о продукте. Встречаются проморолики, в которых и вовсе не используются видеофайлы. В основном такие проморолики наполнены инфографикой, фотографиями и различными надписями, которые, благодаря «магии монтажа», двигаются и заинтересовывают зрителей. Таков проморолик компании «Surgeto» [8], где монтаж играет свою первостепенную роль.

**Использование анимации.** Данный приём позволяет рассказать совершенно сказочные, выдуманные истории, которые рекламируют не только детский, но и любой другой товар. Анимация имеет больше возможностей в работе с цветом и светом, поэтому авторы промороликов всё чаще стали прибегать к ней для продвижения своей продукции. Это привело к появлению нового формата – анимационных промороликов. «Анимационные проморолики – это небольшие рекламные ви-



део (120–180 секунд), созданные с помощью анимационных технологий» [1]. Проморолики с использованием анимации обычно представлены в двух видах: чисто анимационные (к примеру, проморолик «Ирония судьбы, или С новым котом!» [2] представляющий новых Digital-амбассадоров Сбербанка – Сберкота и Кусю), и гибридные, в которых сочетаются живые съемки и использование компьютерной графики (к примеру, ролик от группы «Альфастрахование» по мотивам фильма «Гостя из будущего») [6].

В данной работе проанализированы наиболее часто используемые методы и приёмы, которые сейчас можно встретить в промороликах. Также выявлена взаимосвязь тематики промороликов с выбором определённого метода, который эффективнее всего воздействует на зрителя в данном случае.

Проведенный в работе анализ промороликов показал, что создатели промороликов, стараясь всячески удовлетворить увеличивающиеся требования зрителей (потенциальных клиентов) и рекламодателей, используют различные методы и приемы, придумывают новые «фишки» и снимают иногда поистине увлекательные произведения, уже далекие от простой рекламы.

Таким образом проморолики, являясь одной из разновидностей рекламы, превратились в довольно таки самостоятельный жанр и прочно заняли своё место на рынке видео-контента.

---

1. Губанова Г.И., Мигаль Ю.А. Тренд яркости в анимационных промо роликах // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2021): Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. – Москва: Изд-во Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2021. – С. 195-199.

2. Ирония судьбы, или С новым котом! – реклама Сбербанка. – Проморолик. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dkt2Gu4tIqw>.

3. Лучший проморолик о фехтовании от Федерации фехтования России. – Проморолик. – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=NvIa\\_0pwHJ8](https://www.youtube.com/watch?v=NvIa_0pwHJ8).

4. МТС. Мастер и Маргарита. Мистическая квартира. – Проморолик. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=p1r9tZJ0nU8>.

5. Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века / под ред. Т.Н. Буцевой, Е.А. Левашова. – Санкт-Петербург.: Дмитрий Буланин, 2014. Т.3. – 420 с.

6. Реклама Альфастрахование 2023. Актриса Александра Бабаскина. – Проморолик. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=me6VfRFlyrk>.

7. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – Санкт-Петербург: Питер, 2000. – 15 с.

8. Самый скоростной промо-ролик о компании Supremo (Супрэмо). – Проморолик. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ngwVzBDpEUA>.

9. Сериал «Пищевые» / Проморолик. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hQlgFqfla4o>.

10. Телевизор с Алисой или Яндекс Станция? Всё сразу. – Проморолик. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LOrkCqsEo48>.

11. Шамин А. Как удержать внимание зрителя до конца. – Текст: электронный // ВидеоЗаяц: агентство видеопроизводства. – 2022. – 1 февраля. – URL: <https://videozayac.ru/blog/kak-sdelat-reklamnoe-video/>.

12. Prism Design — студия анимации и моушн-дизайна: – Текст: электронный. – URL: [https://prismdesign.ru/portfolio/promo/about\\_promo/](https://prismdesign.ru/portfolio/promo/about_promo/).

13. Russia 2018 Magazine: 'My Kaliningrad'. – Проморолик. – URL: <https://youtu.be/1YcEhcqgZk?si=TNOwfpneyTorn2iY>.

## Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОБЩЕСТВА, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

УДК 338.27

### ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.Е. Будников, специалист

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

***Аннотация.** Экономическая безопасность предприятия – это важный аспект успешной деятельности бизнеса. Она зависит от множества внутренних и внешних факторов, которые оказывают влияние на его финансовое положение, стабильность и конкурентоспособность. В данной статье мы рассмотрим как внутренние, так и внешние факторы, которые оказывают немаловажную значимость для предприятия.*

***Ключевые слова:** факторы, влияние, экономическая безопасность, внутренние, внешние.*

### INTERNAL AND EXTERNAL FACTORS AFFECTING THE ECONOMIC SECURITY OF A BUSINESS

***Abstract.** Economic security of a business is an essential aspect of successful business operations. It is influenced by numerous internal and external factors that impact its financial position, stability, and competitiveness. In this article, we will examine both internal and external factors that play a significant role for a business.*

***Keywords:** factors, influence, economic security, internal, external.*

Экономическая безопасность предприятия является ключевым аспектом его устойчивого развития и стабильной работы на рынке. Она обеспечивает защиту от угроз, которые могут привести к потере конкурентоспособности, финансовым потерям или даже банкротству. В современном мире, где бизнес среда постоянно меняется и становится всё более сложной, вопрос обеспечения экономической безопасности предприятия становится актуальным для многих организаций. Понимание как внутренних, так и внешних факторов, оказывающих влияние на эту безопасность, имеет ключевое значение для развития и успешного функционирования предприятий. Целью статьи является предоставление различного спектра внутренних и внешних факторов, определяющих экономическую устойчивость и безопасность предприятия. Задачи, которые следует разобрать в ходе статьи: провести обзор внутренних факторов, включая финансовые, операционные, кадровые, технологические аспекты, которые оказывают влияние на экономическую безопасность предприятия; провести анализ внешних факторов, таких как политические, экономические, социальные, технологические и юридические изменения, влияющих на предприятие.

**Внутренние факторы.** Внутренние риски предприятия связаны с его внутренней средой и функционированием. Это могут быть финансовые, операционные, кадровые, или технологические проблемы. Проведение систематического анализа внутренних рисков помогает идентифицировать уязвимые места в работе компании и разрабатывать меры по их устранению. Внутренние факторы, оказывающие влияние на экономическую безопасность предприятия, являются неотъемлемой частью его функционирования и развития. Эти факторы возникают непосредственно внутри организации и могут быть как источником силы, так и причиной уязвимости. В данной статье я выделил и разобрал четыре внутренних фактора, которые, на мой взгляд, несут экономическую значимость для предприятия. Рассмотрим некоторые из них:

1 Управление и организационная структура: эффективное руководство, четкая организационная структура и система управления рисками являются основой для поддержания экономической безопасности. Недостатки в управлении могут привести к неправильным стратегическим решениям, неэффективному использованию ресурсов и, как следствие, к утрате конкурентных преимуществ.

2 Финансовое состояние: финансовая устойчивость предприятия, его платежеспособность и ликвидность, а также состояние активов и пассивов являются важными показателями экономической безопасности. Недостаточная финансовая прозрачность, нерациональное распределение капитала или высокая задолженность могут стать причиной финансовых проблем.

3 Производственные мощности и технологический уровень: состояние и эффективность использования производственных мощностей, а также уровень технологического развития предприятия влияют на его способность выпускать конкурентоспособную продукцию. Отсталость технологий и оборудования может привести к снижению качества продукции и потере рынков сбыта.

4 Кадровый потенциал: наличие квалифицированного персонала, его мотивация и лояльность к компании являются неотъемлемой частью экономической безопасности. Недостаток специалистов, высокая текучесть кадров или низкий уровень подготовки сотрудников могут снизить эффективность работы предприятия.

На основе рисунка 1 можно заметить процентную значимость внутренних экономических факторов.

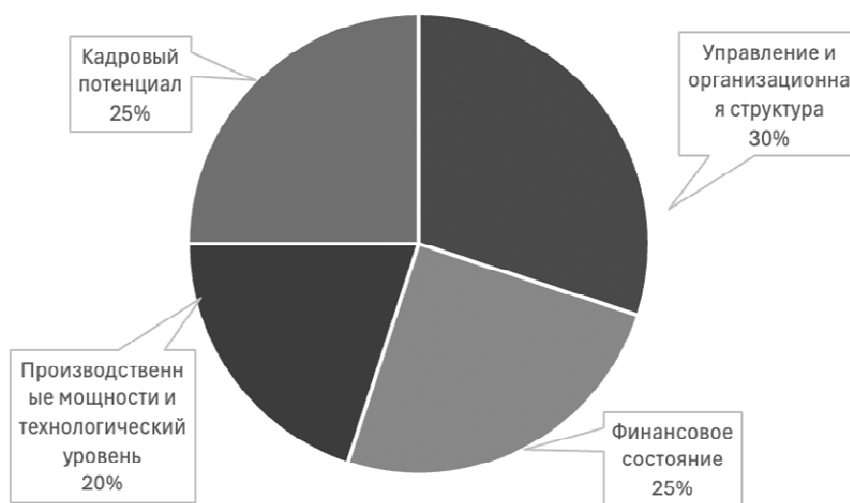


Рис. 2. Внутренние факторы экономической безопасности

**Внешние факторы.** Внешние риски, в свою очередь, связаны с воздействием внешних факторов на деятельность предприятия. Это могут быть изменения в законодательстве, экономическая нестабильность, конкуренция на рынке и другие внешние обстоятельства. Понимание и анализ данных рисков позволяют разрабатывать меры адаптации к изменяющимся условиям и уменьшать потенциальные негативные последствия.

1. Политическая обстановка: изменения в политической сфере, такие как смена правительства, изменение законодательства или международные санкции, могут оказывать значительное влияние на экономическую безопасность предприятия. Нестабильность политической ситуации может привести к непредсказуемости в деятельности бизнеса.

2. Экономическая среда: экономические кризисы, инфляция, изменение курсов валют и процентных ставок, а также колебания спроса и предложения на рынках сырья и готовой продукции могут серьезно повлиять на экономическую безопасность предприятия.

3. Конкуренция: наличие сильных конкурентов, их стратегии и действия на рынке, а также вхождение новых игроков в отрасль могут стать угрозой для экономической безопасности предприятия. Неспособность противостоять конкуренции может привести к потере рынков и клиентской базы.

4. Технологические изменения: быстрое развитие технологий может стать как возможностью для роста, так и угрозой для экономической безопасности. Если предприятие не успевает адаптироваться к новым технологиям, оно рискует утратить свои позиции на рынке.

5. Социальные и культурные факторы: изменения в потребительских предпочтениях, социальных ценностях и культурных традициях также могут влиять на экономическую безопасность предприятия. Неспособность учесть эти факторы может привести к неправильному позиционированию продукции и потере прибыли.

6. Экологические требования: всё более жесткие экологические нормы и требования к предприятиям могут стать серьезным вызовом для экономической безопасности. Несоответствие экологическим стандартам может привести к штрафам, ограничениям в деятельности и даже к закрытию производства.

На основе рисунка 2 можно заметить процентную значимость внешних экономических факторов.

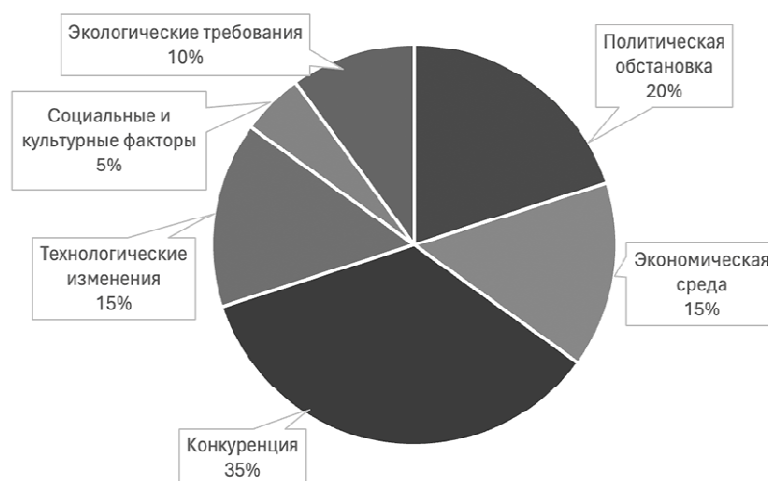


Рис. 3 Внешние факторы экономической безопасности

Все данные, указанные в процентном эквиваленте, являются приблизительными и могут варьироваться в зависимости от конкретных условий и отрасли, в которой находится предприятие.

Успешное функционирование и развитие организации зависит от комплексного управления разнообразными воздействиями, как из внутренней, так и из внешней среды.

Внутренние факторы, такие как финансовое состояние, управленческие решения, качество персонала, корпоративная культура и производственные процессы, оказывают прямое влияние на экономическую безопасность предприятия. Эффективное управление этими аспектами помогает улучшить внутренние процессы, оптимизировать затраты, повысить производительность и добиться конкурентных преимуществ.

Таким образом, для обеспечения экономической безопасности предприятия необходимо учитывать и эффективно управлять как внутренними, так и внешними факторами, стремясь к созданию устойчивой и процветающей организации в современных условиях переменной бизнес-среды.

1. Бадаева О.Н. Оценка финансовой безопасности малых и средних предприятий // Российское предпринимательство. – 2018. – №4 (236). – С. 71–83.

2. Бердникова Л.Ф., Альдебенева С.П. Финансовый анализ: понятие и основные // Молодой ученый. – 2020. – № 1. – С. 330–338.

3. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия. – 2-е изд. – Киев: Эльга, 2020. – 776 с.

4. Бабурина, О.Н. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 316 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/496679> (дата обращения 20.04.2023)

5. Валько Д.В. Экономическая безопасность: учебное пособие для вузов. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 150 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/495389> (дата обращения 20.04.2024)

6. Гладковская Е.Н. Финансы: учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 320 с.

7. Гаврилина Н.И. Финансовый анализ в системе управления аптечной организацией // Современные проблемы науки и образования. – 2020. – №6. – С. 740

8. Дзензелюк Н.С., Камалова А.С., Заренкова А.С. Экономический анализ деятельности предприятия: учебное пособие. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 165 с.

9. Ендовицкий, Д.А. Экономическая безопасность предприятий: учеб.пособие / под ред. проф. Д.А. Ендовицкого. – Москва: Экономика, 2020. – 287 с.

## ИССЛЕДОВАНИЕ МОЛОДЕЖНЫХ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУР

Е.Е. Галева, бакалавр

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** Исследование посвящено анализу молодежных интернет-субкультур с использованием современных методов социологического исследования. В работе рассматривается распространенность понятия «интернет-субкультуры», а также особенности этого понятия. Результаты данного исследования могут помочь лучше понять особенности поведения и коммуникации современной молодежи в онлайн-пространстве.

**Ключевые слова:** Интернет, субкультуры, интернет-субкультуры, социологическое исследование, молодежь.

## RESEARCH OF YOUTH INTERNET SUBCULTURES

**Abstract.** The research is devoted to the analysis of youth Internet subcultures using modern methods of sociological research. The paper examines the prevalence of the concept of «Internet subculture», as well as the features of this concept. The results of this study can help to better understand the peculiarities of behavior and communication of modern youth in the online space.

**Keywords:** Internet, subcultures, Internet subcultures, sociological study, young people.

Исследование молодежных интернет-субкультур достаточно актуально в настоящее время, так как интернет-пространство очень динамично и в нем очень часто образуются новые социальные группы. Это требует регулярного изучения субкультур в интернете для понимания того, что интересует современную молодежь. Авторы, которые изучали интернет-субкультуры, пишут по этой теме достаточно узконаправленные исследования, часть из которых, уже потеряла свою актуальность. Некоторые работы освещают конкретную интернет-субкультуру, что делает исследование недостаточно полным или рассматривает влияние интернета на молодежные субкультуры.

Так, в статье Ю.В. Костинова и М.С. Толкунова ««Падонки» как феномен интернет-субкультуры России начала 2000-х» рассматривается одна из форм молодежной Интернет-субкультуры – «падонки»; дается общая характеристика движению, анализируются этапы его развития; подробно изучаются основы мировоззрения и ценностей. Данная статья рассматривает интернет-субкультуру начала 2000-х, поэтому в какой-то степени она теряет свою актуальность, так как субкультура «падонков» уже не распространена в современном интернет-пространстве.

Также, В.С. Кондрашов писал о популяризации косплея как интернет-субкультуры в России. Он рассказывал о том, как в Японии эта субкультура зародилась и перешла в интернет-субкультуру с появлением интернета и социальных сетей в особенности Тик Тока. В статье Кондрашова рассматривается отдельная субкультура и её история в целом.

Кроме этого, понятие «интернет-субкультура» рассматривается в статье «Культура анорексии как молодежная аутодеструктивная интернет-субкультура» А.Р. Боярской, как новое явление и говорит об интернет-сообществах, пропагандирующие анорексию как образ жизни. Здесь в основном рассматривается деструктивность сообществ, пропагандирующих анорексию.

Также, статья В. И. Красикова «Гендерная ненависть в рунете: маскулисты и радфемки» несет в себе актуальность с точки зрения распространения радикальных идей в Интернете и рассматривает приверженцев таких политических движений как маскулизм и феминизм, что не стоит путать с интернет-субкультурами.

Статьи Н.В. Афанасовой «Кто такие фикрайтеры? (о сленге интернет-субкультуры фанфикш(э)н)», Е.В. Каллистратидис «Лексические инновации с общим значением «текст» в речевых практиках русскоязычной интернет-субкультуры fan fiction» говорят о фанфикшн (любительское сочинение по мотивам популярных оригинальных литературных произведений, произведений киноискусства, комиксов, а также компьютерных игр и т.д.) как об отдельной субкультуре, но в данный момент из-за распространения интернет-субкультуры фандомов, написание фанфиков/историй в рамках субкультуры фанфикшн можно смело отнести к фандомам.

Наиболее актуальной статьёй на данную тему является статья Е.А. Глебова, И.В. Бганцева, И.А. Тисленкова, В.В. Тихаева «Интернетизация современной молодежной субкультуры». Кроме того, что в ней рассматривается влияние интернета на субкультуры, в ней были выявлены характеристики молодежной субкультуры на современном этапе развития общества. При этом в статье нет информации о конкретных интернет-субкультурах, что отличает её от ранее перечисленных статей.

Исходя из вышеперечисленного, проблемой является поддержание актуальности данных, учитывая быстрое обновление контента в интернете и появление новых трендов.

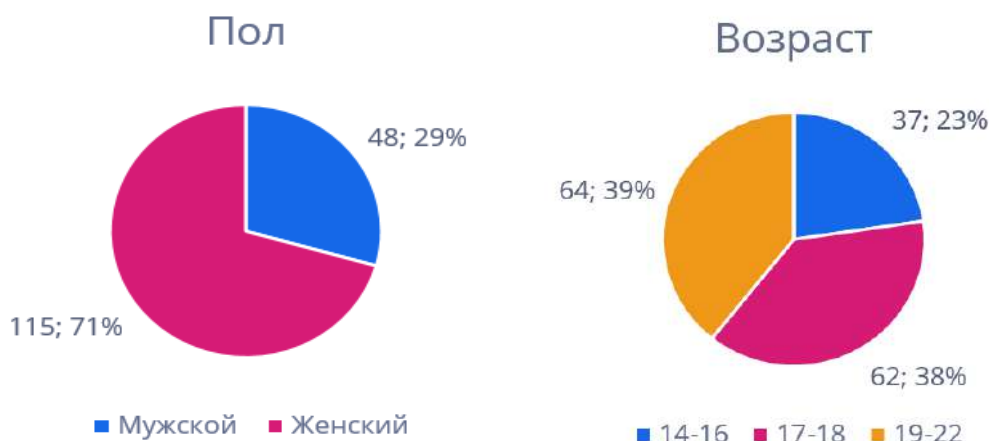
Следовательно, целью исследования является анализ текущих тенденций и особенностей интернет-субкультур для понимания их влияния на молодежную аудиторию.

После изучения различных исследований и теорий о молодежных интернет-субкультурах было проведено онлайн-анкетирование через Google Form, в котором приняли участие 163 человека в возрасте от 14 до 22 лет. Для выборки было важно включить членов интернет-субкультур, чтобы иметь представление о различных группах и их особенностях.

Далее была проведена обработка собранных данных, их структурирование и классификация, чтобы определить актуальные интернет-субкультуры и представление результатов исследования в виде тезисов.

Результаты анкетирования показали, что более 70% опрошенных имеют представление о том, что такое интернет-субкультуры, причем у женщин этот процент немного ниже, чем у мужчин. Следовательно, степень знаний в области интернет-субкультур не зависит от гендерной принадлежности.

Отмечается, что у лиц старше 16 лет процент знания о интернет-субкультурах существенно выше, достигая пиковых значений среди возрастной категории 17–18 лет (77%). Этот результат, вероятно, объясняется тем, что лица старше 16 лет застали момент создания популярных социальных сетей, таких как TikTok, который сыграл значительную роль в распространении интернет-субкультур.



Наиболее широко известны и популярны среди молодежи музыкальные субкультуры (94%), геймеры (93%) и фаномы (88%). Это свидетельствует о значительной актуальности и распространённости данных субкультур в современном интернет-пространстве, поскольку они уже продолжительное время являются актуальными (например, музыкальные субкультуры находились на своем пике популярности в 2007 году в период эмо-рока).

Ролевики (70%) также пользуются значительной узнаваемостью среди опрошенных, что указывает на существование интереса к ролевым играм в интернет-пространстве. Субкультура альт (дрейн) (52%) также обладает уровнем узнаваемости, хотя он немного ниже по сравнению с остальными направлениями, что может быть обусловлено наличием у этой субкультуры узкой целевой аудитории.

Наиболее значимым фактором, привлекающим молодежь в интернет-субкультуры, является возможность общения и нахождения единомышленников (90%). Это связано с потребностью в поиске сообщества, где можно обсуждать общие интересы и идеи. Возможность самовыражения и идентификации (76%) также выступает важным моментом, позволяющим молодежи выражать себя и находить свое место в обществе через участие в определенной субкультуре.

Кроме этого, желание следить за трендами (46 %) и интересное и увлекательное содержание (48 %) также имеют свое значение для молодежи, хотя не являются ключевым аспектом, определяющим их участие в интернет-субкультурах.

Если говорить о факторах отталкивающих молодежь от участия в интернет-субкультурах, то наиболее существенным фактором является реакция общества на основе стереотипов и предрассудков о субкультурах (69 %), так как отрицательное отношение со стороны окружающих может стать препятствием для привлечения новых участников.

Потенциальные негативные воздействия на психическое или физическое здоровье (53 %), как и неизвестность и непонимание целей и ценностей интернет-субкультур также влияют на привлекательность интернет-субкультур (52 %).

Также, возможность подвергнуться манипуляциям, преследованиям со стороны членов субкультур (44 %) и потеря конфиденциальности или нарушение личных границ (46 %) тоже могут удерживать молодежь от участия в данных субкультурах.

Потребность в общении (72 %) и выражении собственной индивидуальности (70 %) выступают в качестве двух главных мотивов для участия молодежи в интернет-субкультурах. Эти факторы указывают на желание находить сообщество, где можно выражать свои идеи, мнения, чувства, а также поддерживать социальные связи. Подобным образом, поиск поддержки (60 %) также играет важную роль в становлении интернет-субкультур среди молодежи. Возможность обратиться за помощью, советом, поддержкой к единомышленникам привлекает внимание участников к подобным сообществам.

Возможность показать свои способности (55 %) также оказывает влияние на притяжение молодежи к интернет-субкультурам. Желание развиваться, демонстрировать свои навыки, творческие способности или таланты находит отклик в данных сообществах.

Основным отличием интернет-субкультур от традиционных является воздействие интернета (72 %), что подчеркивает значительное значение онлайн-пространства в данной области. Глобальный характер сети (60 %) также характеризует интернет-субкультуры и дает возможность проникновения через географические и культурные границы, что способствует созданию уникальных международных сообществ.

Также, анонимность (43 %), как фактор отличающий интернет-субкультуры, способствует более свободному и открытому обмену идеями, что является ключевым фактором для развития интернет-субкультур.

Креативность и самовыражение (76 %) – основные ценности, объединяющих многие интернет-субкультуры. Участники подобных сообществ ценят возможность выражать свою уникальность, творчески подходить к созданию контента и идентифицировать себя через разнообразные формы самовыражения, такие как искусство, музыка, литература и другие виды творчества.

Участники таких сообществ стремятся найти единомышленников, с которыми им комфортно общаться, делиться идеями и увлечениями, соответственно чувство принадлежности и солидарности (59 %) также является важным аспектом интернет-субкультур. Оно помогает людям чувствовать себя частью чего-то большего и находить поддержку и понимание у своих единомышленников.

Толерантность и уважение (31 %) также играют важную роль в интернет-субкультурах. Виртуальное пространство часто предлагает уникальную возможность для разнообразия и инклюзивности, где участники могут выражать свои убеждения, не опасаясь осуждения, а также уважать мнения и предпочтения других участников сообщества.

Если рассматривать принадлежность респондентов к интернет-субкультурам, то почти половина опрошенных выразили принадлежность к интернет-субкультурам (43 %), что свидетельствует о значительной популярности и важности такого явления среди молодежи.

Большинство участников интернет-субкультур принадлежат к ним более двух лет (74 %). Это указывает на тот факт, что интерес к таким субкультурам сохраняется на протяжении длительного времени и имеет стабильный характер.

Отмечено, что небольшая часть респондентов принадлежат интернет-субкультурам менее 6 месяцев (10 %). Это может свидетельствовать о наличии обновления аудитории в субкультурах и динамике ее изменений.

Рассматривая критерии выбора интернет-субкультур, большая часть респондентов указали общие интересы (88 %) основным критерием. Это свидетельствует о значительной роли совпадения интересов в формировании сообщества в онлайн-пространстве и поддержании его активности.

Также часть участников опроса отметили стиль общения (36 %) и внешний вид и стиль одежды (36 %) как важные факторы при выборе интернет-субкультуры. Это указывает на то, что эстетиче-

ские и социокультурные аспекты также имеют значение для формирования привлекательности и принадлежности к определенной субкультуре.

Почти половина респондентов ответили, что у них возникали проблемы или недопонимания с окружающими из-за принадлежности к интернет-субкультуре (42 %). При этом процент участников опроса, утверждающих, что у них не возникали проблемы (44 %), является почти равным. Это может указывать на то, что возможные недопонимания зависят не из-за принадлежности к интернет-субкультурам в целом, а возможно из-за личных качеств человека.

Данные данного исследования наглядно продемонстрировали тот факт, что необходимо изучать обозначенную проблему молодежных интернет-субкультур в современном цифровом обществе. Анализ данных субкультур позволяет лучше понять влияние интернета на молодежь, ее ценности и образ жизни. Полученные результаты показывают разнообразие интернет-субкультур, их влияние на формирование идентичности молодежи, а также возможности для дальнейших исследований в этой области. Изучение интернет-субкультур является важным элементом понимания новых форм коммуникации и социализации, а также способом выявления трендов и изменений в цифровом пространстве.

---

1. Костикова Ю.В., Толкунова М.С. «Падонки» как феномен интернет-субкультуры России начала 2000-х // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – № 1. – С. 11-14.

2. Кондрашова В.С. Популяризация cosplay как интернет-субкультуры в России // Молодежь в условиях цифровизации общества: международный, национальный и региональный аспекты: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Кемерово, 26–27 ноября 2020 года / под общей редакцией Е.В. Матвеевой, А.А. Митина. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. – С. 17-19.

3. Боярская А.Р. Культура анорексии как молодёжная аутодеструктивная интернет субкультура // Культура. Духовность. Общество. – 2014. – № 14. – С. 147-154.

4. Красиков В.И. Гендерная ненависть в Рунете: маскулисты и радфемки // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. – 2020. – Т. 4, № 3(15). – С. 235-244.

5. Афанасова Н.В. Кто такие фикрайтеры? (О сленге интернет-субкультуры фанфикш(э)н) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 12-3(42). – С. 22-25.

6. Каллистратидис Е.В. Лексические инновации с общим значением «текст» в речевых практиках русскоязычной интернет-субкультуры Fan fiction // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10(28). – С. 81-84.

7. Глебова Е.А., Бганцева И.В., Тисленкова И.А., Тихаева В.В. Интернетизация современной молодежной субкультуры // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2020. – № 3(47). – С. 24-37.

УДК 347.611

## О СПОРНОМ ЗАПРЕТЕ В ИНСТИТУТЕ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ РЕПРОДУКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

П.В. Иванова, аспирант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Рассмотрена новелла законодательства о репродуктивных технологиях, сделано предположение о ее влиянии на рождаемость. Объект исследования – условия реализации права на применение вспомогательных репродуктивных технологий. Предмет – семейно-правовые ситуации суррогатного материнства. Методология – социологический и позитивистский методы. Значимость исследования: предложена дифференциация запрета использования при создании эмбриона привлеченных ооцитов для отдельных категорий пациентов.

**Ключевые слова:** репродуктивные технологии, суррогатное материнство, эмбрион, потенциальные родители, генетическая мать, генетический отец, привлеченные ооциты.



## ABOUT THE CONTROVERSIAL PROHIBITION IN THE INSTITUTE OF ASSISTED REPRODUCTIVE TECHNOLOGIES

***Abstract.** In this article was considered a law novel of the reproductive technologies, and there was made an assumption about its impact on fertility. The object of the study is the conditions for the realization of the right to use assisted reproductive technologies. The subject of the study is the family law situations of surrogacy. Methodology of the study are sociological and positivist methods. Significance of the study is a proposal of a differentiation of the prohibition of the use of attracted oocytes in the creation of an embryo for certain categories of patients.*

***Keywords** reproductive technologies, surrogacy, embryo, potential parents, genetic mother, genetic father, attracted oocytes.*

Охрана материнства и детства, конституционно декларированная в России, должна начинаться не с момента рождения ребенка, а с момента построения для граждан, планирующих детей, необходимых правовых гарантий, позволяющих обеспечить интересы будущих родителей. Сказанное в полной мере относится к гарантиям, необходимым для обеспечения интересов потенциальных родителей в отношении суррогатного материнства. Между тем, новеллы законодательства об охране здоровья граждан конца 2022 года хотя и носят в области репродуктивных технологий ясно выраженную прогосударственную направленность, не могут быть названы стабильными и не располагают к выводу об обеспеченности интересов потенциальных родителей.

Так, часть 9 статьи 55 Основ законодательства об охране здоровья граждан (далее – Основы), новая редакция которой была введена в действие с 19 декабря 2022 г., установила с этого же дня запрет на использование для создания эмбриона привлеченных, т.е. не принадлежащих генетически потенциальной маме ооцитов [10]. Согласно ее положениям, «суррогатное материнство представляет собой вынашивание и рождение ребенка (в том числе преждевременные роды) по договору о суррогатном материнстве, заключаемому между суррогатной матерью (женщиной, вынашивающей плод после переноса донорского эмбриона) и потенциальными родителями, половые клетки которых использовались для оплодотворения, для которых вынашивание и рождение ребенка невозможны по медицинским показаниям (далее – потенциальные родители (генетическая мать и генетический отец) и которые состоят в браке между собой, либо одинокой женщиной, половые клетки которой использовались для оплодотворения и для которой вынашивание и рождение ребенка невозможны по медицинским показаниям (далее – одинокая женщина (генетическая мать))». Как видно, указание на генетическую мать, ограничивающее круг потенциальных родителей, исключает для супругов возможность создания подсадки суррогатной матери эмбриона, сформированного из ооцитов донора и сперматозоидов супруга.

Прежде всего, следует отметить, что этот запрет, не предусмотренный внесенным ранее законопроектом и введенный внезапно, имеет ряд лингвистических погрешностей: во фразах «(далее – потенциальные родители (генетическая мать и генетический отец)» и в «(далее – одинокая женщина (генетическая мать))» – отсутствует вторая закрывающая скобка, что позволяет предположить если и не о спешности его принятия, то, во всяком случае, об непроведении лингвистической экспертизы его текста [12].

Еще одно упущение законодателя состоит в установлении сроков введения данного закона в действие: они не учитывают особенности технологического цикла репродуктивных процедур, а именно – этап формирования эмбриона. Поскольку ч. 2 статьи 5 Федерального закона от 19.12.2022 № 538-ФЗ, допускающая суррогатное материнство только от генетических родителей, установила этот запрет с 19 декабря 2022 года, потенциальные родители, начавшие программу суррогатного материнства и уже сформировавшие частично донорский (из донорских ооцитов и сперматозоидом генетического отца) эмбрион (по протоколу ЭКО), оказались вынуждены прервать программу суррогатного материнства – в связи с отказом российских медицинских организаций проводить подсадки таких эмбрионов суррогатным матерям [8]. В результате потенциальные родители – российские граждане – вынуждены были обращаться за продолжением репродуктивных программ в клиники Белоруссии, Таджикистана и Грузии.

Кроме того, на практике врачи стали предлагать пациентам использовать для создания эмбрионов не донорские, а их собственные ооциты, что может снизить вероятность успешного живорождения вдвое. Проблемы возникли и для лиц, страдающих онкологией: «когда мы не можем проводить стимуляцию яичников, и женщина не может вынашивать ребенка, у нее уже нет возможности получить свой генетический материал. Тогда мы прибегали к программе донорской

яйцеклетки, оплодотворяли спермой мужа и переносили эмбрион суррогатной маме», что на данный момент уже невозможно [1].

Как видно, поспешные законодательные решения в области борьбы с ЛГБТ-сообществом (а именно эту цель и преследовал запрет частичного донорства) привели, в условиях и без того серьезного падения рождаемости, к необоснованному сокращению числа программ суррогатного материнства, что очевидно не соответствует ни конституционным целям охраны семьи, ни потребностям реальной демографической ситуации [5].

Общим же итогом запрета использования донорских яйцеклеток стало кратное падение числа реализуемых программ суррогатного материнства уже в течение первого полугодия 2023 года. Так, если в специализированной клинике NGS Surrogacy (Приморский край) в 2019 г. было реализовано 40 лечебных программ, то спустя три года (по состоянию на 2023 г.) – лишь 4 программы (в целом, из 4 программ суррогатного материнства – лишь одна реализуется без донорских ооцитов). Аналогичная картина наблюдается во всех российских клиниках вспомогательной репродукции: по данным А. Пешкова, например, число программ в них за 2023 год снизилось на 70% [11]. Очевидно, при таких условиях можно говорить и о прекращении развития в России высокотехнологичной репродуктивной медицины.

В частности, если ранее (по данным Российской ассоциации репродукции человека за 2020 г.) в России число реализуемых программ суррогатного материнства – составляло порядка 2200 в год, т.е. в 3,6 раз ниже, чем в США, то к настоящему времени, очевидно, можно принять и показатель 10. При этом дети пациентов – российских граждан, готовых проходить по программам суррогатного материнства в российских клиниках, но в силу новых правил ч. 9 ст. 55 Основ вынужденных обращаться в клиники США, «автоматически», в силу американского конституционного «принципа почвы», становятся гражданами США. Тем самым законодательная попытка закрепить за детьми, рожденными по российским программам суррогатного материнства, российское гражданство, может дать и обратный эффект. Интересно, что еще на стадии принятия новелл части 9 статьи 55 Основ некоторые должностные лица МВД РФ отмечали отсутствие «смысла в запрете, поскольку суррогатное материнство разрешено в ряде штатов США», но это суждение депутатами Государственной Думы не было услышано: напротив, МВД получило упрек в мотивации своей позиции «коммерческими интересами» [2].

Более того, положения части 9 статьи 55 Основ в их действующей редакции влекут, как представляется, нарушение одновременно нескольких базовых международных принципов прав человека.

Во-первых, как следует из пункта 1 статьи 16 Всеобщей декларации прав человека, мужчины и женщины, достигшие совершеннолетия, имеют право без всяких ограничений по признаку расы, национальности или религии вступать в брак и основывать свою семью [3]. Таким образом, Всеобщая декларация устанавливает право основания собственной семьи. Запрет на ограничения этого права установлен Всеобщей декларацией только применительно к расе, национальности или религии, но вряд ли международный правотворец подразумевал только и только эти признаки: речь идет, скорее, о примерных критериях, по которым право основания человеком собственной семьи ограничено быть не может и которые по объему предполагают расширительное толкование.

Во-вторых, на основе гипотезы о расширительном толковании п. 1 ст. 16 Всеобщей декларации прав человека, можно предположить, что право на основание собственной семьи не может быть ограничено по такому критерию, как состояние здоровья женщины: установление такого критерия (хотя именно его и положил в основу права стать потенциальной мамой законодатель) можно рассматривать как нарушение принципа равноправия и дискриминацию по состоянию здоровья, прямо запрещенную статьей 26 Международного пакта о гражданских и политических правах и (непосредственно применительно к здоровью) частью 3 статьи 5 Основ [6].

Как можно заключить, внезапно появившийся в Основах термин «генетическая мать» – привел к нарушению интересов граждан, уже запланировавших и сформировавших частично донорские эмбрионы, крайне негативно повлиял на число российских программ суррогатного материнства и на хозяйственную деятельность осуществляющих вспомогательные репродуктивные технологии медицинских организаций (и развитие репродуктивной медицины в целом). Кроме того, с большой долей вероятности можно предположить, что этот запрет, при условии открытых границ лишенный смысла и лишь усложняющий реализацию программ суррогатного материнства, негативно скажется и на рождаемости, и на мотивации российских граждан при избрании ими гражданства ребенка, рожденного по программе суррогатного материнства за рубежом.

Таким образом, на фоне избыточной борьбы с ЛГБТ-сообществом без внимания остаются действительные семейно-правовые средства, позволяющие упорядочить отношения в сфере суррогатного материнства и способствовать реализации действительно существующей потребности граждан в создании семьи. В итоге наблюдается парадоксальная ситуация: при полном совпадении интересов в повышении рождаемости государства – с одной стороны и российских граждан, у которых диагностировано бесплодие – с другой, правовое регулирование в сфере суррогатного материнства представляет собой набор необъяснимых запретов.

Во-первых, необходимым представляется, во всяком случае, исключить из запрета на привлечение донорского ооцита для женщин, страдающих онкологическими заболеваниями. Невозможность, в условиях данного заболевания, стимуляции яичников приводит к невозможности изъятия у онкобольных генетического материала. Если ранее существовала возможность привлечения донорского ооцита (в итоге донорские ооциты оплодотворялись спермой мужа онкобольной и созданная яйцеклетка переносилась суррогатной маме), то новое правовое регулирование такую возможность исключает.

Аналогичным образом необходимо сделать исключение для женщин, имеющих пересаженную почку, которые также по медицинским показателям не способны выносить ребенка.

Во-вторых, новым требованием стало обязательное российское гражданство суррогатной мамы. Необходимость этого законодательного ограничения остается не вполне ясной: суррогатная мама как лицо, предоставляющее услугу по вынашиванию эмбриона, не имеет к нему после его рождения никакого отношения. Значимым для будущего ребенка является лишь состояние здоровья суррогатной мамы, которое проверяется медицинской организацией перед вступлением ее в программу суррогатного материнства.

Возможно, данное положение вызвано распространенной ошибкой о кровной связи суррогатной матери и ребенка. Так, по одному из дел судья Конституционного Суда РФ С.Д. Князев писал: «не отрицая того, что вынашивание плода неизбежно порождает кровную связь между ребенком и суррогатной матерью, все же важно учитывать, что изначальной основой жизни рожденного таим образом человека является эмбрион, полученный путем экстракорпорального оплодотворения половых клеток генетических родителей» [7]. Данное суждение не учитывает, что кровеносные системы матери и ребенка не связаны (не сообщаются) и потому гражданство суррогатной матери никоим образом, исходя из принятого в России «принципа крови» (*jus sanguinis*, отраженный в пункте 1 статьи 8 Федерального закона от 28 апреля 2023 г. № 138-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации»), никак на гражданство ребенка влиять не может [9].

Показательно, что в социологических исследованиях гражданству сурмам не придается никакого значения. Так, по опросу 2018 года о наиболее значимых характеристиках суррогатной матери, были выделены около двух десятков медицинских, социальных и экономических показателей («рост, вес, группа крови (60%), социальный статус (27%), национальность (20,5%), предыдущий опыт в качестве сурмамы («повторница») – 18%, профессия и высшее образование (4 и 3% соответственно)... физиологические показатели (здоровье) – 92,4%; социальные характеристики (статус, образование) – 49,2%; экономические (материальное положение) – 22,2%... отсутствие у сурмамы судимости – 85%; уровень образования – 44%, социальный статус и занимаемая ею должность – 42%, место работы – 30%») [4]. Гражданство при этом не рассматривалось вообще. Действительно, основная задача правового регулирования – стабильность отношений суррогатного материнства – никак не достигается обязательностью российского гражданства сурмамы, но резко ограничивает возможности выбора у генетических родителей.

Возможно также, что тем самым законодатель пытался, для случаев приобретения российского гражданства детьми, родившимися на территории России, обеспечить дополнительную основу для отказа от «принципа крови» и перехода к «принципу почвы», однако фактически закон привел к резкому сужению (для российских генетических родителей) круга лиц, способных стать суррогатными матерями (до принятия данного закона у российских потенциальных родителей была реальная возможность привлечь для суррогатного материнства женщин практически всего постсоветского пространства) и, как неизбежное следствие, к усложнению реализации программ суррогатного материнства и подъему стоимости услуг суррогатных матерей. Очевидно, такое сокращение круга поиска суррогатных мам никак не может способствовать ни развитию данной формы реализации прав человека на создание семьи, ни улучшению российской демографической ситуации. Во всяком случае, целесообразной представляется отмена ограничения в виде обязательного российского гражданства для случаев, когда в качестве суррогатной матери привлекается женщина, являющаяся родственницей одного из генетических родителей в случаях их различного гражданства.

В-третьих, можно констатировать, что законодатель, устанавливая все новые запреты и ограничения, по-прежнему отказывается от действительно необходимого детального урегулирования отношений, возникающих при суррогатном материнстве: от определения договора суррогатного материнства, установления прав, обязанностей, правовых и материальных гарантий и ответственности для его сторон. Очевидно, что более детальное регулирование суррогатных отношений, дополнительный контроль над ними со стороны государства – не ограничит, как ныне существующие запретные меры, а разовьет рынок услуг суррогатного материнства и позволит наиболее полно удовлетворить потребности в данном методе лечения бесплодия.

Анализ судебной практики показывает, что основной задачей законодателя при регулировании отношений между генетическими родителями и суррогатной мамой является обеспечение их стабильности: их досрочное прекращение приводит к подрыву всей технологии метода, без возмещения оказываются расходы генетических родителей, теряется выращенный эмбрион [13]. Наиболее часто прекращение отношений происходит вследствие нарушения суррогатной мамой договорной дисциплины, а по существу – медицинских рекомендаций. В свою очередь, нарушение договорной дисциплины происходит вследствие невозможности для генетических родителей обеспечить контроль за действиями сурмамы в период вынашивания. Именно на обеспечение такого контроля, а не на запреты должно быть в первую очередь направлены семейно-правовые средства повышения рождаемости в России.

---

1. Багликова И. Боролись с гееми, пострадали супружеские пары. В Петербурге – новое дело о продаже детей. – Текст: электронный // Фонтанка.ру – Текст: электронный. – URL : <https://www.fontanka.ru/2023/02/10/72050123/> (дата обращения: 03.02.2024).

2. Бескаравайная Т. В Госдуме сообщили об ангажированности защищающих суррогатное материнство чиновников // Медвестник – Текст: электронный. – URL : <https://medvestnik.ru/content/news/V-Gosdume-soobshili-ob-angajirovannosti-zashishaushih-surrogatnoe-materinstvo-chinovnikov.html> (дата обращения: 25.06.2023).

3. Всеобщая декларация прав человека (принята на третьей сессии Генеральной Ассамблеи ООН резолюцией 217 А (III) от 10 декабря 1948 г.) // СПС «КонсультантПлюс» – Текст: электронный. – URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120805/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120805/) (дата обращения: 14.01.2024).

4. Гридина В.В. Суррогатное материнство: решение демографической проблемы или угроза обществу? // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. – 2019. – № 1. – С. 62-65.

5. Егоршева Н. Голикова: Крайне низкий уровень рождаемости отмечается в 10 регионах РФ // Российская газета. Федеральный выпуск. – 05.07.2023 – Текст: электронный. – URL : <https://rg.ru/2023/07/05/golikova-krajne-nizkij-uroven-rozhdaemosti-otmechaetsia-v-10-regionah-rf.html?ysclid=ljtvjq01zj206155294> (дата обращения: 07.03.2024).

6. Международный пакт о гражданских и политических правах (Нью-Йорк, 19 декабря 1966 г.) // Ведомости Верховного Совета СССР. 1976. №17. Ст. 291.

7. Мнение судьи Конституционного Суда Российской Федерации С.Д. Князева // СПС «КонсультантПлюс» – Текст: электронный. – URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_131275/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131275/) (дата обращения: 02.03.2024).

8. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 19.12.2022 № 538-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» – Текст: электронный. – URL : [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_434588/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_434588/) (дата обращения: 03.02.2024).

9. О гражданстве Российской Федерации: Федеральный закон от 28.04.2023 № 138-ФЗ (посл. ред. от 24.07.2023 № 386-ФЗ) // СПС «КонсультантПлюс» – Текст: электронный. – URL : [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_445998/?ysclid=lp37q29sld583730880](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_445998/?ysclid=lp37q29sld583730880) (дата обращения: 06.03.2024).

10. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации: Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ (посл. ред. от 25.12.2023 № 678-ФЗ) // СПС «КонсультантПлюс» – Текст: электронный. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_121895/9f906d460f9454a8a0d290738d9fc2798c1e865a/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/9f906d460f9454a8a0d290738d9fc2798c1e865a/) (дата обращения: 10.03.2024).

11. Пешков А. В клиниках ЭКО на 70% снизилось количество программ сурматеринства. – Текст: электронный // ВКонтакте [сайт]. – URL : [https://vk.com/wall349157758\\_842?ysclid=ljulu6u696266518782](https://vk.com/wall349157758_842?ysclid=ljulu6u696266518782) (дата обращения: 25.03.2024).

12. Проект № 41630-8 / Паспорт проекта Федерального закона № 41630-8 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс» – Текст: электронный. – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=CJskiQ&base=PRJ&n=215145#8Q8IRjToVBQErPZC1> (дата обращения: 01.02.2024).

13. Пурге А.Р. Основные проблемы суррогатного материнства в гражданском праве Республики Таджикистан и Российской Федерации: теория и практика применения вспомогательных репродуктивных технологий: дис. ... д-ра юрид. наук. – Душанбе, 2023. – 447 с.

## Секция. СТРАНЫ АТР В АСПЕКТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ

УДК 327.821

### АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК - ДИПЛОМАТИЯ «МЯГКОЙ СИЛЫ» В СТРАНАХ АТР

**А.М. Бондарь**, бакалавр  
**О.А. Налетка**, ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Работа рассматривает роль английского языка в качестве инструмента дипломатии мягкой силы. Автор анализирует, как использование английского языка может способствовать созданию позитивного образа страны, укреплению международных отношений, облегчению диалога и сотрудничеству между различными культурами. Статья также обращает внимание на влияние английского языка на мировую политику, экономику и культуру, подчеркивая его значимость в современном мире.

**Ключевые слова:** английский язык, мягкая сила, дипломатия, АТР, международные отношения.

### ENGLISH AS DIPLOMACY OF «SOFT POWER» IN THE COUNTRIES OF ASIAN-PACIFIC REGION

**Abstract.** The work considers the role of the English language as a tool of soft power diplomacy. The author analyzes how the use of the English language can contribute to creating a positive image of a country, strengthening international relations, facilitating dialogue, and fostering cooperation between different cultures. The article also highlights the influence of the English language on global politics, economy, and culture, emphasizing its significance in the modern world.

**Keywords:** English, soft power, diplomacy, Asia-Pacific region, international relations.

**Объект исследования:** мягкая сила США и ее влияние на страны и население АТР

**Цель исследования:** изучить механизмы и методы использования мягкой силы США и английского языка в АТР, оценить их влияние на политические, экономические, социокультурные процессы в регионе, а также влияние на страны и население АТР

**Задачи исследования:** проанализировать концепцию мягкой силы и ее применение в политике США, изучить проявления мягкой силы США, изучить роль английского языка как инструмента мягкой силы в международных отношениях.

**Методы исследования:** анализ документов, интервью с дипломатами и политиками, а также опросы среди представителей различных стран.

**Актуальность исследования:** Английский язык – язык дипломатии мягкой силы. Способность говорить на английском открывает двери для общения и сотрудничества с людьми по всему миру. В международных отношениях английский признан основным языком общения, что делает его ключевым инструментом для решения международных конфликтов и обеспечения мира. Кроме того, знание английского позволяет участвовать в международных переговорах, укреплять связи с другими странами и привлекать иностранные инвестиции. В современном мире это становится важным элементом внешнеполитических стратегий государств.

Концепция «мягкой силы» (англ. soft power) была разработана американским политологом Дж. Наем. В монографии «Будущее власти» Дж. Най дал расширенную трактовку термина: «Мягкая сила – это способность влиять на других путем взаимодействия в области формирования повестки дня, оказания воздействия с помощью привлечения симпатий для достижения желаемых результатов» [4, 21]

"Мягкая сила" государства включает в себя три основных ресурса. Прежде всего, это культура, охватывающая как высокое, так и массовое искусство. Примером универсальной культуры является американская, которая привлекает к себе внимание своим разнообразием. Во-вторых, политические ценности, распространяемые как внутри страны, так и за ее пределами. И, наконец, внешняя

политика, где правительство использует дипломатические методы для достижения своих целей. Распространение американской культуры через фильмы, музыку, телешоу и кулинарию способствует распространению ее ценностей по всему миру.

Как основные средства "мягкого" воздействия выступают: информационные потоки, зарубежный политический PR, глобальный маркетинг, язык, публичная дипломатия, туризм, спорт, культурные обмены, образовательные системы, студенческие обмены, национальные диаспоры и диалог культур. Эффективное использование этих методов позволяет государству-субъекту влиять на политические и гуманитарные процессы по всему миру.

Различают открытые и скрытые методы "мягкой силы". Первые предполагают взаимную выгоду от сотрудничества, например, культурные обмены и информационные центры. Скрытые методы направлены на достижение целей, которые могут расходиться с интересами объекта воздействия. Одним из способов укрепления позиций США является распространение английского языка.

Образовательные программы и популяризация английского языка за рубежом имеют важное стратегическое значение для США. Благодаря участию в таких программах студенты интеллектуальной элиты могут привносить положительное видение американской жизни, что способствует идеализации США. Поддержка английского языка вносит свой вклад в установление международных связей.

Сегодня влияние "мягкой силы" США основано на использовании интернет-технологий для мгновенного распространения информации по всему миру. Английский язык стал общепринятым языком в интернете, что облегчает доступ к информации. Это делает коммуникацию эффективной, учитывая, что большинство сайтов размещают контент на английском языке, и подавляющее большинство населения мира понимает английский.

Кроме того, спорт является мощным инструментом государства. Популярные виды спорта, такие как баскетбол, футбол и бейсбол, привлекают внимание миллионов людей по всему миру. Участие команд из США в международных соревнованиях и организация крупных спортивных мероприятий поднимают престиж страны и способствуют установлению дружественных отношений.

На укрепление всемирной политической роли английского языка оказывает значительное влияние использование его также в дипломатии, в деятельности многих международных правительственных и неправительственных организаций, в мировом бизнес-сообществе и в современных информационных технологиях, в том числе в компьютерах, или, как говорят публицисты, во всемирной паутине.

В качестве одного из официальных языков Организации Объединенных Наций, ЮНЕСКО и Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ), английский язык стал неотъемлемым средством общения на международном уровне. Он также является официальным и рабочим языком для многих международных совещаний, включая Европейский Совет и НАТО. В рамках Ассоциации Государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Организации Стран-Экспортеров Нефти и Европейской Ассоциации Свободной Торговли (ЕФТА), английский язык также является единственным официальным рабочим языком. В 1995-1996 годах 85% международных организаций использовали английский язык в качестве официального языка, причем в странах Азиатско-Тихоокеанского региона этот процент достигал 90%.

Социально-экономические и культурные контакты России со странами Восточной Азии часто осуществляются не напрямую как контакт одного из восточноазиатских и русского языков, а через английский язык, выполняющий функцию языка-посредника.

Повсеместное распространение английского языка привело к такому явлению как ассимиляция речи во многих странах региона АТР. Рассмотрим явление ассимиляции на примере Корейского языка.

Результаты исследований показывают нам, что англицизмы, прежде всего, присутствуют в тех сферах, где в большей мере чувствуется влияние запада. К этому ряду относятся сфера спорта, моды, танца, научных достижений, компьютера. Например, 컴퓨터 (computer), 조이스틱 (joystick), 시스템 (system), 쇼 (show), 웨딩드레스 (weddingdress), 타임 (time), 골인 (goal in) и т.д. [1, с. 26]

В Южной Корее во второй половине 20 века стало модно и престижно пользоваться словами-американизмами. Следовательно, многие корейцы начали употреблять в речи английскую лексику.

Существует концепция "американского образа жизни", которая включает все структурные элементы "мягкой силы". Одной из главных задач американской публичной дипломатии является информирование иностранных граждан о "американском образе жизни" и его пропаганда через

сферу культуры, образование и американские товары. По словам американских политологов, такой подход способствует влиянию на правительства и граждан других стран.

Однако, несмотря на то, что американская публичная дипломатия стремится информировать иностранных граждан о "американском образе жизни", в их подходе есть как положительные, так и отрицательные стороны. С одной стороны, такая пропаганда может помочь распространить ценности демократии, прав человека и свободы, которые являются основой идеи "американского образа жизни". С другой стороны, такой подход может вызвать недоверие и отторжение, особенно у тех, кто видит его как попытку навязать западные ценности и идеалы. Критики американской публичной дипломатии считают, что подобная пропаганда может быть воспринята как агрессивная и неуважительная к культуре и традициям других народов.

Кроме того, некоторые аргументируют, что такая пропаганда может сфокусироваться только на положительных и привлекательных сторонах "американского образа жизни", игнорируя его отрицательные аспекты. Это может привести к искажению представления иностранных граждан о реальности и созданию нереалистического образа Соединенных Штатов.

Также возникают вопросы о том, насколько эффективны такие пропагандистские мероприятия в реальности. Несмотря на значимость сферы культуры и образования, они не всегда могут гарантировать изменение взглядов и поведения других народов. Влияние иностранных граждан может быть намного более сложным и многогранным, чем просто показ американского кино или продажа товаров.

Одним из универсальных механизмов такого влияния государства можно назвать кинематограф. Согласно мнению экспертов в области искусства, кино обладает особым свойством оказывать воздействие на коллективное сознание. Именно поэтому фильмы способны влиять на формирование общественного мнения. Если учитывать их широкую аудиторию, то можно утверждать, что кино является одним из наиболее эффективных средств мягкой силы.

Использование массового кинематографа Америки в качестве инструмента «мягкой силы» можно объяснить наличием у него специфических черт, которые привлекают зрителей со всего мира: зрелищность, массовость, национальное и культурное разнообразие (американские кинопроизводители часто приглашают для совместных съемок талантливых зарубежных режиссеров). Кроме того, образ главного героя кинокартин США часто формируется из набора типичных позитивных качеств, таких как смелость, отвага, верность своему делу. Это помогает зрителю представить себя рядом с этим персонажем и установить с ним более глубокую эмоциональную связь.

Американское кино является важной составляющей мягкой силы США. Несмотря на отсутствие государственного финансирования, в стране налажены связи между правительством и киноиндустрией. Одной из таких связей является American-Association of Motion Picture Companies (Ассоциация американских кинокомпаний). Кроме того, американские режиссеры часто обращаются за консультациями к представителям Пентагона или Госдепартамента. При наличии определенных требований к сценарию фильма их консультанты предлагают необходимые корректировки. Фильмы, созданные при участии Пентагона, такие как "Правдивая ложь", "День независимости", "Железный человек", преподносят США в роли благородной силы, действия которой принесли позитивные результаты для всего мирового сообщества. Все эти фильмы формируют образ США как страны, стоящей в борьбе с глобальными угрозами. Через супергероев Marvel, популярных во всем мире, США также создает положительное представление о своей стране.

Таким образом, английский язык играет важную роль в международных отношениях и дипломатии, помогая установить контакт и обмен информацией между странами и культурами, но его использование в международных переговорах может привести к доминированию англоязычных стран и ущемлению культурных ценностей других народов. Важно отметить, что азиатские страны все более активно ассимилируют английский язык, что способствует их интеграции в мировое сообщество.

---

1. Габбясов Г.И. Роль западной лексики в корейском языке // Кореистика в России: направление и развитие. 2023. Т. 4. No 1. С. 24–28.

2. Темербаева А.С. Американские кинокомиксы как инструмент мягкой силы США (на примере кинокомиксов Marvel) // Общество: политика, экономика, право. 2022. No 3. С. 40–44. <https://doi.org/10.24158/pep.2022.3.6>.

3. Эффективная языковая политика: принципы, критерии, инструменты оценки: сб. форм.-анал. Материалов по междунар. опыту формирования языковой (образовательной и корпоративной) политики. Москва, 2013. 409 с.

4. Nye J.S. The Future of Power. New York: Public Affairs, 2010.

5. Nye J.S. Soft Power // Foreign Policy. 1990. No 80. URL: [https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/joseph\\_nye\\_soft\\_power\\_journal.pdf](https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/joseph_nye_soft_power_journal.pdf) (дата обращения: 5.04.2024).
6. Scott-Smith G. Still Exchanging? The History, Relevance, and Effect of International Exchange Programs // E-International Relations. 2012. URL: [http://www.w.e-ir.info/2012/09/14/still-exchanging-the-history-relevance-and-effect-of-international-exchange-programs/#\\_edn1](http://www.w.e-ir.info/2012/09/14/still-exchanging-the-history-relevance-and-effect-of-international-exchange-programs/#_edn1). (дата обращения: 5.04.2024).
7. Memorandum Concerning the Sending of An Educational Commission to China // University of Illinois Archives. 1906. URL: [https://archives.library.illinois.edu/erec/University%20Archives/0205013/Volume%202/-james\\_on\\_china\\_march\\_3\\_1905.pdf](https://archives.library.illinois.edu/erec/University%20Archives/0205013/Volume%202/-james_on_china_march_3_1905.pdf). (дата обращения: 5.04.2024).
8. Cox M. Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives. N. Y.: Routledge, 2010. URL: [http://library.aceondonet.net/ebooks/HISTORY/Soft\\_Power\\_and\\_US\\_Foreign\\_Policy\\_-\\_Theoretical\\_Historical\\_and\\_Contemporary\\_Perspe\\_20121130215622888.pdf](http://library.aceondonet.net/ebooks/HISTORY/Soft_Power_and_US_Foreign_Policy_-_Theoretical_Historical_and_Contemporary_Perspe_20121130215622888.pdf) (дата обращения: 5.04.2024).
9. Hanson F. Baked In and Wired: eDiplomacy@State // Foreign Policy at Brookings. 2012. 25 October. URL: <https://www.brookings.edu/research/baked-in-and-wired-ediplomacy-state/> (дата обращения: 5.04.2024).
10. Rasiej A. P2P2G: The rise of e-diplomacy // Politico. 2013. 20 May. URL: <http://www.politico.com/news/stories/0609/23310.html>. (дата обращения: 20.09.18).
12. Burt R., Robison O. Reinventing diplomacy in the information age: a report of the CSIS Advisory Panel on Diplomacy in the Information Age. Washington: Center for Strategic and International Studies, 1998. URL: <https://trove.nla.gov.au/work/28035004?q&versionId=33880574> (дата обращения: 5.04.2024).

УДК 811.531

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ КОРЕЙСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

**В.И. Бужинская**, бакалавр  
**Ж.В. Ни**, канд. пед. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В статье рассматриваются различные аспекты грамматикализации в современном корейском языке, приводящие к изменениям в структуре и функциональности языка, результатом которых становится преобразование и оформление грамматических конструкций. Анализируется воздействие грамматикализации на содержание и эффективную коммуникацию во всех сферах языкового взаимодействия. Представлен анализ наиболее перспективных направлений грамматикализации в современном корейском языке.

**Ключевые слова:** грамматикализация, корейский язык, лингвистика, грамматические категории, функционирование, семантическое расширение.

## CURRENT ISSUES IN MODERN KOREAN LINGUISTICS

**Abstract.** The article examines the various aspects of grammaticalization in modern Korean language, which lead to changes in the language's structure and functionality, ultimately resulting in the transformation and design of its grammatical structures. The impact of grammaticalization on the content and effective communication in all areas of linguistic interaction is thoroughly analyzed. Additionally, the article provides an in-depth analysis of the most promising areas of grammaticalization in modern Korean language.

**Keywords:** grammaticalization, Korean language, linguistics, grammatical categories, functioning, semantic expansion.

**Актуальность** исследования обусловлена интересом к проблеме языковых преобразований – грамматикализации в современном корейском языке, активно влияющей на межкультурную коммуникацию. Для достижения эффективной коммуникации, изучение данного процесса необходимо в лингвистическом осмыслении.

**Цель** исследования – рассмотреть различные аспекты грамматикализации в современном корейском языке, изменения в структуре и функциональности языка, преобразовании и оформлении грамматических конструкций, употреблении в ситуациях реального общения.



### **Задачи исследования**

- изучить процессы грамматикализации, происходящие в современном корейском языке;
- проанализировать семантические трансформации на примере служебных имён, обозначающих абстрактный объект;
- выявить причины, приводящие к языковым преобразованиям.

**Научная новизна:** Для конкретного исследования языковых трансформаций и анализа семантических изменений в языке, происходящих в значении служебных имён в результате грамматикализации, подобраны примеры на языке, подтверждающие теоретическое обоснование процессов грамматикализации. Полученные результаты (табл. 1, 2, 3) имеют важное значение для практико-ориентированного подхода в понимании актуальных проблем современной корейской лингвистики.

### **Методология исследования**

Труды отечественных и зарубежных лингвистов (Ли Н.Б., Мозоль Т. С., Мункуева Н.С., Погадаева А. В., Соколова А.Ю., Степанова Н.В., Шаламова О.О., Файзрахманова Ю.С., Ли Хеён, Хайне Б., Чун Ин Сун, и др. которых отражены процессы грамматикализации, происходящие в современном корейском языке.

### **Методы исследования**

Исследование проводилось с помощью методики сопоставительного анализа, а также синтеза, сравнения, индукции в лингвометодическом аспекте, обзора литературы, сбора лингвистической информации.

### **Основные результаты**

Актуальная проблема современной корейской лингвистики – различные, иногда диаметрально противоположные, объяснения и описания грамматических явлений. Несмотря на множество работ, рассматривающих разные аспекты корейской грамматики, остаются нерешённые проблемы в объяснении важных аспектов. Одной из актуальных проблем в современной корейской лингвистике является исследование процессов грамматикализации в рамках корейского языка.

Активно идёт исследование на всех языковых уровнях: фонетическом, лексическом, грамматическом. Изучение аспектов теоретической и практической грамматики корейского языка остаётся перспективным направлением в современном российском корееведении.

Вопросы грамматикализации в современном корейском языке являются важными для продолжения исследований в области корейской лингвистики и языкознания, при этом речь идёт не о происхождении грамматических форм, а об их преобразованиях.

Грамматический навык – основа лингвистических компетенций, без которого невозможно эффективное формирование речевых умений, коммуникативных функций языка, при этом является самым сложным при изучении. Грамматические правила расширяют возможность понимать и знать структуру построения моделей предложений. При изучении грамматики на первом месте стоят знания и умения правильного использования грамматических элементов и конструкций. Обучение грамматике должно охватывать все языковые структуры и способствовать их эффективному практическому применению.

В настоящее время в мире на корейском языке разговаривает около 78 миллионов человек, и он находится на 17-м месте по количеству носителей.

Корейский язык, как и все языки мира, постоянно трансформируется. Одной из причин языковых преобразований являются процессы, при которых языковые изменения приводят к тому, что слова превращаются в грамматические показатели. В основе языковых модификаций лежат семантические трансформации, приводящие к изменениям в фонетике, морфологии, синтаксисе. В корейском языке присутствует весь спектр механизмов грамматикализации: семантическое выцветание (глагол «가다» (gada) «пойти» также может иметь значение «ехать» см. таблицу 3); фонетическая эрозия (глагол «가다» (gada) может быть произнесён как [gada] или [kada]; облигаторизация (глагол «가다» (gada) требует наличия частицы [에 – e], которая обозначает направление или место); морфологическая редукция (в прошедшем времени глагол «가다» (gada) в форме «-아/어 갔다» (-a/o gatta) может быть сокращён до «-았다» (-attda). Например: 갔습니다 – 갔어요 – 갔다 (Пошёл-поехал). или «-었다» -eottda- 먹습니다-먹었어요-먹었다 (Ем-поел); например: 공부하다-공부하였습니다-공부했습니다 (Учиться-учился), [3, с. 52].

Углублённое изучение процессов грамматикализации позволяет понять происхождение современной корейской грамматики, проследить эволюционные изменения структуры и функций языка, определить направления его развития и перспективы для дальнейшего изучения. В рамках данной работы рассматривается процесс преобразования слов или выражений, потерявших своё первоначальное

лексическое значение, в элементы, обладающие новыми грамматическими функциями. Представлены новые лексические единицы выражающие время, аспект, наклонение и другие грамматические категории. Полученные результаты играют важную практическую роль в выявлении механизмов и тенденций, которые лежат в основе формирования грамматической структуры корейского языка.

Грамматикализация – это процесс, в результате которого выражения или слова, изначально имеющие лексический смысл, приобретают грамматическую функцию, приводят к образованию новых грамматических категорий и изменяют структуру языка [3, с. 52]. Грамматикализация – процесс при котором выражения, передающие конкретный (исходные) значения, используются в особых контекстах для передачи грамматических (целевых) значений» [11, с. 578].

Присутствует тенденция расширения грамматических категорий, которая охватывает изменения в порядке слов, употребление аффиксов, формирование обновленных грамматических образований, изменение статуса уже существующих грамматических элементов, включая ввод новых морфем, семантическое сужение или расширение, изменение роли частиц, их употребление и значения. Этот процесс может привести к созданию новых грамматических конструкций, а также к изменению морфологических и синтаксических норм в языке. За основу работы мы взяли таблицу Т.С. Мозоль и дополнили примерами [4, с. 130–131, с. 194–195]. Для рассмотрения мы выбрали служебные имена, обозначающие абстрактные предметы: 모양 – внешний вид и 바 – пространство (табл. 1, 2).

Таблица 1

Служебные имена 모양, 바, обозначающие абстрактный объект

Имя существительное	Служебное имя	Примеры
모양 (внешний вид)	모양 (предположение, догадка)	Будущее время: в будущем времени используется «~(으)ㄹ 모양이다»; 비가 올 모양이에요 – Кажется, дождь пойдет. 그 사람들 곧 결혼할 모양이에요 – Похоже, они скоро поженятся.
		Настоящее время: ~는/(으)ㄴ/(으)ㄹ 모양이다 «похоже, видимо»
		Прошедшее время: с глаголами действия используется «~(으)ㄴ 모양이다»; 수업이 벌써 끝난 모양이에요 – Видимо, урок уже закончился.
		С глаголами состояния – «~았[었, 였]단 모양이다»; 어제 사물놀이 공연이 재미있었던 모양이다 – Похоже, вчерашний концерт сальму-нори был интересным.
		С глаголами действия и с «있다/없다» используется «~는 모양이다»; 선미는 다음 달에 한국으로 돌아가는 모양이에요 – Похоже, в следующем месяце Сонми возвращается в Корею.
바 (пространство)	바 (вышесказанное)	«То, что» аналог «것» 그건 내가 알바(가) 아니지 – Это не мои проблемы (досл. то, что я не обязан знать). 제가 평소에 느낀 바를 말씀드리겠습니다 – Я вам расскажу о том, что чувствовал в обычные дни.
		«Способ» 그분이 화를 내는데 저는 어찌 할 바를 모르고 앉아 있었습니다 – Он ругался, а я сидел и не знал (способа), как поступить.
		«Случай» 그 어린 피아니스트는 국제 대회에서 두 번이나 우승한 바가 있다 – Этому юному пианисту дважды случалось завоевывать первенство на международных конкурсах. 그때까지 한국이라는 나라에 대해 한 번도 방송된 바가 없었습니다 – До этого ни разу не было случая, чтобы показывали передачу о стране под названием Корея. ~는 (으)니(으) 바에는/바에 – «если так складывается» 이왕 하는 바에야 더 적극적으로 추진하는 것이 좋겠다 – Раз уж делаем, то лучше будет активнее продвигаться вперед. 그렇게 할 바에는 차라리 안 하는 게 낫겠어요 – Если делать так, то лучше вообще не начинать.

Таким образом, в таблице 1 представлены примеры семантического расширения и генерализации в системе служебных имен. На примере слов «모양» (внешний вид) и «바» (пространство) можно наблюдать переход от конкретных объектов к абстрактным понятиям. Контексты употребления этих слов в разных временах и ситуациях показывают их универсальность и распространение значений. Содержание таблицы – руководство к использованию рассматриваемых служебных имен в различных контекстах корейского языка, что особенно важно, для изучающих язык.

Таблица 2

**Служебные имена 법, 셈, 수, 식, обозначающие абстрактный объект**

Имя существительное	Служебное имя	Примеры
법 (закон)	법 (неизбежно)	После глагола в форме причастия прошедшего или настоящего времени: 기대가 크면 실망도 큰 법이에요. – При больших надеждах неминуемы большие разочарования.
셈 (счет)	셈 (расчет, предположение)	После глагола в форме причастия прошедшего, настоящего или будущего времени: 그럼 내가 너한테 오늘 빚을 갚은 셈이구나. – Тогда выходит, я тебе сегодня вернул долг.
수 (способ)	수 (возможность)	После глагола в форме причастия будущего времени: 될 수 있는 대로 빨리 돌아오세요. – По возможности, возвращайтесь побыстрее.
식 (церемония)	식 (стиль)	После глагола в форме прилагательного: 새 건물은 현대식으로 짓기로 했어요. – Новое здание было решено построить в современном стиле.

Таким образом, в таблице 2 демонстрируются примеры служебных имен в корейском языке, взятые из учебника 고급 한국어 [2, с. 80, 111, 182, 264.], начиная с их первоначального назначения, отражающего конкретные объекты, и переход, вследствие которого происходит приобретение новых семантических оттенков, связанных с абстрактными концепциями. В корейском языке выражение рассматриваемых абстрактных понятий осуществляется посредством специфических грамматических конструкций, в которых служебные имена примыкают к глаголам в определенных формах.

Приведенные примеры показывают разнообразие синтаксических конструкций, в которых служебные имена употребляются, отражая их функциональное многообразие и грамматическую гибкость, применяются для выражения различных аспектов коммуникации: рассуждения, предположения, оценки и других аспектов языкового взаимодействия.

Таким образом, в таблице предоставлены образцы конкретных явлений грамматикализации в корейском языке, проведен анализ их семантических трансформаций и контекстуального использования. Это имеет важное значение для понимания эволюции языка и его функциональных аспектов.

Таблица 3

**Глаголы движения по направлению**

Вперед		Идти (가다), прийти (오다)
Назад		Отходить (물러가다), отодвигать (비키다), отступить (물러서다).
Вперед и назад		Идти то вперед, то назад/наступать и отступать (일진일퇴하다).
Внутри (внутренняя часть)		Входить (들어가다), проникать (스미다), вбегать (뛰어들다).
Вне		Выходить (나가다, 나오다), отправляться (출발하다).
Внутренняя и внешняя стороны		Сновать туда – сюда (드나들다, 넘나들다), (входить и выходить, приходить и ходить).
Отход от места	Уходить (떠나다)	Отправляться (출발하다), убежать из дому (가출하다).
	Расставаться (헤어지다)	Расставаться с человеком (이별하다), отрываться (이탈하다), разорвать (끊어지다).

Вперед		Идти (가다), прийти (오다)
	Расходиться (흩어지다)	Распускаться (해산하다), распространяться (퍼지다).
Достижение места	Прибывать (도착하다)	Добираться, дойти, прибывать (달다, 이르다, 도착하다).
	Вступать/участвовать (참가하다)	Присутствовать (참석하다), посещать (참배하다).
	Собираться (모이다)	Собираться (집길하다), сосредоточиться (몰리다).
	Куда идти (어느 곳에 가다)	Посетить/навестить семью (가정 방문하다), присутствовать (출두하다), вступить в бой (출전하다).
	Кружиться (돌아가다)	Вернуться (돌아오다), улучшаться (개선하다).
Отход и достижение места		Сходить (다녀가다), появляться и исчезать (출몰하다).
Переезд с места на место		Передвигать(옮겨기다), переезжать на другое место (이사하다), переселяться/иммигрировать (이민하다), ссылаться (귀양가다).
Приближение		Подходить или приближаться (다가가다), сталкиваться (부딪히다), встречаться (만나다), набрасываться (덤비다).

Данные, приведенные в таблице 3, иллюстрируют процессы грамматикализации, происходящие с корейскими глаголами движения и перемещения в пространстве. Прослеживается закономерный семантический сдвиг от конкретных физических действий к более абстрактным значениям, часто связанным с началом или завершением процессов, вступлением в определенное состояние или достижением цели.

Глаголы, обозначающие движение "вперед" и "назад", такие как «가다» (идти) и «물러가다» (отходить), имеют не только первоначальное буквальное значение, но и развили производные смыслы, описывающие процессы наступления и отступления, прогресса и регресса. Подобным образом, глаголы со значениями "входить" и "выходить" приобрели дополнительные оттенки смысла, связанные с включением в какую-либо группу или исключением из нее.

Вызывают интерес глаголы, указывающие на отделение от исходной точки, такие как «떠나다» (уходить) и «헤어지다» (расставаться). Их грамматикализованные значения охватывают более абстрактные понятия: отправление, побег, разрыв отношений и распад. При этом, например, глаголы достижения цели, «모이다» (собираться) и «도착하다» (прибывать) и приобрели значения, связанные с посещением мест, присутствием и концентрацией.

Таким образом, приходим к выводу: корейские глаголы движения подвергаются процессам грамматикализации, расширяя свою семантику и приобретая более абстрактные значения, выходящие за рамки физического перемещения в пространстве.

Структура корейского языка совершенствуется, расширяются коммуникативные возможности. Новые грамматические конструкции с использованием глаголов настоящего, прошедшего и будущего времен, с глаголами действия и состояния, точнее передают смысл, обогащают семантику языка, и, в какой-то мере упрощают язык, и делают его более доступным для изучения и использования [4, с. 68]. Использование аффиксов для выражения отношений между субъектом, глаголом и объектом, меняет структуру предложений и их содержание, делая их более информативными. 에게/-한테 (для), -에서/-에서서 (в, на), -로/-으로 (к) – примеры суффиксов, которые могут указывать на отношения и перемещения. 동생에게 책을 주었어요 (Я дал книгу младшему брату). Эти суффиксы помогают уточнить отношения между субъектом, глаголом и объектом. Появляются сложные пассивные или каузативные конструкции, обогащается грамматический арсенал языка, позволяя точнее выражать отношения и смысловые нюансы. 그 회사는 확장되려고 출발되었습니다. (Эта компания была запущена с целью расширения). В этом предложении используется каузативная конструкция, показывающая намерение или цель. 저집은 신축되기전에는

홀로에요. (Этот дом был безлюдным до того, как его построили). В этом предложении использован сложный пассив.

Корейский язык идеально подходит для передачи информации, особенно в контексте развития информационных технологий, Интернета и медиакоммуникаций. Это вызывает потребность в развитии лексики и грамматики, чтобы отражать современные социокультурные и технологические достижения. Корейский язык обладает уникальной фонетической адаптацией, позволяющей ему легко интегрировать заимствованные слова из других языков и адаптировать их под собственную фонетическую систему. Это не только упрощает процесс ассимиляции иностранных слов, но и расширяет возможности языка, обогащая его лексикон и делая его более гибким для выражения новых идей и концепций. Например, такие слова как «컴퓨터» (компьютер), «인터넷» (интернет) и «스마트폰» (смартфон) были заимствованы из английского языка, но полностью ассимилированы в корейском. Примером служит корейский электронный словарь Naver, который становится необходимым в мире, где информационный обмен становится все более глобальным и многоязычным.

Современный корейский язык и далее будет подвергаться активной грамматикализации, вследствие заимствований из иностранных языков, меняющихся коммуникативных потребностей общества. Учитывая влияние глобальных, технологических и социокультурных изменений на языковую среду, поэтому грамматикализация в современном корейском языке будет постоянной и систематичной. Знание механизмов грамматикализации открывает широкие перспективы для её изучения и служит материалом для дальнейших исследований.

### **Заключение**

В корейской лингвистике наблюдается повышенный интерес к историографическим исследованиям в области грамматики, но при этом уделяется недостаточно внимания вопросам грамматикализации, а ведь именно их изучение помогает проследить внутреннюю эволюцию языка, обеспечивает понимание новых грамматических конструкций и сочетаний. В современном языкознании изучение грамматикализации является одной из ведущих проблем вследствие малоизученности и отсутствия научной литературы по этому вопросу.

Корейский язык хорошо подходит для изложения информации, легко воспринимается компьютером. По мере развития информационных технологий, интернет-пространства, медиакоммуникаций возникнет необходимость лексического и грамматического отражения прогрессивных социокультурных реалий и технологических достижений. Грамматикализация продолжится вследствие заимствований из иностранных языков, изменяющихся коммуникативных потребностей общества. Процесс создания грамматических форм многогранен. Данное исследование не может отобразить все процессы, связанные с грамматикализацией, но позволяет сделать вывод о её необратимости и более высоком грамматическом статусе. Меняется содержание языка, происходит его трансформация и адаптации к различным контекстам общения. Современный корейский язык находится в активной фазе развития, становления и адаптации. Грамматикализация в корейской лингвистике представляет собой актуальную и важную проблему, которая помогает лингвистам лучше понять процессы изменения грамматической структуры языка и его эволюцию.

Считаем, что выполненная работа содержит новизну и практическую значимость исследования.

---

1. Ким Х.Р. Употребление лексики и грамматики в современном корейском языке. // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 3 (105) С. 134 – 139.

2. Корейский язык. Основной курс / сост.: Чжон Доем (Чжонсун), Авдеев М. В., Лю Миджон. – Москва: Корейская школа Вон Гван в Москве при Корейском культурном центре "Духовное наследие", 2005 – 320 с.

3. Мозоль Т.С. Грамматикализация в корейском языке лексических единиц английского языка // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. 2020. № 8 (837) С. 71 – 76.

4. Мункуева Н.С. Грамматические средства выражения видовых значений в современном корейском языке. – Улан-Удэ, 2015. – С. 67-72.

4. Погадаева А. В., Чун Ин Сун. Корейский язык. Полная грамматика в схемах и таблицах. – Москва, 2020. – 320 с.

6. Соколова А.Ю. Семантические особенности явления «Конглиш» в современном корейском языке. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2024, – С.179-183.

7. Степанова Н.В. Перспективы критических исследований различных типов дискурса. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2021, – 179 с.

8. Файзрахманова Ю.С., Корезированные английские слова в корейском варианте английского языка. – Москва, 2017. – 263 с.

9. Шаламова О.О., Ли Н.Б. Исторические факторы ранних лексических заимствований в современном корейском языке // Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики». Серия: Гуманитарные науки. 2022. № 6 с.193 – 195.

10. Heine, B. Grammaticalization / B. Heine // B.D. Joseph, R.D. Janda (eds.), The Handbook of Historical Linguistics. – 2003. – P. 575-601

11. Lee Haeyun. A case study on building verb-ontology: korean locomotion verbs. – Сеул, 2006. – С. 89-108.

УДК 395.83

## ЭТИКЕТ ЯПОНСКОЙ НАЦИИ: ПРАВИЛА И НОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ

**Г.А. Дорофеев, Д.Е. Беловол, бакалавры**  
**М.В. Горбунова, старший преподаватель**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В современной политической обстановке на момент 2024 года необходимо обладать и уметь использовать как можно большее количество знаний в области культуры и политики своих дипломатических партнеров. Япония является видным политическим актором. В данной работе мы хотим заострить внимание на уникальном этикете такой поэтической и прекрасной страны как Япония.

**Ключевые слова:** этикет, политика, Россия, Япония, дипломатия, культура, межкультурная коммуникация, дипломатический этикет.

## JAPANESE NATIONAL ETIQUETTE: RULES AND NORMS OF BEHAVIOR

**Abstract.** In the current political situation in 2024, it is necessary to possess and be able to use as much knowledge as possible in the field of culture and politics of your diplomatic partners. Japan is a prominent political actor and, therefore, the purpose of the article is to study and consider some points related to this topic. In this work, we want to focus on the unique etiquette of such poetic and beautiful country as Japan.

**Keywords:** etiquette, politics, Russia, Japan, diplomacy, culture, international communication, diplomacy etiquette.

Японский этикет является одним из самых важных аспектов японской культуры, который отражает уникальные ценности, традиции и нормы поведения общества. В Японии этикет играет ключевую роль во всех сферах жизни, начиная от общения и взаимодействия с другими людьми, и заканчивая повседневными делами и торжественными церемониями. Глубоко укорененный в истории и культуре страны, японский этикет представляет собой сложную систему правил и обычаев, которые помогают поддерживать гармонию и уважение в обществе. Японская культура в основе своей не меняется с течением лет. Молодые люди, несмотря на современные тенденции развития и подражание Западу в образе жизни, во многом придерживаются традиций своих дедов и прадедов. Японцы вежливые и сдержанные люди, они не рассчитывают на то, что все будут соблюдать их обычаи, однако, если человек постарается следовать японской манере поведения, то ему будут очень благодарны. Запретов и табу – того, что делать категорически нельзя, в Японии немного и практически все они укладываются в рамки здравого смысла. Такой японский ритуал, как поклон содержит в себе не только формальное уважение к собеседнику, но и целый ряд глубинных ценностей, заложенных у жителей Японии с самого детства. А манера поведения японца при ведении деловых переговоров распространяется также и на его повседневный образ жизни, мысли, привычки, действия. Гармония и спокойствие – это фундаментальные аспекты жизни и мышления в Японии, они являются залогом процветания души человека [2].

Поклон в Японии – это акт опускания головы или верхней части туловища, обычно используемый как знак приветствия, почтения, извинений или благодарности в социальных или религиозных ситуациях. Поклоны настолько укоренены в японской культуре и являются неотъемлемой её частью, что сами японцы, делая это интуитивно, не задумываются об определённых алгоритмах. Японцы кланяются друг другу по несколько раз в день. Если японец встречается со старшим по возрасту или положению, например, в учреждении, то первый раз он делает обычный поклон, а при последующих встречах в течение того же дня ему достаточно сделать легкий поклон. Привет-

ствия и поклоны призваны создавать благожелательную атмосферу общения, гармонизировать межличностные отношения. Приветствие является знаком проявления добрых намерений к тому, к кому оно обращено. Согласно японскому речевому этикету каждому человеку необходимо уметь демонстрировать свое уважение к другому. Японский речевой этикет требует изначально четкого определения социального статуса участников общения. Исходя из этого, различаются и формы речевого общения. Поэтому поклон в Японии – это больше, чем поклон, так как он, помимо всего прочего, включает в себя целый пласт важнейшей информации для передачи собеседнику [1].

Считается, что поклоны стали распространяться в периоды Асука и Нара 538-794 гг. н.э. с приходом в Японию буддизма из Китая. В это время на основе идей конфуцианства формировалось японское общество, а буддизм активно внедрялся в жизнь японцев, поэтому именно из них поклон берёт свой исток. Так, например, в буддийском учении поклон являлся неотъемлемой частью религиозной церемонии, во время которой с помощью поклона проявлялось благочестие и уважения к Будде. А согласно идеям Конфуция, данный жест был прямым отражением социального статуса. Например, когда человек более низкого социального положения делал поклон и тем самым изгибал своё тело, показывал, что он действительно ниже другого в визуальном плане и проявляет к нему уважение. Чаще всего вы будете кланяться в следующих случаях: здороваясь и прощаясь; начиная и заканчивая урок; в знак благодарности; извиняясь; поздравляя кого-либо; высказывая просьбу; при исполнении ритуалов в святилище.

Существует две исходные позиции из которых принято совершать поклоны. Первая позиция – это позиция сидя, которая называется сэйдза. Сэйдза – это позиция, в которой стоит сидеть во всех формальных ситуациях, начиная от участия в чайной церемонии и заканчивая похоронами. Также существуют поклоны из положения стоя, называемого Сейритсу

*Эсяку* это наклон вперёд на 15°. Применяется, если вы встречаете человека равного по должности или социальному статусу, например, коллегу или друга вашего друга.

*Сэнрэй* представляет собой наклон вперёд на 30° из положения сидя. Считается наиболее распространённым видом поклона в повседневной жизни. Используется в полупроформальной обстановке для выражения умеренной благодарности или знака уважения.

*Фуцурэй* разновидность наклона вперёд на 45°. Используется при взаимодействии с кем-то, кто выше вас по социальному статусу, старше или имеет определённое главенство над вами, например, это может быть ваш босс или родственники со стороны мужа/жены.

*Сайкэйрэй* – поклон от 45 до 70°. Этот поклон выражает глубочайшее уважение или раскаяние. Помимо религиозного контекста, этот поклон используется для крайней степени выражения раскаяния или при аудиенции у императора [4].

Важной отличительной особенностью японского этикета при ведении деловых переговоров является стратегия «нэмаваси». Во главе данного принципа заложен фундамент гармонии и спокойствия. Эти ценности формируют особый облик взаимодействия между людьми. Важные решения не принимаются на ходу во время ожесточенных дебатов, где каждый старается протолкнуть свою точку зрения. Чем более значительная задача, тем более тщательной и, как правило, продолжительной является подготовка. Количество участников также играет ключевую роль в затягивании процесса переговоров. Для достижения компромисса необходимо получить одобрение не только основных игроков, но и тех, кто имеет меньшее влияние. Буквально термин означает «окапывание корней». Это выражение, использующееся с давних пор, пришло из сельского хозяйства и описывает метод подготовки растения к пересадке. Земля вокруг растения, которое предполагалось пересаживать, частично заменялась на почву, взятую из места будущей посадки, чтобы растению было проще прижиться на новом месте. Разумеется, это замедляло процесс пересадки, но зато делало его более безопасным для самого растения. Данные принципы соблюдаются и в переговорной стратегии, которая получила аналогичное название. Перед основными дискуссиями участники проводят индивидуальные неформальные консультации для определения позиций каждого и составления детальной карты интересов. Предварительные переговоры могут затянуться на месяцы, но продолжаются до тех пор, пока не будет найдено удовлетворительное решение для всех участников. Важно отметить, что серьезные решения принимаются только после неофициальных переговоров. Перед официальным диалогом позиция участников окончательно сформирована и практически не подлежит изменениям [5].

В целом, в истории международных отношений можно найти немало свидетельств важности предварительной договоренности для японцев. Ситуация «частичного» сговора не раз ставила иностранцев в тупик и была причиной поражения на переговорах. В ходе подготовки к участию в конференции с целью подписания Сан-францисского мирного договора от 1951 г. японцы проводили

неформальные консультации с американской стороной. Именно поэтому предложения Советского Союза о выводе всех войск из Японии, которые выглядели вполне справедливыми и даже выгодными для японцев, ни в коем случае не могли быть реализованы. Ещё один яркий пример применения японского принципа «нэмаваси» в международных отношениях – это переговоры между Японией и США по заключению Торгового соглашения между обеими странами в 1980-х годах. В то время Япония и США столкнулись с серьезными разногласиями в торговых отношениях, особенно в сферах автомобильной и электронной промышленности. Обе стороны имели свои интересы и требования, которые были сложно согласовать. Переговоры были долгими и тщательными, с обеих сторон проводились многочисленные предварительные консультации и индивидуальные встречи для выработки общей стратегии. Каждая сторона тщательно анализировала позиции другой стороны и подготавливала свои аргументы. Благодаря этому подходу удалось достичь компромисса и заключить Торговое соглашение, которое удовлетворило обе стороны. Этот пример показывает, как японский принцип "нэмаваси" был успешно применен в международных переговорах для достижения взаимовыгодного решения.

В японском этикете отдельное внимание уделяется дарению и получению подарков. В Японии существует два различных вида подарков, которые широко используются и имеют свои уникальные особенности: это оиваи и учиваи. Оиваи – это подарок, который дарится в честь какого-то праздника, события или важного момента в жизни человека, такого как свадьба, рождение ребенка, поступление на новую работу и т.д. Обычно подарок дарится на самом празднике или непосредственно перед ним. Такие подарки могут быть более формальными и дорогими, так как выражают радость и уважение к особому событию. Утиваи – это подарок, который дарится в ответ на полученный ранее подарок. Например, если человек получил подарок на свадьбу, он может отправить утиваи в благодарность за полученный подарок. Подарок обычно отправляется после того, как был получен основной подарок. Такие презенты могут быть менее формальными и более символическими, но они выражают благодарность и признательность за внимание [6].

Также процесс дарения подразделяется на времена года. Существует два периода, когда обмен подарками является особенно важным. Отогэн – это подарки, которые дарят в середине лет. Осэibo дарят в зимнее время года, обычно в декабре. Их дарят в знак благодарности и уважения к родителям, родственникам, друзьям, коллегам или бизнес-партнерам за прошедший год. Обычно они включают в себя рыбу, морепродукты, фрукты, сладости, чай, алкогольные напитки и другие продукты, которые помогут создать праздничное настроение. Одним из ключевых аспектов различия ними является соответствие подарка времени года. В японской культуре очень важно учитывать сезонность продуктов при выборе, так как это отражает ваше внимание к деталям и заботу о получателе. Например, подарок летом должен содержать продукты, которые помогут освежиться в жаркую погоду. В свою очередь, подарок зимой должен включать продукты, которые помогут создать уют и праздничную атмосферу. Если подарок не соответствует времени года, он может быть воспринят как неуместный или недостаточно заботливый. Поэтому при выборе важно учитывать сезонность продуктов [3].

В заключение, японский этикет представляет собой уникальную и сильно закоренелую систему правил и обычаев, которая играет важную роль в японском обществе. Этот этикет отражает не только исторические традиции и ценности, но также способствует поддержанию гармонии и связей между людьми. Японцы придерживаются этикета в повседневной жизни, в деловых отношениях, на общественных мероприятиях и во время церемоний. Они стремятся к их соблюдению, чтобы показать уважение к другим людям, сохранить древние устои в обществе и поддерживать традиции своей культуры. Этикет помогает укрепить общественные связи между людьми, создать доверительные отношения и способствует эффективному взаимодействию в различных сферах жизни. Важно понимать, что японский этикет не статичен и может немного изменяться в зависимости от контекста и ситуации, однако его основные принципы остаются неизменными. Таким образом, рассмотренные аспекты японского этикета подчеркивают особую философию, которая играет значительную роль в формировании японской культуры, помогая сохранить традиции, уважение и гармонию в обществе

---

1. Общение и этикет в Японии: поклоны – Текст: электронный. – URL: <https://nihon-go.ru/obshhenie-i-etiket-v-yaponii-poklonyi/>

2. Особенности поведения японцев. Несколько простых правил – Текст: электронный. – URL: <https://nihon-go.ru/osobennosti-povedeniya-yapontsev-neskolko-prostyih-pravil/>

3. Подарки в Японии – Текст: электронный. – URL: <https://ikigai-school.ru/trdiciisvyazanniesporkami>



4. Поклон, как средство выражения уважительного отношения к собеседнику – Текст: электронный. – URL: <https://nihon-go.ru/obshhenie-i-etiket-v-yaonii-poklonyi/>

5. Стратегия ведения переговоров в Японии: Нэмаваси – Текст: электронный. – URL: <https://nihon-go.ru/strategiya-vedeniya-peregovorov-v-yaonii/>

6. Этикет приема подарков – Текст: электронный. – URL: <https://japanesefirst.ru/news/152-etiket-priema-podarkov>

УДК 81'42

## НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-ЯЗЫКА (НА ПРИМЕРЕ СЛЕНГА И НЕОЛОГИЗМОВ)

Д.М. Камаха, Д.Ф. Астахова, Е.А. Назарова, бакалавры  
В.И. Молодых, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу особенностей китайского интернет - языка на основе собранной информации. Авторы провели экспресс-интервью среди китайской молодежи. На основе ответов были выявлены основные типы и особенности слов или новых значений существующих слов, употребляемых в интернете носителями китайского языка.*

**Ключевые слова:** *китайский язык, интернет, китайский интернет язык, сленг, омофоны, неологизм, иероглиф, онлайн-среда, интернет язык.*

## FEATURES OF THE CHINESE INTERNET LANGUAGE ON THE EXAMPLE OF SLANG AND NEOLOGISMS

**Abstract.** *The article is devoted to analyzing the peculiarities of the Chinese Internet language based on the collected information. The authors conducted a rapid interview among Chinese teenagers. Based on the responses, the main types and features of words or new meanings of existing words used on the Internet by native Chinese speakers were identified.*

**Keywords:** *Chinese language, internet, Chinese internet language, slang, homophones, neologism, character, online environment, internet language*

Актуальность исследования определяется важностью изучения сленга и неологизмов в процессе постижения культуры и языка любой страны. Интернет-сленг и неологизмы часто используются в социальных сетях, форумах, мессенджерах и других онлайн-платформах в Китае. Знание этих особенностей языка поможет лучше понимать культуру и уверенно участвовать в диалоге с носителями языка. Это поможет более эффективно изучать китайский язык, в том числе и в так быстро развивающейся цифровой среде.

**Цель исследования** – изучение особенностей интернет-сленга и неологизмов в китайском языке посредством анализа собранного материала.

**Объект исследования** – китайский интернет – язык.

**Предмет исследования** – ответы китайских подростков в экспресс-интервью.

Китайский язык – один из самых популярных языков в мире с миллиардами носителей. С развитием технологий и распространением Интернета, китайский язык также прошел невероятное развитие и в онлайн-среде. Китайский интернет-язык 网络用语 (Wǎngluò yǔngǔ) – это уникальный язык, который развился в онлайн пространстве на протяжении многих лет. Этот язык сочетает в себе элементы китайского языка, английского языка и специфических интернет-терминов. Он стал неотъемлемой частью китайской киберкультуры и каждый день используется миллионами пользователей в Китае и за его пределами. [1, с. 7–9]

Существует огромное количество способов образования китайского сленга/интернет – языка, в нашем докладе мы рассмотрим всего несколько из них. Цифровые слова-созвучия (shù zì xié yīn

,谐音) тот сленг, который имеет смешанное образование и неологизмы.

Цифровые слова – созвучия – это слова омофоны, образованные в процессе общения в интернете с помощью чисел, заменяющих слова. Механизм данной «языковой игры» следующий. Любая цифра в китайском языке по звучанию омонимична полноценному слову и может использоваться вместо него. В связи с этим игра со звучанием цифр очень популярна и используется настолько широко, что не все носители языка сразу могут найти соответствие звучания цифр и слов, поскольку звучание цифры и слова не всегда тождественно, а может лишь совпадать частично. Иногда лишь близкие друзья понимают друг друга, когда используют этот прием в ходе общения по интернету. Безусловно, числовые фразы легче печатать, чем иероглифы, поэтому их можно часто встретить при общении с китайцами и на просторах китайского интернета. Комбинации цифр бывают самыми разными. Некоторые знаки используются для приветствия, другие – для поздравлений, а третьи – для цифр. Наверное один из самых известных примеров данного способа образования это – 520 [wǔ èr líng]/521 [wǔ èr yī] – 我爱你 – Wǒ ài nǐ – я люблю тебя. Разберем подробно данную фразу. Цифра 5 五 созвучна с местоимением я 我, цифра 2 二 созвучна с глаголом любить 爱 и 0 零 похож по звучанию на местоимение ты 你.

Кстати, 20-ое мая (по-китайски пишут 5.20 – сначала номер месяца, затем число) уже стало первым самопроизвольно возникшим в виртуальном мире миллионов китайских пользователей интернета праздником – Днем влюбленных в Интернете. Интернетный день влюбленных это праздник иносказаний, уникальный и модный, праздник здоровой интернетной культуры и интеллектуального восприятия интернета. Пары дарят друг другу подарки 20 или 21 мая. Это похоже на День святого Валентина или традиционный китайский фестиваль Ци си (праздник влюбленных в Китае).

Еще пара примеров:

666 (Liùliùliù) – 溜溜溜 (liūliūliū) – «Хорошая работа!»

88 (ba ba) – 拜拜 Bàibài – «пока-пока»

1414 (意思意思 yìsi yìsi) – «интересенько»

07382 (Líng qī sān bā èr) – 你欺善怕恶 (nǐ qī shàn pà è) – «ты обманываешь добрых и боишься злых»

359258 (Sān wǔ jiǔ èr wǔ bā) – 想我就爱我吧 (xiǎng wǒ jiù ài wǒ ba) – «хочу начать любить себя»

Также рассмотрим буквенно-цифровые комбинации и комбинации из цифр и иероглифов. Они построены из цифр и букв латинского алфавита или иероглифов соответственно: 3Q – sān ku, что созвучно с английским thank you. 好8 hǎo bā – от 好吧 hǎo ba – хорошо. 米2 mǐ two – от me too – и я. U1S1 /有一说一/ yǒuyī shuōyī/ переводится, как «честно говоря», «ну, если честно». Очень популярное сокращение, которое пишут вначале, перед тем как высказать свое мнение.

Важно сказать, что сленг привлекает новизной, простотой использования и аббревиатурами, которые помогают экономить время и значительно упрощают общение. Этот язык является уникальным, так как помимо удобного использования придает особый эмоциональный окрас, который люди пытаются подчеркнуть, когда используют сленговые выражения. Более того, китайская молодежь чаще всего использует сленг, чтобы показать своё отражение к происходящим вокруг них событиям.

Сейчас благодаря таким приложениям, как Wechat, Dingtalk, Xiaohongshu, Douyin, а также разнообразным компьютерным играм сленг укрепился в жизни китайцев и с каждым днем становится популярным и в повседневной жизни. Например, можно выделить неологизмы.

Неологизм — слово, значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке (новообразованное, отсутствовавшее ранее). Свежесть и необычность такого слова, словосочетания или оборота речи ясно ощущается носителями языка. Неологизмы в любом языке являются отражением определённого этапа развития общества. Их появление обусловлено потребностью социума в языковом обозначении новых предметов, явлений и концепций. Учитывая, что сегодня общество стремительно накапливает изменения, поток новых слов неизменно увеличивается, а это делает систему того или иного языка намного богаче и разнообразнее. Были выбраны некоторое количество примеров, которые показались наиболее интересными среди неологизмов:

Неудачник (屌丝) – «Дяосы» используется для описания молодых людей, родившихся в бедной семье и неспособных изменить обстоятельства своей бедности. Люди обычно используют эту

фразу иронично и самоуничижительно. Например, кто-то может со вздохом сказать: «Я дяосы», когда увидит богатых людей с личными автомобилями и роскошными домами. Происхождение этого сленга неизвестно, но сегодня он широко используется в Интернете, и можно сказать, что он отражает то, что многие люди чувствуют себя расстроенными и недовольными, поскольку им не удается изменить свою жизнь, сколько бы усилий они ни приложили.

Главное, что ты счастлив (你开心就好) – буквально означает «ты счастлив, и это нормально». Обычно используется, чтобы высмеять друзей, попавших в плохую ситуацию, например, проваливших экзамен.

Я не знаю (我母鸡啊) – «курица» на китайском языке произносится как «无码» на кантонском диалекте, что означает «не знаю» или «понятия не имею».

Также присутствуют неологизмы с измененным смыслом слов.

Вульгарный магнат (土豪) — относится к раздражающим игрокам онлайн-игр, которые покупают большое количество игрового оружия, чтобы прославиться другими. С конца 2013 года значение изменилось и теперь широко используется для описания нуворишей в Китае (людей богатых, но менее культурных).

Прошу прощения?! (黑人问号) – буквально означает «черный человек со знаками вопроса». Многие китайцы используют этот сленг, когда реагируют на что-то смешное или находятся в замешательстве. Оно взято из популярного мема о баскетболисте НБА Нике Янге с растерянным выражением лица и шестью вопросительными знаками.

Странный (重口味) – Буквально «тяжелый вкус, интерес или хобби», например, в фильмах ужасов, хэви-метале, экстремальных видах спорта и т.п.

Таким образом, поскольку наше исследование основывалось на ответах наших ровесников из Китая, мы смогли получить самую актуальную информацию о китайском интернет языке. Можно сделать вывод, что изучение особенностей китайского интернет-языка на примере сленга и неологизмов является важным аспектом для тех, кто интересуется современным состоянием китайского языка и культуры. Следить за развитием интернет-языка позволяет не только расширить свой словарный запас, но и понять новые тенденции в языке, общении и мышлении молодого поколения в Китае. Знание сленга и неологизмов поможет не только лучше понимать разговорную речь и общаться с китайскими носителями языка, но и углубит ваше понимание культуры и обычаев китайского общества. Поэтому изучение китайского интернет-языка на примере сленга и неологизмов следует рассматривать как важный и полезный аспект при изучении китайского языка и китайской культуры в целом.

«俚语在中国不管是成年人还是年轻人都十分的流行。

比如1314在中文的意思是爱你一生一世。520/521的意思是我爱你的意思。这俩例子算是目前比较流行的例子。在五月二十日或者五月二十一日情侣互相送礼。类似于情人节或者中国的传统节日七夕节一样的存在。»

渭南师范学院的学生。

*«Сленг очень популярен среди взрослых и молодежи в Китае. Например, 1314 по-китайски означает «любить тебя вечно». 520/521 означает, что я люблю тебя. Эти два примера в настоящее время являются популярными. Пары дарят друг другу подарки 20 или 21 мая. Это похоже на День святого Валентина или традиционный китайский фестиваль Ци си.»*

студент Вэйнаньского педагогического университета.

«在聊天中我经常使用数字谐音,例如“666溜溜溜”(六六六)就是一种常见的例子。此外,“233”也常被用来表示笑声或感到开心。

除了你提到的“屌丝”和“你开心就好,我母鸡啊”之外,还有一些其他的网络俚语例子,如“给力”、“躺枪”和“不明觉厉”等。这些词在网络环境中非常流行,并且已经逐渐进入到了更广泛的日常用语中。

在我的国家,新的网络俚语不断涌现。例如,“X二代”可能是另一个新的例子,它指的是具有家庭背景和资源优势的一类人。“杠精”则是指喜欢抬杠或争论的人。此外,“佛系”也是一个流行的词,用来形容一种淡然、不在乎的态度。»

张齐,北京。

*«Я часто использую в чатах гомофонные числа, например, 666 – распространенный пример. Кроме того, «233» часто используется для выражения смеха или чувства счастья.*

*Помимо упомянутых вами «неудачник» и «главное, что ты счастлив», есть и другие примеры интернет-сленга, такие как «круто», «получить пулю даже лежа» и «не понял, но*

прикольно»/«ничего не понятно, но очень интересно». Эти слова очень популярны в онлайн-среде и постепенно вошли в более широкую повседневную речь.

В моей стране постоянно появляется новый интернет-сленг. Например, «спорщик» относится к человеку, который любит спорить. Кроме того, «не колышет» – это еще и популярное слово, используемое для описания равнодушного отношения.»

Чжан Ци, Пекин.

«呵呵Expressing ridicule.

These cannot be said to be slang, some are dialects of some provinces, some are expressions in ancient Chinese or minority languages, and some popular phrases arise from events on the internet. Usually, this event is replaced by a single word, which represents such behavior.»

«Хаха» Выражение смеха.»

«Их нельзя назвать сленгом, некоторые из них являются диалектами некоторых провинций, некоторые являются выражениями на древнем китайском языке или языках меньшинств, а некоторые популярные фразы возникают в результате событий в Интернете. Обычно это событие заменяется одним словом, которое представляет собой такое поведение.»

«Сетевые выражения в молодом поколении очень популярны, не только в онлайн-чатах, но и в реальном мире. Новые сетевые выражения очень популярны. В молодом поколении, особенно в возрасте от 20 до 30 лет, интернет-сленг все еще относительно популярен; что касается пожилых людей, то это уже зависит от человека.

至于我，在与人聊天时，也常会使用数字谐音。例如，我会用“666”来夸赞他人，会用“521”表示“我爱你”等等。

就我所知，还有一些其他的数字谐音，例如：1314-一生一世；888-发发发；918-加油吧。

关于这些新词汇，它们在我的国家是比较流行的，不管是线上还是线下，有很多人在使用它们。

我还知道一些新词汇，例如：干饭人；爷青回。还有一类由数字和英文字母组成的词汇，例如：u1s1-有一说一；yyds-永远的神。»

谢智星，内蒙古呼和浩特市。

«Интернет-сленг очень популярен среди молодежи. Будь то онлайн-чаты или живое общение, новые интернет-сленги очень популярны. Среди взрослых, особенно в возрасте от 20 до 30 лет, интернет-сленг все еще относительно популярен; что касается пожилых людей, то это уже зависит от человека.

Что касается меня, то в общении с людьми я часто использую омофоны чисел. Например, я использую «666», чтобы хвалить других, а «521», чтобы сказать: «Я люблю тебя» и так далее.

Насколько мне известно, существуют и другие омофонные числа, например: 1314 – навсегда, на всю оставшуюся жизнь; 918 – «давай!».

Что касается этих новых слов [наши примеры], то они довольно популярны в моей стране, и многие люди используют их как онлайн, так и офлайн.

Я также знаю некоторые новые слова, такие как: обжора, юность вернулась (мем о ностальгии). Существует также тип лексики, состоящей из цифр и английских букв, например: u1s1-четно говоря; yyds – «лучший из существовавших» (фраза восхваления кумира или описания чего-либо очень понравившегося).»

Се Чжисин, Хух-Хото, Внутренняя Монголия.

1. Язык китайского Интернета / Сбоев А.Н.; Восточный ин-т — Школа региональных и междунар. исследований Дальневосточного федерального университета. – Москва: Наука – Вост, лит., 2020. – 174 с.

2. Китайский сленг: говорите как местные. Интернет-сленг. // ltl-kitay URL: <https://ltl-kitay.ru/%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3-%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5/> (дата обращения: 27.03.2023).

## КАНАДСКИЙ СЛЕНГ: ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

Д.А. Коноплёв, бакалавр  
М.В. Горбунова, ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** Статья посвящена краткому описанию канадского варианта английского языка, в частности – канадскому сленгу и диалектизмам. Автор раскрывает основные характеристики и отличительные особенности варианта английского языка Канады, приводя примеры лексических единиц, которые считаются канадским сленгом.

**Ключевые слова:** Канада, язык, канадизм, сленг, история, этимология, диалектизм, культура, лингвистика.

## CANADIAN SLANG: LINGUOCULTURAL ASPECT

**Abstract.** The article is devoted to a brief description of the Canadian version of the English language, in particular, Canadian slang and dialectisms. The author reveals the main characteristics and distinctive features of the Canadian English language, giving examples of lexical units that are considered Canadian slang.

**Keywords:** Canada, language, canadism, slang, history, etymology, dialectism, culture, linguistics.

Английский язык, как один из международных языков, имеет значительное количество вариантов. Варианты языка формируются на основе множества факторов, и могут включать в себя различия на фонетическом, лексическом и грамматическом уровнях. Беря во внимание английский язык, наиболее известными его вариантами являются: британский, шотландский, ирландский, американский, австралийский, индийский и канадский. Именно канадскому варианту английского языка (с акцентом на сленговую составляющую) посвящена данная статья.

Будучи одной из колоний (а затем доминионов) Британской империи, Канада переняла язык своей материнской страны. На протяжении всей канадской истории английский язык являлся основным средством коммуникаций, несмотря на относительную популярность французского в некоторых провинциях. Хоть британское начало и доминировало на территории Канады, волны иммигрантов из различных точек мира, географические особенности, а также особый ментальный уклад канадского народа, способствовали формированию канадского варианта английского языка, в котором отчётливо прослеживаются сленг и диалектизмы.

Стоит обратиться к истории возникновения канадского варианта английского языка. Впервые термин «канадский английский» засвидетельствован в 1857 году в обращении А. Констебла Гейки Канадскому институту. Гейки, канадец шотландского происхождения, назвал этот язык «исковерканным диалектом» по сравнению с тем английским, на котором говорят британские иммигранты. Таким образом, он отразил англоцентричную позицию, которая будет преобладать в Канаде в течение следующих ста лет.

Канадский английский сформировался в результате пяти волн иммиграций и расселений на протяжении более чем двух столетий. Первой наиболее крупной и важной с точки зрения лингвистики волной иммиграции стал приток лоялистов из Средне-Атлантических штатов, бежавших от Американской революции. В этой связи некоторые учёные полагают, что канадский вариант английского языка произошёл от северо-американского английского. Особенности канадского английского вырабатываются с начала XIX века. Вторая волна иммиграций в Канаду из Великобритании и Ирландии началась после Англо-американской войны 1812 года; канадские генерал-губернаторы поощряли британскую миграцию, так как были обеспокоены американским влиянием среди своих граждан. Дальнейшие потоки миграции со всего мира достигли пика в 1910 и 1960 годах и в настоящее время имеют не столь большое влияние, но благодаря им Канада стала многонациональной страной, язык которой в нынешний период глобализации может меняться под влиянием из всех уголков мира.

Языки коренных народов Канады начали оказывать влияние на европейские языки, используемые в Канаде, ещё до широкого расселения европейцев по стране, а из французского Нижней

Канады в английский Верхней Канады вошли различные слова, включая *toque* и *portage*. Подобные примеры лексических единиц можно считать инновацией в сфере лингвистики.

Хотя процесс становления канадского английского – его документация и кодификация – восходит к 1930-м годам, ключевым периодом в его истории считаются 1960-е годы. Как и прочее социальное развитие в стране, всеобщее признание канадского английского в стране заняло определённое время. Заметные сдвиги в тоне обсуждений можно заметить в середине первого десятилетия 2000-х годов, когда канадский английский считали данностью, вариантом «по умолчанию», тогда как ранее, говоря о канадском английском, люди высказывали сомнения в его статусе [5].

Как правило, наиболее специфические особенности языковых вариантов находятся в лексико-семантическом уровне, поскольку данный уровень языка наиболее восприимчив к изменениям. Говоря о канадском варианте английского языка, наиболее оптимальным термином для обозначения его уникальных лексических единиц будет «канадизм», хотя данный термин поставил ряд вопросов перед лексикографами и учёными-лингвистами. Более известными вариантами английского языка считаются американизмы и англицизмы. Канадизмы разделяются на несколько основных тематических групп: предметы одежды, обозначения, связанные с холодным климатом, французская сторона Канады, особенности административного устройства, быт и хозяйство, животные, населяющие территорию Канады. [1]

Авторы «Словаря канадизмов» определяют термин «канадизм» как «любой лингвистический признак, например, в произношении, морфологии, синтаксисе, лексике, правописании, являющийся характерным для английского языка Канады». [3]

Как и для австралийского варианта английского, одной из основных черт канадского английского языка является сленг. Сленг – это разговорный или фамильярный тип речи в определённой области или группе, а также набор слов и выражений, употребляемый в этой группе. Сленг занимает свою нишу между разговорным и фамильярным типами речи. В случае канадского сленга далеко не всем лексическим единицам свойственен фамильярный стиль, однако этим словам в любом случае присваивается статус “Canadian slang” (канадский сленг).

Переходя к конкретным примерам канадского сленга, можно начать с тематики холодного климата:

- **“Toque”** – вязаная шерстяная шапка, популярная в Канаде в зимнее время. Некоторые виды ток имеют вшитый инструмент для открывания бутылок;

- **“Chinnok”** – юго-западный фён на восточных склонах Скалистых гор в Канаде, а также на прилегающих к ним участках прерий. Этимология слова Chinnok уходит своими корнями к одноимённым племенам коренных американцев;

- **“Bunny hug”** – уютная толстовка с капюшоном и передним карманом, известная в большей части Канады как худи. “Bunny hug” получил своё название благодаря ассоциации с мягкими кроличьими объятиями;

- **“Double double”** – заказ на кофе с двойным кремом и двойным сахаром. В связи с низкими температурами, данный заказ весьма популярен в Канаде, поскольку горячий кофе с двойным кремом и сахаром помогает легче переносить холода.

К примерам для тематики французской стороны Канады можно отнести следующие примеры:

- **“Eh”** – междометия со множеством функций. Данное междометие употребляет практически каждый житель Канады в повседневной речи. Междометие “Eh” зачастую применяется в качестве разделительного вопроса, однако также может употребляться для привлечения внимания или в качестве знака одобрения. Предположительно, междометие “Eh” берёт своё начало во французском языке;

- **“Crayon”** – цветной карандаш. Слово Crayon является прямым заимствованием из французского языка;

- **“Masi”** – благодарность. Данное слово встречается не так часто в сравнении с остальными, но всё же имеет место в провинции Квебек. Происходит от французского слова «Mercu»;

В качестве примеров административного устройства можно выделить данные примеры канадского сленга:

- **“Loonie”** и **“toonnie”** – канадские долларовые монеты. «Loonie» обозначает монеты 1 доллара, а «toonnie» – монеты 2 долларов. Слово Loonie происходит от слова Loon, которое обозначает черноклювую гагару, изображённую на монете, одного из наиболее запоминающихся животных канадской фауны. В свою очередь, слово Toonnie создано по принципу loonie, однако образовано на основе числительного two;

• **”Mountie”** – член канадской конной полиции. Королевская канадская конная полиция, сокращённо КККП – федеральная полиция Канады (Royal Canadian Mounted Police). Члены этого типа конной полиции получили своё название благодаря сокращению английского слова «Mounted», что означает «Верховой»;

• **”Klicks”** – синоним к слову «километры». Зачастую используется в комбинации со словом away, формируя словосочетание ”klicks away”. Официальной информации по поводу этимологии слова ”klicks” нет. Тем не менее, существует предположение, что корни этой лексической единицы берут своё начало в историческом контексте.

Согласно диссертации С. Гамильтона, выделяется четыре основных источника канадизмов:

– архаизмы, вышедшие из употребления в английском и французском языках Старого Света, но сохранившие свою функциональность в Канаде;

– дополнительные значения некоторых лексических единиц, которые впервые появились в Канаде и стали отражать культуру и реалии новых территорий;

– неологизмы, ставшие чисто канадской инновацией;

– другие языки (не английский и не французский), которые повлияли на СпЕ (канадский английский) и СпF (канадский французский) [4].

Если проанализировать демолингвистическую статистику, можно сделать ряд выводов. Английский язык считают родным около 17 млн жителей Канады (58 % её населения, французский – 22 %), что значительно ниже соответствующей доли в США (83 %). Из-за интенсивной иммиграции этот показатель в обеих странах имеет тенденцию к постепенному снижению. Тем не менее, большинство прибывших интегрируется в англоязычное общество, поэтому доля владеющих английским в Канаде приближается к 26 млн чел (85 % населения). Английский язык является одним из двух официальных языков Канады на федеральном уровне (наряду с французским). Только в провинции Квебек он не имеет официального статуса, хотя англо-квебекцы составляют 8 % населения провинции и за ними сохраняются определённые языковые права [5].

Подводя итог, можно отметить, что канадский вариант английского языка имеет свои уникальные черты, отличающие его от других вариантов. Основными факторами для формирования СпЕ и СпF стали: холодный климат, особенности фауны, взаимосвязь с французской культурой, а также некоторые особенности экономического и административного устройства.

Таким образом, можно утверждать, что наряду с понятиями «англицизм» и «американизм» своё место занимает термин «канадизм». Канадский сленг является частью канадского варианта английского языка, представляя собой разговорный или фамильярный тип речи, устоявшийся в определённых группах (например, возрастных), а также набор слов и выражений, используемых в этих группах. Хотя канадизмы и затронули лексическую составляющую языка в первую очередь, ими также были затронута фонетическая часть английского.

На сегодняшний день канадский сленг набирает определённую популярность, особенно в США. Изучение этого явления позволяет углубиться в культурные особенности канадского народа, сформировав более широкое представление о Канаде с точки зрения лингвистики и культурологии.

---

1. Новоселова М.А. Канадский английский – Текст: электронный: Cyberleninka. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kanadskiy-angliyskiy> (дата обращения: 07.04.2024).

2. Dictionary of Canadisms of Historical principles W. S. Avis. – Toronto, 1967.

3. The Canadian Dictionary 1962 // под ред. Ж. Виня. Dictionary of Canadian English в 3-х выпусках. (1962-1967).

4. Вишневская Г.М. ‘Канадизм’ как локально-маркированная лингвистическая единица (лексикографическая трактовка термина) – Текст: электронный: Cyberleninka. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kanadizm-kak-lokalno-markirovannaya-lingvisticheskaya-edinita-leksikograficheskaya-traktovka-termina> (дата обращения: 07.04.2024).

5. Канадский вариант английского языка – Текст: электронный: Википедия. Свободная энциклопедия. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Канадский\\_вариант\\_английского\\_языка](https://ru.wikipedia.org/wiki/Канадский_вариант_английского_языка) (дата обращения: 07.4.2024).

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И СОТРУДНИЧЕСТВО СТРАН АТР ЧЕРЕЗ ПОЗНАНИЕ КУЛЬТУР И ЯЗЫКОВ НАРОДОВ

**А.М. Никитин**, магистрант  
**А.И. Козинец**, канд. полит. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В данной статье анализируется влияние глобализации на современную культуру, а также методы и подходы международного сотрудничества в рамках совместного развития в странах Азиатско-Тихоокеанского региона.

**Ключевые слова:** АТР, культура, глобализация, международное сотрудничество, США, Япония, Россия.

## INTERACTION AND COOPERATION OF APR COUNTRIES THROUGH LEARNING THE CULTURES AND LANGUAGES OF PEOPLES

**Abstract.** This article analyzes the impact of globalization on contemporary culture and the methods and approaches of international cooperation in co-development in Asia-Pacific countries.

**Keywords:** APR, culture, globalization, international cooperation, USA, Japan, Russia.

Азиатско-Тихоокеанский регион включает в себя восточную часть Российской Федерации, Японию, КНДР, Южную Корею, Китай, Таиланд, Вьетнам, Лаос, Сингапур, Филиппины, Индонезию, Камбоджу, Мьянму, Бирму, Австралию, Новую Зеландию, часть территории США и страны Латинской Америки, побережье которых омывает Тихий океан. Другие источники могут включать также Индию, Монголию, Шри-Ланку и Пакистан. [1].

В современном обществе сохранение культурной самобытности внутри Азиатско-Тихоокеанского региона осложняется всеобщей глобализацией. После Второй мировой войны каждая страна стала стремиться обрести независимость, произошла деколонизация что привело к взаимовыгодному сотрудничеству между странами.

Расширение между народами взаимосвязей: туризма, инвестиций, торговли, средств массовой информации, привело к формированию новой мировой культуры. При этом следует различать традиционную культуру и современную. Традиционная основана на традициях прошлых времён и этим наполняет современную культуру в том числе.

Культура создана человеком и затрагивает все сферы жизни общества. Традиционная культура становится менее значимой в эпоху цифровых технологий и всеобщей глобализации. Сохранение нации задача любого государства, а для этого важно сохранять традиции и поддерживать их в современном обществе и беречь накопленные ценности, передаваемые из поколения в поколение. Современная культура имеет малое отношение к прошлому, и ценности прошлого не актуальны в нынешних реалиях. Но существуют ценности, которые остаются важны как раньше, так и сейчас.

Культурная модернизация и глобализация неразрывно связаны с развитием технологий. Глобализация развивается по модели И. Валлерстайна, которая имеет структуру «центр – полупериферия – периферия». Страны Юго-Восточной и Восточной Азии в рамках этой модели принадлежат либо к периферии, либо к полупериферии, в зависимости от того насколько сильно отдельные страны затрагиваются процессами модернизации.

Процессы модернизации и глобализации не всегда взаимосвязаны, так как модернизация – это изменения в культуре, связанные с развитием общества, то есть науки и индустрии. Глобализация же происходит при изменении культурных ценностей и их трансформации. Глобализация – процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации. Абсолютно все страны Азиатско-Тихоокеанского региона вовлечены в процесс глобализации. Например, в КНДР этот процесс медленный, из-за закрытости страны. Возникновению новых экономических зон способствуют активные экономические процессы с Китаем. В Южной Корее разрабатываются специальные программы для детей и старшего поколения, которые призваны облег-



чить вход в новое информационное пространство, например, оно включает в себя изучение английского языка, определенного стиля поведения, особенности поведения других национальных групп [2].

Россия в целях усиления сотрудничества стран АТР в области экономики, экологии, развития торговли, ежегодно с 2015 года организывает Восточный экономический форум. В 2012 году во Владивостоке проходил Саммит АТЭС. Саммит АТЭС имел экономические выгоды для России, а также политически усилил влияние на мировое сообщество. На саммите все участники стараются отойти от политики и задаться экономическими вопросами и задачами. Были созданы инвестиционные выгодные проекты. В 2023 году на ВЭФ присутствовали лишь делегации 11 стран: Белоруссии, Вьетнама, Индии, Казахстана, Китая, КНДР, Лаоса, Монголии, Мьянмы, Сингапура, Филиппин и России. В связи с нынешней политической обстановкой глав государств-гостей не было. Было много представителей СМИ от бывших союзных республик [3].

Владивосток – столица Дальневосточного федерального округа и считается своего рода столицей России по взаимодействию с Азией. Здесь находятся иностранные консульства. Владивосток со дня основания являясь портом и европейским городом в Азии активно развил международную торговлю, культурные и спортивные контакты. Регулярные проведения различных форумов, конференций таких как: Международный форум «Русский язык, литература и культура в пространстве АТР», Международная научно практическая конференция «Русский язык и русская культура в диалоге стран АТР», направлены на продвижение русского языка, ознакомление с российской литературой и культурой в таком геополитически важном регионе, как АТР. 21 сентября 2023 года в Мариинском театре и Приморском академическом краевом драматическом театре имени Максима Горького прошёл театральный фестиваль, в который вошли десять спектаклей разных жанров из стран Юго-Восточной и Восточной Азии, Африки, Латинской Америки и Европы. Благодаря подобным мероприятиям гости и зрители могут наблюдать всё многообразие культуры разных стран и обмениваться опытом [4–8].

На базе Владивостокского государственного университета (ВВГУ) осуществляется международное сотрудничество, всевозможные программы и мероприятия для дальнейшего развития связей между будущими специалистами и представителями своих государств. Обменные программы студентами и студенческий клуб помогают познать культуру и язык стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Каждый семестр в ВВГУ на обучение приезжают иностранные студенты университетов-партнеров из таких стран как Китай, Республики Корея, Япония, США, Вьетнам, Лаос и т.д.

Специалисты Департамента международной и культурной деятельности совместно со студентами-участниками Клуба «International Club» организуют ряд мероприятий, направленных на успешную адаптацию и интеграцию иностранных студентов в образовательную среду российского вуза, сопровождают их во время выездных экскурсий, а также совершенствуются в роли переводчиков, подтягивая уровень знания иностранного языка в процессе работы с носителями. Кроме того, общение с иностранными студентами это возможность узнать об особенностях обучения в другой стране, их культуре, куда студенты ВВГУ могут быть отобраны по конкурсу на программы стажировок [9].

Согласно доктрине образования Российской Федерации, культура, национальный менталитет, ценности российского общества существуют более чем тысячелетия. При этом Россия – евразийская держава, много веков объединяющая в себе Европу и Азию (Запад и Восток), что обусловлено её географическим положением и проявляется в многонациональности, многоконфессиональности. Это определяет общие с Православным Востоком и историческим Западом духовные, эстетические и интеллектуальные культурные корни. Со многими странами Азии Россия имеет вековую совместно прожитую историю и/или тесные экономические и политические связи. Православие занимало и продолжает занимать особое место в становлении единых базовых духовно-нравственных ценностей России. Русский язык и русская культура формирует исторического сознания многонационального народа России. Россия сумела объединить в себе культуру и религии других народов. Россия многонациональна. Российский ислам, российский иудаизм, российский буддизм объединили людей во взаимопонимании и взаимоуважении различных этнокультурных традиций, сформировали нашу цивилизацию. Огромная роль принадлежит образованию. Важнейшая гражданская задача образования состоит в обеспечении самоидентификации каждого гражданина как неотъемлемой части многонационального народа. [10].

Россия уважает и ценит свою культуру и язык и также уважительно относится к народу других стран.

Всё вышесказанное приводит к решению: укреплять свою духовность, идентичность и традиции, не поддаваясь на внешние воздействия и попытки разрушить единство народа. Надо достигать взаимовыгодных задач путём изучения культуры языка стран соседних сотрудничающих государств и уважая их.

1. Климчук В.И. Проблематика взаимоотношений Азиатско-Тихоокеанского региона. – Текст: электронный // Вопросы политологии. – Выпуск 3(23). – 2016. – С. 243–250. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_26704721\\_78951241.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_26704721_78951241.pdf) (дата обращения: 06.04.2024).
2. Бурлаков В.А., Владимирова Д.А., Глазкова Е.А. [и др.]. Современное состояние традиционных культур стран АТР: проблемы их развития и сохранения в условиях глобализации. – Текст: электронный // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2020. – № 4. – С. 34–44. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_44482916\\_70802132.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_44482916_70802132.pdf) (дата обращения: 12.04.2024).
3. Записки на полях саммита: как Русский принял высоких иностранных гостей: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/10/09/2012/5703fca19a7947ac81a6b9d5> (дата обращения: 09.04.2024).
4. Итоги ВЭФ–2023: зачеты, пересдачи и новые смыслы: [сайт]. – URL: <https://prim.rbc.ru/prim/15/09/2023/650412869a794759cbfb9b60> (дата обращения: 09.04.2024).
5. Любопытные детали ВЭФ-2023 во Владивостоке, которые остались за кадром: [сайт]. – URL: <https://dzen.ru/a/ZQL5ssff4C6ZJ4Xf> (дата обращения: 08.04.2024).
6. 10 стран представят спектакли на международном Тихоокеанском театральном фестивале в Приморье: [сайт]. – URL: <https://primorsky.ru/news/294198/> (дата обращения: 09.04.2024).
7. Милянчук Н.С. Русский язык и русская культура в диалоге стран АТР. – Текст: электронный // Вестник Дальневосточного отделения РАН. – Выпуск 3 (139). – 2008. – С. 135–136. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_13074130\\_29122750.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_13074130_29122750.pdf) (дата обращения: 10.04.2024).
8. Как продвигать русский язык и культуру в Азиатско-Тихоокеанском регионе?: [сайт]. – URL: <https://russkiymir.ru/news/263888/> (дата обращения: 09.04.2024).
9. ВВГУ. Международное сотрудничество [сайт]. – URL: [https://www.vvsu.ru/international\\_cooperation/](https://www.vvsu.ru/international_cooperation/) (дата обращения: 08.04.2024).
10. Слободчиков В.И., Остапенко А.А., Шестун Е.В. [и др.]. Национальная доктрина образования Российской Федерации. – Текст: электронный // Проект. – 2018. – URL: [https://psy.su/content/files/2018\\_Doktrina\(1\).pdf](https://psy.su/content/files/2018_Doktrina(1).pdf) (дата обращения: 09.04.2024).

УДК 81

## НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ КИНЕМАТОГРАФА)

А.Н. Новикова, А.С. Скачкова, А.А. Шестёра, бакалавры

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу особенностей отражения китайской культуры на примерах китайского и русского кино. В статье приведены различные мнения экспертов и статистические данные в отношении культуры китайского кинематографа, а также отражение русско-китайских отношений в отрасли кинопроизводства и культурной сферы в целом.*

**Ключевые слова:** *китайская культура, кино, кинематограф, национальная культура, Китай, Россия, киноактер, зритель, сериал, аудитория.*

## SOME FEATURES OF THE REFLECTION OF CHINESE CULTURE (BASED ON THE MATERIAL OF CINEMATOGRAPHY)

**Abstract.** *The article is devoted to the analysis of the peculiarities of the reflection of Chinese culture on the examples of Chinese and Russian cinema. The article presents various expert opinions and statistical data on the culture of Chinese cinema, as well as a reflection of Russian-Chinese relations in the field of film production and the cultural sphere in general.*

**Keywords:** *chinese culture, cinema, cinematography, national culture, China, Russia, film actor, audience.*

Актуальность данной темы обусловлена растущим интересом к интеркультурному взаимодействию и пониманию между различными культурами. Китай и Россия являются крупными исторически и культурно богатыми странами, чей кинематограф является важной частью национального наследия и идентичности. Исследование отражения культуры этих двух стран через призму кинематографа позволяет лучше понять их уникальные особенности, ценности и взгляды на мир.

**Цель исследования** – выявление ключевых черт, тем и мотивов, характеризующих отражение культурных особенностей Китая и России в их кинематографии, а также в изучении воздействия культурных ценностей на творческий процесс и восприятие зрителя.

**Предметом исследования** – анализ кинематографических произведений, созданных в Китае и России, с учетом их культурного контекста и влияния на формирование общественного сознания.

**Объект исследования** – отражение китайской культуры в кинематографе.

Цифровые медиа значительно изменили способы культурного обмена между различными странами. Фильм, как символ искусства и культуры, отражает жизненные условия и способствует культурному обмену. В последнее время Китай и Россия активно используют возможности СМИ для укрепления отношений в отрасли кинопроизводства и культурной сферы. Кинофильм, как носитель национальной культуры и идеологических ценностей, играет роль платформы для обмена киноискусством и сотрудничества между странами. Китай и Россия вместе используют новые возможности в области киноискусства, что способствует сотрудничеству и обмену культурными ценностями.

Как носитель национальной культуры, идеологической ценности и национального духовного общения кинофильм используется в качестве платформы для реализации обмена киноискусством и сотрудничества между различными странами и национальностями. Китай и Россия совместно используют возможности, созданные новой эпохой СМИ, и киноискусство представляется как окно для дальнейшего содействия обмену знаниями в области культуры и искусства. Китай и Россия углубляют сотрудничество и взаимодействие в кино съемке, актерской подготовке, а также во внедрении экспортной кинопродукции и телевизионных работ, которые построили мост для поддержания хороших динамичных отношений в этих двух сферах.

Согласно мнению китайского ученого Пэй Синхуа, развитие новых медиа способствует улучшению киноиндустрии, однако уменьшает интерес зрителей к традиционным фильмам. Новые медиа и кинопроизводство становятся частью широкого культурного явления, принося в киноискусство больше разнообразия и привлекательности для зрителя. Китай и Россия используют фильмы в качестве средства для содействия интеграции культурных элементов и укрепления отношений [1].

В общем и целом, новые медиа и кинопроизводство получили комплексное развитие, становясь неотъемлемой частью более обширного культурного явления, придавая киноискусству больше разнообразия и привлекательности для зрителей. В условиях все более частого культурного обмена между Китаем и Россией, обе страны находят множество общих культурных точек соприкосновения и активно применяют новые формы киносотрудничества, используя фильмы как связующее звено для поощрения интеграции культурных элементов. По статистике, предпочтения зрителей в России в просмотре фильмов зависят от их возраста. Например, значительная часть зрителей в возрасте до 36 лет предпочитает смотреть фильмы через онлайн-платформы и смартфоны, в то время как люди старше 37 лет, независимо от пола, отдают предпочтение кинотеатрам. Можно сделать вывод, что молодежь и среднего возраста в России чаще всего используют интернет для просмотра фильмов и получения информации, и чем старше они становятся, тем менее они зависят от интернета и мобильных устройств. По сравнению с китайской аудиторией, которая в основном предпочитает видеоплатформы, такие как iQiyi, Tencent и Youku, россияне в основном выбирают YouTube. Что касается жанров фильмов, китайские боевики и фильмы о кунг-фу занимают значительную долю, которую сложно проигнорировать в любой возрастной группе. Кроме того, зрители в возрасте от 37 до 47 лет с большим энтузиазмом относятся к художественным фильмам, а остальные возрастные группы не имеют значительной склонности к какому-нибудь определенному жанру.

В России китайские телесериалы по популярности сильно отстают от кинофильмов, что объясняется хотя бы тем, что их не показывают в кинотеатрах. Основной подбор российскими зрителями китайских сериалов осуществляется через крупнейшую поисковую онлайн-платформу «Яндекс». Наиболее популярными среди россиян являются китайские старые костюмированные и фэнтезийные драмы и боевики. Примерами могут послужить: «36 ступеней Шаолиня» (1978); «Выход Дракона» (1973); «Лян Шань-бо и Чжу Ин-тай» (1954); «Молодость в огне» (1959) и т.п.

В то же время сериалы о китайской семье в целом непопулярны у российских зрителей. Стоит также упомянуть, что, поскольку просмотр китайских телевизионных драм обычно сопровождается субтитрами, распространение данных сериалов способствует увеличению заинтересованности к исследованию китайского языка.

Стоит заметить, что интеграция иностранного персонажа в киноленту часто подаётся излишне стереотипно. Так, например, в китайском фантастическом киноблокбастере «Блуждающая Земля» («流浪地球») режиссера Франта Го (郭帆), вышедшем на экраны в 2019 г., рассказана невероятная, но глубоко символическая история. В результате того что Солнце постепенно умирает, условия жизни на Земле ухудшаются, и под угрозой оказывается само существование человеческой цивилизации, земляне решают покинуть солнечную систему вместе со своей родной планетой и отправиться на поиски подходящей для Земли звезды и тем самым спасти человечество. Навигатором в этом фантастическом полете служит гигантская космическая станция, на которой работают русский космонавт, роль которого исполняет российский киноактер Аркадий Шароградский, и китайский тайконавт в исполнении популярного актера Джеки Ву. Совместными усилиями двум героям фильма удалось преодолеть все риски и опасности и спасти планету и человечество. Несмотря на всю невероятность рассказанной в фильме истории, русский и китаец не устают называть друг друга братьями, и хочется верить в их дружбу. Реальность такова, что уже сегодня русские и китайцы закладывают прочный фундамент для прорыва в глубокий космос. Лента получилась яркой, а остросюжетная история и неплохие спецэффекты оставили позитивное впечатление от картины. Но стереотипное представление о русских несколько испортило образ положительного героя Шароградского, поскольку он постоянно пытается рассказать своему китайскому другу о том, как российские космонавты провозили алкоголь на орбиту и МКС. «Привкус алкоголя» придал герою некую шаблонность и аморальность. Более того, алкоголь исполнил выдающуюся роль в развитии сюжета картины — непосредственно бутылка водки помогла запустить гигантские двигатели, направлявшие Землю за пределы Солнечной системы. Русский герой погибает, но спасает всё человечество [3].

Незнание китайской зрительской аудитории характерно и для наших кинематографистов, что нередко наносит невосполнимый вред даже очень нужным и интересным совместным проектам. В 2019 г. на экраны России и Китая вышла совместная кинокартина «Как я стал русским», а точнее – «Как я стал представителем боевой нации» («战斗民族养成记») – таким образом китайцы в целом именуют русских. Режиссерами данного фильма являются Акакий Сахелашвили и Ся Хао. Они выбрали для своей картины популярный среди молодежи жанр романтической комедии. Главный герой, китаец по имени Пэн, сталкивается с непростой задачей – покорить сердце отца своей возлюбленной, Ирины, которую он приехал навестить в Москву. Отец невесты, Анатолий, не готов просто так отпустить свою дочь замуж, и у него уже есть план, как отбить назойливого китайца. Однако всем участникам этой истории придется научиться уважать друг друга, если они хотят сохранить свои отношения и не потерять девушку, которую любят больше всего. Несмотря на то, что выбор жанра был удачным, следует отметить, что сюжет фильма сильно напоминает голливудскую комедию Джей Роуча "Знакомство с Факерами" (2004), которая пользовалась популярностью как в России, так и в Китае. В ней также показаны испытания, которые устраивает отец невесты будущему зятю.

Вероятно, основные причины провала фильма в прокате двух стран заключаются в его второстепенности, неоригинальности и стереотипности в изображении русских и китайцев. Несмотря на коммерческие надежды создателей, фильм не смог завоевать аудиторию. Это подтверждается выбором даты релиза: в России фильм вышел на экраны сразу после Нового года, а в Китае во время праздника Весны, который считается удачным для кассовых сборов. Однако при сравнительно небольшом бюджете в 5 миллионов долларов, фильм смог заработать лишь 521 тысячу рублей в России. В Китае картина также получила негативный отклик в социальных сетях, критикуемая зрителями за плоский сюжет, низкое качество актерской игры, шаблонность образов главных персонажей и особенно за унижение китайского персонажа русским "безумным" отцом девушки. Разумеется, оценка данной работы осталась положительной, фильм набрал больших охваток как в Китае, так и в России, заработав своих фанатов в разных странах.

Увлечательным прецедентом о китайском кино является главное правило для всех фильмов в Китае — они не должны показывать представителей разных нации и народностей в плохом свете, чтобы не дискредитировать их права, лучше демонстрировать их развитый ум и способности.

Именно поэтому многие голливудские фильмы специально меняют перед прокатом в Китае, причём они могут быть как сокращены, так и расширены.

К примеру, из «Люди в чёрном 3» (2012) была вырезана сцена, где инопланетяне маскировались под китайцев. А в «Железный человек 3» (2013) напротив добавили сцену, в которой Тони Старк спасают китайские врачи — такая версия фильма была показана только в самой Китайской Народной Республике [3].

Традиционно в работах, посвященных китайскому кино, исследователи отмечают, что российскому зрителю нравятся, в первую очередь, боевики, фильмы с большой долей показа боевых искусств. Однако, если обратиться к текстам самих рецензий, то становится очевидным, что российский зритель не так уж много внимания уделяет боевым искусствам в китайском кино. Даже в фильмах, в которых сцены сражений являются центральными, как, например, в «Великая стена» (2016) рецензенты очень кратко упоминают «хорошо поставленные бои», и даже такое упоминание обычно идет в конце списка порадовавших зрителя моментов [4].

Отдельного разговора заслуживает феномен китайских дорам и отношение российских зрителей к ним. Несмотря на то, что изначально термин «дорамы» относился к многосерийным фильмам корейского производства, в России данный термин также используется и поклонниками китайских сериалов. Многосерийные фильмы китайского производства находятся в своей уникальной нише — у них сформировалась армия поклонников, вокруг них появилась своя субкультура. У китайских сериалов в России свои особенности.

Во-первых, в подавляющей массе случаев знакомство с ними российского зрителя происходят «неофициальным» путём — посредством онлайн-кинотеатров, социальных сетей, торрент-трекеров, агрегаторов (на таких сайтах не выкладывают видео, там содержатся только ссылки, например, одним из самых крупных и известных агрегаторов является сайт <http://dorama.su/>). В России существует только один платный телевизионный канал, который специализируется на азиатских телесериалах — Дораматв. (<http://dorama-tv.ru/>), включающий в число своих показов и китайские сериалы.

Во-вторых, зачастую перевод и озвучение китайских сериалов осуществляют неспециалисты, любители-«дорамщики», что, конечно, сказывается на качестве (особенно это видно при переводе сериалов на историческом материале, они требуют особой подготовки).

В-третьих, аудитория китайских телесериалов также обладает своей спецификой. В основном, возраст зрителей колеблется от 12–13 лет до 40–45, и в большинстве своём, зрителями дорам являются женщины.

В-четвертых, для зрителей сериалов характерно гораздо более глубокое проникновение в культуру и историю Китая, чем у зрителей китайских фильмов в широком прокате: поклонники сериалов сами проясняют непонятные для них вещи, уточняют исторические эпохи, пытаются разобраться в особенностях китайского общества. Все эти особенности, очевидным образом, находят свое отражение в откликах российских зрителей на китайские сериалы. В отзывах на китайские дорамы преобладают те же самые положительные и отрицательные моменты, которые характерны для откликов на широкоформатное кино. Однако, следует отметить, что зрители сериалов гораздо более склонны прощать сюжетные недочёты, нелогичность, затянутость и наивность сериалов, акцентируя внимание на эмоциональности и моральных посылах. Дорамы в большой степени воспринимаются как «кино отдыха» и переключения после сложных проблем реальной жизни. При этом, надо отметить, что подобный эскапизм в большей степени характерен для подростков, чем для более взрослой аудитории [5].

Таким образом, можно установить, что российский зритель положительно относится к китайской киноиндустрии, однако, в связи с особенностями их просмотра, аудитория кино предполагает под собой достаточно узкую, обособленную группу.

В заключении можно выделить, что кинематографические творения из Китая и России отражают уникальные культурные особенности каждой страны, обогащая мировое кинематографическое наследие разнообразием и аутентичностью. Китай и Россия представляют собой культурные гиганты с богатыми историями и традициями, которые находят свое отражение в искусстве кино.

Китайское кино славится своими эпическими сюжетами, вплетенными в мифологию и древние легенды, которые раскрывают перед зрителем уникальную культурную глубину и мудрость восточных народов. Фильмы из Китая часто обращаются к темам семейных ценностей, уважения к старшим, духовной искренности, что способствует сохранению и передаче традиционных ценностей через поколения.

Сравнивая кинематографические произведения из Китая и России, мы видим, как отличительные черты каждой культуры находят свое выражение в искусстве кино. В китайском кино преоб-

ладают изысканные образы, символика и метафоры, в то время как в российском кинематографе особенное внимание уделяется внутреннему мироощущению персонажей и социокультурным контекстам.

Изучение культурных особенностей Китая и России через кинематограф позволяет нам глубже понять разнообразие мировоззрений, ценностей и традиций этих двух великих народов. Кино как искусство отражает не только внешние проявления культуры, но и духовные и эмоциональные аспекты жизни общества, помогая нам проникнуть в глубины человеческой сущности и культурного наследия.

Таким образом, киноискусство становится не только зрелищным развлечением, но и мощным инструментом культурного диалога, способствующим взаимопониманию и уважению между различными культурами. Надо ценить многообразие культурного наследия и открывать для себя новые грани культурного обогащения через искусство кинематографа.

---

1. CRI Русское Радио: Федор Бондарчук: китайско-российское сотрудничество в кинопроизводстве продолжается – Текст: электронный // Sohu. – URL: [https://m.sohu.com/a/315332206\\_225824?from=single-message&isappinstalled=0](https://m.sohu.com/a/315332206_225824?from=single-message&isappinstalled=0) (дата обращения: 1.04.2024).

2. Фанфан В. Исследование взаимосвязи и динамики отношений между китайскими и российскими фильмами в эпоху новых медиа. – Текст: электронный // Санкт-Петербургский государственный университет: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vzaimosvyazi-i-dinamiki-otnosheniy-mezhdu-kitayskimi-i-rossiyskimi-filmami-v-epohu-novyh-media/viewer> (дата обращения: 07.04.2024).

3. Исаев А. Образы России и русских в современном китайском кино // Проблемы Дальнего Востока. – 2019. – № 5. – С. (дата обращения 1.04.2024).

4. Елена Авдеева Национальная идея и глобализация: кинематограф Китая. – Текст: электронный // DTF: [сайт]. – URL: <https://dtf.ru/cinema/13858-nacionalnaya-ideya-i-globalizaciya-kinematograf-kitaya?ysclid=lum8ez425x404731161> (дата обращения: 07.04.2024).

5. Тяньтянь Ж. Распространение китайского кинематографа в России: статистические оценки и отклики зрителей // Культура и цивилизация. 2020. Т. 10. № 3А. С. 272-279. (дата обращения 2.04.2024).

УДК 008

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

**А.А. Панасюк**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные направления и вопросы управления культурным сектором России. Высокая значимость изучения обусловлена вызовами, с которыми Россия столкнулась в последние годы в виде политического, экономического и социального давления со стороны западных стран. Чтобы достойно ответить на эти угрозы, необходимы различные меры, направленные на формирование устойчивого культурного уровня общества.

**Ключевые слова:** Россия, Китай, Корея, Япония, культурная идентичность, сотрудничество, культурный обмен.

## ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE CULTURAL SPHERE OF PRIMORSKY REGION

**Abstract.** The article deals with the main directions and issues of management of the cultural sector in Russia. The high significance of the study is due to the challenges that Russia has faced in recent years in the form of political, economic and social pressure from Western countries. In order to respond to these threats with dignity, various measures aimed at forming a sustainable cultural level of society are necessary.

**Keywords:** Russia, China, Korea, Japan, cultural identity, co-operation, cultural exchange.

**Актуальность статьи** связана с перестройкой внешней политики страны после перехода на «восточные рельсы». Так, президент России Владимир Путин ранее объявил о развитии российско-китайских отношений и расширении двусторонних связей в области культуры. В честь этого 2024–

2025 года объявлены «Годом культуры России и Китая». Это напрямую касается Приморского края из-за близости региона к восточному соседу.

**Целью исследования** является проведение структурированного анализа развития культурной сферы Приморского края в течение последних лет и запланированных решений на текущий год.

**Научная новизна** заключается в определении векторов культурного развития Приморского края ввиду международных отношений с соседними государствами.

**Метод исследования:** сравнительный. Исследование построено на основании ранее опубликованных статей, переговоров и встреч, фигурирующих в развитии лиц недавнего времени.

**Задачами исследования** являются:

1. Сбор информации, касательно культурных взаимосвязей России с Китаем, Японией и Кореей.
2. Анализ общих проектов на 2024 год между Россией и странами, граничащими с Приморским краем.
3. Анализ влияния культур других стран на молодёжь Приморского края.

Культурный сектор часто становится общей площадкой и мостом, объединяющим народы и страны, помогая установить диалог и уменьшить напряжение, возникающее в сложной мировой геополитической обстановке. То есть культура позволяет представителям разных национальностей, рас и вероисповеданий говорить на одном языке – языке культуры. Значимость сферы культуры также подтверждается тем, что она, наряду с культурными ценностями, защищается законодательством в России и других странах мира.

Е.В. Соловьёва в своей статье [2] говорит о том, что существует два уровня культурного взаимодействия – межгосударственные и межрегиональные контакты. В большей степени это отражается на исследуемом Приморском крае ввиду территориальной близости. Даже если брать во внимание иностранные языки в школах (помимо английского) – в западных регионах России учащиеся изучают немецкий или французский языки, а в Приморье многие школы с «восточным» уклоном (в основном, это китайский, японский и корейский языки). В китайском языке, в отличие от японского или корейского, полностью отсутствует буквенное написание, что с самого начала его изучения формирует особенный подход к запоминанию – творческий. Адаптированные азбуки, уроки каллиграфии, просмотр китайских фильмов – всё это способствует формированию культуры у молодёжи Приморского края, учит нестандартно мыслить. Расширение сотрудничества в области культурного и языкового обмена занимает значительную часть развития макрорегиона. Потребности развития российско-китайских отношений всех сфер деятельности в XXI веке диктуют необходимость исследования различных вариантов культурных взаимодействий. Вектор развития мировой экономики все больше смещается в Азиатско-Тихоокеанский Регион, центральными партнерами которого являются Россия и Китай. Сюе Сяньтянь и Луань Цзинхэ [3] рассматривают историю и современное состояние двусторонних отношений, опираясь на три союза и «Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве». Авторы делают исторический анализ, и показывают сближение Китая и России на этапе российско-китайских отношений «от прошлого к современности», касаясь всех областей сотрудничества, в том числе и культурного.

По итогам встречи 28 июня 2021 года председателя КНР Си Цзиньпина с президентом РФ Владимиром Путиным в формате видеоконференции были достигнуты согласия о выполнении, в том числе, задачи углублять взаимодействие в области культурных обменов и повышать роль культурных центров, обществ дружбы и общественных организаций, укреплять сотрудничество между художественными коллективами, театрами, музеями и другими организациями культуры обеих стран, развивать диалог по вопросам сохранения, реставрации и использования исторических религиозных объектов и памятников историко-культурного наследия, уделять особое внимание вопросам военно-мемориальных объектов, укреплять правовую основу взаимодействия в этой сфере.

В следствие вышесказанного, сотрудничеству России и Китая в гуманитарной сфере в настоящее время отведен значительный по масштабу раздел. Активно проводятся совместные культурные мероприятия, фестивали и конкурсы, такие как, например, «Планета мечты 2024», «Жемчужина Востока». Приморский край намерен развивать сотрудничество в области образования с китайской провинцией Муданьцзянь. В частности, для юных художников края летом 2024 года будет организована экспедиция-плэнер на уникальное живописное озеро Цзинбоху, также состоится совместная выставка рисунков и музыкальный фестиваль. Совместные проекты в феврале 2024 года обсудила с делегацией из КНР заместитель председателя Правительства Приморского края – министр образования Приморья Эльвира Шамонова. Этим летом Приморский край готов предложить китайским коллегам провести ряд совместных мероприятий для детей, в число которых войдут совместная выставка рисунков «В поисках своего дракона», выставка-конкурс «Звездный пояс

дружбы Россия-Китай. Поколение NEXT», международный музыкальный фестиваль «Звездный мост: Россия-Китай», а также события и активности в рамках дней Приморского края и русской культуры в Китае.

2 мая 2024 года во Владивостоке состоялась встреча между заместителем председателя Центрального комитета Социалистического союза патриотической молодежи КНДР Ким Сен Иром и представителями движения «Молодая гвардия Единой России», на которой обсуждалось развитие культурных, образовательных и спортивных обменов. Так, например, была заключена договорённость организовать приезд воспитанников Мангендэского дворца школьников – ребята проведут гастроль в Приморье. Учащиеся из Училища иностранных языков приедут во Всероссийский детский центр «Океан» с 14 июля по 3 августа, а студенты Пхеньянского университета иностранных языков посетят Владивосток в октябре. Также ребята из КНДР смогут принять участие и в Первых международных молодежных студенческих летних играх, которые состоятся с 18 по 23 июля во Владивостоке. А уже в мае корейские спортсмены будут принимать участие в международном физкультурном фестивале «Дружба народов» по настольному теннису. Корейская сторона, в свою очередь, предложила организовать международную детскую смену в лагере «Сондовон».

Что касается взрослого населения Приморского края, то через такие пограничные пункты, как, например, пгт. Пограничный, ежедневно пересекают границу российские туристы. Грузопоток и пассажиропоток – основа развития не только торговли и экономики, а также культурной интеграции: именно транспортная доступность стимулирует туристов посещать приграничные регионы,знакомиться с их уникальной культурой, достопримечательностями и традициями.

Виду санкций и политических разногласий, с Японией всё не так однозначно. Так, актриса Комаки Курихара заявила о своём намерении сохранить добрую традицию и продолжить проводить Ежегодный Фестиваль российской культуры в Японии. Артистка отметила, что это необходимо делать при любых масштабах и обстоятельствах. По мнению специального советника ЯНЕСКО по делам детей, японцы уважают и ценят труд артистов, приехавших из России. Сама актриса верит, что людям нужно искусство в трудные времена: «Музыка, балет, кино, театр: уважение японцев к русскому искусству остается неизменным, какова бы ни была ситуация. Для того чтобы россияне поверили в нас, у нас нет другого выбора, кроме как верить в себя, что мы дружелюбны и сильны, что мы можем влиять на японские СМИ». В этом году Церемония открытия Фестивала российской культуры в Японии состоится в токийском концертном зале «Киой». Там выступят вокалисты из Санкт-Петербурга: Елизавета Ключерёва, Лев Журавский, Андрей Тарануха. Известная оперная певица Хацуэ Накамура и пианистка Канон Мацуда выступят на открытии вместе с ними. Мероприятия и концерт приурочены к знаменательным датам для всего мира, в первую очередь, конечно, для России: 225-летию со дня рождения Александра Пушкина, 185-летию со дня рождения Модеста Мусоргского и 180-летию со дня рождения Николая Римского-Корсакова.

С 29 апреля по 1 мая 2024 года во Владивостоке проходил 17-й Дальневосточный косплей-фестиваль «Animate It» – японские мультики в России, особенно в Приморье, любят уже давно. В городе существуют аниме-клубы, по мотивам аниме проводятся квартирники.

С 1 по 7 марта 2024 года в Сириусе, г. Сочи, проходил «Всемирный фестиваль молодёжи», на котором, в числе прочих гостей, присутствовали делегации из Китая, Кореи и Японии. Целью фестиваля была демонстрация открытости и доступности России, а также обмен культурами. Например, китайцы с удивлением изучали англунг – индийский традиционный музыкальный инструмент из бамбука, пробовали на нём играть.

### **Результаты исследования**

1. Исходя из сегодняшнего состояния культуры в Приморском крае, можно сделать вывод, что даже при наличии санкций она не обходится без явного влияния японской культуры. Аниме, косплей и японские фестивали стали неотъемлемой частью культурной жизни региона. Это свидетельствует о глобальном характере культурного обмена и влиянии массовой культуры на общество, несмотря на географические и политические ограничения.

2. С учетом текущего состояния культурных отношений с Китаем, можно заключить, что укрепление культурных связей также имеет место, учитывая географическую близость и исторические связи между Приморским краем и КНР. Создаётся множество программ и проектов для творческого обмена между молодыми художниками и музыкантами обеих стран. Таким образом, дружба с Китаем в культурном плане приобретает усиленные обороты в контексте современной культурной динамики региона.



3. Однако не следует недооценивать также возможным укреплением культурных связей с Кореей. Учитывая активное культурное обменное сотрудничество между странами и взаимную заинтересованность стран, в Приморский край также будет приезжать молодежь из Кореи.

**Вывод исследования:** таким образом, в контексте современной культурной динамики региона, возможно усиление культурных связей как с Китаем, так и с Кореей и Японией. Культура не лежит в одной параллели с политикой, хотя не всегда может идти обособленно.

---

1. Астафьева Т.В. Формирование и развитие фестивалей косплея в США, Японии и России // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2019. С. 85–88.

2. Соловьёва Е.В. Российско-китайское культурное взаимодействие: Российско-китайское культурное взаимодействие: к вопросу об историографии проблемы // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2009. С. 100–106.

3. Сюе Сяньтянь, Луань Цзинхэ История и современное состояние китайско-российских отношений. От трех союзов до «Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве» (продлён с 2021 года) // Проблемы Дальнего Востока. 2002. №5. С. 26–38.

## Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ПРАКТИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

УДК 004

### АНАЛИЗ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ДФО ПО БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКЕ И ПРИКЛАДНОЙ МАТЕМАТИКЕ

**Д.В. Морозов**, бакалавр  
**А.Л. Мазелис**, канд. физ.-мат. наук

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В современном мире, пронизанном технологиями и постоянным стремлением к развитию, образование играет ключевую роль в формировании конкурентоспособности специалистов. В рамках Дальневосточного федерального округа (ДФО) особое внимание уделяется развитию образовательных программ в области бизнес-информатики, прикладной математики и смежных с ними специальностей, учитывая их стратегическое значение для экономического и социального прогресса региона. Анализ рынка образовательных программ в данной области является необходимым шагом для определения актуальности, эффективности и потенциала развития таких программ в Дальневосточном регионе. В данной статье мы представим обзор существующих образовательных и инновационных инициатив в области бизнес-информатики и прикладной математики в ДФО, а также проведём анализ текущего состояния и перспектив развития данного сектора образования.

**Ключевые слова:** образование, бизнес-информатика, прикладная математика, Дальневосточный федеральный округ, ДФО.

### MARKET ANALYSIS OF THE FAR EASTERN FEDERAL DISTRICT EDUCATIONAL PROGRAM IN BUSINESS INFORMATICS AND APPLIED MATHEMATICS

**Abstract.** In the modern world, permeated with technology and a constant desire for development, education plays a key role in shaping the competitiveness of specialists. Within the framework of the Far Eastern Federal District (Far Eastern Federal District), special attention is paid to the development of educational programs in the field of business informatics and applied mathematics, given their strategic importance for the economic and social progress of the region. The analysis of the educational programs market in this area is a necessary step to determine the relevance, effectiveness and potential for the development of such programs in the Far Eastern region. In this article, we will present an overview of existing educational and innovative initiatives in the field of business informatics and applied mathematics in the Far Eastern Federal District, as well as analyze the current state and prospects for the development of this education sector.

**Keywords:** education, business informatics, applied mathematics, Far Eastern Federal District, FEFD.

Целью данного исследования является анализ рынка образовательных программ по бизнес-информатике и прикладной математике в Дальневосточном федеральном округе (ДФО). Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Изучить существующие образовательные программы по бизнес-информатике и прикладной математике в ДФО.

2. Проанализировать их содержание и структуру.

Для проведения исследования были использованы следующие методы:

1. Анализ открытых источников информации, включая сайты образовательных учреждений и другие ресурсы.

2. Сравнительный анализ образовательных программ.

Анализ рынка образовательных программ показал, что в ДФО существует несколько образовательных учреждений, предлагающих программы по бизнес-информатике и прикладной математике. Среди них можно выделить следующие:

1. Дальневосточный федеральный университет (ДФУ).

2. Тихоокеанский государственный университет (ТОГУ).
3. Амурский государственный университет (АмГУ).
4. Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова (СВФУ).
5. Владивостокский государственный университет (ВВГУ).

Давайте разберемся с каждой специальностью и проведем анализ их стоимости обучения и минимальных баллов ЕГЭ.

#### **Бизнес-аналитика (Бакалавриат):**

**ДВФУ:** Стоимость: 240 000 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, математика – 39, обществознание (на выбор) – 45, информатика – 44.

**ТОГУ:** Стоимость: 179 800 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, обществознание – 45, математика – 39 (+10 баллов за индивидуальные достижения), информатика – 44.

**ВВГУ:** Стоимость: 166 000 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, математика – 39, информатика – 44, на выбор: география – 40, иностранный язык – 30, обществознание – 45, история – 35.

#### **Прикладная математика и информатика (Бакалавриат):**

**ДВФУ:** Стоимость: 225 000 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, информатика – 44, математика – 39.

**ТОГУ:** Стоимость: 179 800 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, информатика – 44, математика – 39.

**АмГУ:** Стоимость: 148 300 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, математика (на выбор: физика) – 39, информатика – 44.

**СВФУ:** Стоимость: 293 000 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, информатика – 44, математика – 39.

**ВВГУ:** Стоимость: 166 000 руб/год, ЕГЭ: русский язык – 40, математика – 39, информатика – 44, на выбор: физика – 39.

По стоимости обучения, можно сделать вывод, что АмГУ предлагает наиболее доступные программы. Однако выбор университета также зависит от репутации учебного заведения и качества образования.

По минимальным баллам ЕГЭ, требуемым для поступления, каждый университет имеет свои требования. ДВФУ и ТОГУ предъявляют сопоставимые требования, а СВФУ требует более высокие баллы. АмГУ и ВВГУ имеют самые низкие требования к баллам ЕГЭ.

Выбор университета следует делать, учитывая не только стоимость обучения и минимальные баллы ЕГЭ, но и другие факторы, такие как качество образования, наличие профессорско-преподавательского состава, учебные программы и условия для студентов.

Касательно дисциплин, присутствуют в каждой образовательной программе можно сделать следующую выборку, о том, что в каждой из анализируемых университетов присутствуют схожие дисциплины соответствующие образовательным программ:

#### **Операционные системы:**

1. Присутствуют в ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, СВФУ и ВВГУ.

2. Рассматриваются на специальностях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, АмГУ, СВФУ, ВВГУ)

#### **3D-моделирование:**

1. Присутствует в ДВФУ, ТОГУ и ВВГУ.

2. Изучается на специальностях: Прикладная математика и информатика (ТОГУ, ВВГУ), Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ)

#### **Программирование на пайтон:**

1. Преподается в ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, СВФУ и ВВГУ.

2. Встречается на специальностях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, АмГУ, СВФУ, ВВГУ)

#### **Системы искусственного интеллекта:**

1. Присутствуют в ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, СВФУ и ВВГУ.

2. Изучаются на направлениях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, АмГУ, СВФУ, ВВГУ)

#### **Облачные вычисления:**

1. Присутствуют в ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, СВФУ и ВВГУ.

2. Изучаются на специальностях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, АмГУ, СВФУ, ВВГУ)

#### **Динамические языки программирования:**

1. Преподается в ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, и ВВГУ.

2. Рассматриваются на направлениях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, АмГУ, ВВГУ)

**Веб-программирование:**

1. Присутствует в ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, СВФУ и ВВГУ.

2. Изучается на специальностях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, АмГУ, СВФУ, ВВГУ)

**Системное программирование:**

1. Преподается в ДВФУ, ТОГУ, СВФУ и ВВГУ.

2. Встречается на направлениях: Бизнес-аналитика (ДВФУ, ВВГУ), Прикладная математика и информатика (ТОГУ, СВФУ, ВВГУ)

Таким образом, из представленных данных можно сделать следующие выводы:

1. Операционные системы, 3D-моделирование, программирование на Python, системы искусственного интеллекта, облачные вычисления, динамические языки программирования, веб-программирование и системное программирование преподаются в каждом из университетов: ДВФУ, ТОГУ, АмГУ, СВФУ и ВВГУ. Это свидетельствует о схожести образовательных процессов и программ подготовки в целом, но все же в незначительной степени дисциплины могут расходиться, но без потери образовательной составляющей процесса.

**Заключение**

Стоимость обучения варьируется в зависимости от выбранного университета, при этом ДВФУ и СВФУ предлагают более высокие ставки за год обучения по сравнению с другими университетами.

Требования к ЕГЭ также могут различаться, но в основном они ориентированы на предметы, связанные с математикой, информатикой и русским языком, что отражает важность этих предметов для обучения в сфере бизнес-аналитики и прикладной математики и информатики.

Образовательные программы в области бизнес-аналитики и прикладной математики и информатики в каждом университете предлагают схожие дисциплины, включая операционные системы, 3D-моделирование, программирование на Python, системы искусственного интеллекта, облачные вычисления, динамические языки программирования, веб-программирование и системное программирование. Среди представленных университетов, можно выделить следующие выгодные модели обучения:

**АмГУ** (Амурский государственный университет): Этот университет предлагает одну из самых низких стоимостей обучения среди представленных – 148 300 рублей в год. Это может быть привлекательным фактором для студентов, у которых ограничены финансовые ресурсы.

**ВВГУ** (Владивостокский государственный университет экономики и сервиса): Помимо относительно низкой стоимости обучения (166 000 рублей в год), университет также предлагает разнообразные предметы на выбор для сдачи ЕГЭ, что может быть удобным для студентов с различными академическими интересами и навыками.

**ТОГУ** (Тихоокеанский государственный университет): Стоимость обучения здесь также относительно невысока – 179 800 рублей в год. Кроме того, университет предоставляет бонусные баллы за индивидуальные достижения в ЕГЭ, что может быть полезно для студентов с хорошими академическими результатами.

Конечно, выбор наиболее выгодной модели обучения зависит от множества факторов, включая финансовые возможности студента, географическое расположение университета, качество образовательной программы и доступность стипендий или других форм финансовой поддержки.

---

1. Официальный сайт ВВГУ. – Текст: электронный. – URL: <https://www.vvsu.ru/enter/>

2. Официальный сайт ТОГУ. – Текст: электронный. – URL: <https://pnu.edu.ru/ru/?p=3>

3. Официальный сайт АмГУ. – Текст: электронный. – URL: <https://amursu.ru/>

4. Официальный сайт СВФУ. – Текст: электронный. – URL: <https://www.s-vfu.ru/>

5. Официальный сайт ДВФУ. – Текст: электронный. – URL: <https://www.dvfu.ru/>

6. Информация о специальностях и баллах в вузах. – Текст: электронный. – URL: <https://postupi.online/>

7. Информация о специальностях и баллах в вузах. – Текст: электронный. – URL: <https://vuzoteka.ru/>

8. Информация о специальностях и баллах в вузах. – Текст: электронный. – URL: <https://vuzopedia.ru/spec/85>

## ЦИФРОВАЯ ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ГРАММАТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ РЕЧИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ПРИМЕРЕ РЕСУРСА QUIZIZZ.COM

**А.Б. Джабиева**, бакалавр  
**А.С. Чернышева**, канд. ист. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Данная статья исследует возможности использования цифровой геймификации в качестве инструмента совершенствования грамматических навыков на уроках английского языка. Авторы рассматривают образовательный потенциал платформы Quizizz.com в обучении иностранному языку, а именно общий обзор, описание платформы, ее возможностей и интерфейса. Также был проведен обзор анализ вовлеченности и мотивации учеников при использовании игрового формата, анализ примеров конкретных заданий на отработку различных грамматических правил и конструкций английского языка с использованием Quizizz.com. В заключении делаются выводы о потенциале цифровой геймификации как инструмента совершенствования грамматических навыков и предлагаются рекомендации по ее внедрению в учебный процесс с привлечением таких игровых платформ как Quizizz.com.

**Ключевые слова:** цифровая геймификация, грамматические навыки, Quizizz.com, инновационные методы обучения, критерии, мотивация, обучение на основе игр.

## DIGITAL GAMIFICATION AS A MEANS OF DEVELOPING GRAMMATICAL SPEECH SKILLS IN ENGLISH USING THE EXAMPLE OF A RESOURCE QUIZIZZ.COM

**Abstract.** The authors consider the educational potential of the platform Quizizz.com in teaching a foreign language, namely, a general overview, description of the platform, its capabilities and interface. There was also a review of the analysis of the involvement and motivation of students when using the game format, an analysis of examples of specific tasks for working out various grammatical rules and constructions of the English language using Quizizz.com. In conclusion, conclusions are drawn about the potential of digital gamification as a tool for improving grammatical skills and recommendations are offered for its implementation in the educational process involving such gaming platforms as Quizizz.com.

**Keywords:** digital gamification, grammar skills, Quizizz.com, innovative teaching methods, criteria, motivation, game-based learning.

The relevance of this topic is due to the growing interest in innovative teaching methods, including the use of technology and gaming approaches. Digital gamification, which includes elements of games and mechanics to increase motivation, can contribute to more effective learning of material and the development of communication skills in a foreign language.

The aim is to identify the specifics and effectiveness of the introduction of digital gamification in teaching grammar to secondary school students. The purpose of the work determines the formulation of the following tasks:

1. The study of the theory and practice of gamification in education and the peculiarities of its application in the process of teaching English.
2. Analysis of the platform's capabilities Quizizz.com as a means of gamification for English lessons.
3. Consideration of the pedagogical aspects of using digital games to improve grammatical skills and oral speech development.
4. Presentation of practical examples and methodological recommendations for the effective implementation of digital gamification with
5. Evaluation of the results and effectiveness of this teaching method using the example of a specific class of students.

The article is aimed at the research and practical application of digital gamification in order to improve the quality and effectiveness of teaching grammar and oral speech in English lessons.

A comprehensive and detailed study was conducted in terms of this problem both in general and in individual aspects. The experience of using educational e-courses is described in detail, taking into account the tasks offered to secondary school students, as well as various types of activities involved in the process of mastering educational material. The main method used in the course of the study is a descriptive method that includes an analysis and description of the detected features. In addition, the survey method was used.

### **The main part**

Grammar plays a key role in the development of language skills and interpersonal communication of students, being a fundamental element. Therefore, grammar education in secondary school is important, not only to improve knowledge of a foreign language, but also for the benefit of students of this age in their daily lives [1]. This is especially important considering their studies in other subjects or in-depth study of a foreign language, since the development of speaking skills, understanding of texts and structures is the basis of teaching a foreign language in secondary school [2].

Due to global digitalization, the possibilities of gaming educational technologies are only expanding, which allows not only to diversify the forms of educational activity, but also to increase the efficiency of mastering the studied material. Gamification has a specific educational purpose. It includes the use of computer technology and Internet platforms [3]. The characteristic features include clear rules, time frames, demo version, reward, feedback. In the field of education, gamification performs a lot of functions: educational, developmental, motivating, communicative, socio-cultural, self-realization and entertaining. We have conducted a comparative analysis of several resources for learning English grammar, among which are presented to you: Begin English, Quizizz.com, engVid, Ego4u. According to the results of the study, the most suitable resource for use in English lessons was Quizizz.com.

We have allocated a resource Quizizz.com. This is a website for creating interesting interactive quizzes that can be used in the educational process. The service helps motivate students to learn English. It can be used to hold an event outside the curriculum in the form of a quiz. It is possible to take a test or do your homework. You can also monitor the results of each student. Students also receive feedback on the results of their work. The work begins with a standard registration on the site. You need to register as a teacher. The process of creating quizzes is very simple and does not take much time, thanks to the available website template. For each quiz, a question can create a maximum of 5 possible answers. The answer may be one or more rights. It is possible to attach a picture [4].

Each question can be scheduled between 5 seconds and 15 minutes. The quiz works in three modes: live game, homework and practical questions.

In the live game mode, students take a quiz in the classroom using their mobile devices. Teachers can also choose the online game mode. Students can join a team (very convenient if not everyone has mobile devices or Internet access), play individually (well suited for testing each student's knowledge) or in quiz mode (in this case, students need to register on the site). Games can be divided into classes by organizing them in advance on the appropriate menu tab.

For team and individual games, students go to the website, enter the game code issued by the teacher, and enter their first and last name or the name of the team. The game begins. The questions are randomly distributed among the participants, which eliminates the possibility of cheating. There is also a time limit. After all the participants (teams) have completed all the tasks, the rating of students (teams) from first to third place is displayed.

After studying this resource, we have highlighted the most important advantages of the quiz. It provides interesting information such as: what percentage of correct answers out of the total number of questions, which questions were the most difficult, which questions took the most time, the average time spent on the question was 2 seconds. The system provides detailed reports on student performance. In Figure 1, students are displayed in order of rating by the percentage of correctly completed tasks and the number of game points earned.

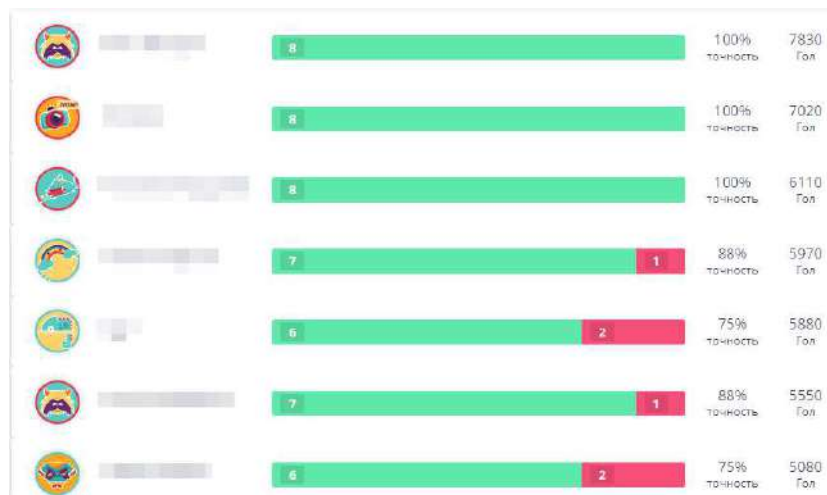


Fig. 1 Example of a report on completed tasks on the platform

Here are examples of exercises in the "test yourself" mode that were developed and applied at various stages of the course:

1. Какое время используется в предложении "She went to the beach yesterday"?
  - A) Present Simple
  - B) Past Simple
  - C) Future Simple
  - D) Present Continuous
2. Какой правильный вариант глагола в Past Simple для слова "study"?
  - A) studied
  - B) studyed
  - C) studed
  - D) study
3. Как правильно заполнить пропуск: "He \_\_\_ his homework last night"?
  - A) do
  - B) did
  - C) does
  - D) done
4. Какое слово необходимо добавить в предложение, чтобы сделать его в Past Simple: "They \_\_\_ to the park"?
  - A) go
  - B) goes
  - C) went
  - D) gone
5. Какой глагол использовать в Past Simple для слова "write"?
  - A) writed
  - B) wrote
  - C) written
  - D) write

To evaluate the tasks completed by students in the form of tests, we use the Aspose Grade Calculator. OMR is a free online application that allows you to easily calculate scores for quizzes, tests and assignments from any device and platform.

For convenience and to reduce a significant amount of time, you only need to enter the total number of questions and the number of incorrect answers to get detailed information about the scores. This assessment tool supports two grading systems: a standard 5-point and a 12-point grading system with the addition of +/- grades.

All calculations are based on the standard assessment system in schools and universities in the USA. We can switch between the 5-point and 12-point systems using the buttons located above the calculator. The Aspose Grade Calculator also provides two charts: A quick chart with information about incorrect and correct answers for each grade and a grading chart with a list of grades for all cases of incorrect answers. An example of evaluating a test consisting of 30 questions is shown in Figure 2.

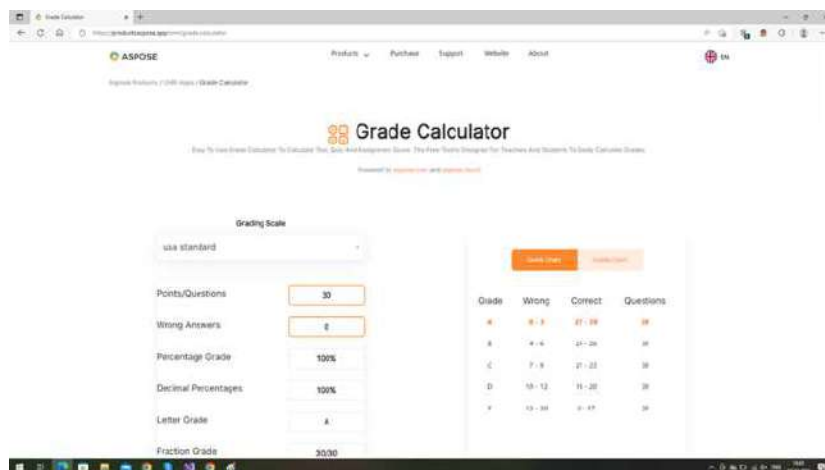


Fig. 2 An example of evaluating a test consisting of 30 questions

Based on the results of the topic covered, a survey was conducted using this resource to receive feedback from students (12 people). The majority of respondents positively assessed the electronic training course (85 %). The students noted a consistent presentation of the material – 90 %, convenient navigation (the presence of pointers, explanations and comments) – 95 %, useful illustrative material – 98 %, transparent assessment system – 91 %. According to the respondents, the disadvantages of the course include the inability to perform tasks at home in the "quiz" mode on a mobile phone – 69 %.

### Conclusion

As a result of this work, the features of e-courses in English language teaching were identified and described. Assignments on the topic: "Our Chuckles" were applied when studying the relevant topic in the 6th grade.

The survey showed the overall satisfaction of students with the training course, which can help increase motivation to study English grammar in the future.

The prospects of the research are to attract more students, improve the content of the platform Quizizz.com based on student feedback and analysis of the results of assignments and tests, as well as in identifying and describing the features of using this platform for the development of grammatical skills.

---

1. Karl K. The Gamification of Learning and Instruction. Game- based Methods and Strategies for Training and Education / K. Kapp. – NY: ASTD, 2018. – 330 p.

2. Jane M. Reality is Broken. Why Games Make Us Better How They Can Change the World / McGonigal J. – Vintage books, 2012. – 290 p.

3. Gabe Z. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps / G. Zichermann – Inc: O'Reilly Media, 2011. – 77 p.

4. Титова С.А., Чикризова К.В. Геймификация в обучении иностранным языкам: психолого – дидактический и методический потенциал: учеб. пособие для студ. Вузов. – Москва: Изд- во МПГУ, 2019. – 50 с.



## Секция. ОРГАНИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ

УДК 339.565 + 656.073

### МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТРАНСПОРТНЫЕ КОРИДОРЫ «ПРИМОРЬЕ-1» И «ПРИМОРЬЕ-2» В РАМКАХ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ РФ И КНР

**А.И. Афонская**, магистрант

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Сложная геополитическая обстановка последних лет значительно повлияла на транспортно-логистическую систему России. В новых условиях развитие международных транспортных коридоров «Приморье-1» и «Приморье-2» станет не только эффективным способом поддержки российской экономики, но также, учитывая характер взаимодействия России и Китая на соседствующих территориях, будет способствовать развитию приграничного сотрудничества двух стран.

**Ключевые слова:** Международный транспортный коридор (МТК), Приморье-1, Приморье-2, Россия, Китай, российско-китайское приграничное сотрудничество, транспортная инфраструктура, грузооборот.

### PRIMORYE-1 AND PRIMORYE-2 INTERNATIONAL TRANSPORT CORRIDORS WITHIN THE COOPERATION DEVELOPMENT BETWEEN BORDER REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

**Abstract.** The complicated geopolitical situation of recent years has significantly affected Russia's transportation and logistics system. Given the new challenges, the development of the international transport corridors «Primorye-1» and «Primorye-2» will not only be an effective way to support the Russian economy, but also, given the interaction between Russia and China in the bordering territories, will contribute to the development of cross-border cooperation between these two countries.

**Keywords:** International Transport Corridors (ITCs), Primorye-1, Primorye-2, Russia, China, Russian-Chinese cross-border cooperation, transport infrastructure, cargo turnover.

Трансконтинентальное географическое положение Российской Федерации во многом определяет ее потенциал в качестве важного транспортного звена мировой логистической цепочки. Приморский край Дальнего Востока России традиционно считается приграничным регионом, играющий ключевую роль в сфере транзитных грузоперевозок.

Актуальность исследования объясняется тем, что развитие транспортной инфраструктуры на территории Приморского края России может стать одним из главных факторов укрепления позиции нашей страны на азиатском рынке транспортных услуг. Под влиянием массовых антироссийских санкций увеличился спрос грузопотоков с западного на восточное направление, что также привело к увеличению востребованности логистической системы приграничного региона. Граничащие с Китаем регионы являются эффективными зонами экономического сотрудничества, на территории которых осуществляется непосредственное наращивание и продвижение интересов России в отношениях с нашим азиатским партнёром. Потенциал приграничного сотрудничества в значительной степени зависит от развития Международных транспортных коридоров (МТК) «Приморье-1» и «Приморье-2». Международные транспортные коридоры представляют собой ценный ресурс не только для укрепления торговли в приграничных с Китаем регионах, но и для улучшения социально-экономического состояния Сибири и Дальнего Востока в целом. Научная новизна исследования определяется недостаточным количеством актуальных публикаций и исследований, касающихся значения и результатов рассматриваемых МТК в рамках сотрудничества РФ и КНР.

Целью работы является анализ Международных транспортных коридоров «Приморье-1» и «Приморье-2» как фактора развития приграничного сотрудничества России и Китая. Для решения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Определить значение понятия «Международный транспортный коридор»;
2. Сформулировать основные характеристики МТК «Приморье-1» и «Приморье-2»;
3. Установить роль данных МТК в российско-китайском приграничном взаимодействии;
4. Выявить ключевые проблемы, мешающие полноценной реализации данных проектов.

Для оценки содержания проектов Международных транспортных коридоров в укреплении российско-китайского приграничного сотрудничества были использованы такие общенаучные методы познания, как системный анализ, сравнительный анализ, обобщение научных публикаций и периодических изданий.

Транспортно-логистическая система является одним из важнейших ключевых факторов для успешного функционирования экономики страны и ее устойчивого роста и развития. Находясь в системе тесного мирового производства России необходимо разрабатывать надёжную и эффективную систему транспорта и коммуникаций.

Транспортное сотрудничество уже давно является одной из ключевых тем обсуждений правительств России и Китая на официальном уровне. Одним из недавних совещаний такого рода стала встреча сопредседателей Российско-Китайской комиссии по сотрудничеству и развитию Дальнего Востока РФ и Северо-Востока КНР в декабре прошлого года в Пекине, в ходе которой рассматривалось усиление российско-китайского взаимодействия на Дальнем Востоке и вопросы логистической инфраструктуры. По словам полномочного представителя Президента РФ в ДФО Юрия Трутнева, Китай является главным экономическим партнёром нашей страны в регионе. Он также отметил стремительный рост товарооборота между дальневосточными регионами и северо-восточными провинциями КНР, отметив, что в 2022 г. он составил 22 млрд. долларов., а в 2023 г. ожидается показатель в 27 млрд. долларов [20].

Международные транспортные коридоры (МТК) являются важным звеном в формировании транспортной сети между Россией и Китаем. Они непосредственно влияют на укрепление международного и приграничного сотрудничества и расширение экономических, культурных и научно-технических связей. Страна, на территории которой проходят международные транспортные и транзитные пути, может занимать лидирующие позиции в регионе и иметь достаточно влияния для его контроля.

На сегодняшний день ввиду многоаспектности рассматриваемого понятия не существует единого общепризнанного определения термина международных транспортных коридоров. Одним из самых первых является определение, сформированное экспертами Комитета по внутреннему транспорту Европейской экономической комиссии ООН (КВТ ЕЭК ООН). Согласно определению, «транспортный коридор – это часть национальной или международной транспортной системы, которая обеспечивает значительные международные грузовые и пассажирские перевозки между отдельными географическими районами, включает в себя подвижной состав и стационарные устройства всех видов транспорта, работающих на данном направлении, а также совокупность технологических, организационно-правовых условий осуществления этих перевозок» [5, с. 3].

Другим нормативно-правовым документом, сформулировавшим данное понятие, является Транспортная стратегия Российской Федерации до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года. В стратегии используется следующее определение МТК [18] – это «совокупность маршрутов, проходящих по территориям государств и обеспечивающих перевозки пассажиров и грузов в международном сообщении на направлениях их наибольшей концентрации, а также совокупность технологических и организационно-правовых условий осуществления этих перевозок».

Одним из самых используемых определений в русскоязычной литературе является формулировка В.А. Дергачева, согласно которой МТК – это «концентрация на генеральных направлениях транспорта общего пользования (железнодорожного, автомобильного, морского, трубопроводного) и телекоммуникаций. Концентрация материальных, финансовых и информационных потоков, высокое качество обслуживания и разнообразие оказываемых услуг обеспечивают ускорение оборачиваемости капитала и синхронизации прохождения товаров, документов и денег в условиях преференциального режима» [1, с. 10]]. В целом, важно подчеркнуть, что исследованием этого элемента транспортной структуры занимается большое количество российских и зарубежных ученых, в экономической науке сформирован ряд научных подходов к этому понятию, однако, как уже было сказано ранее, единой интерпретации еще не было согласовано [19, с. 493].

Главной задачей Международных транспортных коридоров является обеспечение «бесшовного» транзита грузов [7, с. 88]. Основной принцип создания транспортных коридоров – это концентрация транспортных, грузовых и пассажирских потоков на магистралях, обеспечивающих наибольшую пропускную способность и высокий уровень обустройства, благодаря чему происходит форсирование всех видов перевозок и снижение цены за услуги [9, с. 7]. При взаимодействии нескольких видов транспорта в рамках таких коридоров, эффект удваивается.

30 декабря 2016 г. Правительство РФ утвердило Концепцию развития международных транспортных коридоров «Приморье-1» и «Приморье-2», устанавливающую основные цели и задачи, обозначенные в рамках этих проектов, и механизмы для их реализации [8]. Главными направлениями были отмечены модернизация транспортной инфраструктуры приграничных регионов, расширение портов, улучшение пунктов пропускного контроля, автомобильных и железных дорог. 4 июля 2017 г. представителями России и Китая был подписан меморандум о сотрудничестве в области развития рассматриваемых МТК «Приморье-1» и «Приморье-2» [14]. Стороны договорились всесторонне содействовать развитию транспортных коридоров путем модернизации инфраструктуры, упрощения таможенных процедур, сокращения времени таможенного оформления, наращивания объема грузовых перевозок, использования финансовых институтов двух стран и т.д.

Международные транспортные коридоры «Приморье-1» и «Приморье-2» на востоке РФ являются региональными МТК, они связывают провинции Северо-Востока Китая с портами стран Азиатско-Тихоокеанского региона и проходят через морские порты Приморского края России. В целях ускорения формирования рассматриваемых коридоров во всех портах Приморья был введен таможенный режим Свободного порта Владивосток. В 2015 г. на Восточном экономическом форуме во Владивостоке также был представлен проект нового МТК «Приморье-3», соединяющий Владивосток и Хуньчунь через Хасанский район и китайский город Фэньшуйлин [12], однако проект до сих пор находится на стадии разработки. Создание проектов началось с постановки цели обеспечения северо-восточным провинциям Китая легкодоступный выход к морю на юге российского Приморского края.

Согласно плану, коридор «Приморье-1», проходя через Муданьцзян, Суйфэньхе, Пограничный, Уссурийск, связывает Харбин (провинция Хэйлуцзян) с портами Владивосток, Находка и Восточный. Такой маршрут необходим для запуска перевозок между китайскими провинцией Хэйлуцзянь и южными провинциями страны, а также для осуществления более быстрых перевозок из провинции Хэйлуцзянь в страны АТР. Предполагается, что «Приморье-1» позволит сократить транспортный маршрут примерно на 800 км. В свою очередь, транспортный коридор «Приморье-2» станет кратчайшим маршрутом к морским портам Славянка, Зарубино и Посыет на юге Приморского края из провинции Цзилинь через китайский Хуньчунь. Контроль над сухопутными пунктами пропуска осуществляет Уссурийская таможня, в то время как таможни Владивостока и Находки регулируют деятельность морских пропускных пунктов.

В целом, транспортные коридоры должны будут реализовывать транзитную перевозку грузов по маршруту Азия-Европа через территорию России. Потенциалом развития МТК «Приморье-2» являются его порты, которые расположены на пересечении границ России, КНР и КНДР. Впоследствии, из Славянки, Посыета и Зарубино груз идет в регионы Китая, Японию, Южную Корею, КНДР, США. В Зарубино уже планируется открытие терминала, через который будет осуществляться экспорт российского зерна также для рынков южных провинций КНР и соседних стран Азиатско-Тихоокеанского региона [6, с. 50].

Важным периодом в развитии таких морских портов в Приморье, как Владивосток, Находка, Восточный, являются 60-е – 80-е гг., однако исторически грузоперевозки в основном состояли из экспорта и импорта, в то время как на долю транзитных перевозок оставалась совсем малая часть грузопотока. Такая неравномерность объяснялась еще и необходимостью обеспечивать национальные интересы страны и снабжать северо-восточные регионы России – Камчатку, Чукотский автономный округ и Магадан [15, с. 139]. Сегодня с развитием в регионе двух проектов транспортных коридоров, а также в условиях санкционного давления и под стремительным воздействием прочих внешних факторов, возрастает его участие в международной транзитной перевозке грузов в европейском и азиатском направлениях. Также стала отчетливо видна необходимость использования собственных сил и ресурсов и усовершенствование внутреннего рынка страны.

Важность рассматриваемых МТК для России и Китая также обозначена в принятой в ноябре 2018 г. Программе развития российско-китайского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционной сферах на Дальнем Востоке Российской Федерации на 2018-2024 годы, в которой они обозначены как «инвестиционные и инфраструктурные проекты, имеющие стратегическое

значение для российско-китайского сотрудничества на Дальнем Востоке РФ [11]. Действительно, развитие данных МТК предоставит России возможность экономического роста и диверсификации национальной экономики, а Китай сможет быстро и эффективно формировать каналы перевозки грузов в нужные для него направления. По прогнозам экспертов [13], к 2030 г. МТК «Приморье-1» может достичь объема контейнерных грузов в размере 7 млн тонн, МТК «Приморье-2» – объема в 15 млн тонн.

За период своего функционирования МТК уже внесли существенный вклад в экономические показатели региона по объему грузоперевозок. В год подписания меморандума о сотрудничестве в этой области по двум МТК было перевезено товаров общим весом более 102 тыс. тонн (железнодорожный и автомобильный вид транспорта), что значительно больше показателя за 2016 г. – 52 тыс. тонн [16]. Самыми распространёнными видами грузов являлись лесоматериалы и пиломатериалы хвойных пород, фанера, мел, кукуруза, соевые бобы, рис, продукты питания. В 2019 г. данный показатель также повысился на 29% от показателя 2018 г. и составил 118 тыс. тонн груза [4].

Необходимо отметить, что перевозки товаров по двум рассматриваемым транспортным коридорам проходят либо согласно таможенной процедуре таможенного транзита, либо с использованием Технологической схемы перемещения товаров, которые ввозятся из Китая в Россию через железнодорожные пункты с целью их дальнейшего вывоза за пределы таможенной территории ЕАЭС через морские пункты пропуска России. В рамках такой схемы в 2021 г. через МТК «Приморье-1» было провезено 43 товарные партии общим весом 13,8 тыс. тонн [17]. При этом через МТК «Приморье-2» таких перевозок и вовсе не осуществлялось, что объяснялось влиянием пандемии коронавируса.

Здесь также необходимо упомянуть, что не все эксперты дают положительную оценку реализации данных проектов. И хотя большая часть уверена, что оба МТК раскрывают перед нашей страной новые возможности экономического роста и укрепления сотрудничества с Китаем, часть считает, что КНР не рассматривает эти проекты как первостепенные для реализации, что в будущем может привести к уменьшению китайских инвестиций и затягиванию процесса строительства новых инфраструктурных объектов [2, с. 569].

Однако, на сегодняшний день можно с уверенностью утверждать, что спрос на услуги транспортной системы региона будет стабильно повышаться. Особенно эта тенденция прослеживается в работе морских российских портов, включая порты Приморского края.

Согласно данным Федерального агентства морского и речного транспорта (Росморречфлот), на конец 2023 г. грузооборот портов России составил 883,8 млн. тонн [3]. Этот показатель не только больше показателя за 2022 г. на 5,0%, но и также является лучшим результатом с 2018 г. Говоря о темпах роста перевалки грузов в портах Дальневосточного бассейна, можно также отметить значительное повышение показателей на 4,5%, что всего составило 238,1 млн тонн, из которых 157,0 млн тонн пришлось на сухие грузы, а 81,1 млн тонн на объем перевалки наливных грузов. Большую часть сухих грузов составили такие подгруппы как химические и минеральные удобрения, зерновые культуры, металлолом и др., среди наливных грузов в 2023 г. преобладали химические и пищевые грузы. Такие результаты объема перевалки грузов через морские порты РФ являются показателем успешной работы логистического сектора нашей страны.

Говоря о текущей ситуации развития международных транспортных коридоров в условиях санкционного давления на ряд российских компаний, Губернатор Приморского края Олег Кожемяко выражал надежду на активное усовершенствование ключевых аспектов функционирования МТК [10]. Губернатором были отмечены такие пункты как правовые вопросы обеспечения действующей транспортной инфраструктуры и логистической отрасли в целом, оснащение проектов современными цифровыми технологиями, создание управляющей компании, привлечение финансирования из внешних источников и заинтересованных российских и китайских инвесторов.

Одним из препятствий на пути к наращиванию транспортно-логистического потенциала Приморья и привлечению большего количества потенциальных китайских партнеров уже несколько лет является неразвитая сеть транспортных коммуникаций, в частности в сфере железнодорожного сообщения. Ввиду увеличившегося объема контейнерных перевозок приморские железные дороги зачастую не справляются с оперативной обработкой контейнеров, особенно на территориях, где железные дороги соприкасаются с морскими портами. Происходит длительный застой груза, замедляющий темпы обработки контейнеров в портах.

Препятствием к развитию логистического потенциала в регионе также являются факторы, связанные с недоработками в рамках функционирующего режима Свободный порт Владивосток (СПВ). Сюда входят различные бюрократические вопросы, к примеру, длительные процедуры

оформления документов и сложности с регистрацией участников, и вопросы, связанные с институциональным оформлением и тарифным регулированием [7, с. 142].

Властям региона необходимо предпринимать системные действия для решения вышеуказанных проблем. Одним из способов разрешения простоя груза может стать увеличение пропускной способности российских железных дорог и транспортных коридоров в целом, а также увеличение мощностей и скорости обработки контейнерных грузов в портах Приморья. Стоит принять во внимание и модернизацию сопутствующей инфраструктуры, а именно портовых сооружений, автомобильных дорог, складских помещений, погрузочных площадок, пропускных пунктов на государственной границе РФ и т.д., что подчеркивает необходимость развития всей транспортной инфраструктуры и экономики края в целом.

Таким образом, в новых геополитических условиях одним из ключевых факторов развития экономики России могут стать международные транспортные коридоры. Поворот на Восток, являющийся ведущим политическим и экономическим курсом нашей страны за последние несколько лет, также требует формирования новых транзитных маршрутов и логистических коридоров для своей реализации. На сегодняшний день Приморский край, как олицетворение российских ворот в Азию, укрепляет свою роль в Дальневосточном федеральном округе и лидирует в плане экономического развития. Использование МТК «Приморье-1» и «Приморье-2» не только сможет закрепить нашу страну на лидирующих позициях в регионе, но и дать возможность более активно участвовать в международной торговле. Для Китая эти проекты означают появление быстрых логистических маршрутов, что также окажет значительное влияние на мировую экономику в целом. Однако несмотря на успехи, в транспортно-логистической сфере также наблюдается ряд ключевых проблем, которые в ближайшем будущем могут негативно повлиять на эффективность российско-китайского сотрудничества.

---

1. Вардомский Л.Б., Тураева М.О. Развитие транспортных коридоров постсоветского пространства в условиях современных геополитических и экономических вызовов: научный доклад. – Москва: Институт экономики РАН, 2018. – 66 с.

2. Голов, С.В. Международные транспортные коридоры «Приморье-1» и «Приморье-2» в проекте «Пояса и пути» // Гуманитарное знание и искусственный интеллект: стратегии и инновации: 4-й молодежный конвент УрФУ: материалы международной конференции 26 марта 2020 года. – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2020. – С. 567-570.

3. Грузооборот морских портов России по итогам 2023 года вырос на 5% до 883,8 млн т – Текст: электронный. – URL: <https://morflot.gov.ru/novosti/lenta/gruzooborot-morskikh-portov-rossii-po-itogam-2023-goda-vyros-na-5-do-883-8-mln-t/>

4. Грузооборот МТК «Приморье-1» и «Приморье-2» за 9 месяцев 2019 года вырос на 29% - до 118 тыс. тонн – Текст: электронный. – URL: <https://portnews.ru/news/285560/>

5. Комов, М.С. Интеграция национальных транспортных комплексов в региональную транспортную систему: анализ форм и механизма // Вестник Евразийской науки. – 2018. – № 4, Т. 10. – С. 1-12.

6. Кузнецова, С. Путь на Восток: развитие евразийских транспортных коридоров // СФЕРА. Нефть и Газ. – 2024. - №1. - С. 46-51.

7. Лукин А.Л., Петраков В.В. Международные транспортные коридоры «Приморье-1» и «Приморье-2»: текущее состояние и перспективы // Известия Восточного института. – 2018. – №3 (39). – С. 88-94.

8. Об утверждении Концепции развития международных транспортных коридоров «Приморье-1» и «Приморье-2». – Текст: электронный. – URL: <http://government.ru/news/25953/>

9. Пак И.А. Международные транспортные коридоры на рынке транспортных услуг: выпускная квалификационная работа. – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2018. – 79 с.

10. Приморье – новый вектор логистического развития – Текст: электронный. – URL: <https://www.rzd-partner.ru/logistics/interview/primore-novyy-vektor-logisticheskogo-razvitiya-/>

11. Программа развития российско-китайского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционной сферах на Дальнем Востоке Российской Федерации на 2018-2024 годы от 21.11.2018. – Текст: электронный. – URL: <http://russian.mofcom.gov.cn/article/speechheader/201811/20181102808776.shtml>

12. Проект транспортного коридора «Приморье-3» представят на ВЭФ – Текст: электронный. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/2186128>

13. Проекты развития МТК в Приморье получили практические очертания – Текст: электронный. – URL: <https://rg.ru/2017/09/05/reg-dfo/proekty-razvitiia-mtk-v-primore-poluchili-prakticheskie-ochertaniia.html>

14. Россия и Китай подписали меморандум по МТК «Приморье-1» и «Приморье-2» – Текст: электронный. – URL: <https://ria.ru/20170704/1497826786.html>

15. Самойленко П.Ю. Современное развитие Приморского края как транзитного логистического региона в условиях внешних санкций: информационно-имиджевый аспект // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2023. – №2 (65). – С. 138-146.

16. Сведения о перемещении товаров по международным транспортным коридорам «Приморье-1» и «Приморье-2» – Текст: электронный. – URL: <https://dvtu.customs.gov.ru/folder/165362/document/165365>
17. Сведения о перемещении товаров по международным транспортным коридорам «Приморье-1» и «Приморье-2» за 11 месяцев 2021 года – Текст: электронный. – URL: <https://dvtu.customs.gov.ru/folder/165362/document/318818>
18. Транспортная стратегия Российской Федерации до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2021 г. N 3363-р – Текст: электронный. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112030006>
19. Чумляков К.С., Чумлякова Д.В. Теоретические подходы к определению содержания понятия «Международный транспортный коридор» // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2022. – № 10-3. – С. 492-496.
20. Юрий Трутнев провёл встречу сопредседателей Межправительственной Российско-Китайской комиссии по сотрудничеству и развитию Дальнего Востока России и Северо-Востока КНР – Текст: электронный. – URL: <http://government.ru/news/50428/>

УДК 656.135

## ПРИМЕНЕНИЕ ЗНАНИЙ ПО НАЧЕРТАТЕЛЬНОЙ ГЕОМЕТРИИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ОПТИМИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

**А.С. Баранов**, бакалавр  
**Г.И. Попова**, ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье рассматриваются применения знаний по начертательной геометрии для решения задач оптимизации транспортной логистики. Обсуждается применение методов начертательной геометрии в сочетании с современными технологиями, такими как BIM и цифровые двойники.

**Ключевые слова:** начертательная геометрия, логистика, оптимизация, проектирование, планирование, визуализация

## APPLICATION OF KNOWLEDGE ON DESCRIPTIVE GEOMETRY TO SOLVE PROBLEMS OF OPTIMIZATION OF TRANSPORT LOGISTICS

**Abstract.** The article discusses the application of knowledge on descriptive geometry to solve problems of optimization of transport logistics. The application of descriptive geometry methods in combination with modern technologies such as BIM and digital twins is discussed.

**Keywords:** descriptive geometry, logistics, optimization, design, planning, visualization.

Хочется сказать, что применение знаний по начертательной геометрии для решения задач оптимизации транспортной логистики является актуальной темой в связи с постоянным увеличением грузопотока и роста конкуренции на рынке. Начертательная геометрия позволяет визуализировать и анализировать различные маршруты доставки грузов, оптимизировать распределение складских площадей, улучшить системы управления транспортными потоками. Использование этого метода позволяет сократить расходы на транспортировку, уменьшить время доставки и повысить эффективность работы логистической системы в целом. Таким образом, применение знаний по начертательной геометрии в транспортной логистике является важным инструментом для повышения конкурентоспособности предприятия.

Сейчас мы рассмотрим процесс геометрического моделирования транспортных потоков, который состоит из трех основных этапов.

### **1. Сбор данных**

Первым шагом является сбор данных о перемещении грузов и транспортных средств. Это включает в себя информацию о маршрутах, объемах, скоростях и временных интервалах движения. Надлежащий сбор и анализ данных является ключевым для понимания структуры транспортных потоков.

## **2. Геометрическое представление**

Собранные данные затем визуализируются в виде геометрических моделей, отображающих транспортные потоки в пространстве и времени. Это позволяет выявлять узкие места, пересечения и другие закономерности, влияющие на эффективность логистики. Геометрические модели помогают наглядно представить сложные транспортные сценарии.

## **3. Оптимизация маршрутов**

На основе геометрического анализа моделируются альтернативные маршруты, оцениваются различные сценарии и предлагаются оптимальные решения по управлению транспортными потоками. Оптимизация маршрутов играет важную роль в повышении эффективности и снижении затрат на логистику.

Эти три этапа представляют собой важные компоненты процесса геометрического моделирования транспортных потоков, который способствует более эффективной и оптимизированной работе логистических систем.

Далее мы рассмотрим ключевые аспекты связанные с складированием и распределением грузов, а также проектированием складов, применяя принципы начертательной геометрии.

### **Проектирование складов**

Использование начертательной геометрии позволяет эффективно спланировать складские помещения, оптимизируя размещение зон приемки, хранения и отгрузки грузов. Это значительно улучшает логистические процессы и помогает сократить издержки на перемещение и обработку грузов.

### **Распределение грузов**

Геометрические методы также применяются для моделирования сетей распределения, включая определение расположения распределительных центров и оптимальных маршрутов доставки. Это позволяет выбирать оптимальные точки консолидации и транспортировки грузов, сокращая время и затраты на логистические операции.

### **Загрузка транспортных средств**

Применение разверток и сечений с использованием начертательной геометрии помогает оптимизировать процесс загрузки транспортных средств, увеличивая их грузоподъемность и снижая количество необходимых рейсов. Это способствует эффективному использованию ресурсов и повышению производительности логистических операций.

Применение геометрических принципов в складировании и распределении грузов играет важную роль в оптимизации логистических процессов, повышает эффективность работы складов и снижает общие издержки на логистику.

При планировании инфраструктурных объектов, начертательная геометрия может быть использована для создания точных схем и планов, которые учитывают пространственные ограничения и оптимальное использование ресурсов. Это помогает оптимизировать размещение дорожной инфраструктуры, складов, транспортных узлов и других объектов, что влияет на эффективность перевозок и логистических операций.

Проектирование инфраструктурных объектов также включает в себя применение начертательной геометрии для создания детальных чертежей и спецификаций, которые позволяют точно воплотить задумки в реальные объекты. Это важно для обеспечения безопасности и эффективности транспортной инфраструктуры.

Визуализация играет ключевую роль в представлении готовых проектов и концепций инфраструктурных объектов. Создание трехмерных моделей и визуализаций с помощью геометрических методов позволяет лучше понимать конструкцию и расположение объектов, что облегчает принятие решений и коммуникацию между участниками проекта.

Таким образом, применение знаний по начертательной геометрии в моделировании инфраструктурных объектов играет важную роль в области транспортной логистики, обеспечивая оптимизацию процессов планирования, проектирования и визуализации, что в свою очередь способствует эффективному функционированию транспортных систем.

Сейчас хочется затронуть тему цифровых двойников и технологию BIM. В настоящее время они играют ключевую роль в развитии транспортной логистики. Рассмотрим, как применение методов начертательной геометрии с инновационными технологиями, такими как BIM и цифровые двойники, способствует созданию эффективных моделей транспортных систем.

**1. Интеграция данных:** Внедрение начертательной геометрии в сочетании с BIM и цифровыми двойниками позволяет создавать комплексные модели, объединяющие различные аспекты информации о транспортной инфраструктуре. Это обеспечивает интеграцию пространственных, технических и операционных данных для более точного моделирования и управления системой (рис. 1).

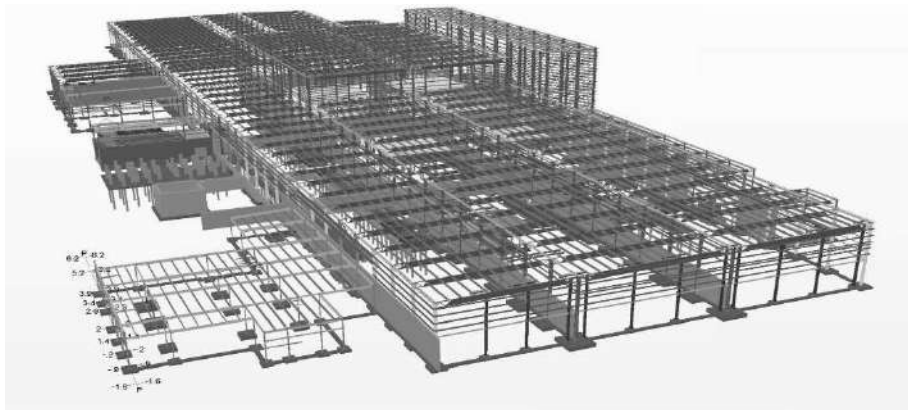


Рис.1 Проектирование складских помещений в BIM

**2. Анализ и оптимизация:** Цифровые модели позволяют проводить анализ различных сценариев, оценивать эффективность функционирования системы и находить оптимальные решения в планировании, управлении и модернизации инфраструктуры. Это помогает оптимизировать процессы логистики и повышает эффективность транспортных операций.

**3. Визуализация и коммуникация:** Геометрические представления транспортных систем облегчают визуализацию сложных данных и координацию действий между участниками проекта – проектировщиками, логистами, перевозчиками и заказчиками. Это способствует эффективному обмену информацией, согласованию решений и улучшению взаимодействия в рамках логистических процессов.

Таким образом, применение цифровых двойников с использованием методов начертательной геометрии в транспортной логистике имеет значительный потенциал для оптимизации работы системы, улучшения планирования и повышения эффективности логистических операций.

Современные технологии виртуальной реальности на основе методов начертательной геометрии играют важную роль в обучении, управлении и визуализации транспортных процессов. Давайте рассмотрим, как эти инновации вносят значительный вклад в развитие логистики.

*Обучение и тренировки:* Технологии виртуальной реальности позволяют создавать реалистичные симуляции логистических процессов, обучая и тренируя персонал компаний в безопасных условиях. Это помогает развивать навыки навигации, управления, погрузки-разгрузки и другие операции, улучшая профессиональную подготовку сотрудников.

*Удаленное управление:* Виртуальная реальность открывает новые возможности для удаленного контроля и управления логистическими процессами. Использование VR-интерфейсов позволяет эффективно координировать работу распределенных команд, оперативно реагировать на нештатные ситуации и повышать эффективность операций на удаленных объектах.

*Визуализация проектов:* Интеграция виртуальной реальности с геометрическими моделями позволяет заказчикам и проектировщикам детально оценивать планируемые решения еще на этапе разработки. Это сокращает вероятность ошибок, улучшает понимание проектов и способствует принятию обоснованных решений.

Таким образом, применение виртуальной реальности основанных на методах начертательной геометрии дает новые возможности для обучения, управления и визуализации транспортных процессов в сфере логистики, способствуя повышению эффективности и снижению рисков.

Использование методов начертательной геометрии в транспортной логистике играет ключевую роль в оптимизации процессов управления, планирования и контроля. Давайте рассмотрим, как эти методы влияют на различные аспекты логистики, включая:

1. *Технологии дополненной реальности:* Применение виртуальных сред для визуализации и анализа данных в 3D формате позволяет улучшить навигацию, учет товаров на складах, организацию технического обслуживания и проведение аналитики производственных процессов.

2. *Навигация:* с помощью начертательной геометрии можно разрабатывать точные картографические системы для оптимизации маршрутов грузоперевозок, обеспечивая точное планирование и контроль передвижения транспортных средств.

3. *Складской учет:* Применение геометрических методов позволяет эффективно организовывать складские пространства, оптимизировать размещение товаров и управлять процессами инвентаризации.



4. *Техобслуживание*: Начертательная геометрия помогает создавать точные технические чертежи, способствуя правильному обслуживанию и ремонту транспортных средств, а также обеспечивая безопасность и эффективность эксплуатации.

5. *Аналитика*: Анализ данных с применением геометрических методов позволяет выявлять закономерности, оптимизировать процессы и принимать обоснованные решения для повышения эффективности и конкурентоспособности логистических операций.

Таким образом, использование начертательной геометрии в сфере транспортных процессов способствует оптимизации работы компаний, улучшению качества обслуживания и снижению издержек.

В заключении, необходимо отметить, что развитие технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей, робототехника, 5G и облачные вычисления, предоставляет новые возможности для совершенствования логистических процессов. Эти технологические тренды влияют на автоматизацию принятия решений, прогнозную аналитику, оптимизацию маршрутов, безопасность и другие аспекты логистики.

Вместе с использованием начертательной геометрии и инновационными технологиями, компании могут достичь новых высот эффективности, конкурентоспособности и удовлетворения потребностей клиентов. Это позволяет не только оптимизировать текущие процессы, но и готовиться к более сложным вызовам будущего.

---

1. Геометрические методы трассировки транспортно-логистических сетей – Текст: электронный. – URL: [https://www.graphicon.ru/html/2016/papers/Pages\\_531-534.pdf](https://www.graphicon.ru/html/2016/papers/Pages_531-534.pdf)

2. Просто о BIM: что такое, как работает, где применяется – Текст: электронный. – URL: <https://bim-info.ru/articles/prosto-o-bim-chto-takoe-kak-rabotaet-gde-primenyaetsya/>

УДК 334

## ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «БЕЗОПАСНЫЕ И КАЧЕСТВЕННЫЕ АВТОМОБИЛЬНЫЕ ДОРОГИ» И ДАЛЬНЕЙШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НА ТЕРРИТОРИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

**Ю.Д. Боженова**, бакалавр

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

***Аннотация.** Статья рассматривает основные тенденции и проблем функционирования сферы дорожного хозяйства в Приморском крае, а также реализации национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» в регионе. За счет реализации Национального проекта снизится смертность в результате ДТП, что будет способствовать достижению предусмотренных Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 национальных целей. Приведение автомобильных дорог в нормативное состояние способствуют повышению качества жизни населения, экономическому и социальному развитию субъектов Российской Федерации, улучшению экономических связей между субъектами Российской Федерации и качества предоставляемых автотранспортных услуг.*

***Ключевые слова:** национальный проект, эффективность реализации, специфика проекта, ключевые показатели.*

## ASSESSMENT OF THE RESULTS OF THE IMPLEMENTATION OF THE NATIONAL PROJECT “SAFE AND HIGH-QUALITY ROADS” AND FURTHER PROSPECTS FOR DEVELOPMENT IN THE PRIMORSKY TERRITORY

***Abstract.** The article is related to the fact of consideration of the main trends, problems of functioning of the road sector in the Primorsky Territory and an assessment of the role of the national project “Safe and high-quality*



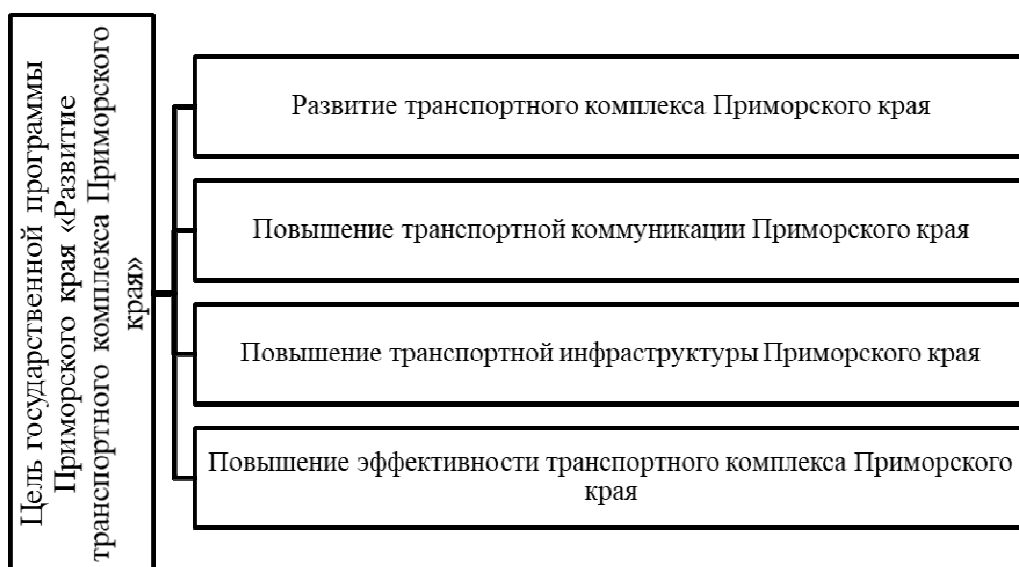


Рис. 2. Цели государственной программы Приморского края «Развитие транспортного комплекса Приморского края» на 2020–2027 годы

Как демонстрирует рисунок 2, ключевые цели реализации государственной программы Приморского края «Развитие транспортного комплекса Приморского края» на 2020–2027 годы направлены на улучшение транспортной коммуникации, что должно решить проблемы не только дорожного обеспечения, но и логистики.

Транспортная инфраструктура является «кровеносной системой» экономики любой страны [2]. В условиях глобализации и интеграции национальных экономик в мировое экономическое пространство создание транспортно-логистических систем позволяет повысить конкурентоспособность как региона, так и страны в целом. В настоящее время существует несоответствие состояния транспортной инфраструктуры и потребностей, возлагаемых на регион в новых социально-экономических условиях [3].

Как не парадоксально, данное несоответствие касается Приморского края в большей мере. Несмотря на то, что регион является динамично развивающимся, берёт на себя нагрузку «транспортной артерии» при всей перечисленной структурности усматривается огромное количество узких мест, которые автор выявил методом наблюдения. Прежде всего:

- реализация программы поддержания транспортной инфраструктуры в Приморском крае только в экономически рентабельных сферах экономики;
- развитие транспортной инфраструктур на участках трасс федерального значения;
- проблема мостового соединения на транспортных артериях Приморского края.

Одна из ключевых проблем, которая мешает развитию транспортной инфраструктуры – это ветхие мостовые переходы, которые встречаются на местах логистических узлов и доставляют немало проблем (рис. 3).



Рис. 3. Пример рухнувшего моста на транспортной артерии Приморского края [21]

Таким образом, региональные особенности государственной политики в вопросах формирования и поддержания транспортной инфраструктуры в Приморском крае касаются не только соблюдения направлений заявленных национальных проектов, но и спорных, а порой и проблематичных участков реализации данного направления [4].

Цель национального проекта – повышение качества жизни населения, приведение в нормативное состояние дорожной сети городских агломераций, а также ликвидация мест концентрации дорожно-транспортных происшествий [5].

Оценим целевые показатели национального проекта «Безопасные качественные дороги» в Приморском крае в количественном показателе. Так доля автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормативным требованиям на конец 2023 года составляет 51 % (рис. 4).

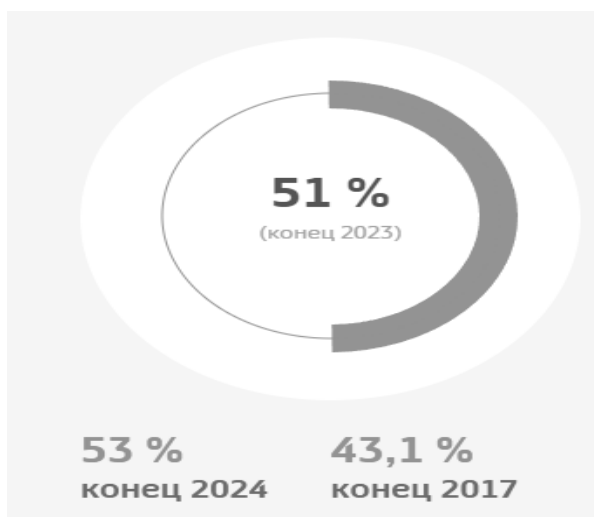


Рис. 4. Доля автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормативным требованиям на конец 2023 года [6]

Исходя из рисунка, можно сделать вывод, что усматривается явный прирост совершенствования качества автомобильных дорог в соответствии с заявленным сроком и усматриваемым периодом.

И ещё один, немаловажный показатель снижение смертности в результате дорожно-транспортных происшествий (количество погибших на 100 тыс. населения), благодаря качеству автомобильных дорог представим на рис. 5.

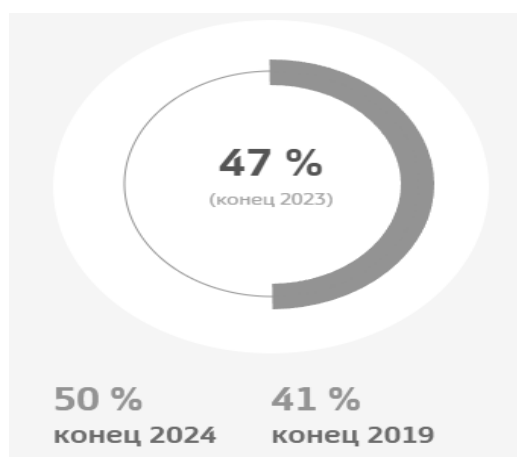


Рис. 5. Показатели снижения смертности в результате дорожно-транспортных происшествий (количество погибших на 100 тыс. населения) [6]

Таким образом, результативность выполнения национального проекта "Безопасные и качественные автомобильные дороги" в Приморском крае можно оценить не только с учетом качественных, но и количественных критериев (рис. 6).

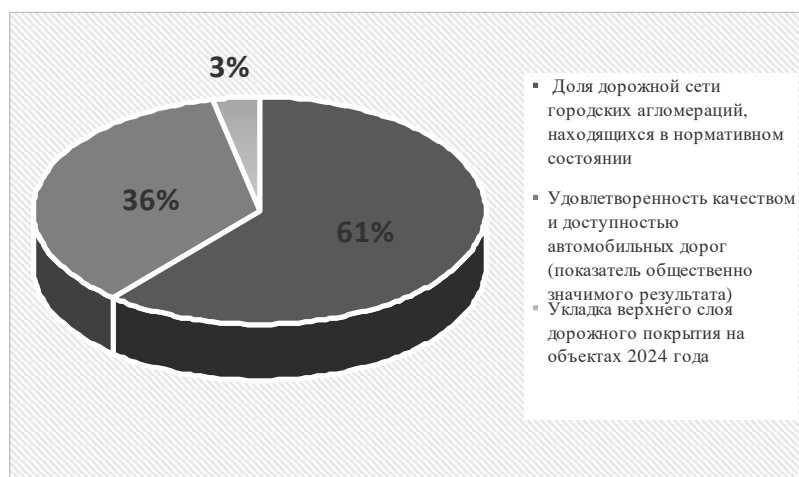


Рис. 6. Показатели реализации национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» в Приморском крае март 2024 год

Наблюдается не только улучшение качества отремонтированных дорог, но и увеличение их протяженности. Также привлекают внимание увеличенные показатели автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения, соответствующих нормам к концу 2023 года, а также снижение смертности в результате дорожно-транспортных происшествий за счет осуществления проекта "Безопасные и качественные автомобильные дороги".

Следовательно, задачи статьи решены, цель достигнута.

1. Адушев М.Н. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры Приморского края как потенциал экономического роста // Материалы Афанасьевских чтений. – 2019. – С.14-22

2. Государственная программа Приморского края «Развитие транспортного комплекса Приморского края» на 2020–2027 годы [сайт]. – URL: <https://plastun-avia.ru/index.php/dokumenty/90-gosudarstvennaya-programma-primorskogo-kraja-razvitie-transportnogo-kompleksa-primorskogo-kraja-na-2020-2027-gody/> (дата обращения: 26.03.2024)

3. Коптяева К.Б. Перспективы развития транспортной инфраструктуры Приморского края // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2011. – № 2. – С. 34-37

4. Мартышенко Н.С. Перспективы развития транспортно-логистической системы Приморского // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – № 3. – С. 179–184.

5. Перечень аварийных и обрушившихся мостов в Приморском крае [сайт]. – URL: <https://www.currenttime.tv/a/most-crash-primorie> (дата обращения: 26.03.2024)

6. Эффект от реализации национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» ощутит более половины населения страны [сайт]. – URL: <https://bkdrf.ru/news/read/effekt-ot-realizatsii-natsionalnogo-proekta-bezopasnye-i-kachestvennye-avtomobilnye-dorogi-oshchutit-bolee-poloviny-naseleniya-strany> (дата обращения: 28.03.2024)

УДК 303.064

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

**И.С. Дидик**, бакалавр  
**К.Б. Карсаков**, магистрант  
**О.А. Городников**, преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию ряда существующих программных обеспечений для автоматизации логистических процессов. Работа логиста всегда являлась важной и неотъемлемой

частью любого предприятия или компании. Необходимость в оптимизации перевозок состоит не только в получении максимальной выручки на производстве, но и в минимизации расходов.

**Ключевые слова:** логистика, оптимизация перевозок, доставка, автопарк, курьерская служба, автоматизация, программное обеспечение.

## COMPARATIVE ANALYSIS OF SOFTWARE FOR AUTOMATION OF TRANSPORT LOGISTICS

**Abstract.** The article is devoted to the study of a number of existing software for automation of logistics processes. The work of a logistician has always been an important and integral part of any enterprise or company. The need to optimize transportation is not only to maximize production revenue, but also to minimize costs.

**Keywords:** logistics, transportation optimization, delivery, fleet, courier service, automation, software.

Основная задача логистики – оптимизация издержек в процессе хранения, транспортировки и сбыта. Грамотная организация логистических процессов улучшает экономику предприятия, помогает оптимизировать бизнес-процессы и снизить затраты на хранение и доставку продукции. Необходимость развития в данной сфере была выявлена более тысячелетия назад, а логистика как самостоятельная наука появилась во время Второй мировой войны. С ростом государств, развитием городов в постоянно увеличивающемся потоке информации, грузов и услуг, очевидна потребность в отлаженном механизме управления любыми перевозками и перемещениями.

В современном информационно-цифровом мире можно найти не только примеры успешно рабочей логистической системы на предприятиях, но и отдельные сервисы, специализирующиеся на автоматизации логистических процессов компаний. С развитием науки логистики, с накоплением опыта предшествующих поколений специалисты в этой сфере могут обеспечить контроль всей системы перевозок предприятия, начиная от получения и хранения груза и заканчивая доставкой в руки заказчика. Но всё это делает самостоятельно человек, проходя через большое количество рутинных манипуляций для учёта [1].

Сфера доставок продуктов питания, блюд из ресторанов, любых товаров из оптовых и интернет-магазинов все больше развивается с каждым днём, целью этой работой является нахождение оптимального решения вопроса автоматизации транспортной логистики в г. Владивосток.

Современные сервисы-помощники используют по большей части облачное пространство для хранения информации, удобные механизмы для подробного сбора и учета информации и мониторинг всего происходящего в реальном времени. Авторы проектов по оптимизации работы логиста обещают экономию время, минимизацию затрат, учёт всех издержек и повышение дохода компании за счёт отлаженной рабочей логистики на предприятии. Рынок таких сервисов включает в себя разработки опытных специалистов, направленные на работу с разными компаниями, в разных условиях. В данной статье рассмотрим несколько самых популярных систем автоматизации процессов перевозки.

Начнём с продукта известной российской компании Яндекс – «Яндекс Маршрутизация». Платформа предлагает планирование маршрутов. Сервис распределяет заказы по исполнителям и строит для них оптимальные маршруты. Учитывает свыше 300 параметров планирования, в том числе – габариты грузов, время доставки и работу складов. Помогает выполнять заказы вовремя. Для расчётов использует детальный прогноз пробок, основанный на данных миллионов автомобилистов. В режиме реального времени можно наблюдать за тем, как доставляются заказы, и в любой момент получать прогноз выполнения маршрутов на конец дня. Приложение упрощает работу водителей и пеших курьеров: показывает последовательность выполнения заказов, обеспечивает связь с получателями, позволяет по клику перенести маршрут в навигатор, сообщает об изменении статусов заказов. Система передаёт данные о выполнении заказов в реальном времени на рабочее место логиста. Каждый клиент сможет видеть статус своего заказа онлайн.

Основные преимущества данного программного обеспечения (ПО) [2]:

1) самые подробные и быстро обновляющиеся карты: «Яндекс. Карты» содержат 9,6 млн адресов, 17 млн контуров домов, 4 млн организаций. Два раза в неделю карты дополняют новыми объектами, обновляется информация об изменениях в схеме движения. Данные о новых знаках, перекрытиях и закрытии дорог появляются на «Яндекс. Картах» быстрее, чем у других. За актуальностью данных следят специалисты компании, а также народное сообщество;

2) только в «Яндекс Маршрутизации» возможно планирование маршрутов с учетом детального прогноза пробок. Информация о пробках не продается и используется только в собственных алго-

ритмах Яндекс. Это позволяет создать выполнимые маршруты, в которых расчетное время в пути совпадает с фактическим. Качество прогноза пробок постоянно контролируется, а алгоритм постоянно улучшается;

3) «Яндекс Маршрутизация» – веб-сервис, не требующий дорогостоящего оборудования на стороне клиента. Все расчёты маршрутов ведутся с использованием мощностей Яндекс. Серверная группа позволяет перебирать сотни миллионов комбинаций за 10...15 минут, обеспечивая оптимальность планирования;

4) Уникальная возможность гибкого предоставления доступа к мониторингу заказа другой компании помогает строить экосистему доставки, в рамках которой компании могут развивать новые сервисные возможности в цепи поставок.

«Яндекс Маршрутизация» состоит из двух сервисов: планирования маршрутов и мониторинга выполнения заказов. Есть возможность подключить их как по отдельности, так и вместе.

В рамках частой загруженности на дорогах Владивостока «Яндекс Маршрутизация» может стать удобным и полезным помощником в работе доставок на предприятиях любого калибра.

Второй из рассматриваемых представителей рынка – система управления корпоративным автопарком «Завгар Онлайн». Сервис ведёт учёт всех затрат на содержание транспортных средств (ТС), знает стоимость 1 км пути каждого автомобиля, напоминает о необходимости сервиса. «Завгар Онлайн» выделяет ряд минусов работы компаний через Excel и записи в тетради для учёта, такие как большая потеря сил и времени из-за большого объема однотипных действий, занимающих большую часть рабочего времени специалиста, а также невозможность мгновенно получить актуальную информацию о состоянии конкретного автомобиля и автопарка в целом. «Завгар Онлайн» предлагает решения для разных сфер: строительная техника, сельскохозяйственная техника, грузоперевозки, транспортировка опасных грузов, легковые машины, каршеринг, такси, арендованные машины, управление стационарными объектами и др. Клиентами являются тысячи компаний из разных отраслей экономики. Это как микропредприятия с одной машиной, так и крупнейшие холдинги России из списка Forbes. В системе «Завгар Онлайн» есть различные модули. Остановимся на основных модулях ПО.

1) Контроль топлива. Одной из главных задач модуля является контроль за расходом топлива. «Завгар Онлайн» позволяет отслеживать количество использованного топлива каждым автомобилем в автопарке. Это осуществляется путем внесения данных о заправках и расходе топлива в приложении. Таким образом, менеджеры автопарка могут видеть актуальную информацию о расходе топлива каждого автомобиля и анализировать эффективность использования ресурсов.

2) Сервис и ТО. «Завгар Онлайн» позволяет установить расписание обслуживания для каждого автомобиля, оповещает о необходимости прохождения обслуживания и отслеживает выполнение работ. Приложение позволяет внести информацию о неисправностях и запросить ремонт автомобиля. Менеджеры автопарка могут отслеживать статус ремонта, получать уведомления о его завершении и контролировать затраты на ремонтные работы.

3) Путевые листы. В модуле «Поездки» можно создавать путевые листы для каждой поездки, указывать маршрут, цель поездки, время начала и окончания. Возможность контролировать и отслеживать перемещения автомобилей в автопарке, а также организовывать и планировать работу водителей.

4) В модуле отчётов можно получить полную информацию по всему автопарку и сформировать любой отчет, а если необходимого шаблона не хватает, можно создать свою форму отчета именно под свои нужды.

Следующая система – «Мегалогист TMS». Она встраивается в программу 1С и позволяет логистам и водителям работать в единой среде. Возможности системы «Мегалогист TMS»:

1) для логистов – автоматическое и ручное планирование рейсов, работа в единой среде 1С, контроль выполнения рейсов в онлайн-режиме, массовая печать всех документов для курьера, закрытие рейса и взаиморасчёты с курьером;

2) для руководителя – программа поможет оптимизировать работу службы доставки и сократить транспортные расходы на 25...30%, более эффективное использование транспорта, контроль затрат на доставку и расчёт себестоимости, анализ работы службы доставки;

3) для покупателей – СМС-уведомления о статусе заказа, своевременное предупреждение об опоздании курьера;

Для курьеров и водителей-экспедиторов – все задания из маршрутного листа автоматически отправляются на мобильное приложение курьера.

Выгодный продукт для улучшения и налаживания всего механизма работы компании.

Четвёртым в списке будет – «Махортра» – онлайн-сервис для управления логистикой, эффективное планирование маршрутов, контроль транспорта и выездных сотрудников. Сервис включает в себя модуль планирования, где в автоматическом режиме распределяются заявки между исполнителями с учетом требований к каждой перевозке, мобильное приложение для водителя на базе iOS/Android, инструменты для общения с клиентами, оповещающая получателей о статусах заказов с помощью автоматических SMS/E-mail уведомлений, модуль мониторинга и аналитики, контролирующей движение по маршруту в режиме реального времени и платформу с удобным интерфейсом для работы логиста. Махортра берёт на себя интеграцию и настройку под задачи компании, обрабатывает сценарии работы системы с сотрудниками предприятия. Система позволяет отслеживать ход работ и быть в курсе отклонений от графика. Работать можно из любой точки мира, нужен только выход в интернет. Есть виджет для обратной связи от клиентов. Система предлагает контроль эффективности сотрудников, качества сервиса и пробегов транспорта [3].

Удобный вариант для работы в молодых компаниях, с помощью в использовании и консультациями.

«1С:Предприятие 8. TMS Логистика. Управление перевозками.»

Отраслевое решение для автоматизации бизнес-процессов транспортной логистики в компаниях, занимающихся перевозкой грузов различными видами транспорта. Основное назначение – планирование сборных, комплектных и мультимодальных грузоперевозок с использованием привлеченного транспорта, а также доставки «последней мили» (городская доставка). Отраслевое решение предназначено для компаний, которые в процессе осуществления своей деятельности необходимо решение задач транспортной логистики. Основное назначение решения – планирование грузоперевозок с использованием привлеченного транспорта:

- 1) управление сборными и комплектными перевозками грузов;
- 2) доставка «последней мили» (планирование городской доставки);
- 3) управление мультимодальными перевозками грузов, обслуживаемых разными видами транспорта, осуществляемых мультимодальным транспортным оператором;
- 4) планирование цепочки транспортных логистических процессов совместно с различными подразделениями компании;
- 5) выбор исполнителя перевозки по каждому звену перевозки;
- 6) выбор вида перевозки: в отдельном ТС или в составе сборного груза;
- 7) автоматическое планирование региональной/местной доставки для большого количества заявок.

Также, среди подсистем данного продукта, каждая из которых со своим функционалом и параметрами: управление нормативно-справочной информацией, управление потребностями в перевозке грузов, управление заданиями на перевозку грузов, формирование рейсов, управление ресурсами для обеспечения рейсов, контроль выполнения рейсов, управление тарифной политикой Компании, управление доступом, получение аналитической отчетности, визуализация информации на электронных картах, интеграция с «1С:Центр спутникового мониторинга ГЛОНАСС/GPS», интеграция с мобильными устройствами на ОС Android, интеграция с сервисами для обмена сообщениями и обмен данными [4].

Учитывая, что большинство крупных компаний уже работают в системе 1С, данный продукт замечательно подходит для использования в работе и оптимизации логистики по городу.

Следующий представитель рынка – программный комплекс управления логистикой для транспортных компаний и грузовладельцев «Умная Логистика». Данный сервис предлагает автоматизацию всех бизнес-процессов в транспортной компании от создания заявок до управления взаиморасчетами с контрагентами, неограниченное участие в аукционах и тендерах на перевозки, юридически-значимый электронный документооборот между всеми участниками системы, использование SBT-обмена – уникальной технологии, которая позволяет всем пользователям экосистемы безопасно обмениваться заявками и бухгалтерскими документами по защищенному каналу, мобильные приложения для логистов и водителей, аналитические отчеты для принятия верных управленческих решений.

Платформа предоставляет продукты: «Умная Логистика «CARGO» для грузовладельцев и производителей, «Умная Логистика «TRANS» для экспедиторов и перевозчиков. Подходящий вариант для междугородних крупных перевозках или в работе в крупных компаниях по городу.

«GROTEM/Drive». Это набор инструментов, который поможет сократить время на планирование рейсов и оптимально загрузить весь транспорт. Решения GROTEM повышают эффективность доставки на 20% (согласно одному из менеджеров компании-производителя).



Область применения: маршрутизация, мониторинг, перевозки, транспортная логистика, управление автотранспортом, экспедирование. «GROTEM/Drive» разгружает логистов, в разы сокращает время на формирование маршрутов. Достойный представитель рынка программных обеспечений по оптимизации перевозок.

Сервис для оптимизации доставки «Relog». Данный сервис отличается от других сервисов на рынке тем, что обладает самым быстрым алгоритмом на рынке, который маршрутизирует 2000 заявок за 4 минуты; имеет подключение всех доступных карт, геокодеров; мощные и всесторонние аналитические дэшборды Relog BI, раскрывающие все аспекты доставки. Рабочее место диспетчера позволяет управлять городской логистикой, какой бы сложной она не была, а так же видеть всю историю передвижения водителей, отслеживать в режиме реального времени изменения статусов заказов.

Мобильное приложение для водителя представляет собой удобный и функциональный инструмент для работы с маршрутом и заказами. В приложении доступны маршрутные листы в режиме реального времени, изменение статусов заказов, комментирование заказов, прикрепление фото, росписи. Также доступна аналитика и расчет KPI для водителей, таким образом курьер сразу видит сколько он заработал на данный момент. Клиент может дать оценку, оставить отзыв и отслеживать свой груз.

Сервис помогает директорам по логистике и топ-менеджменту компаний получить максимально детальную и глубокую аналитику, видеть картину тенденций и географических особенностей доставки, моделировать исход различных вариантов действий, отслеживать результаты принятия решений.

«Relog» подходит таким компаниям как: дистрибьюторские компании, производители хлебобулочных изделий, мебельные компании, внутригородская и пригородная доставка, доставка воды, дистрибьюторы фармацевтики, интернет-магазины, дистрибьюторы стройматериалов.

Хороший вариант для использования в г. Владивостоке крупными компаниями и предприятиями с большим количеством рейсов в день.

Последний из данного приведённого списка представителей рынка автоматизации логистических процессов – автоматизированная система планирования и организации перевозок АС «Ком-Пас». Среди преимуществ системы можно выделить: объединение в единую интерактивную транспортную модель пассажирскую инфраструктуру, поездную модель и данные о транспортных потоках; наличие удобного пользовательского интерфейса в виде интерактивной схемы сети железных дорог России и зарубежных стран; готовое описание пассажирской инфраструктуры с возможностью добавления произвольного количества новых видов инфраструктурных объектов и их свойств с отображением на карте; модульный принцип подключения функциональных подсистем, позволяющий создавать широкий класс автоматизированных систем управления пассажирскими перевозками; наличие удобных визуальных средств формирования запросов достаточно сложных конфигураций для использования при вызове функциональных подсистем; наличие удобных средств управления доступом пользователей к данным и функциям системы.

Продукт включает в себя модуль анализа продаж на основе ежедневных данных о реализации проездных документов (импорт ежедневных отчетных данных о ходе реализации проездных документов; анализ данных о продажах проездных документов; формирование «профиля» продаж на поезд и его представление в графическом виде и др.), модуль прогноза продаж на основе анализа хода реализации проездных документов (анализ и представления информации о продажах как на прошедший, так и прогноз на предстоящий период и др.), модуль анализа показателей работы пассажирских поездов на маршруте следования (анализ показателей работы подвижного состава на всем маршруте или на произвольных участках маршрута; анализ корреспонденций и загрузки вагонов по отдельным участкам сети; сравнительный анализ показателей работы подвижного состава за отчетный и заданный базовый период и др.). Подходит для компаний, который работают с доставкой на большие расстояния, между разными городами и областями.

Одной из важнейших сфер развития на предприятии, связанном с перевозками, производством, предоставлением услуг и др. является логистика. Специалист в данном направлении ответственен за объем значительной части расходов всего предприятия и большую часть прибыли всей компании. Сервисы для автоматизации транспортных процессов логистики созданы для помощи в росте компании и налаживании чёткого механизма работы, для получения наибольшей прибыли и выигрыше разного рода ресурсов. Они предназначены для различных компаний и предлагают разные условия. За владельцами и директорами бизнеса остаётся лишь выбрать более удобный и удовлетворяющий вариант для себя.

Наиболее подходящими и универсальными вариантами для реалий г. Владивостока являются: «Яндекс Маршрутизация», «Завгар Онлайн», «1С:Предприятие 8. TMS Логистика. Управление пе-

ревозками», «Relog». Для междугородних перевозок подойдут варианты: «Умная Логистика» и «КомПас».

1. Шумаев В.А. Основы логистики: учебное пособие. – Москва: Юридический институт МИИТ, 2016. – 324 с.
2. Получайте максимум от вашей логистики. Яндекс Маршрутизация – Текст: электронный. – URL: <https://yandex.ru/routing/>
3. Онлайн сервис для управления вашей логистикой. – Текст: электронный. – URL: <https://maxopta.ru/>
4. Новикова Т.И., Толстикова Ю.А., Пашковская О.В. Особенности и преимущества платформы «1С: Предприятие // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2015. – Т.1. – С. 592-593.

УДК 658.3

## АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ВИДОВ КОНФЛИКТОВ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ ПАССАЖИРОВ В АО «ТЕРМИНАЛ»

Д.А. Долгова, бакалавр  
Е.А. Розанова, канд. техн. наук

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** Статья позволяет выявить механизм управления конфликтами в процессе работы АО «Терминал». Цель исследования состоит в выявлении основных видов конфликтов при обслуживании пассажиров в аэропорту города Владивостока. Объектом исследования является АО «Терминал». Предметом исследования являются механизмы предупреждения и управления конфликтными ситуациями. Методами исследования будут являться: теоретический анализ литературы, опрос, наблюдение. Основным методологическим инструментом является анкетирование. По результатам исследования были сформированы мероприятия по предупреждению и управлению конфликтных ситуаций в АО «Терминал», которые в дальнейшем может применяться на практике. Новизна исследования состоит в том, что был сформирован перечень мероприятий по предупреждению конфликтов и управлению конфликтами в АО «Терминал» с использованием цифровых технологий.

**Ключевые слова:** конфликт, взаимодействие, управление конфликтами, методы управления конфликтами, этапы обслуживания.

## ANALYSIS OF THE MAIN TYPES OF CONFLICTS IN PASSENGER SERVICE AT TERMINAL JSC

**Abstract.** The article reveals the mechanism of conflict management in the process of work of JSC Terminal. The purpose of the study is to identify the main types of conflicts in passenger service at the airport in Vladivostok. The object of the study is JSC «Terminal». The subject of the study is the mechanisms of prevention and management of conflict situations. The research methods will be: theoretical analysis of literature, survey, observation. The main methodological tool is a questionnaire. Based on the results of the study, measures were formed to prevent and manage conflict situations in JSC «Terminal», which can be applied in practice in the future. The novelty of the research lies in the fact that a list of measures for conflict prevention and conflict management in JSC «Terminal» using digital technologies has been developed.

**Keywords:** conflict, interaction, conflict management, conflict management methods.

Ввиду обострившейся внешне- и внутривосточной ситуации в России проблема разрешения конфликтных ситуаций и поиска наиболее направлений для снижения конфликтов особенно актуальна в настоящее время, так как напряженная ситуация отражается на эмоциональном состоянии людей. АО «Терминал» является ключевым транспортным узлом в Дальневосточном регионе и на территории аэропорта часто возникают различные конфликтные ситуации, которые требуют оперативного управления, в том числе при помощи применения различных технологий, что обуславливает актуальность темы исследования.

Цель исследования – выявить основные виды конфликтов при обслуживании пассажиров в аэропорту города Владивостока. Для реализации цели решены следующие задачи:

- рассмотрены этапы обслуживания авиапассажиров в аэропорту;
- сформулированы виды конфликтов, характерные при обслуживании авиапассажиров;
- выявлены основные виды конфликтов на этапах обслуживания авиапассажиров в АО «Терминал»;
- разработаны рекомендации по управлению конфликтами в АО «Терминал».

Конфликт как столкновение интересов – является неизбежным при оказании услуг, в том числе услуг на транспорте, включая авиационные услуги.

Наличие конфликтных ситуаций в аэропортах определяются факторами, которые влияют на деятельность организации:

- сезонность спроса – в авиационных перевозках присутствует «высокий сезон», в котором происходит повышение мобильности людей и количество перелетов увеличивается. Однако есть и «низкий сезон», при котором количество пассажиров уменьшается и авиационные перевозчики, чаще всего, получают убытки;
- стратегия и качество услуг, выполняемых подрядчиками и управляющими аэропорта;
- ожидания потребителей, связанные с предшествующим опытом путешественника [1].

Конфликт представляет собой особое взаимодействие индивидов, групп, объединений, которое возникает при их несовместимых взглядах, позициях и интересах. Причинами конфликта может являться: обстоятельства экономического и социального порядка, социально-психологические причины, морально-этические причины. В аэропортах, зачастую, возникновение конфликтных ситуаций связано со следующими аспектами: сезонность спроса, стратегия и качество услуг, ожидания потребителей. Конфликты в деятельности аэропорта – неизбежный случай, управления которыми должны обеспечить предупреждение повторений, а также решение на месте без доведения до нанесения ущерба пассажирам.

Технологический процесс обслуживания пассажира в аэропорту состоит из следующих основных этапов: досмотр на входе в здание аэровокзального комплекса с использованием специальных средств обнаружения наличия оружия, металлических предметов. Контролируется багаж, ручная кладь и сам человек. В отдельных случаях досмотр может быть проведен сотрудником УВД; регистрация на рейс и взвешивание багажа – осуществляется по выделенной линии и у стойки регистрации с электронным табло, на котором указывают номер рейса, время регистрации; прохождение таможенного и пограничного контроля при отправлении за рубеж; предполетный досмотр; посадка на борт воздушного судна.

На любом из приведенных этапов обслуживания между сотрудников аэропорта и пассажиром, могут происходить конфликты, их в свою очередь можно разделить на виды и типы. Основными типами конфликтов, которые могут возникнуть в аэропорту являются: социальные, экономические, организационные. Анализ теоретических источников позволил выявить возможные виды конфликтов на этапах обслуживания пассажиров в аэропорту, которые приведены в таблице.

*Таблица*

**Возможные виды конфликтов на этапах обслуживания пассажиров в аэропорту**

Этап обслуживания	Возможные типы конфликтов на этапах обслуживания авиапассажиров
Досмотр на входе в здание аэровокзального комплекса	По субъектам конфликтного взаимодействия: Социально-психологические; По масштабам, длительности и напряженности: локальные; кратковременные; слабовыраженные и быстротекущие;
Регистрация на рейс и оформление багажа	По субъектам конфликтного взаимодействия: внутриличностные; межличностные;
Прохождение таможенного и пограничного контроля при отправлении за рубеж.	По предмету конфликта: реальные; нереальные; По источникам и причинам возникновения: объективные; субъективные; организационные; вертикальные;
Предполетный досмотр	По коммуникативной направленности: смешанные;
Посадка на борт воздушного судна	По социальным последствиям: позитивные и негативные; конструктивные и деструктивные.

Основной причиной конфликтов в аэропорту являются некачественно оказанные услуги. Для выявления причин, наиболее часто встречаемых при обслуживании авиапассажиров, выполнен анализ оценки потребителями услуг, оказываемый в АО «Терминал» с использованием метода анкетирования. На рисунке приведены этапы обслуживания, на которых возникали конфликтные ситуации с точки зрения авиапассажиров.

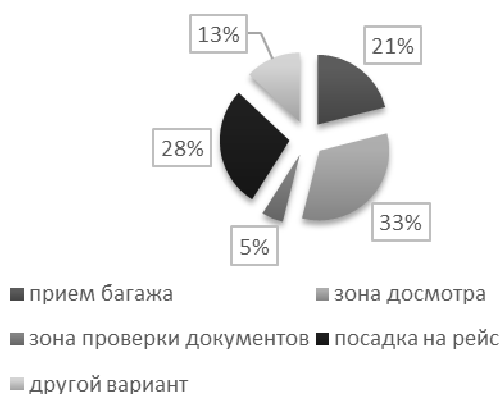


Рис. 1. Этапы обслуживания, на которых возникали конфликтные ситуации в АО «Терминал»

По результатам исследования установлено, что наибольшее количество претензий, связанных с обслуживанием авиапассажиров, происходили в зоне досмотра (33 %), приеме багажа (21 %) и посадки на рейс (28 %).

Выделяют следующие методы управления конфликтами в организациях: **внутриличностные методы** (правильное поведение, умение высказать свою точку зрения); **межличностные методы** (сглаживание, уклонение, принуждение, компромисс, решение проблемы); **структурные методы** (разъяснение требований к работе, общеорганизационные цели, использование систем вознаграждения); **переговорные методы** (подготовка к переговорам, предварительный выбор позиции, поиск оптимального решения, завершение переговоров); **ответные агрессивные методы** (применяются в крайних случаях, когда предыдущие методы не помогли).

Выбор методов управления конфликтными ситуациями зависит от руководства предприятия. АО «Терминал» является лидером среди аэропортов Дальнего Востока по объему пассажиропотока. Так в 2023 году аэровокзал обслужил 2 млн 118 тыс. пассажиров [2]. Важно при управлении конфликтными ситуациями учитывать фактор конструктивного взаимодействия сотрудников разных подразделений аэропорта. Управление конфликтами в АО «Терминал» определяется следующими факторами:

- наличие подготовки персонала для работы в контактной зоне: функциональное обучение и психологическая подготовка;
- наличие инструкций и стандартов решения проблем и предотвращения конфликтов;
- контроль за выполнением всех процессов на предприятии для предотвращения возникновения конфликтов.

Основной причиной конфликтов в аэропорту являются некачественно оказанные услуги по мнению потребителей. На данный момент оценка удовлетворенности качеством услуг аэропорта производится при помощи проводимых опросов и анкетирования с периодичностью один раз в полгода (год). К таким работам привлекается от 5 до 8 сотрудников – для проведения опросов, анкетирования, обработки и анализа результатов.

Одним из действенных методов минимизации угроз возникновения конфликтных ситуаций следует отнести автоматизацию процессов, применение бесконтактных технологий, биометрии и роботов по услугам: регистрация пассажиров и багажа, применение современных сканеров в зоне досмотра, онлайн-оплата сервисов (предварительный заказ услуг аэропорта, покупок Duty Free и т.д.), бесконтактная проверка документов пассажиров и т.д. Однако перед внедрением информационных технологий в процесс обслуживания пассажиров аэропорта нужно выявить направления, которые являются наименее эффективными и нуждаются в оперативном совершенствовании. Для оперативного получения обратной связи от пассажиров руководству АО «Терминал» необходимо активно внедрять цифровые технологии [3].

На стойках оформления пассажиров и сдачи багажа рекомендуется установить терминал для оценки качества сервиса (планшет, пульт), который позволит выявить неэффективных сотрудников на данном этапе и скорректировать их общение с потребителями услуг. Также для получения обратной связи от пассажиров в здании аэропорта, на основных проблемных этапах необходимо разместить QR-коды с краткой формой обратной связи о деятельности аэропорта, данные по которой в дальнейшем систематизируется и используется руководством организации для принятия управленческих решений. Следовательно, основными современными инструментами по предупреждению

конфликтных ситуаций: QR-коды для получения обратной связи, терминалы оценки качества обслуживания.

Для урегулирования конфликтов, возникающих между сторонами, существует несколько методов:

- межличностные (компромисс, решение проблемы);
- структурные (разъясняет персоналу на основании полученной обратной связи от пассажиров требования к работе, использует системы премирования сотрудников, которые получили больше всего положительных оценок и отзывов);
- переговорные (руководство аэропорта часто в конфликтных ситуациях выступает переговорщиком между сотрудниками и пассажирами с целью нахождения решения возникших проблем) [4].

Управление конфликтами является ключевым направлением по повышению качества оказываемых услуг в АО «Терминал». По результатам проведенного анкетирования, было определено, что в целом потребители оценивают уровень оказываемых услуг аэропорта достаточно высоко. Однако управление конфликтами необходимо вести системно и на постоянной основе, чтобы не допустить усугубления ситуации.

В связи с обширной информатизацией и цифровизацией всех процессов жизнедеятельности, digital-технологии целесообразно внедрять и в сферу предупреждения конфликтных ситуаций. Отзывы пассажиров являются основой для предупреждения и управления конфликтными ситуациями. Управление конфликтами в АО «Терминал» осуществляют, прежде всего, на основании полученной обратной связи. На основании полученной обратной связи руководство АО «Терминал» применяет следующие методы управления конфликтами: компромисс, решение проблемы, разъяснение требований к работе, вознаграждения, переговоры.

Анализ и систематизация механизмов предупреждения и управления конфликтами в АО «Терминал» с использованием цифровых технологий позволит существенно понизить трудозатраты на проведение оценки удовлетворенности услугами, ускорить процесс получения информации, а также повысить системность получения обратной связи от пассажиров.

---

1. Беленов О.Н. Комплекс маркетинга на международном рынке пассажирских авиаперевозок // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – №1. – С. 141-148.

2. Официальный сайт АО «Терминал». – Текст: электронный. – URL: <https://vvo.aero/> (дата обращения: 20.03.2024).

3. Евдокимова, Н. В. Научные подходы в исследовании управления конфликтами в организации // Молодой ученый. 2023. № 7. С. 113-116.

4. Анцупов А.Я., Баклановский А.В. Конфликтология в схемах и комментариях: учебное пособие. – 4-е изд. – Москва: Проспект, 2022. 336 с.

УДК 656.132.6, 629.341

## ПОДГОТОВКА УРОКА-ВИКТОРИНЫ ПО ЗНАНИЮ ПДД ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ

**В.А. Емельянова, Е.А. Новиков, А.В. Разноченков**, бакалавры  
**О.В. Гриванова**, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье описывается подготовка и проведение урока-викторины по знанию ПДД для школьников.

**Ключевые слова:** ПДД, транспортная безопасность, урок-викторина, дорожно-транспортное происшествие, дети.

## PREPARING A LESSON-QUIZ ON TRAFFIC RULES FOR SCHOOLCHILDREN

**Abstract.** The article describes the preparation and conduct of a quiz lesson on traffic rules for schoolchildren.

**Keywords:** traffic regulations, transport safety, quiz lesson, traffic accident, kids.

Цель работы: транспортная безопасность школьников.

Задачи:

1. Предоставить учащимся базовое образование по правилам дорожного движения в рамках государственных стандартов;
2. Познакомить учащихся с историей правил дорожного движения;
3. Развить дорожную грамотность детей;
4. Совершенствовать навыки ориентировки на дороге

Данная работа направлена на повышение знания о транспортной безопасности для школьников. Важно помнить, что обучение правилам дорожного движения должно проводиться комплексно, включая учебную и внеурочную деятельность, работу с родителями, информационное и материально-техническое обеспечение и контроль со стороны администрации.

По статистике, на территории Приморского края с начала года несовершеннолетние получили травмы в каждом шестом ДТП (14 % от общего числа ДТП), 86 % – по вине водителей.

Всего с начала года зарегистрировано 306 дорожно-транспортных происшествий с участием детей и подростков в возрасте до 16 лет, в результате которых 10 несовершеннолетних погибли, 339 – получили травмы различной степени тяжести.

Из общего массива ДТП с детьми почти половину – 46 % составили автопроисшествия с участием детей-пешеходов. Зарегистрировано 142 таких ДТП, травмы получили 144 несовершеннолетних. В 41 случае в нарушение ПДД водители покинули место происшествия.

С помощью урока-викторины мы хотели проверить знания детей разных возрастов, а также показать руководству школы, что данный урок очень необходим в современном мире, так как количество автомобилей в городе Владивосток растёт с каждым годом, вместе с этим и меняются ПДД.

Технические аспекты работы: проведение урока-викторины требует широкого применения правовых документов ПДД; для изучения необходимых правовых документов требуется время и базы данных, доступные в определенное время; требуется унификация викторины для школ.

### Тест



Рис. 1. QR-код на тест

### Диаграммы правильных ответов

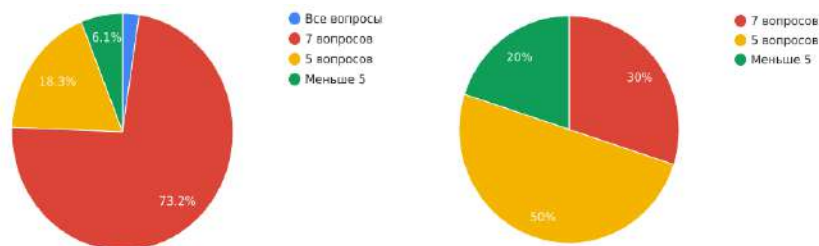


Рис. 2. Диаграмма 9 класса

Рис. 3. Диаграмма 2 класса

По данным диаграммы видно, что 2 класс никто не ответил правильно на все вопросы, а это подтверждает то что уроки по ПДД в школах для начальных классов необходимы.

Выводы:

1. Дети получают и усваивают знания о правилах поведения на дороге.
2. Разрабатываются наглядные материалы, оказывающие развивающее воздействие и познавательную стимуляцию на детей.
3. Целенаправленная, социально ориентированная профилактическая работа по ПДД среди обучающихся позволяет снизить уровень детского дорожно-транспортного травматизма, сохранить их здоровье, а самое главное – жизнь.

- 
1. Саулина Т.Ф. Ознакомление школьников с ПДД. – Москва, 2015.
  2. Петрова К.В. Как научить детей ПДД. Планирование занятий, конспекты, кроссворды, дидактические игры. – Москва, 2013.
  3. Белая К.Ю. Как обеспечить безопасность школьника. – Москва, 2001.
  4. Шаламова Е.И. Правила безопасности дорожного движения. – Москва, 2014.
  5. Коган М.С. Правила дорожные знать каждому положено. – Новосибирск, 2007.
  6. Лиходед В. Уроки светофора. – Ростов-на-Дону, 2005.
  7. Саулина Т.Ф. Три сигнала светофора. – Москва, 2012.
  8. Пикулева Н. Дорожная азбука. – Москва, 2008.
  9. Азбука пешехода: для школьников. – Москва: Изд. Дом «Третий Рим», 2007. – 60 с.
  10. Кузнецова Н.М. Психолого-педагогические основы дорожной безопасности несовершеннолетних: учебно-метод. пособие. – Екатеринбург: Альфа Принт, 2016. – 84 с.
  11. Козловская Е.А., Козловский С.А. Дорожная безопасность: обучение и воспитание младшего школьника: учебно-методическое пособие для общеобразовательных учреждений и системы дополнительного образования / под общ. ред. В.А. Федорова. – Москва: Изд. Дом «Третий Рим», 2002.

УДК 656.13

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ КРУПНОГАБАРИТНЫХ И ТЯЖЕЛОВЕСНЫХ ГРУЗОВ

**М.В. Когай**, бакалавр  
**Н.С. Поготовкина**, преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье приведены основные нормативные требования к организации перевозок крупногабаритных и тяжеловесных грузов, соблюдение которых позволяет обеспечить безопасность транспортного процесса.

**Ключевые слова:** тяжеловесный груз, крупногабаритный груз, специальное разрешение, автомобиль прикрытия, допустимые весовые и габаритные параметры.

## ENSURING THE SAFETY OF TRANSPORTATION BULKY AND HEAVY LOADS

**Abstract.** The article presents the main regulatory requirements for the organization of transportation of bulky and heavy goods, compliance with which allows to ensure the safety of the transport process.

**Keywords:** heavy cargo, bulky cargo, special permit, cover vehicle, permissible weight and dimensional parameters.

Цель: Изучить и обобщить особенности организации перевозки крупногабаритных и тяжеловесных грузов, влияющие на безопасность транспортного процесса

Крупногабаритные и тяжеловесные грузы относятся к категории грузов, требующих соблюдения особых условий перевозки, включая получение разрешительных документов на перевозку и применение в ряде случаев специализированного подвижного состава.

Организация перевозок крупногабаритных и тяжеловесных грузов требует тщательной подготовки для обеспечения безопасности как транспортного средства и груза, так и других участников дорожного движения. Допустимые весовые и габаритные параметры транспортного средства с грузом утверждены Постановлением Правительства РФ от 21.12.2020 № 2200 «Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом и о внесении изменений в пункт 2.1.1 Правил дорожного движения Российской Федерации» (табл. 1, 2, 3) [2].

Таблица 1

**Допустимые габариты транспортного средства по длине**

Одиночное транспортное средство	12 м
Прицеп	12 м
Автопоезд	20 м
Длина выступающего за заднюю точку габарита транспортного средства груза не должна превышать	2 м

Таблица 2

**Допустимые габариты транспортного средства по ширине и высоте**

Характеристики	Ширина	Высота
Все транспортные средства	2,55 м	4 м

*Примечание:* предельно допустимые габариты транспортных средств, указанные в таблицах, включают в себя размеры съемных кузовов и тары для грузов, включая контейнеры.

Таблица 3

**Допустимые весовые параметры транспортного средства**

Характеристики	Для одиночных ТС	Для автопоездов седельных и прицепных
Двуосные	18 т	-
Трехосные	25 т	28 т
Четырехосные	32 т	36 т
Пятиосные	38 т	40 т
Шестиосные и более	38 т	44 т

Транспортное средство с грузом, превышающее параметры, приведенные в таблицах, является крупногабаритным и (или) тяжеловесным.

В качестве тяжеловесных и (или) длинномерных грузов перевозятся:

- строительная техника;
- мостовые балки;
- бетонные плиты и трубы;
- элементы зданий;
- запчасти карьерных самосвалов;
- машины и оборудование.

Перевозка крупногабаритных и тяжеловесных грузов связана с рядом опасностей как для самого перевозчика, так и для остальных участников дорожного движения. При перевозке крупногабаритного груза следует учитывать его длину и высоту для предотвращения столкновений с пролетами мостов, проходящих над дорогами, линиями электропередач и иными сооружениями, которые могут повстречаться на маршруте. Транспортное средство, перевозящее крупногабаритный груз, может занимать более одной полосы движения, создавая помеху другим участникам движения и опасность при опережении и обгоне. Также стоит учитывать радиус поворотов и дорожные уклоны, так как это может повлиять на устойчивость транспортного средства с грузом.

Для перевозки тяжеловесных и (или) крупногабаритных грузов необходимо использовать транспортные средства, предназначенные для такой перевозки в соответствии с технической



документацией. Для перевозки тяжеловесных грузов чаще всего используются автопоезда в составе седельных тягачей и многоосных полуприцепов (специальных, низкорамных). Они обеспечивают лучшее распределение массы по всем осям что уменьшает общую нагрузку на дорожное полотно. Для перевозки крупногабаритных грузов используются длинномерные полуприцепы, а также прицепы-ропуски.

Ключевой особенностью перевозки крупногабаритных и (или) тяжеловесных грузов является необходимость получить специальное разрешение. Порядок подачи, рассмотрения, согласования, выдачи или отказа в выдаче специального разрешения регулируется Постановлением Правительства РФ от 01.12.2023 N 2060 «Об утверждении Правил движения тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства». Получение специального разрешения осуществляется в несколько этапов [1]:

– **подача заявления;**

Осуществляется через личный кабинет перевозчика или через единый портал. В заявлении указывается: информация о заявителе, маршрут движения, вид перевозки, срок выполнения поездок, планируемое количество поездок, характеристика груза (габариты (длина, ширина, высота), масса, делимость, сведения о транспортном средстве, параметры транспортного средства, предполагаемая максимальная скорость движения транспортного средства, сведения о допуске российского перевозчика к осуществлению международных автомобильных перевозок при осуществлении международной перевозке грузов.

– **рассмотрение заявления;**

Рассмотрение заявления осуществляется в течение одного календарного дня с момента регистрации заявления.

– **выдача специального разрешения.**

Специальное разрешение должно быть выдано уполномоченным органом в течение трех часов с момента согласования маршрута движения заявителем.

Вследствие того, что транспортное средство, перевозящее тяжеловесный груз чаще всего, движется по автомобильным дорогам общего пользования, тем самым нанося ущерб дорожному покрытию и искусственным сооружениям, перевозчик тяжеловесного груза обязан внести плату в счет возмещения ущерба, который будет причинён тяжеловесным транспортным средством.

Действующими нормативно-правовыми актами [1, 3] установлены требования по обеспечению безопасности перевозок крупногабаритных и (или) тяжеловесных грузов. Так, например, не допускается движение тяжеловесных и (или) крупногабаритных транспортных средств организованными колоннами.

Водителю тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства запрещается:

- осуществлять движение без специального разрешения;
- отклоняться от установленного маршрута;
- превышать указанную в специальном разрешении и на дорожном знаке скорость движения;
- осуществлять движение при метеорологической видимости менее 100,0 м, а также во время гололеда, снегопада;
- останавливаться для отдыха вне специально обозначенных стоянок, расположенных за пределами проезжей части;
- начинать либо продолжать движение при возникновении технической неисправности транспортного средства, угрожающей безопасности движения, а также при смещении груза либо ослаблении его крепления.

Одним из условий обеспечения безопасности перевозки крупногабаритного и (или) тяжеловесного груза является нанесение опознавательных знаков на транспортные средства:

- проблесковые маячки;
- светоотражающие элементы;
- опознавательные знаки «Автопоезд», «Крупногабаритный груз» и «Длинномерное транспортное средство» [4].

Нанесение и размещение опознавательных знаков на транспортное средство, перевозящее крупногабаритный и (или) длинномерный груз, регламентируется Приказом Минтранса России от 31.08.2020 № 343 «Об утверждении Требований к организации движения по автомобильным дорогам тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства».

В некоторых случаях при перевозке крупногабаритных и (или) тяжеловесных грузов необходимо использование автомобилей прикрытия. Количество автомобилей прикрытия зависит от габаритных параметров транспортного средства с грузом [3]:

– если ширина транспортного средства с грузом свыше 3,5 м до 4,5 м и длина транспортного средства с грузом от 25 м до 40 м необходимо использование одного автомобиля прикрытия впереди и одного сзади;

– если транспортное средство с грузом имеет длину более 40 м или ширину свыше 4,5 м до 5 м, то необходимо использование двух автомобилей сзади и одной впереди.

Автомобили прикрытия должны иметь яркую окраску кузова обеспечивающую хорошую видимость в любых погодных условиях (рис.).

Так же автомобили прикрытия должны быть оборудованы:

– двумя проблесковыми маячками желтого или оранжевого цвета, которые должны быть установлены на крыше;

– информационным светоотражающим или с внутренним освещением табло желтого цвета размерами 1,0 м. на 0,5 м. с надписью «Большая ширина» или «Большая длина»;

– устройством для контроля высоты искусственных сооружений;

– светоотражающие полосы желто-оранжевого цвета.

В ряде случаев в сопровождении перевозки крупногабаритных и (или) тяжеловесных грузов необходимо участие патрульных автомобилей ГИБДД.

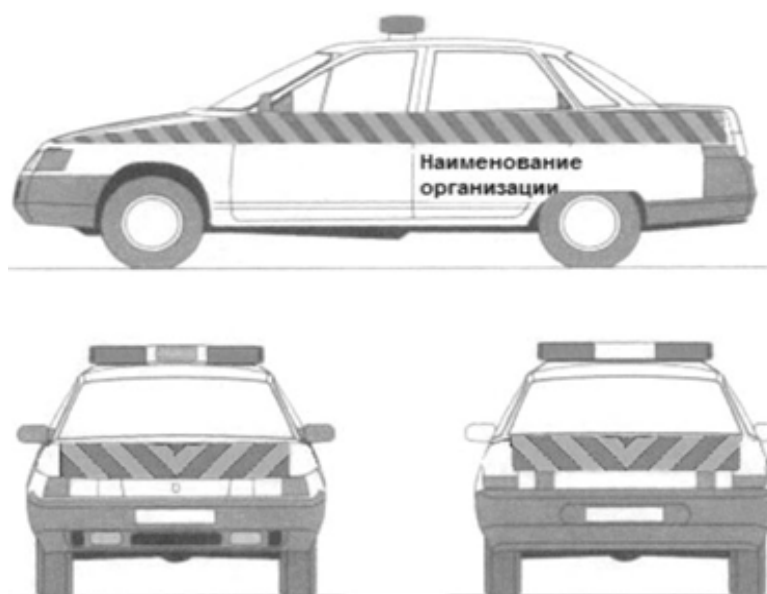


Рис. Рекомендуемая схема окраски автомобиля прикрытия

При длине транспортного средства с грузом более 35 м и (или) ширине более 5 метров, должен быть разработан проект организации дорожного движения по маршруту. Он предоставляется в уполномоченный орган по выдаче специального разрешения.

Таким образом, перевозка крупногабаритных и (или) тяжеловесных грузов является технически сложным процессом она требует особенного подхода. Первоочередной задачей является обеспечение безопасности передвижения по дорогам как для транспортного средства, перевозящего крупногабаритный и (или) тяжеловесный груз, так и других участников дорожного движения. Соблюдение всех требований, предусмотренных законодательством, позволяет обеспечить безопасность транспортного процесса и дорожного движения.

---

1. Об утверждении Правил движения тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства: Постановление правительства РФ от 01.12.20023 № 2060.

2. Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом и о внесении изменений в пункт 2.1.1 Правил дорожного движения Российской Федерации: Постановление правительства РФ от 21.12.2020 № 2200.

3. Об утверждении Требований к организации движения по автомобильным дорогам тяжеловесного и (или) крупногабаритного транспортного средства: Приказ Минтранса России от 31.08.2020 № 343.

4. О Правилах дорожного движения: Постановление Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 (ред. от 19.04.2024).

## АВТОМАТИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ВОСТОЧНЫЙ ИНТЕРМОДАЛЬНЫЙ СЕРВИС» С ПОМОЩЬЮ CRM СИСТЕМЫ

**А.С. Крестьянов**, магистрант  
**В.А. Пресняков**, канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В рамках данного исследования проводится теоретический и практический анализ логистики и транспортной отрасли. Предмет исследования – развитие логистической деятельности на предприятии. Методы исследования включают: статистический анализ, ретроспективный анализ, исторический анализ, метод индукции и дедукции и др. В работе анализировался опыт ведущих компаний. Научная новизна исследования заключается в анализе развития транспортной логистики, а также в выявлении перспектив «умной логистики». В свою очередь практическая значимость исследования заключается в разработке авторских рекомендаций по совершенствованию логистической деятельности на предприятии.

**Ключевые слова:** CRM; автоматизация; логистика; грузоперевозка, логистическая деятельность.

## AUTOMATION OF LOGISTICS ACTIVITIES OF THE VOSTOCHNY INTERMODAL SERVICE LLC ENTERPRISE USING A CRM SYSTEM

**Abstract.** Within the framework of this study, a theoretical and practical analysis of logistics and the transport industry is carried out. The subject of the study is the development of logistics activities at the enterprise. Research methods include: statistical analysis, retrospective analysis, historical analysis, method of induction and deduction, etc. The paper analyzes the experience of leading companies. The scientific novelty of the research lies in the analysis of the development of transport logistics, as well as in identifying the prospects of "smart logistics". In turn, the practical significance of the research lies in the development of author's recommendations for improving logistics activities at the enterprise.

**Keywords:** CRM; automation; logistics; cargo transportation, logistics activities.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что многие компании имеют достаточно низкий уровень логистической деятельности.

Целью исследования является разработка предложения по автоматизации логистического предприятия ООО «Восточный Интермодальный Сервис» при помощи CRM системы.

Задачи исследования:

- изучить понятие логистическая деятельность;
- проанализировать факторы, влияющие на развитие логистическую деятельность.
- предложить рекомендации для развития, автоматизации логистической деятельности на предприятии ООО «Восточный Интермодальный Сервис».

Логистическая деятельность является целенаправленной совокупностью последовательных взаимосвязанных логистических бизнес-процессов, которые рассматриваются как цепочка «поставщик производитель потребитель», связанные с поставкой, производством, транспортировкой и сбытом продукции с целью гармонизации интересов производителей, поставщиков и потребителей [13].

Уточнено, что логистика – это управление логистическими бизнес процессами (охватывающее непосредственно логистическую деятельность как объект управления и управленческую деятельность) с целью удовлетворения требований рынка с минимальными операционными и капитальными затратами [5].

Качество логистической деятельности означает совокупность свойств и характеристик последовательных взаимосвязанных логистических бизнес-процессов, связанных с поставкой, производством, транспортировкой и сбытом продукции; возникает в результате взаимодействия потребителя и производителя, а также других заинтересованных сторон, степень (уровень) которых позволяет удовлетворять различные постоянно изменяющиеся социально-экономические потребности [6].

Данная область логистики приводит и находит наиболее результативные способ перемещения материальных потоков. Направляет свою деятельность на уменьшение затрат на все логистические процессы: от закупки материалов и сырья до сбыта готовой продукции конечному потребителю.

В нынешней транспортной логистике для создания лучших маршрутов и выбора транспортного средства нужна компьютерная обработка исходных данных (свойства груза, количество заказов и т.п.). Так как ежедневно множество компаний сталкиваются с рядовыми проблемами, такими как, выбор способа и вида грузоперевозок, построение оптимального маршрута движения и других.

Организации могут вложить большие денежные средства, для разрешения данные проблемы. В маленьких компаниях иногда бывает достаточным применение пакета Microsoft Excel. Названная программа оптимизирует процесс поиска наиболее рационального маршрута перевозки с помощью решения транспортных задач набором представленных функций. Несмотря на то, что подход является стандартным он позволяет не только получить оптимальный результат, но и предлагает ресурсы для проведения анализа [1].

Санкции и эпидемия нанесли всесторонний удар по логистике и транспортной отрасли, и различные логистические компании сталкиваются с разной степенью давления на бизнес и развитие [3].

В результате исследований данных разделов с точки зрения структурно-аналитического факторного анализа определены три группы логистических факторов, влияющих на развитие логистической деятельности: внешнеэкономические, логистической инфраструктуры и логистических бизнес-процессов [2].

Внешнеэкономические факторы логистики – это ведение внешнеэкономической деятельности (ВЭД) в области закупок, глобализация, экономический рост или рецессия экономики, международные коридоры поставок, предложение и спрос, качество, политическая обстановка, правительственная нестабильность [8].

Факторы инфраструктуры включают в себя логистические мощности, комплексы, транспортную инфраструктуру, местоположение и географическую удаленность, дистрибутивную сеть [4].

К третьей группе факторов относятся логистические бизнес-процессы – затраты, кадры, мотивация, организационная структура, оборотные денежные средства, программное обеспечение, распределительный центр, информация, взаимодействие с контрагентами, производительность складских операций, методы контроля, время.

Для качественной автоматизации, развития логистического сервиса, который действительно решит проблемы компаний и принесёт прибыль, основное, выбор нужного операционного продукта, но недостаточно просто выбрать, необходимо качественно внедрить продукт на предприятие.

В основном специфика работы организации диктует условия, которые просто не могут удовлетворить массовые продукты «из коробки». Именно поэтому нужно заказывать услуги автоматизации только у опытных специалистов, которые знают, как правильно внедрить продукт для решения задач именно логистического сервиса.

Основная миссия внедрения систем автоматизации – улучшение уровня качества эффективности, мобильности и облегчения работы сотрудников. Благодаря этим изменениям возрастет уровень конкурентности, а также начнется мощное использование ресурсной базы [10].

Уровень обслуживания клиентов напрямую зависит от качества поставляемой продукции, времени доставки и стоимости доставки необходимого сырья. Все перечисленные факторы находят свое отражение в логистической системе компании.

CRM-система – основной инструмент для автоматизации работы фирмы. Ведется вся клиентская база в одном месте, подключив все каналы продаж: телефон, сайт, почту, социальные сети и мессенджеры.

Все заказы автоматически собираются прямо в CRM. Всегда будет возможность знать, сколько клиентов сейчас в работе и как выполняется план продаж. Также данные программы позволят организовывать качественную работу над задачами и проектами в удобном таск-трекере.

На рынке ПО CRM достаточно предложений, в наличие большое количество сервисов для маленьких, средних и больших компаний из различных направлений бизнеса. Однако есть ряд основных задач, которые должна выполнять каждая CRM-система:

**1. Сбор данных о клиентах.** CRM-система должна собирать контакты ваших потенциальных заказчиков и покупателей, их демографические данные и другую информацию, обеспечивая к ней легкий, быстрый доступ.

**2. Отслеживание взаимодействий и активности.** CRM-системы позволяют отслеживать коммуникацию с клиентами в чатах с менеджерами, по телефону, email и другим каналам.

3. **Измерение производительности и продуктивности.** Хорошая CRM-система позволяет получать отчеты с подробными данными об эффективности взаимодействия компании с клиентами

4. **Усовершенствование постоянных действий.** Автоматизация маркетинга и продаж – это основа любой CRM-системы [11].

Любая компания, в котором есть получатели услуг, сотрудники и контрагент, CRM-система должна помочь, сделает работу легче.

Организовать работу без CRM могут маленькие, немассовые компании. К примеру, парикмахерская, либо продуктовый ларек, где работает 1-2 работник, имеется 2–3 контрагента и маленький поток клиентов, именно таким компаниям будет достаточно использовать таблицы Excel.

При достаточно большом количестве персонала, покупателей, контрагентов, огромном выборе услуг и товаров, CRM-система поможет облегчить работу.

Когда компания подобрала CRM-систему, начинается процесс автоматизации, в нем 3 этапа:

Поиск интегратора. Интегратор – человек, который установит и настроит CRM под требования компании. Это может быть специалист из компании либо партнёрская компания платформы.

Составление технического задания (ТЗ) и настройка CRM. ТЗ содержит описание того, какой должна быть CRM и какие функции содержать. Техническое задание составляет сам интегратор – он формирует его на основе бизнес-требований. ТЗ может состоять из нескольких пунктов, а может быть очень большим. Зависит от того, что компания хочет получить.

Настройка и установка CRM может занять как один день, так и несколько. Это зависит от технического задания и вида CRM.

Процесс обучение сотрудников. Обучать нужно весь штат фирмы, которому придется столкнуться и работать с CRM: менеджеров по продажам, управленцев, декларантов, логистов, аналитиков.

Чтобы операционный сотрудник научился функционалу и мог работать с CRM-системой, без использования инструкции, может понадобиться от 10 до 20 часов обучения. Обучение необходимо, чтобы при большой загрузке менеджер не тратил время на поиск информации в инструкции [7].

Самые известные CRM-системы:

– amoCRM — CRM-система, которая работает в браузере и в мобильном приложении. Её можно настроить в соответствии со своими потребностями и интегрировать со множеством сервисов. Сервис платный, есть тарифы и пакеты для разных ситуаций. Стоимость – от 499 рублей в месяц за пользователя. Есть 14 дней пробного бесплатного периода.

– «Битрикс24». Это сервис, в котором есть не только CRM, но и инструменты для ведения задач и проектов, совместной работы, автоматизации, создания сайтов и магазинов. Можно установить «Битрикс24» на сервер компании, а можно пользоваться им в онлайн.

В сервисе есть бесплатный и платные тарифы. Самый дешёвый тариф без скидки стоит 2490 рублей в месяц за 5 пользователей. Самый дорогой стоит без скидки 33 990 рублей в месяц за 250 пользователей.

– «1С:CRM». Это не одна CRM-система, а несколько. Так, у «1С» есть CRM для сферы услуг, CRM для сферы торговли и сервиса и модуль с CRM-системой для программ «1С:ERP» и «1С:КА2». У CRM-систем есть коробочные и облачные версии, а в дополнение к ним – мобильное приложение.

Данный сервис можно использоваться бесплатно в облаке, если выбрать начальный пакет. Платные тарифы стоят от 700 рублей в месяц за пользователя. Коробочные версии платные – стоимость зависит от выбранной CRM. Самое дешёвое решение стоит 8500 рублей.

– «Мегаплан». CRM-система для автоматизации продаж с простой системой отчётов. Есть коробочная версия, облачная версия и мобильное приложение.

Сервис платный. Стоимость облачных тарифов зависит от масштаба компании – например, самый дешёвый тариф для компаний численностью до 100 человек стоит 549 рублей за сотрудника в месяц. Цена на коробочные решения — от 45 тысяч рублей.

– «ПланФикс» — CRM-система, которую можно настроить под потребности компании. Работает как конструктор, из которого можно собрать своё решение. «ПланФикс» доступен только в облаке, есть мобильное приложение.

## Затраты для внедрения CRM-системы

Затраты	Стоимость ПО	Кол-во	Общая сумма затрат
Программа «Битрикс24».	2490 рублей/ мес	До 5 человек	2 490рублей/мес
Программа «Мегаплан»	549рублей/мес	На 1 человека	549 рублей/мес
Программа «1С:CRM».	798рублей/мес	На 1 человека	798 рублей/мес
Обучения персонала программе 1 человека	3000 руб./час	12 ч	36 000 руб.
Наушники с микрофоном – Гарнитура на 1 человека	2 299 руб./шт	1 шт.	2 299 руб.

Программу можно выбрать любую, подходящую и отвечающую на требования компании.

Определившись, как работает CRM, можно разобраться с рациональностью внедрения системы на собственном примере. CRM-система безусловно будет полезна при организации долгосрочных отношений компании с клиентами и многократной продаже товаров и услуг, а также при большом количестве ежедневных созвонов и писем. Также программа выручит, если требуется хранить большой объем неструктурированных данных, работать статистикой и аналитикой [12].

CRM – это один из главных инструментов на этапе масштабирования компании, без которого невозможно автоматизировать работу, однако на первых этапах для небольшого предприятия программа может оказаться лишней.

Компания ООО «Восточный Интермодальный Сервис» использует такое программное обеспечение как «1С:Предприятие», «Microsoft Excel» и «Microsoft Word». Использование данного ПО облегчает процесс транспортных перевозок, учет продажи контейнеров, расчёт заработной платы сотрудников, выставления счетов на организации партнеров и др. А сотрудники важную информацию передают друг другу в офисе, или же используют мессенджеры таких как «WhatsApp» или «Telegram».

Важным отрицательным показателем, характеризующим работу компании «Восточный Интермодальный Сервис», является отсутствие слаженной работы логистического отдела с другими отделами. Данная проблема напрямую влияет на финансовую составляющую деятельности фирмы. Именно из-за отсутствия слаженной работы логистического отдела, предприятие теряет новых клиентов, которые могли бы сотрудничать с ООО «Восточный Интермодальный Сервис». А постоянные клиенты постепенно меняют рассматриваемую компанию на конкурентов.

Так же у организации ООО «Восточный Интермодальный Сервис» низкая эффективность управления задачами, что тоже приводит к риску снижения прибыли.

Цель транспортной логистики рассматриваемого предприятия заключается в точной синхронизации процесса производства и логистических операций во взаимосвязанных подразделениях. Менеджер, который ставит задачу на расчёт грузоперевозки, указывает крайний срок, когда ему нужно получить результат.

Часто задача выполняется не вовремя, из-за чего даты смешаются. Рядовые работники не относятся к ней более серьезно, ведь в случае чего начальство предприятия отследить просроченную задачу не сможет.

Если информация не хранится в одном надежном месте, её очень легко потерять, что и происходит в логистическом отделе организации.

Уровень обслуживания клиентов напрямую зависит от качества поставляемой продукции, времени доставки и стоимости доставки необходимого сырья. Все перечисленные характеристики находят свое отражение в логистической системе компании.

Далее предлагаю остановиться на приложении «Битрикс 24». Именно его я и рекомендую внедрить компании ООО «Восточный Интермодальный Сервис». Данное ПО имеет свои сильные стороны, которые позволят значительно упростить работу логистов.

## Затраты на внедрение «Битрикс 24»

Затраты	Стоимость данной услуги	Кол-во	Итоговая сумма затрат
Программа «Битрикс24»	2490 рублей/ мес	На 5 человек	2 490рублей/мес
Обучения персонала программе «Битрикс 24»	3000 руб./час	12 ч	36 000 руб.
Наушники с микрофоном – гарнитура	2 299 руб./шт	4 шт.	9 196 руб.
Итого	50 176 руб.		

Логистика – довольно конкурентная сфера, ведь клиент обычно обращается в несколько компаний и в дальнейшем сотрудничает с той, которая даёт ответ максимально быстро. Поэтому эта задача особенно актуальна для больших компаний, которым, чтобы предложить клиенту наиболее выгодную стоимость грузоперевозки, нужно отправить запрос на просчёт в компании-партнёры и своему экспедитору. Отправка запросов, получение ответов и выбор из них наиболее подходящего может занять у организации более недели. В подавляющем большинстве случаев клиенты не готовы так долго ждать. Считается, что нормой времени ответа клиенту является промежуток от 20 минут до 1 часа.

Таким образом, предприятие ООО «Восточный Интермодальный Сервис» за относительно небольшие средства сможет решить проблему, отсутствия слаженной работы логистического отдела с другими отделами, проблемы с низкой эффективностью управления задачами и другие.

1. Борисов М.Г. Транспорт Индии // Восточная аналитика. – 2021.
2. Грайворонский В.В. Транспорт Монголии // Восточная аналитика. 2020.
3. Емельянович И. Груз для транспорта и транспорт для груза // Наука и инновации. – 2020. – С. 50-55.
4. Степанова Р.С. Влияние логистики на транспорт // Student. – 2020. – С. 1523-1528.
5. Лысенко Ю. В., Лысенко М.В., Гарипов Р.И. Блокчейн в логистике // Азимут научных исследований: экономика и управление. ВАК. – 2019. – С. 240-245.
6. Медникова О.В., Матвиевская Т.Б. Цифровая трансформация в сфере транспорта и логистики // ВАК. – 2021. – С. 204-209.
7. Приклад И.С. Маркетинговая логистика // Научный журнал. – 2019.
8. Семёнов Ю.Е. Терминология логистики // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – С. 152-157.
9. Чайка Ю.А., Мирошниченко А.А., Поздняков М.Н., Ильина П.А. Транспорт Минска // Молодой исследователь Дона. – 2019. – С. 92-96.
10. Шукин К. Г. Железнодорожная логистика // E-Scio. – 2019.
11. Автоматизация логистики склада. – Текст: электронный. – URL: <https://www.solvo.ru>.
12. Закупочная логистика: принципы, особенности управления, методы. – Текст: электронный. – URL: <https://www.esphere.ru>
13. Дроздов П.А. Основы логистики: учебное пособие. – Минск: Изд. «Беларусь», 2018. – 211 с.

УДК 656.02

## ОПТИМИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В СКЛАДСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**А.С. Тюрин, В.А. Новосельский**, бакалавры

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** Оптимизация логистики – это процесс поиска и внедрения решений, которые позволяют выполнять логистические операции быстрее и с меньшими затратами. К расходам на логистику относят оплату перевозки и хранения продукции, страховки и таможенных пошлин, а также зарплату логистам, водителям и сотрудникам складов.

**Ключевые слова:** оптимизация перевозок, транспортная логистика, складская деятельность, оптимизация, улучшение, процессы управления

## OPTIMIZATION OF TRANSPORT LOGISTICS IN WAREHOUSE ACTIVITIES

**Abstract.** Logistics optimization is the process of finding and implementing solutions that will allow you to perform logistics operations faster and at lower cost. Logistics expenses include payment for transportation and storage of products, insurance and customs duties, as well as salaries for logisticians, drivers and warehouse employees.

**Keywords:** optimization of transportation, transport logistics, warehousing, optimization, improvement, management processes.

Цель: Проанализировать и найти способы как достичь оптимизации транспортной деятельности компании ООО «Байкал сервис»

ООО "Байкал сервис" – высокоэффективная транспортно-логистическая компания, специализирующаяся на складской деятельности, так же как и все логистические флагманы заинтересована в оптимизации и улучшении работы своего предприятия.

Эффективная оптимизация транспортной логистики также включает в себя управление складскими запасами. Правильное планирование поставок и хранение товаров на складе позволяет сократить время доставки и уменьшить затраты на логистику. Кроме того, использование современных систем учета запасов и технологий RFID (Radio Frequency Identification) помогает улучшить управление запасами и повысить их доступность для заказов. Важным аспектом оптимизации транспортной логистики является также сотрудничество с поставщиками и перевозчиками. Установление партнерских отношений с надежными поставщиками и перевозчиками позволяет обеспечить стабильность и качество поставок, а также снизить риски для бизнеса. Постоянный мониторинг работы партнеров и анализ результатов помогает выявить проблемы и найти оптимальные решения для их устранения. Важно также учитывать индивидуальные потребности клиентов при оптимизации транспортной логистики. Предоставление различных вариантов доставки и гибких условий обслуживания позволяет удовлетворить потребности клиентов и повысить их уровень удовлетворенности. В целом, оптимизация транспортной логистики в складской деятельности играет ключевую роль в обеспечении эффективного функционирования компании. Постоянное совершенствование процессов управления транспортными потоками, учет экологических аспектов, сотрудничество с партнерами и учет потребностей клиентов позволяет достичь высоких результатов и повысить конкурентоспособность компании на рынке. Низкая эффективность складской деятельности часто кроется в непродуманной (необдуманной) организации пространства, логистики. По причине этого в компании могут выступать различные издержки, потеря времени и бюджета.

Однако благодаря оптимизации работы склада с помощью автоматизированных способов можно избежать многих неприятностей. Итак, изначально нужно исследовать, в чем может крыться проблема издержек. Большие проблемы часто бывают с внешним контуром.

1. Большое количество товара, но товарообороты не покрывают аренду большого помещения.
2. Нет баланса между приход/отгрузка. Работа становится нерегулируемой, из-за неравномерных потоков происходят увеличения нагрузок на оборудование, персонал, транспорт.
3. Нестабильность поставок. Соотношение запасов к запросам клиентов ощутимо разниться, что сильно воздействует на логистику склада и работу в целом.
4. Ошибка в нелогичном грузораспределении. Нестандартные габариты коробок и упаковок становятся часто проблемой при загрузке транспорта, либо при перемещениях на стеллажи. Нечелесообразное заполнение приводит к нехватке места и транспорта, что является искусственно созданной проблемой.

Чтобы оптимизировать процессы на складе, достаточно использовать один из путей:

- 1) грамотная расстановка товаров или сырья, поддержание соотношение закуп=спрос;
- 2) до закупа сырья/товаров нужен предварительный расчет кубометров грузов/тоннажа фур;
- 3) оптимизация цепочек поставки, налаживание параллелей взял – отдал.

Приступим к анализу транспортной компании ООО "Байкал-сервис" в сфере складской деятельности: Структура складского комплекса: Начнем с изучения структуры складского комплекса "Байкал-сервис", включая количество складских зон, типы складов, их емкость, оборудование и технологии хранения.



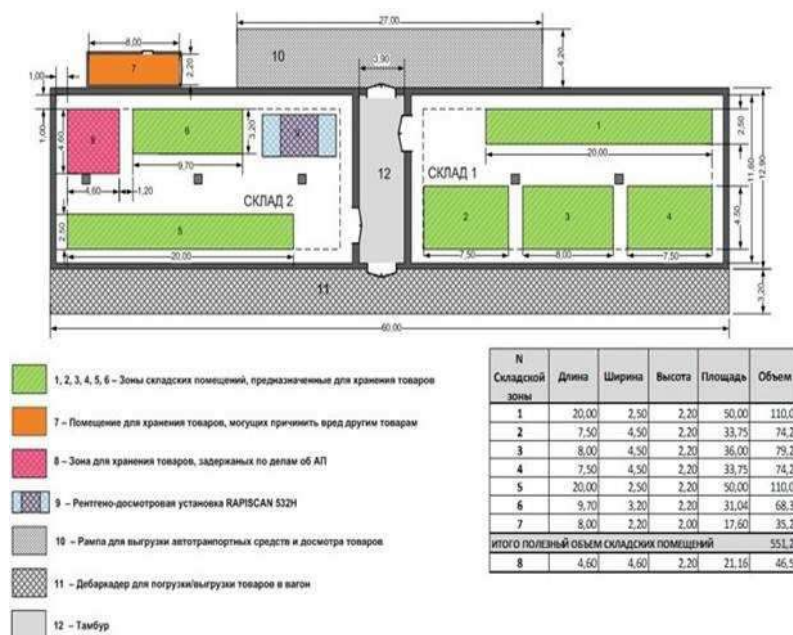


Рис. План склада

Для более детального анализа работы складского комплекса ООО "Байкал сервис" и оптимизации его деятельности, давайте рассмотрим конкретные факты и рекомендации:

1. Анализ структуры складского комплекса: – У компании ООО "Байкал сервис" имеется один крупный складской комплекс, состоящий из двух складских зон: склад 1 и склад 2 – Рекомендация: Важно проанализировать загруженность каждой складской зоны, оптимизировать процессы хранения различных видов товаров и равномерно распределить нагрузку между складскими зонами.

2. Процессы складской деятельности: – Прием и выдача товаров на склад осуществляются вручную, что может привести к ошибкам и задержкам. – Рекомендация: Внедрение системы сканирования штрих-кодов и электронной системы учета товаров поможет повысить точность и скорость выполнения складских операций.

3. Использование технологий: – Компания ООО "Байкал сервис" использует устаревшее программное обеспечение для управления складскими процессами. – Рекомендация: Обновление программного обеспечения до современных систем управления складом (WMS) позволит автоматизировать складские операции, улучшить отслеживание товаров и оптимизировать управление запасами.

4. Сотрудничество с поставщиками и перевозчиками: – Компания сталкивается с задержками в поставках товаров от поставщиков и не всегда эффективно принимает их на склад. – Рекомендация: Необходимо установить более тесные партнерские отношения с надежными поставщиками, оптимизировать процессы приема товаров и своевременно информировать перевозчиков о необходимости доставки.

5. Обучение сотрудников: – Сотрудники склада не проходят регулярное обучение по новым технологиям и методам складской работы. – Рекомендация: Проведение обучающих программ по использованию новых технологий, правилам хранения и отгрузки товаров поможет повысить профессионализм персонала и эффективность работы склада. Анализ данных фактов и рекомендаций позволит компании "Байкал сервис" оптимизировать работу своего складского комплекса, улучшить качество обслуживания клиентов и снизить издержки на складскую деятельность, способствует укреплению позиций на рынке и долгосрочному развитию бизнеса.

Оптимизация транспортной логистики является важной составляющей складской деятельности любой компании. Эффективное управление транспортными потоками позволяет сократить затраты на доставку товаров, увеличить скорость поставок и улучшить качество обслуживания клиентов.

Сегодня компании сталкиваются с ростом конкуренции, увеличением объемов продаж и разнообразием товаров. Это требует от них постоянного совершенствования транспортной логистики и повышения ее эффективности.

Одним из ключевых аспектов оптимизации транспортной логистики является выбор оптимальных маршрутов доставки. Постоянное обновление данных о дорожной обстановке, строитель-

стве и ремонте дорог, а также других факторов позволяет избежать пробок и задержек, сократить расходы на топливо и уменьшить время доставки товаров.

Примеры оптимизации транспортных процессов на предприятии могут включать в себя следующие меры:

1. Консолидация грузов. Путем объединения мелких грузов в один крупный груз можно снизить количество пустых мест в транспортных средствах, сэкономить на транспортных расходах и уменьшить время доставки.

2. Регулярное обслуживание и техническое обслуживание транспортных средств. Проведение своевременного и качественного технического обслуживания позволяет снизить вероятность аварий и задержек в доставке товаров.

3. Использование мультимодальных перевозок. Оптимизация транспортных процессов может быть достигнута путем комбинирования различных видов транспорта.

**Заключение:** Анализ складской деятельности компании ООО "Байкал сервис" позволил выявить ряд ключевых аспектов, требующих оптимизации для повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса. Необходимо обратить внимание на внедрение современных технологий управления складскими процессами, автоматизацию операций приема-выдачи товаров, оптимизацию структуры складского комплекса и улучшение партнерских отношений с поставщиками и перевозчиками. Регулярное обучение сотрудников по новым технологиям и методам работы на складе также является важным фактором для повышения профессионализма и эффективности работы персонала. Только путем системного подхода к управлению складским бизнесом, компания "Байкал сервис" сможет улучшить качество обслуживания клиентов, снизить затраты и повысить свою конкурентоспособность на рынке. Реализация предложенных рекомендаций позволит компании улучшить производительность складского комплекса, оптимизировать процессы и повысить качество обслуживания клиентов, что способствует укреплению позиций на рынке и долгосрочному развитию бизнеса.

---

1. Борисова Л.И. Оптимизация транспортных процессов в логистике: учебное пособие. – Москва: Издательство Юрайт, 2018. – 559 с.

2. Транспорт в логистике и складском хозяйстве: учебник для студентов вузов: учебник для студентов вузов / Греков Д.В. [и др.] – Санкт-Петербург, 2017. – 294 с.

3. Логинова Е.А. Оптимизация складской логистики через управление транспортными процессами. // Логистика и управление цепями поставок. – 2021. – Т. 7. – С. 89-101.

4. Беляева Н.П. Современные подходы к оптимизации транспортных процессов в складском хозяйстве. // Экономика и управление логистикой. – 2022. – Т. 10. – С. 120-132.

5. Смирнов П.М. Технологии мониторинга и управления транспортными процессами на складе // Конференция "Инновации в логистике и транспорте", 2023. – С. 45-57.

6. Петров, В.И. Транспортно-логистические системы в складской деятельности: анализ и оптимизация. – Москва: Омега-Л, 2019.

7. Гаврилик Н.И., Смирнова Е.В. Оптимизация транспортных процессов в складской деятельности // Логистика и управление цепями поставок. – 2015. – № 2. – С. 45-58.

8. Иванов П.С. Методы оптимизации транспортных процессов в складском хозяйстве // Транспорт и логистика: сб. науч. тр. – Санкт-Петербург, 2013. – С. 78-91.

9. Тихонов, Д.А. Автоматизация управления транспортными процессами в складской логистике // Управление логистикой. – 2021. – Т. 8, № 1. – С. 33-42.

10. Сидоров Е.М. Современные тенденции развития транспортных процессов в складской деятельности // Логистика и управление цепями поставок. – Москва, 2019. – С. 145-158.

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТСК

К.К. Свиридова, бакалавр  
Г.И. Попова, ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены виды транспортно-складских комплексов. Предметом исследования являются передовые транспортно-складские комплексы разных стран и сравнение их с отечественными. Целью данной работы является анализ существующих ТСК для определения различий, применяемых технологий и направление развития. Задача данной работы ознакомление с информацией о разных ТСК, анализ и структурирование данных. Результат работы определение препятствий в России для развития автоматизации складских процессов.

**Ключевые слова:** транспортно-складские комплексы (ТСК), передовые ТСК, роботизация, автоматизация, WMS-системы.

### COMPARATIVE ANALYSIS OF FOREIGN AND DOMESTIC TSCS

**Abstract.** This article discusses the types of transport and storage complexes. The subject of the study is the advanced transport and warehouse complexes of different countries and their comparison with domestic ones. The purpose of this work is to analyze the existing TWC to determine the differences, the technologies used and the direction of development. The purpose of this work is to familiarize with information about different TWC, data analysis and structuring. The result of the work is the identification of obstacles in Russia for the development of automation of warehouse processes.

**Keywords:** transport and warehouse complexes, advanced TWC, robotization, automation, WMS systems.

Актуальность темы сравнительного анализа зарубежных и отечественных транспортно-складских комплекса обусловлена тем, что направление складской логистики растет и развивается с каждым годом, из-за технического опережения зарубежных стран, автоматизация и роботизация у них происходит заметно быстрее, сравнивая и анализируя их путь можно проработать ошибки и выбрать направление движения. Нужно это еще и для определения отставания развития в это сфере между Россией и другими странами. Это поможет выявить лидера в сфере и рассмотреть разные варианты роботизации и автоматизации процессов на складах.

Предметом исследования данной статьи являются складские комплексы с передовыми технологиями.

Целью данной работы является анализ существующих ТСК за рубежом и в России для определения различий, применяемых технологий и направление развития

Задачи работы заключаются в сборе и ознакомлении с информацией, анализе и структурировании данных, определение проблем и отставаний отечественных ТСК.

Проблема данной статьи заключается в том, что зарубежные страны быстро развиваются в сфере складской логистики, вводят новые технологии, а в России это происходит медленнее.

Зачем же вообще нужна автоматизация складов и какие вопросы она решает?

1. Снижение эксплуатационных расходов
2. Максимальное использование пространства
3. Сокращение времени обработки
4. Повышение производительности склада
5. Рост эффективности работы сотрудников и быстрое масштабирование
6. Устойчивость бизнеса
7. Снижение частоты ошибок
8. Повышение удовлетворенности клиентов
9. Лучшее управление запасами
10. Безопасная и надежная эксплуатация зданий и оборудования

### **Технологии, применяемые для автоматизации складских процессов:**

Циклические сортировщики – «умные» конвейеры с возможностью сброса в сторону от основного направления движения находящихся на них коробок и упаковок с товаром. Наиболее востребованное секторами retail, e-commerce, курьерская доставка решения. Эта технология уже отлично себя зарекомендовала на российском рынке и является едва ли не самой востребованной, распространённой и продвинутой среди решения китайских разработчиков. В текущей ситуации решения китайских производителей станут адекватной альтернативой сортирам европейских производителей.

AGV – самоходные транспортные тележки. Навигация осуществляется с использованием проводов, магнитных полос, датчиков, лазеров. С помощью меток прокладываются маршруты, по которым ездят роботы.

AMR – автономные мобильные роботы. Они более совершенны по сравнению с роботами AGV. Они могут двигаться по карте склада и выбирать варианты объезда, если встретят на пути препятствие.

Роботы-сортировщики самостоятельно могут считать код товара и доставить его в нужную ячейку.

Дроны, которые используются при инвентаризации грузов. С помощью беспилотников можно добраться до труднодоступных паллет, хранящихся на большой высоте.

Компьютерное зрение, которое применяется при инвентаризации и поиске товаров. Оно улавливает не только видимое человеческому глазу, но и инфракрасные, микроволновые, ультразвуковые и другие излучения. К тому же машинное зрение имеет высокую точность разрешения и скорость обработки данных.

Технология “Pick To Light” используется при значительных объемах операций на складе и высокой скорости товарооборота. Разработчики применяют принцип световой индикации. Изначально разработанные в Европе, эти решения практически полностью представлены производителями из Китая.

Терминалы сбора данных (ТСД) – это мобильные сканеры штрих-кодов, которые применяются практически на всех даже минимально компьютеризированных складах. Они работают в неблагоприятных условиях, при низких температурах, с запыленными штрих-кодами или мелкими обозначениями на упаковке. Традиционно распространённые ТСД европейских и американских производителей в последнее время вытесняются китайскими аналогами.

Автоматизированные поисковые системы. В зависимости от задач они могут быть карусельного, лифтового или челночного типа. Грузоподъемные устройства доставляют все товары к оператору, сокращая время на поиск.

Voice Picking – управление процессом отбора с помощью голосовых команд. Компьютеры управления складом общаются с операторами при помощи устройств, функционирующих по принципу радиации, с возможностью обратной связи, построенной на распознавании речи. Сотрудникам не нужно отвлекаться на работу с терминалом [1].

Рассмотрим на примере передовых складских предприятий на сколько процентов использование роботов и автоматических процессов улучшило показатели (рис. 1). Совершенные ошибки при складских операциях сократились на 99 %, хотя только в США 11 % вилочных погрузчиков, которыми управляли люди, попали в аварию. Скорость работы возросла на 26 %. Полезная площадь помещений увеличилась на 50 %, из-за того, что роботы маленькие и занимают меньше места, соответственно для перемещения по складу им требуется также меньше места, чем, например вилочным погрузчикам. Расходы на содержание складов снижаются пропорционально размера склада, чем больше склад, тем больше в процентном соотношении снижаются на него расходы, так у Amazon при 45 000 роботов, расходы сократились на 20 %. Люди быстрее обучаются и быстрее входят в работу, статистика показывает, что переход совершается до 90 % быстрее. Повышается и точность, и продуктивность, и скорость отгрузки и разгрузки товаров. В конце концов до 70 % работы на складе занимает перемещение, а когда роботы забирают эту задачу на себя, то продуктивность и полезная работа сотрудника возрастает.

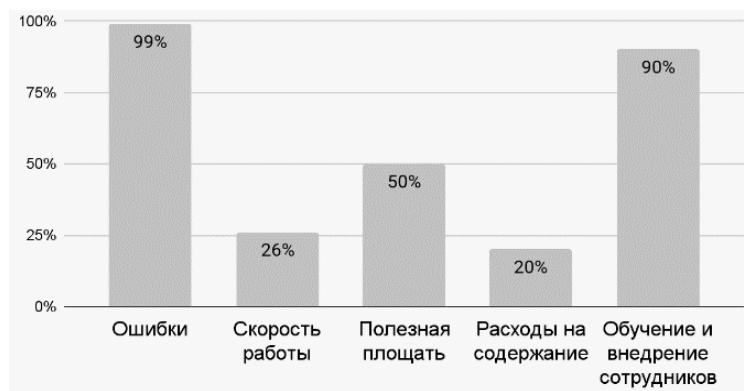


Рис. 1. Улучшение показателей в %

Сравним плотность роботизации [6] складов в разных странах (Рис.2). Россия сильно отстает в этом процессе от передовых стран. На 10 тысяч рабочих приходится лишь 5 складских роботов. В то время как в Германии 207 (эта страна является первой по Европе в вопросе роботизации) в Китае 274, (они первые в Азии по складской роботизации) в Америке 322. Важно учитывать, что это именно складская роботизация, так как в промышленных странах-лидерами являются другие страны и плотность роботизации совершенно другая.

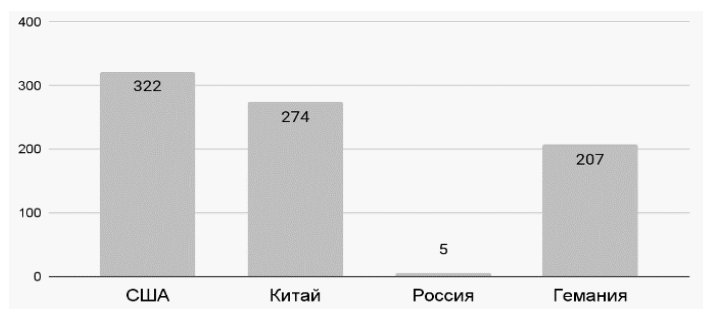


Рис. 2. Плотность промышленной роботизации на 10 тыс. человек в работах

Пять самых передовых на данный момент складских комплексов зарубежных стран и их технологии [5]:

1. Склад компании JD. Полностью роботизированный склад используется система камер взаимодействует с промышленными роботами манипуляторами. Собирают, перемещают и упаковывают, другие роботы подвозят товары погрузочным докам и грузовикам.

2. Супер центр Meijer. Компания использует оборудование для комплектации заказов, машины эффективно собирают и упаковывают товары, которые поступают на склад, а затем складывают их на пластиковые поддоны вместе с другими товарами для транспортировки в магазины. Система способна точно измерить и взвесить содержимое поддона, а также взаимодействует с другими поддонами, для предотвращения столкновения, затем оборудование доставляет упакованные поддоны в автоматизированные крановые системы, которые помещают их на многоярусный склад, до 9000 поддонов

3. DHL. Используют роботов способных самостоятельно передвигаться, находить товары и доставлять их сотрудникам. Роботы берут на себя большую часть физической работы, а когда заказ укомплектован, автоматически сбрасывают заказы, также используют автоматические паллетоукладчики.

4. Автоматизированный склад IKEA. Выполнение заказов сводится к одному дню, 13 различных крупномасштабных роботизированных кранов, роботы автопогрузчики и конвейерные ленты делают всю работу по хранению, поиску, транспортировке и упаковке товаров, люди только работают за компьютером

5. Роботизированные склады Ocado. Крупнейший онлайн ритейлер продовольственный ритейлер в Великобритании, центр дистрибуции в Вандойвере 65000 заказов в неделю, роботы передвигаются по рельсам над ячейками с товаром, 4 метра в секунда, привозят ящики с продукцией к сортирующей станции, где потом робот или человек формирует заказ, пустые ячейки роботы затем заполняют новыми продуктами.

В тоже время в России основные применяемые технологии для автоматизации складских операций, является внедрение WMS системы и электронно-механических средств.

Но также в нашей стране есть компании, которые внедряют более автономные средства, такие компании как:

1. Faberlic у них транспортировкой паллет с товарами от точки приема до мест хранения занимаются мобильные автономные роботы.
2. X5 Group в ряде своих распределительных центров использует сортировочных роботов.
3. Российское подразделение Decathlon организовали на своем подмосковном складе зоны автоматизированной сборки интернет-заказов.

Также газпромнефть использует 7-8 роботов, которые обеспечивают сбор, выдачу и отправку в химчистку одежды вахтовиков на 10-ярусном складе.

Но все же основными разработчиками и спонсорами складских технологий являются маркетплейсы [2], так Яндекс маркет в мае 2023 года открыл центр по созданию складских роботов. С 2019 года они используют роботов доставщиков в Москве, на курортах Роза Хутор и Красная Поляна, городе Мурино в Ленинградской области, а также в Иннополисе для доставки еды и продуктов. СберМаркет инвестирует в разработку роботов и недавно они продемонстрировали свою новейшую разработку по автоматизации складской логистики в индустрии электронной коммерции – роботизированную систему SberShuttle. Система представляет собой стеллажное хранилище. Между стеллажей по рельсам перемещаются роботы-шаттлы, перевозящие контейнеры с товарами от мест хранения на станцию подбора. На станции подбора находится робот-манипулятор SberPicker, оснащенный системой автоматического захвата товаров на основе компьютерного зрения, который отбирает и перекладывает товары для их упаковки. Контроль за всем процессом осуществляет оператор на основе системы Robotic Management System. Ozon открыл лабораторию для работы над роботизацией процессов в области хранения товаров, а также обработки и доставки заказов.

Что касается Приморского края самым передовым в регионе является склад Uniqom[4]. В 2017 году во Владивостоке Uniqom запустил в работу федеральный распределительный центр, не имеющий аналогов по уровню механизации и автоматизации на Дальнем Востоке и в Сибири. В нем используется конвейерное оборудование, которое значительно увеличивает скорость комплектации заказов за счет ликвидации лишних операций.

Для более четкого представления масштабов отставания России от передовых стран в складской логистике и выявления основных препятствующих факторов для технологичного развития данной сферы необходимо рассмотреть некоторые показатели в сравнении.

Начнем с объема складских помещений (рис. 3) и объемов складских помещений на одного жителя страны (рис. 4).

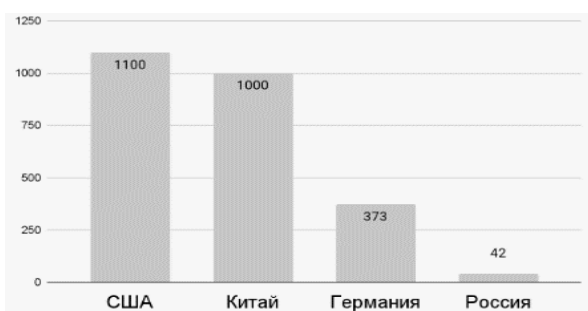


Рис. 3. Площадь складов в млн м²

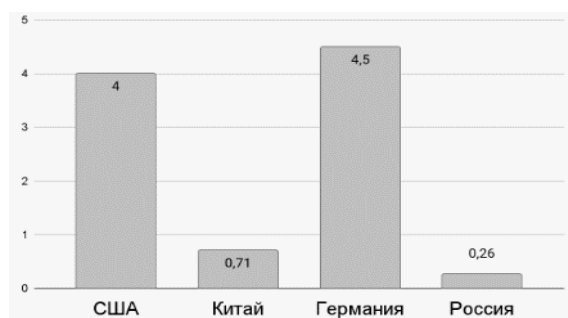


Рис. 4. Площадь складов на одного человека в м²

По данным графикам видим, что в России относительно мало данных площадей, это является одним из факторов препятствий. По данным на 2023 год, количество свободных складских помещений в РФ снизилось до рекордно низкого уровня, тем самым мы сталкиваемся с нехваткой складского пространства.

Следующий рассматриваемый показатель – средняя заработная плата складских работников в долларах США (рис. 5). Зарботная плата работников у нас ниже, чем в остальных странах, что тоже является препятствием, так как окупаемость автоматизации относительно других стран дольше. Что касается Китая их заработная плата не сильно выше, но у них закупочная стоимость оборудования меньше, поэтому окупаемость быстрее.

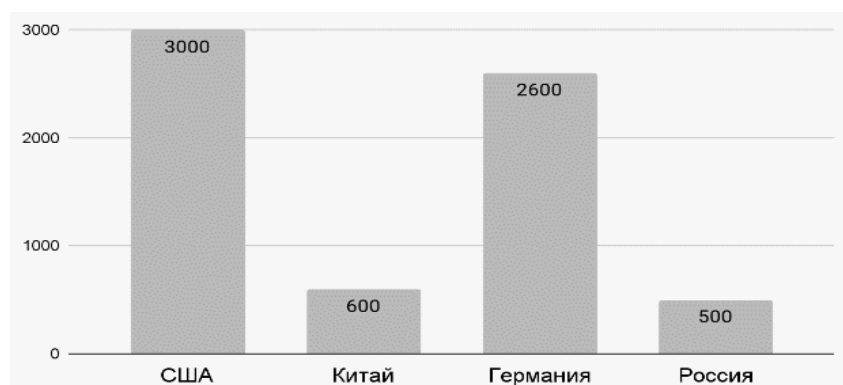


Рис. 5. Средняя заработная плата сотрудника склада в месяц в \$

Рассмотрев разные показатели и внедренные технологии, можно сделать вывод, что является основными преградами для большего внедрения автоматизации в складские процессы в России:

1. Россия отстает по автоматизации складских процессов от передовых в этом вопросе стран, больше чем в 40 раз исходя из плотности роботизации в стране.

2. Также по данным на 2023 год, 80 % организаций не готовы к роботизации процессов, 40 % не готовы даже к введению системы WMS.

Еще одной преградой становится относительно низкая оплата труда, из чего следует низкая окупаемость. Экономически целесообразнее кладовщик, чем робот.

Крупные компании уже вложили деньги в старое оборудование складов [3]. Дело в том, что у небольших компаний нет ресурсов, чтобы вкладываться в новые склады. У крупного бизнеса, наоборот, средства есть, но они уже построили всю складскую инфраструктуру под ручную сборку заказов. Средние компании могут позволить себе инвестиции, и сейчас именно они строят склады под роботов, чтобы идти в ногу со временем. Есть шанс, что со временем средний бизнес покажет крупному в цифрах, что новые технологии действительно работают и повышают эффективность. И поэтому сейчас он как раз тот драйвер, который двигает роботизацию складов в России.

Санкции и уход зарубежных компаний, тоже сыграл большую роль в замедлении автоматизации, комплектующие либо просто отсутствуют, чтобы поддерживать роботизацию, либо их стоимость выросла в 2, а местами и в три раза. На поставки роботов это повлияло таким же образом. Есть вариант надеяться на китайскую промышленность, но китайские поставщики тоже порой боятся вторичных рестрикций, поэтому необходимо развивать свою собственную роботизирующую промышленность, но для этого необходимо время.

Объемы складских пространств относительно маленькие и страна сталкивается с нехваткой специализированных площадей, но гораздо дешевле и быстрее в моменте построить склад под ручную обработку, тем более что уже есть готовые проекты, чем разрабатывать и проектировать заново, получать сертификаты и проходить проверки с роботизированным складом.

1. Компания ОРИЕНТИР [сайт]. – URL: <https://office-news.ru/kompaniya-orientir-top-10-tehnologij-avtomatizacii-skladskoj-logistiki-v-kotoryh-kitajskie-postavshhiki-zamenyat-evropejskih/proekt/> (дата обращения 07.04.2024)

2. Почему маркетплейсы стали лидерами в производстве роботов [сайт]. – URL: <https://rg.ru/2023/05/29/robotiaga.html> (дата обращения 03.04.2024)

3. Почему роботизация складов в России идет так медленно [сайт]. – URL: [https://new-retail.ru/tehnologii/pochemu\\_robotizatsiya\\_skladov\\_v\\_rossii\\_idet\\_tak\\_medlenno/](https://new-retail.ru/tehnologii/pochemu_robotizatsiya_skladov_v_rossii_idet_tak_medlenno/) (дата обращения 03.04.2024)

4. Современный логистический центр компании "Юником" [сайт]. – URL: <https://uniqom.ru/news/481> (дата обращения 07.04.2024)

5. Топ 10 роботизированных складов мира [сайт]. – URL: <https://ya-r.ru/2021/07/26/video-top-10-robotizirovannyh-skladov-mira-roboty-delayut-vse-sami/> (дата обращения 03.04.2024)

6. International Federation of Robotics [сайт]. – URL: <https://ifr.org/> (дата обращения 05.04.2024)

## ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОГО СНАБЖЕНИЯ АО «СПАССКЦЕМЕНТ»

П.С. Тарасевич, бакалавр  
А.А. Яценко, ст. преподаватель

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** Рассматривается оптимизация логистических процессов в сфере материально-технического снабжения АО «Спасскцемент». Описываются основные этапы логистических процессов в компании, включая закупки у различных поставщиков, складирование, транспортировку товаров. В статье подробно анализируются показатели использования грузового пространства и эффективности работы транспорта, а также предлагаются способы улучшения процессов. Отмечается, что использование информационных технологий, позволяет значительно повысить эффективность доставки товаров. Главная мысль статьи заключается в том, что оптимизация логистических процессов и применение современных информационных решений позволяют сократить издержки и повысить эффективность работы компании в сфере материально-технического снабжения.

**Ключевые слова:** Спасскцемент, товаро-материальные ценности, автомобильного, холостой, грузового пространства, снижение затрат, грузоподъемность, оптимизация.

## OPTIMIZATION OF LOGISTIC PROCESSES OF MATERIAL AND TECHNICAL SUPPLY OF SPASSKCEMENT JSC

**Abstract.** Optimization of logistic processes in the field of logistics of JSC "Spasskcement" is considered. The main stages of the company's logistics processes are described, including purchases from various suppliers, warehousing, and transportation of goods. The article analyzes in detail the indicators of cargo space utilization and transport efficiency, as well as suggests ways to improve processes. It is noted that the use of information technology can significantly improve the efficiency of delivery of goods. The main idea of the article is that the optimization of logistics processes and the use of modern information solutions can reduce costs and improve the efficiency of the company in the field of logistics.

**Keywords:** Spasskcement, inventory, automotive, idle, cargo space, cost reduction, load capacity, optimization.

Логистика – это ключевой элемент успеха многих компаний. Постоянное улучшение логистических процессов может привести к снижению издержек, увеличению эффективности и повышению уровня обслуживания.

Оптимизация в логистике – это процесс совершенствования логистических операций и процессов с целью снижения временных и финансовых затрат и достижения максимально возможной эффективности работы компании. Сюда включается создание более оптимальных способов управления поставками, хранения и транспортировки товаров, чтобы достичь одновременно и баланса между уровнем клиентского обслуживания, и экономии ресурсов. Оптимизация логистики поставок – ключевой аспект успешной работы любой компании.

Проблема оптимизации в сфере материально-технического снабжения в настоящее время стала особенно актуальной. Целью настоящей работы является изучение методов оптимизации логистических процессов в сфере материально-технического снабжения и применение их для улучшения работы службы ОМТС Акционерного общества «Спасскцемент». Объектами исследования являются логистические процессы в сфере материально-технического снабжения АО "Спасскцемент". Предметом исследования является процесс доставки товарно-материальных ценностей на склад предприятия собственным транспортом отдела материально – технического снабжения.

Акционерное общество «Спасскцемент» – самое крупное предприятие холдинга «Востокцемент», с большой и трудовой биографией, крепкими традициями, надежными людьми. Результат вклада предприятия в экономику страны состоит в упорном труде: с августа 1908 года заводом было произведено более 100 млн тонн цемента. Учитывая потребности рынка, в последнее десятилетие НСЦЗ выпускал в среднем более 2 млн. тонн цемента в год.



Новоспасский цементный завод – флагман сухого способа производства цемента. Общая площадь, занимаемая НСЦЗ, составляет 47 гектаров, инженерных сетей проложено 75 км, кабельных – 45 км, протяженность железнодорожных путей на момент пуска завода – 30 км. Уже на стадии проектирования НСЦЗ стал уникальным инженерным сооружением, оборудованным сверхпроизводительными масштабными агрегатами. Мельница помола сырья "Аэрофол" второй технологической линии является единственной в мире, потому что специально сконструирована для НСЦЗ. Ее производительность – 260 тонн в час. Печь обжига клинкера доходит диаметром до 7 м, что больше диаметра старых веток московского метро. Она производит 3 тысячи тонн клинкера в сутки.

Для бесперебойного функционирования производства необходимо хорошо налаженное материально-техническое обеспечение (МТО), которое на предприятии осуществляется через отдел материально-технического снабжения (ОМТС). Процесс снабжения материальными ресурсами – это комплексная деятельность, направленная на обеспечение предприятия необходимыми материалами, компонентами и оборудованием для производства.

В АО «Спасскцемент» процесс снабжения материальными ресурсами производится на основании ежемесячных заявок отделов. Затем ОМТС АО «Спасскцемент» закупает необходимые ТМЦ у разных поставщиков, формирует реестр товаров к вывозу с терминалов транспортных компаний и складов поставщиков, расположенных в крупных городах Приморского края – Владивостоке, Уссурийске, Артеме, Находке. По факту наполнения достаточного количества товара (по объему, весу или количеству адресов вывоза) ОМТС каждую неделю (по статистике не реже двух раз в неделю) формирует служебное задание для экспедитора на получение товаро-материальных ценностей и подаёт заявку в транспортную службу на предоставление транспорта для выполнения служебного задания. В служебном задании отражается характер груза, объем и вес, наименование контрагента, адрес. По факту возвращения из командировки в служебном задании Руководитель ОМТС ставит отметку о выполнении задания на основании предоставленных экспедитором подтверждающих документов – транспортных и товарных накладных, счетов-фактур, УПД.

Для доставки ТМЦ АО «Спасскцемент» используется собственный транспорт:

*Таблица 1*

#### **Транспорт АО «Спасскцемент»**

Марка и гос. номер	Год выпуска	Пробег за год, км 2023 г.
HINO GD8JVNF (6т)	2014	34.579
HINO RANGER (6т)	2004	30.300
TOYOTA DYNA (5т)	2002	54.273
TOYOTA TOYOACE (2т)	2004	76.396

Работа автомобильного транспорта АО «Спасскцемент» оценивается системой технико-эксплуатационных показателей, характеризующих количество и качество выполненной работы. Техничко-эксплуатационные показатели использования транспорта делят на две группы:

1-я группа – показатели, характеризующие степень использования грузового автомобильного транспорта

2-я группа – показатели, характеризующие результаты работы транспорта.

Выпуск на линию характеризуется коэффициентом выпуска, который определяется отношением количества дней, фактически отработанных на данном автомобиле, к количеству дней работы предприятия. Если в течение календарного года предприятие работало 365 дней, из которых автомобиль находился в работе 230 дней, то коэффициент выпуска будет: 0,6.

Коэффициент выпуска зависит от режима работы предприятия, т. е. от прерывной или непрерывной недели, технического состояния автомобилей, проезжего состояния дорог на маршрутах перевозки и от четкости организации транспортной работы. Большое влияние на повышение показателей работы оказывает скорость движения, т. е. пробег автомобиля в километрах, выполненный за 1 ч. Различают техническую и эксплуатационную скорости автомобиля, которые зависят от разных факторов.

Большое значение имеет анализ ритмичности перевозок по месяцам и в течение каждого месяца. Анализ ритмичности выполнения перевозок осуществляется по данным оперативной отчетности. Для этого используют плановые и отчетные данные о среднесуточном объеме перевозок в

течение месяца. Среднесуточный отчетный объем перевозок рассматривают в динамике по отношению к январю и предшествующим месяцам и выражают в процентах. На основании этого определяют изменение объема перевозок в каждом месяце по сравнению с предшествующими периодами и устанавливают ритмичность работы по месяцам.

В качестве показателей эффективности использования транспортных средств может служить коэффициент использования грузоподъемности транспортного средства, объем перевозок подвижного состава в сутки, приходящийся на 1 тонну и/или 1м<sup>3</sup> вместимости транспортного средства.

Коэффициент использования грузоподъемности показывает степень использования грузоподъемности автомобиля. Для подсчета этого коэффициента нужно количество груза, фактически перевезенного автомобилем, разделить на количество груза, которое могло бы быть перевезено при полном использовании его грузоподъемности.

В таблице 1 и 2 показан коэффициент использования подвижного состава АО «Спасскцемент» при доставке ТМЦ.

Таблица 1

**Коэффициент использования грузового пространства, тонн**

Марка и гос. номер	Вес перевезенного груза, тонн	Полная грузоподъемность, тонн	Кол-во поездок	Коэффициент использования
HINO GD8JVNF (6т)	41,071	120	20	0,34
HINO RANGER (6т)	71,053	168	28	0,42
TOYOTA DYNA (5т)	58,260	230	46	0,25
TOYOTA TOYOACE (2т)	95,090	62	31	1,53
	265,474	747	125	

Таблица 2

**Коэффициент использования грузового пространства, м<sup>3</sup>**

Марка и гос. номер	Объем перевезенного груза, м <sup>3</sup>	Полная грузоподъемность, м <sup>3</sup>	Кол-во поездок	Коэффициент использования
HINO GD8JVNF (10м <sup>3</sup> )	100,255	200	20	0,5
HINO RANGER (10м <sup>3</sup> )	159,143	280	28	0,56
TOYOTA DYNA У917КВ (40м <sup>3</sup> )	237,146	1840	46	0,12
TOYOTA TOYOACE (2м <sup>3</sup> )	35,428	62	31	0,57
	531,972	2382	125	

Себестоимость перевозок является обобщающим показателем работы транспорта, представляющим собой затраты на выполнение единицы транспортной продукции. Таким образом, для определения себестоимости грузовых перевозок необходимо затраты, связанные с осуществлением транспортной работы за определенный период, разделить на выполненную за то же время транспортную работу:

$$C = 3/P.$$

Величина затрат на перевозки зависит от многих факторов. Главными из них являются: грузоподъемность автомобилей, условия эксплуатации, расстояние перевозок, структура груза, использование грузоподъемности транспортных средств; амортизационных сроков службы подвижного состава; уровень оплаты и стимулирования труда водителей, уровень цен на транспортные средства, оборудование, топливо, запасные части и другое.

Планирование, учет и анализ работы подвижного состава грузового автомобильного транспорта предприятия позволяет оценить степень использования подвижного состава и результаты его работы.

Анализ собранных данных показал высокую стоимость доставки ТМЦ в пересчете на кг и м<sup>3</sup> груза. Причин этому несколько:

- холостой пробег в пункты получения ТМЦ;
- не полная загрузка автомобиля – в среднем загрузка не превышает 50 % от максимального объема и грузоподъемности;
- частичное выполнение служебного задания – максимальное количество пунктов получения ТМЦ ограничено графиком работы пунктов и временем работы водителя и экспедитора.

Одним из ключевых шагов в оптимизации является анализ текущей ситуации – данные из служебных заданий с отметками о выполнении были мною оцифрованы, систематизированы, дополнены недостающими данными и расчетами – расстоянием пробега в километрах, общим временем работы водителей и экспедитора, временем переработок, фонд оплаты труда (ФОТ), характеристиками автомобилей – размеры и объем кузова, грузоподъемность, расход топлива, затраты на обслуживание, амортизация и т.д.

Процесс определения потребности в материальных ресурсах следует рассматривать в двух направлениях:

1) путем определения объемов производства и разработки прогрессивных норм удельного расхода материальных ресурсов;

2) посредством прогнозирования спроса на материальные ресурсы.

Процесс определения потребности в материальных ресурсах по первому направлению основывается на их нормировании. Норма расхода материальных ресурсов представляет собой плановый расход сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива и энергии на изготовление единицы продукции или выполнение единицы работ требуемого качества.

Нормы расхода материальных ресурсов классифицируются по следующим признакам:

- период действия (текущие и перспективные);
- масштабы применения (индивидуальные и групповые);
- степень детализации объекта нормирования (нормы на единицу готовой продукции, узел, деталь);
- степень детализации номенклатуры материалов (специфицированные и сводные);
- назначение (нормы расхода основных, вспомогательных материалов, сырья, топлива и т.д.).

Так как таким образом доставляются материалы, потребность в которых не зависит напрямую от объемов производства, то прогнозирование потребности возможно только на основе анализа расхода сырья и материалов в прошлых периодах – выявляются закономерности и основной прогнозный тренд, включая и сезонные колебания. Наличие длительных хозяйственных связей и устойчивости контингента поставщиков изменения поставок ТМЦ на следующий год могут быть легко учтены. Но при ежегодном изменении контингентов поставщиков внесение коррективов на планируемые изменения условий снабжения нередко оказывается невозможным.

Норма расхода материальных ресурсов на вспомогательные нужды устанавливается по двум основным группам:

- материалы, расходуемые регулярно и в больших количествах. Норма рассчитывается прямым методом так же, как на сырье и основные материалы;
- вспомогательные материалы, используемые в производстве редко и в незначительных объемах.

Снижение затрат видится двумя способами – за счет внутренних ресурсов или за счёт привлечения внешних. Говоря про внутренние, имеем в виду изучение и прогнозирование потребностей предприятия, а также определение оптимального уровня запасов. Анализ внутреннего спроса позволяет определить наиболее востребованные материалы и оптимизировать их поставку.

Такой подход, в купе с централизацией закупок, мониторингом запасов на всех складах предприятий, ускоренным согласованием и консолидацией потребностей должен дать существенный эффект, но на деле всё не так просто – ABC, XYZ и FMR анализ товарооборота оптимистичных результатов не дал – потребление товаров категории А прогнозируется с точностью менее 50 % – спрос сильно неравномерный, предприятие находится в состоянии постоянной модернизации, обновления оборудования – номенклатуры приобретаемых ТМЦ постоянно меняются. Улучшить ситуацию можно, но потребуются значительные ресурсы – человеческие, финансовые, временные и т.д.

Оптимальным видится второй вариант, ввиду того, что он требует гораздо меньше ресурсов временных, трудовых, человеческих. Для оптимизации логистического процесса АО «Спаскце-

мент» может помочь передача на аутсорсинг экспедирования грузов в черте г. Владивосток и пригорода (большинство ТМЦ забирают тут) и организация транзитного (буферного) склада в этом районе – это своеобразный промежуточный пункт для консолидации ТМЦ, который позволит организации накапливать ТМЦ перед транспортировкой в г. Спасск-Дальний.

Основные приоритетные направления оптимизации транспортных процессов следующие:

- выбор оптимальных транспортных средств;
- подбор оптимально расположенных разгрузочно-погрузочных пунктов;
- анализ целесообразности владения собственным парком транспортных средств, сопоставление затрат на владение собственным парком автомобилей с расценками на услуги других транспортных предприятий.

Для организации проекта транзитного склада необходимо рассмотреть основные типы расходов:

- 1) аренду и обслуживание (отопление, водоснабжение, кондиционирование, освещение);
- 2) амортизацию оборудования;
- 3) проведение инвентаризаций;
- 4) профилактический ремонт и страхование;
- 5) поддержание и хранение товарно-материальных запасов;
- 6) выплату налогов и заработной платы персоналу;
- 7) инвентарные риски – упущенная прибыль вследствие недостачи и повреждения товара, потери ценности из-за длительного хранения, хищений или пожаров, образования неликвида.

Программы маршрутизации транспорта играют важную роль в оптимизации логистики. Они предоставляют функционал, который позволяет значительно улучшить эффективность доставки грузов. Одной из основных функций является определение оптимального маршрута для каждого транспортного средства. Это происходит на основе различных факторов, таких как расстояние, время доставки, состояние дорог и пробки. Благодаря этому, предприятие может минимизировать затраты на топливо и сократить время доставки.

Эффект усилит внедрение системы планирования грузового пространства – это программное обеспечение производит точный расчет и детальное моделирование загрузки транспортных средств. Проблема неполной загрузки автомобиля решится с помощью этой системы, так как она позволяет создать трехмерную модель автомобиля, в которую можно вносить ручную или из файла информацию о грузах – размеры, вес, хрупкость, возможность кантования, очередность выгрузки. Затем к работе подключается алгоритм программы, который выдает готовый расчет того, как эффективно погрузить автомобиль. Эта система работает в паре со сканером объема груза, который помогает определять весогабаритные характеристики грузов и еще этот сканер работает в паре с весовой платформой, на которую ставится груз. Измерение объема груза происходит за 1 секунды и автоматически отправляется в систему планирования грузового пространства. Такая система позволяет использовать объем грузового пространства до 90 %.

Основные преимущества такого решения:

- 1) сокращение времени транспортировки товаров;
- 2) сокращение затрат на транспортировку товаров;
- 3) обеспечение максимальной загрузки транспорта;
- 4) отсутствие переработок (сокращение ФОТ).

### **Вывод.**

Повышение эффективности логистических процессов материально-технического снабжения АО «Спасскцемент» в совокупности с современными информационными решениями видится в реформировании физических процессов в сборе товаров по точкам города Владивосток и консолидации их на одном буферном складе, затем оптовой перевозки до предприятия. Усилить результат поможет передача на аутсорсинг процесса экспедирования.

Для оптимизации логистики материально-технического снабжения АО «Спасскцемент» необходимо провести анализ потребности в сырье и материалах на основании данных прошлых периодов. Своевременное определение потребностей АО «Спасскцемент» в сырье и материалах позволит сократить расходы на доставку. Методы планирования и прогнозирования позволят оптимизировать логистические процессы в сфере материально-технического снабжения. Современное развитие информационных технологий позволяет сказать, что значение процесса планирования в сфере материально-технического снабжения будет возрастать.

## АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОПУЛЯРНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ РОССИИ

**С.С. Татаренко**, бакалавр  
**Г.И. Попова**, ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В этой статье будут рассматриваться такие популярные маркетплейсы как: Wildberries, Яндекс, OZON. Ключевые моменты их развития, наличие складской инфраструктуры, сравнение выручки за год.

**Ключевые слова:** маркетплейс, логистика, складские комплексы, сортировочные центры, распределительные центры

## ANALYSIS OF THE LOGISTICS ACTIVITIES OF POPULAR MARKETPLACES IN RUSSIA

**Abstract.** This article will consider such popular marketplaces as: Wildberries, Yandex, OZON. Key points of their development, availability of warehouse infrastructure, comparison of revenue for the year.

**Keywords:** marketplace, logistics, warehouse complexes, sorting centers, distribution.

Основой успешности бизнеса маркетплейсов является логистическая деятельность, которая заключается в процессе транспортировки товара потребителю. Весь путь продукта из производственного цеха и до конечного потребителя. Популярные российские компании делают упор на увеличение количества логистической инфраструктуры: складские комплексы, распределительные центры, сортировочные центры, пункты временного хранения, пункты выдачи заказов. Даже на моей улице, отдалённой от города, появились пункты выдачи таких маркетплейсов как Wildberries и OZON. Объяснение такому интенсивному росту спроса на цифровые торговые есть, и кроется оно в глобальном событии 2019 года – пандемия COVID-19. Масштаб воздействия всплеска коронавирусной инфекции на различные виды бизнеса поистине колоссален. В основном это воздействие негативно повлияло на выручку различных компаний, но не для маркетплейсов. Для таких цифровых торговых площадок как: Wildberries, OZON, Яндекс маркет, и др., пандемия послужила стремительным скачком развития компаний, ростом спроса на продукт их деятельности. Ведь для того, чтобы добраться в магазины различных продукций, человеку необходимо выйти на улицу и добраться до точки продажи товара, что во время самоизоляции, возникшей на фоне пандемии, сделать проблематично. Выходом из положения стала деятельность маркетплейсов, которая позволяет приобрести товар из дома, и получить его посылкой. Отправлять товар посылкой почтой России, маркетплейсам не всегда выгодно, так как взаимодействие с почтовыми тарифами приводит к издержкам в этом направлении. Поэтому компании строят свои логистические хабы, для отправки изготовителем, и получения заказчиком товара. Для того чтобы парировать такие издержки, компания OZON заключила выгодное соглашение с почтой России, на основании которого может пользоваться логистической инфраструктурой и курьерской службой почты, и имеет сниженные тарифы для продавцов.

Рассматриваемые маркетплейсы имеют следующие даты основания (по возрастанию): OZON – 1998 г., Яндекс маркет – 2000 г., Wildberries – 2004г. Краткая характеристика каждого из них:

1) OZON – Магазин основан Санкт-Петербургской компанией Reksoft и издательством Terra Fantastica изначально работал как торговый сервис для продажи книг и видеокассет через интернет. Помимо торговой площадки, компания развивает экспресс-доставку товаров повседневного спроса Ozon fresh, доставку товаров из-за рубежа Ozon Global, финансовые сервисы от Ozon Банк, а также бронирование авиа и железнодорожных билетов, отелей и туров Ozon Travel. Компания работает в России, Армении, Беларуси, Казахстане, Китае, Кыргызстане, Турции, Узбекистане. Ozon использует склады и сортировочные центры для хранения и доставки товаров. На сентябрь 2023 года маркетплейс управлял 2 млн м<sup>2</sup> логистической инфраструктуры в России и СНГ. Сеть пунктов выдачи развивается по партнерской модели, на сентябрь 2023 года работает более 40 тысяч точек. У мар-

кетплейса Ozon на настоящий момент действует один крупный распределительный центр (РЦ Павловская Слобода), 2 мини-фулфилмента, 10 складов, а также 78 сортировочных центров во всех крупных городах по всей России [1, с. 23]. Для наглядности определения мест, где находятся складские комплексы на территории России, в общем доступе есть карта распространения складов (рис.1).



Рис. 1. Карта местонахождения складских зон OZON

2) Wildberries – Российский маркетплейс. Интернет-магазин основан супругами Владиславом и Татьяной Бакальчук (составленном российской версией журнала Forbes, Татьяна Бакальчук занимает 17 место с состоянием 8800 млн \$). Осуществляет свою деятельность в России, Белоруссии, Казахстане, Кыргызстане, Армении, Израиле, Молдавии, Турции, Узбекистане, Азербайджане. Помимо повседневно бытовых товаров, интернет магазин имеет в продаже продукты питания. В 2015 году Wildberries стал самым популярным у россиян отечественным интернет-магазином. В 2019 году признан крупнейшим торговцем мод России. На сегодняшний день у маркетплейса Wildberries есть 11 крупных собственных складских комплексов. Пять из них находятся в столичном регионе, а шесть остальных складов Wildberries разбросаны по другим регионам страны. Выяснилось, что и этого количества складов Wildberries попросту не хватает, чтобы принять от поставщиков необходимое количество товаров. Поэтому компанией было принято решение об открытии дополнительных пунктов приема поставок (ППП). На текущий момент в стране их находится 19 штук. Wildberries предоставил клиентам возможность бесплатно примерить одежду перед покупкой. Таким образом, компания установила в каждом пункте примерочные. Несомненно, этот шаг является клиентоориентированным, что вызывает доверие к продавцу у покупателя. У Вайлдберрис тоже есть карта местонахождения крупных складских комплексов на территории Российской Федерации (рис. 2). На сегодняшний день, ранее указанный маркетплейс, имеет большее количество логистических узлов, чем у других площадок, что позволяет Вайлдберрис занимать лидирующую позицию по товарообороту между складскими комплексами. Например у Вайлдберрис имеется крупнейший склад в Российской Федерации под Подольском, площадь этого помещения составляет 145 000 квадратных метров. Wildberries имеет больше 10 тысяч поставщиков. Аналитики утверждают, что быстрее всего, на площадке, растут продажи косметики и товары красоты [2, с. 15]. Также компания решила перевести техническую поддержку с горячей линии на социальные сети и мессенджеры, обуславливая это тем, что люди всё меньше любят общаться с техподдержкой по телефону. Сравнивая этот маркетплейс с другими приведёнными площадками, можно сделать вывод что Wildberries имеет больше складского пространства, это позволяет производить больше логистической деятельности: распределение, хранение товара. Это говорит нам о преимущественном количестве логистических комплексов маркетплейса.



Рис. 2. Местонахождение крупных складов Wildberries

3) Яндекс маркет – маркетплейс, дочернее предприятие крупной компании “Яндекс”. Преимущественно продаваемые товары в основном электроника, бытовая техника, вещи для дома. Всего по стране у Яндекс.Маркета (ранее – Беру) есть 7 собственных складов, и все они находятся в европейской части страны (Софьино и Томилино в Подмосковье, Шушары и Парголово в Санкт-Петербурге, Екатеринбург, Краснодар, Ростов-на-Дону и Ростовская область, Самара). Также маркетплейс располагает четырьмя транзитными складами, которые специально созданы для тех продавцов, которые живут далеко от основных складов, но имеют желание продавать свои товары на маркетплейсе. Яндекс является первым маркетплейсом, который использует роботов в логистической цепи. Первые роботы-курьеры Яндекса появились на улицах в ноябре 2019 года, во время пандемии [3, с.18]. За два года они доставили десятки тысяч заказов по всему миру. Как они выглядят можно увидеть на рис. 3



Рис. 3. Робот доставщик от компании Яндекс

Если сравнивать количество собственной логистической инфраструктуры, то маркетплейс Wildberries превосходит своих оппонентов, и безостановочно развивается в этом направлении. OZON тоже не стоит на месте, благодаря тесному сотрудничеству с почтой России, которое дало стремительный рывок в развитии маркетплейса, является основным конкурентом для Wildberries.

Сравнение представленных организациями отчётов выручки за 2022 год выглядит следующим образом (рис. 4).

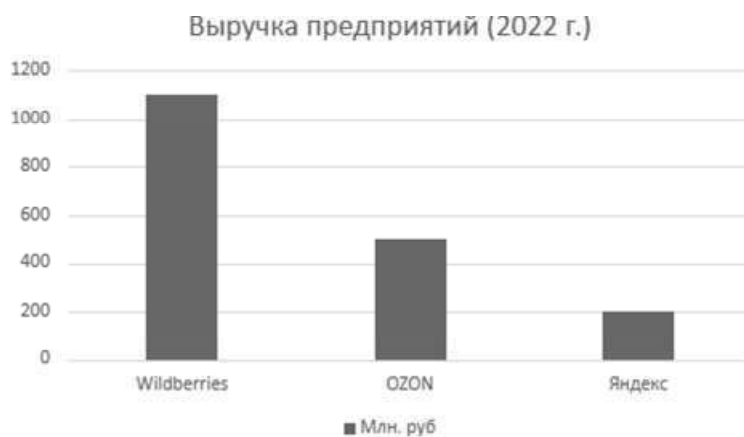


Рис. 4. Сравнительная диаграмма выручки предприятий за 2022 г. (млрд руб.)

Наличие логистической инфраструктуры, без сомнения, является основным показателем развития компании, ведь от существования складских комплексов, во многих городах России, расширяется зона покрытия заказа/доставки товара, увеличивается скорость поставки, что удовлетворяет главную потребность заказчика. Различные ситуации в мире могут заставить искать новые решения в области логистики, как например Яндекс внедрил роботизированную доставку, минуя человеческий фактор при осуществлении передачи груза заказчику. Также наличие роботизированного комплекса в складском помещении, может в разы увеличить скорость логистического процесса, эту инновацию постепенно внедряют в свои складские комплексы крупные компании, которые могут обеспечить функциональную работу таких роботизированных элементов складской зоны. Примером роботизированного комплекса можно взять беспилотные погрузчики. Запрограммированный алгоритм работы таких машин, позволяет выполнять перечень операций, без контроля оператора, или же без управления водителя. Автоматическая аппаратура тоже является элементом роботизации складского комплекса, так как деятельность человека минимизируется при выдвигании платформы, необходимо лишь подать сигнал, чтобы аппаратура приступила к саморазвёртыванию.

1. Планирование логистических затрат при реализации через маркет плейс // Каравасева Е.Д. доцент кафедры экономики кандидат технических наук – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/planirovanie-logisticheskikh-zatrat-pri-realizatsii-tovarov-cherez-marketpleys>

2. Роль логистики в экосистемах маркетплейсов // Д. Дедков автор статьи Санкт-Петербургского государственного университета 2019 г. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-logistiki-v-ekosistemah-marketpleysov>

3. Эволюционное развитие логистики электронной торговли // Дюкова О.М кандидат экономических наук Санкт-Петербургского государственного университета 2022г. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsionnoe-razvitie-logistiki-elektronnoy-torgovli-ot-internet-magazinov-k-marketpleysam>

УДК 699.83

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ КОНСТРУКЦИЙ СООРУЖЕНИЙ, РАСПОЛАГАЕМЫХ ВДОЛЬ ПУТЕЙ СЛЕДОВАНИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА И ПЕШЕХОДОВ

**А.В. Торбина, бакалавр**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена проблеме аварийности с участием придорожных объектов из-за неустойчивости их конструкций в процессе развития дорожной инфраструктуры в России. На основе данных проведенного эксперимента предлагаются альтернативные материалы их изготовления для повышения надежности сооружений, установленных вдоль путей следования автомобилей и пешеходов.*

**Ключевые слова:** *придорожные сооружения, ветровая нагрузка, материалы изготовления.*



## DETERMINATION OF THE STABILITY OF STRUCTURES LOCATED ALONG THE ROUTES OF VEHICLES AND PEDESTRIANS

**Abstract.** The article is devoted to the problem of accidents involving roadside objects due to the instability of their structures in the process of developing road infrastructure in Russia. Based on the data of the experiment, alternative materials for their manufacture are proposed to increase the reliability of structures installed along the routes of cars and pedestrians.

**Keywords:** roadside structures, wind load, manufacturing materials.

По данным Росстата на 2022 год общая протяженность автомобильных дорог общего пользования (федерального, регионального или межмуниципального и местного значения) в России больше 1575 тысяч км [1]. Всё больше и больше придорожных пространств застраиваются жилыми комплексами и новыми объектами инфраструктуры. За счет изменения транспортно-эксплуатационных показателей повышаются категории дорог. Такие изменения, как правило, сопровождаются строительством разного рода сооружений для повышения качества жизни людей и создания комфортной и безопасной городской среды.

К таким сооружениям относятся: конструкции для наружной придорожной рекламы, интеллектуальные транспортные системы в обеспечении организации и безопасности дорожного движения, различные осветительные опоры, объекты придорожного сервиса, парковочные комплексы, системы энергетического оборудования и другие.

Но, несмотря на рост численности данных объектов и совершенствование качества их изготовления, индекс аварийности с участием придорожных сооружений достаточно высок.

В ходе рассмотрения данной темы падение придорожных сооружений оказалось основной проблемой аварийности с участием данных объектов. В свою очередь, большая часть падений происходит из-за неустойчивости конструкций. Было принято решение провести эксперимент с воспроизведением условий, приближенных к реальным.

Актуальность работы состоит в определении более устойчивых оснований для придорожных сооружений.

Цель данной работы – анализ повреждений сооружений под воздействием переменчивых воздушных потоков.

Задачи работы:

1. Определение видов конструкций и сооружений, установленных вдоль дорог;
2. Анализ статистики разрушения придорожных сооружений;
3. Предложение по выбору оснований для конструкции данного типа.

При изучении обстановки в Приморском крае прослеживается тенденция повышения ветровых нагрузок в тайфун, ледяной дождь, порывы ветра и так далее. В связи с этим повышенное ветровое давление приводит к повреждениям несущих конструкций придорожных объектов.

Например, одно из таких повреждений привело к трагедии: 3 сентября 2023 года, из-за ураганного ветра во время тайфуна «Майсак» в районе «Зелёного Угла» на мужчину упал рекламный щит [2]. В целом по Приморскому краю статистика повреждений на 2023 год выглядит следующим образом (рис. 1):

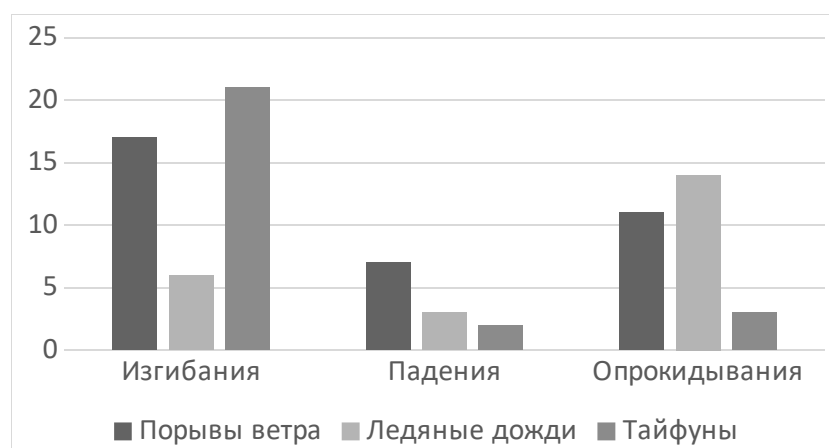


Рис. 1. Статистика влияния ветровых нагрузок на придорожные сооружения, 2023 год

Чтобы проверить, от каких конструктивных недостатков зависит их повреждение, уменьшенные модели некоторых сооружений помещаются в специальную установку – аэродинамическую трубу (рис. 2) – и исследуются под воздействием воссозданной ветровой нагрузки в масштабе уменьшенных копий объектов. Таким образом, в установке, в которую помещаются модели, создается ситуация повышенного потока ветра и отслеживается, что разрушается в первую очередь: опора, грунт или сама конструкция. На основе этих данных будет произведен подбор альтернативных, более прочных материалов, что позволит повысить надежность конструкций и уменьшить вероятность их падений, так как падения могут привести к повреждениям автомобилей и дорожно-го покрытия, наносить вред жизни и здоровью людей и так далее.



Рис. 2. Аэродинамическая труба

За испытуемые объекты было принято решение взять наиболее распространенные виды придорожных сооружений, подверженные падению:

1. Рекламный щит;
2. Фонарный столб;
3. Шлагбаум.

Принятый масштаб для объектов и значений – 1:50. Испытуемые объекты перед изготовлением спроектированы в системе автоматизированного проектирования AutoCAD (рис. 3,4 и 5).

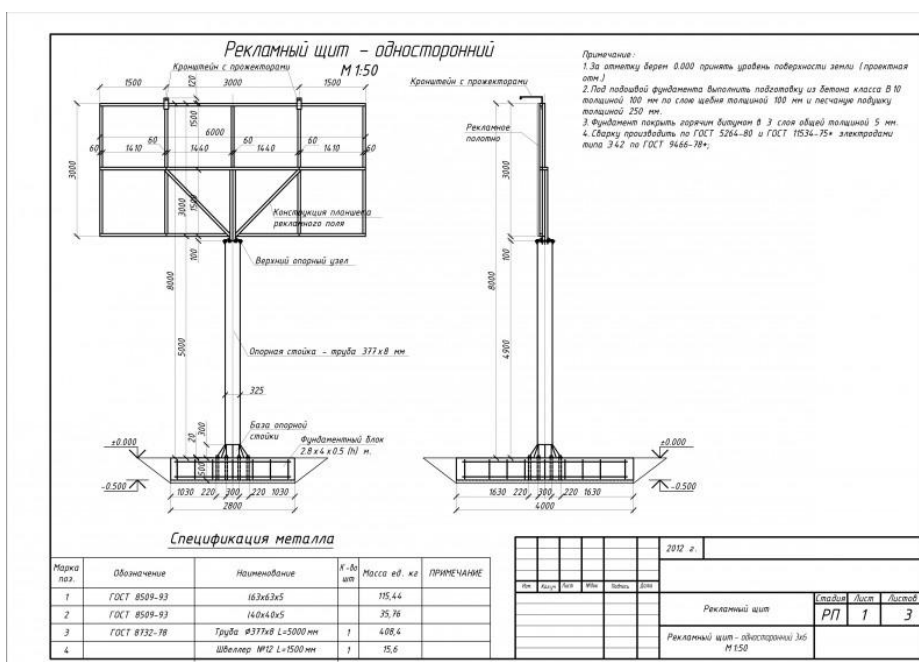


Рис. 3. Чертеж «Рекламный щит»

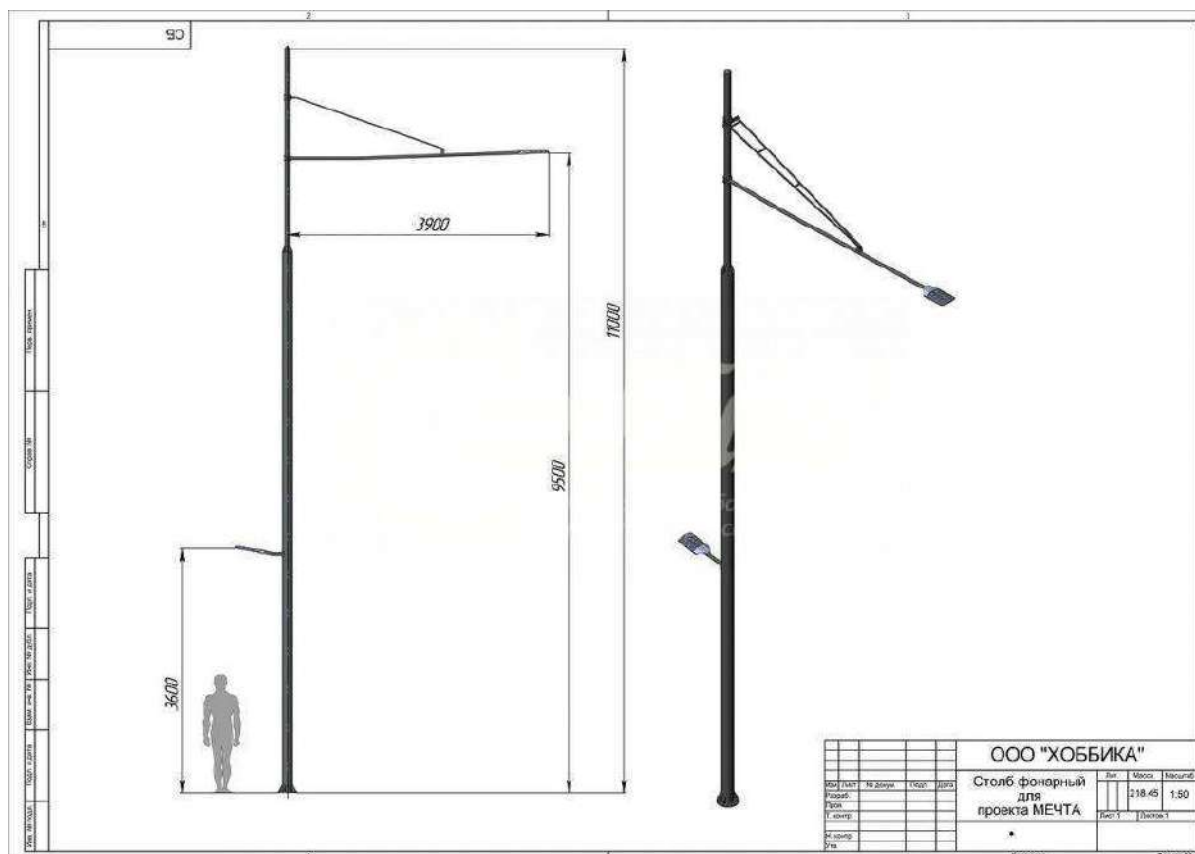


Рис. 4. Чертеж «Фонарный столб»

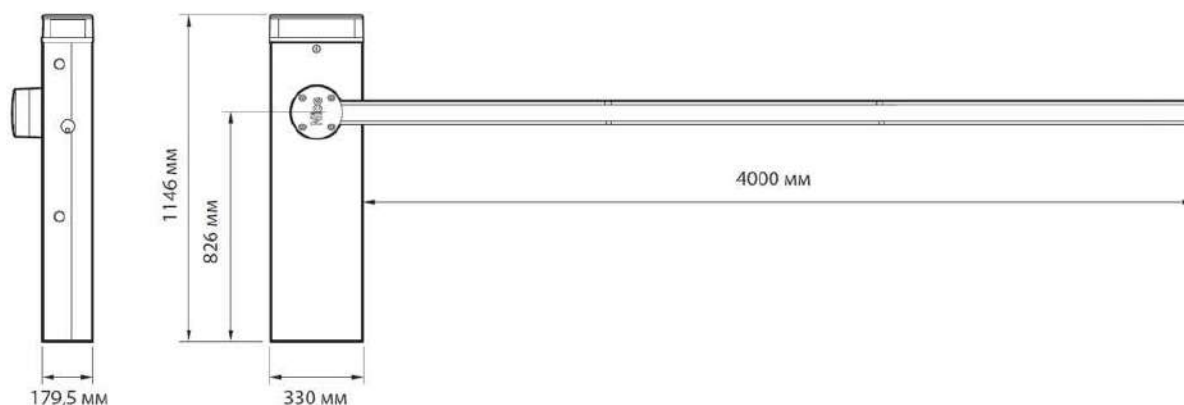


Рис. 5. Чертеж «Шлагбаум»

Руководствуясь таблицей «Нагрузки и воздействия. Ветровые районы и ветровые нагрузки» [3] и картой ветровых районов (рисунок 6) определили ветровую нагрузку Владивостока. Владивосток относится к 4-му району, характерную для него ветровую нагрузку (1) и приведенную в масштаб 1:50 (2) взяли за основу расчета.

$$W_o = 0,48 \text{ кПа} \quad (1)$$

$$W'_o = 9,6 \text{ Па} \quad (2)$$

Найдем скорость ветра, которую необходимо создать в трубе. Для этого выразим ее из формулы нормального ветрового давления (Па) на препятствие в первом приближении [4]. Таким образом, формула (3) имеет вид:

$$V' = \sqrt{\frac{W'_o}{0,5 \times p}} = \sqrt{\frac{9,6}{0,5 \times 1,225}} = 3,95 \frac{\text{м}}{\text{с}}, \quad (3)$$

где  $W'_0$  – ветровая нагрузка города Владивостока, приведенная в масштаб 1:50, оно же ветровое давление на препятствие в первом приближении, Па;  
 $\rho$  – плотность воздуха, кг/м<sup>3</sup> (принимаем 1,225кг/м<sup>3</sup>);  
 0,5 – коэффициент сопротивления (обтекания).

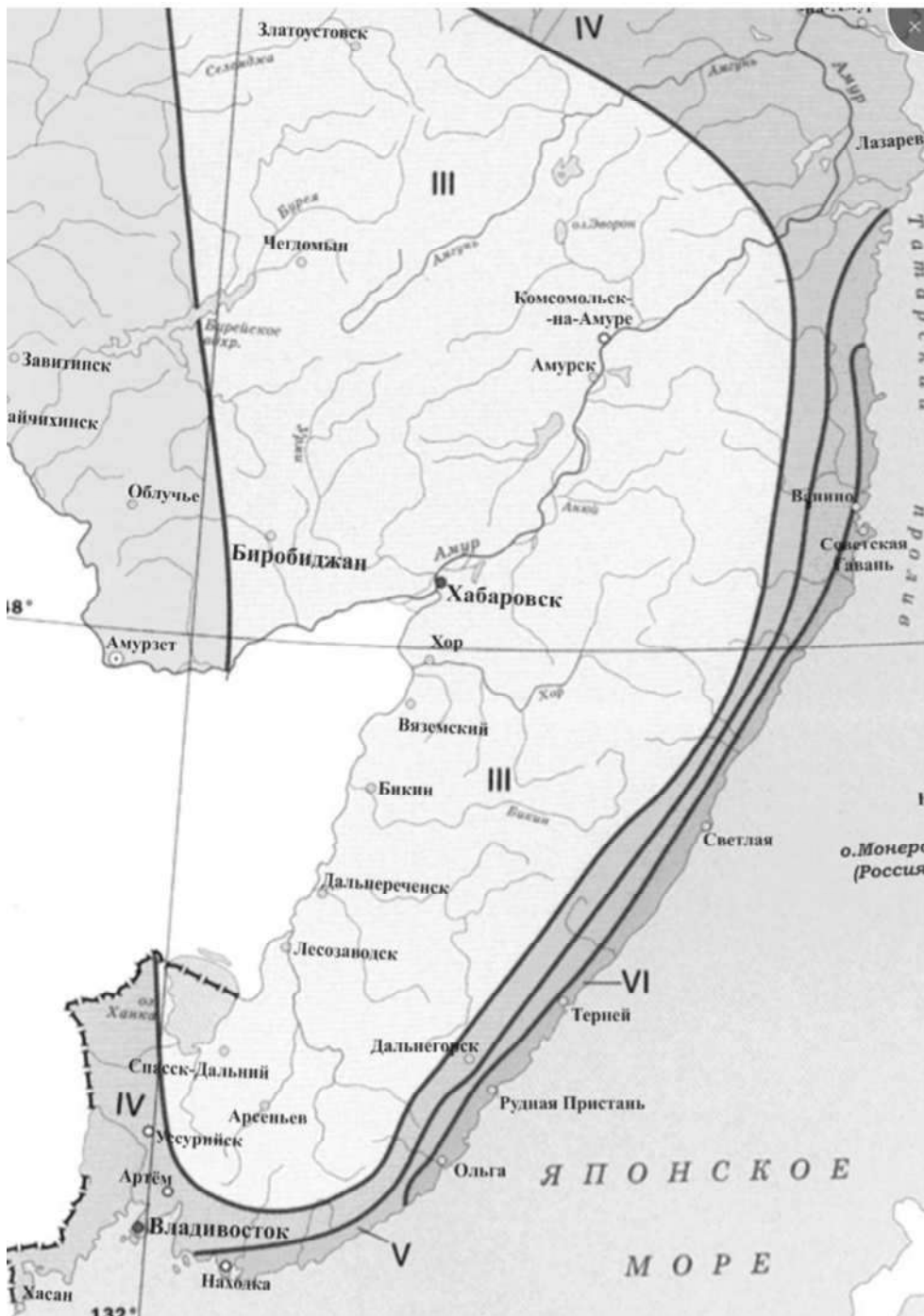


Рис. 6. Ветровые районы Приморского края

Руководствуясь чертежами, создали уменьшенные копии испытуемых объектов (рис. 7,8). Таким образом, опора произведена из сплавов алюминия, щит из фанеры, стрела шлагбаума из полимерного материала с добавлением алюминия. Со стойкой шлагбаума стрела закреплена стальной перегородкой.



Рис. 7. Уменьшенная копия рекламного баннера



Рис. 8. Уменьшенная копия шлагбаума

Приступаем к эксперименту. Помещаем модели в аэротрубу, в которой установлен асинхронный трехфазный двигатель типа АПН011/2 с мощностью 0,8 кВт и частотой вращений 2750 об/мин. Для регулирования выходного потока используем диффузор в форме усеченного конуса с меньшим диаметром равным 70,24 см. Через него проходит ветровой поток скоростью 3,95 м/с.

Реакция моделей спустя 50 секунд после начала эксперимента оказалась следующей: щит рекламного баннера изогнулся, опора под воздействием нагрузки наклонилась на 6 мм (результат измерения индикатором часового типа), стрела шлагбаума изогнулась.

В ходе изучения материалов изготовления рассматриваемых мной объектов, были предложены альтернативные варианты изготовления элементов конструкций. Так, вместо сплавов алюминия я предлагаю использовать сталь; пластиковые детали заменить на капролон – один из самых прочных пластиков, часто заменяет сталь, устойчив к перепадам температур и высокой влажности, выдерживает большие нагрузки

### **Выводы.**

1. Определили виды конструкций и сооружений, установленные вдоль дорог.
2. Исходя из результатов проведенных экспериментов выявили элементы придорожных сооружений, наиболее подверженных повреждению от повышенных ветровых нагрузок: стрела шлагбаума, щит баннера.
3. Предложили наиболее прочные материалы изготовления поврежденных элементов: капролон, сталь.

1. <https://rosstat.gov.ru>

2. <https://vladivostok.bezformata.com/listnews/maysak-vo-vladivostoke-na-muzhchinu-upal/86933323/>

3. [https://iskos.ru/images/regulations/%D0%A1%D0%9F\\_20.13330.2016\\_%D0%9D%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8\\_%D0%B8\\_%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%8F\\_%D0%90%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F\\_%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F\\_%D0%A1%D0%9D%D0%B8%D0%9F\\_2.01.07-85\\_%D1%81\\_%D0%98%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D0%BC%D0%B8.pdf#111](https://iskos.ru/images/regulations/%D0%A1%D0%9F_20.13330.2016_%D0%9D%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8_%D0%B8_%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%8F_%D0%90%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_%D0%A1%D0%9D%D0%B8%D0%9F_2.01.07-85_%D1%81_%D0%98%D0%B7%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D0%BC%D0%B8.pdf#111)

4. Савицкий Г.А. Ветровая нагрузка на сооружения. – Москва, 1972.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЧЕРТАТЕЛЬНОЙ ГЕОМЕТРИИ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ДИЗАЙНА ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

**А.С. Щекалёв**, бакалавр  
**Г.И. Попова**, ст. преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** В статье представлено как при помощи начертательной геометрии и компьютерных программ оптимизировать дизайн транспортной инфраструктуры, спроектировать её более безопасней и современной, а также уменьшить сроки и сэкономить при строительстве.

**Ключевые слова:** инфраструктура, дизайн, начертательная геометрия, оптимизация, безопасность.

## USING DESCRIPTIVE GEOMETRY TO OPTIMIZE TRANSPORT INFRASTRUCTURE DESIGN

**Abstract.** The article presents how, using descriptive geometry and computer programs, to optimize the design of transport infrastructure, design it safer and more modern, and also reduce construction time and save money.

**Keywords:** infrastructure, design, descriptive geometry, optimization, security.

Использование начертательной геометрии для оптимизации дизайна транспортной инфраструктуры является очень актуальной в современном мире. В условиях быстрого развития городов и постоянного увеличения объема пассажиропотока транспортная инфраструктура становится все более сложной и требует оптимизации. Использование начертательной геометрии позволяет разработчикам создавать более эффективные и функциональные дорожные системы. Кроме того, использование начертательной геометрии также позволяет улучшить дизайн транспортной инфраструктуры, делая его более современным, привлекательным и удобным для пользователей. Таким образом, актуальность темы использования начертательной геометрии для оптимизации дизайна транспортной инфраструктуры заключается в необходимости повышения эффективности, безопасности, удобства и эстетичности транспортной системы в условиях постоянного роста городской среды и транспортной нагрузки. Цель данной статьи заключается в том, создать метод оптимизации, который улучшит эффективность и безопасность транспортного движения. В этом проекте я выделил три задачи: изучение существующих методов и технологий в области начертательной геометрии и их применение в дизайне транспортной инфраструктуры; анализ существующих проблем в дизайне транспортной инфраструктуры и выявление возможностей оптимизации с использованием начертательной геометрии; разработка рекомендаций для применения оптимизированного дизайна транспортной инфраструктуры.

В области начертательной геометрии существует множество методов и технологий, которые применяются в дизайне транспортной инфраструктуры. Некоторые из них включают в себя:

CAD (Computer-Aided Design) [2] – программное обеспечение, которое используется для создания точных и сложных чертежей и моделей инфраструктуры. С помощью CAD можно создавать трехмерные модели дорог, мостов, тоннелей и других инженерных сооружений (рис. 1).





Рис. 3. Участки дороги, выполненные в программе GIS

Эти методы и технологии вместе позволяют создавать более точные, функциональные и эстетически приятные проекты транспортной инфраструктуры, что способствует улучшению жизни горожан и обеспечивает безопасность и эффективность движения.

Я выделил самые распространенные проблемы в транспортной инфраструктуре в России: заторы и перегруженность дорог; низкая доступность общественного транспорта; состояние дорог и мостов; безопасность дорожного движения; загрязнение окружающей среды. Это лишь небольшой список проблем, с которыми сталкиваются пользователи транспортной инфраструктуры в России. Для их решения необходимо проводить системные изменения в инфраструктуре, улучшать общественный транспорт, модернизировать дорожную сеть и внедрять новые технологии управления транспортным потоком.

Изучив всю информацию я разработал некоторые рекомендации, которые помогут улучшить транспортную инфраструктуру: использовать самые передовые технологии и методы проектирования для создания оптимизированной транспортной инфраструктуры, которая будет соответствовать требованиям будущего; обеспечить разделение потоков на дорогах; сосредоточиться на безопасности при проектировании и строительстве новой транспортной инфраструктуры, чтобы учесть все аспекты безопасности для пешеходов, велосипедистов и автомобилистов; включить в проектирование элементы для улучшения устойчивости и экологической устойчивости транспортной инфраструктуры, включая использование экологически чистых материалов и технологий; участвовать в диалоге с общественностью и заинтересованными сторонами, чтобы получить обратную связь и учесть мнения жителей и пользователей транспортной инфраструктуры; проводить испытания и анализ результатов, чтобы оценить эффективность оптимизированной транспортной инфраструктуры и внести коррективы в проект при необходимости; поддерживать постоянное обновление и модернизацию транспортной инфраструктуры, чтобы следовать новым тенденциям и технологиям и обеспечить ее долгосрочную эффективность; оценивать экономические и социальные показатели новой транспортной инфраструктуры, чтобы убедиться в ее целесообразности и пользе для общества.

Таким образом, я пришел к выводу, что нашей стране требуется серьезная оптимизация транспортной инфраструктуры и использование современных компьютерных программ в связке с начертательной геометрией помогают создать более эффективный, безопасный и современный дизайн транспортной инфраструктуры.

1. Инфраструктурные BIM-ПРОЕКТЫ – Текст: электронный. URL: <https://infrabim.csd.ru/industries/mostovye-sooruzheniya/>

2. Isicad. Ваше окно в мир САПР, статья – Текст: электронный. URL: [https://isicad.ru/ru/articles.php?article\\_num=20683](https://isicad.ru/ru/articles.php?article_num=20683)

3. Создание базы данных GIS – Текст: электронный. URL: <https://avtodor-eng.ru/projects/sozдание-bazy-dannyh-gis-avtomobilnoi-dorogi-105>



# Секция. ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

УДК 338.484(571.66)

## АНАЛИЗ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ В КАМЧАТСКОМ КРАЕ

**А.Р. Алексеева**, бакалавр  
**В.Г. Ден**, канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В сфере современного туризма в Российской Федерации наблюдается переориентация туристских потоков на внутренний рынок и повышение интереса к аутентичности и культуре. Сегодня сложно представить туристскую поездку без гастрономической составляющей, в том числе дегустации местных блюд, продуктов, знакомства с местными традициями и кулинарными обрядами. В связи с этим повышается интерес к формированию и развитию региональных кухонь, и как следствие, гастрономического туризма.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, предприятия общественного питания, этнодеревни, Камчатский край, региональные кухни

## ANALYSIS OF GASTRONOMIC TOURIST PRODUCTS IN KAMCHATKA KRAI

**Abstract.** In the sphere of modern tourism in the Russian Federation there is a reorientation of tourist flows to the domestic market and an increasing interest in authenticity and culture. Today it is difficult to imagine a tourist trip without a gastronomic component, including tasting of local dishes and products. In this regard, the interest in the formation and development of regional cuisines, and as a consequence, gastronomic tourism is increasing.

**Keywords:** gastronomic tourism, catering enterprises, ethno-villages, Kamchatka region, regional cuisines.

**Введение.** Камчатский край – уникальный регион, который богат своими продуктами. В регионе можно насладиться различными вкусами морей и океана, а также дарами тайги. Специализируясь на экологическом туризме и демонстрации богатейших природных ресурсов, на наш взгляд, упускается возможность развивать не менее популярный вид туризма – гастрономический.

Недостаточная разработанность гастрономического туристского направления в Камчатском крае при одновременном наличии уникальных природно-географических, культурно-исторических, этнических и кулинарных ресурсов обуславливает актуальность выбранной темы.

Цель: проанализировать гастрономические туристские продукты в Камчатском крае.

Основываясь на цели, был поставлен ряд задач:

- проанализировать гастрономические туры в регионе;
- изучить ресурсы гастрономического туризма в Камчатском крае (кухни народностей, этнодеревни, предприятия общественного питания и т.п.).

В рамках исследования были использованы такие методы, как анализ существующей базы научно-методической литературы по теме; обобщение и синтез полученной информации.

**Основная часть.** В настоящее время в Камчатском крае уже представлен ряд турпродуктов (табл. 1).

В таблице представлены 2 гастрономических тура, которые уже проводятся в регионе, можно обратить внимание, что наполнение туров однотипное.

Изучая рынок гастрономического туризма, было выяснено, в регионе отсутствуют экскурсии и кулинарные мастер-классы.

## Гастрономические туры в Камчатском крае

Название тура	Продолжительность	Стоимость (руб.)	Что включено (гастрономическое)	Ссылка на тур
«Камчатский натюр-морт»	6 дней / 5 ночей	От 165 000	все дегустации и мастер-классы; все питание по программе; все экскурсии	<a href="https://vkuskamchatki.ru/gastrotour#rec407968669">https://vkuskamchatki.ru/gastrotour#rec407968669</a>
Тур «Путешествие со вкусом»	7 дней / 6 ночей	От 170 000	завтраки в гостинице, перекусы на экскурсиях и ужины в ресторанах с меню по программе; экскурсии по программе в группе	<a href="https://kamchatkaland.ru/tour/gastronomicheskij-tur">https://kamchatkaland.ru/tour/gastronomicheskij-tur</a>

Составлено автором [1,2]

Анализ гастрономического календаря Камчатского края показал, что в настоящее время функционирует одно гастрономическое мероприятие «Гастрокэмп Камчатка», которое проводится каждое лето в августе. Шеф-повара из Азиатско-Тихоокеанского региона, Камчатского края и нескольких регионов России создают новые блюда «Камчатского меню». Гастрокэмп является инновационным проектом, разработанный специалистами Международного эногастрономического центра и реализуется в регионах России. В 2022 году «Гастрокэмп Камчатка» показал, что у Камчатского края есть потенциал стать центром формирования и продвижения международного и экологического тренда «Тихоокеанская кухня»[3].

С точки зрения формирования гастрономических экскурсий и туров особый интерес вызывают местные народы. На полуострове Камчатка проживают 4 основных коренных народности – это коряки, эвены, чукчи и ительмены. Численность коренных народов ежегодно снижается. Самыми многочисленными являются коряки (2% от всех жителей края – 7,9 тыс. человек) [4].

Особенности питания коренных народов Камчатского края представлены в табл. 2 [5].

Таблица 2

## Кухни народностей Камчатского края

Народ	Предпочтения в пище	Блюда
Коряки	– коряки-оленьеводы: мясо оленя, его внутренности (костяной мозг оленя, почки, хрящи, ножные сухожилия, желудок) – приморские коряки: рыба – дикие ягоды и травы	кровавый суп с луком «Кывълымпана», толкуша из иван-чая и шикши «Тылх`тыл», из оленины и иван-чая «Наямгытвыткына», мясо оленя с жиром и ягодами «Ас`ытылх`тыл», рыба (порошок «Гынытгын», квашеная «Выл`лоту», салат с рыбой и ягодами «Кылыкыл»), шишки с икрой, шеломайник с икрой
Ительмены	– рыба, тюлени, моржи – сухопутные животные – дикие ягоды, трава	ительменский хлеб из икры лосося и иван-чая; рыба: (пирог с рыбой и сараной «Пнэна», салат «Л`иллэ», порошок «Порша», котлеты «Тэлно»); молодые пучки шеломайника, сладкие пучки лесного купыря или морковника «Кэлхэн», горячие женские пучки борщевика; шишки с икрой, толкуша «Силк-сил» (Блюдо для больших праздников – Холлоло); заготовки из съедобных корней, лесного щавеля, ягод (жимолость, голубика, шикша, клюква, брусника, морошка, рябина, черемуха, плоды боярышника); варенье из щавеля; нерпичий жир и жир тюленя; березовая кора с сушеной икрой
Эвены	– мясо (олени, снежные бараны, медведи в основном) – рыба – ягоды, травы	отварная трюха «Илтэ»; кровавый суп «Нимын»; топлёный олений жир «Тэринэ»; вяленое мясо «Блтэ»; жареная баранья грудинка «Тынын»; затылок снежного барана «Гудэс»; медвежье сало «Нымьк»; строганина из оленины и из осеннего кижуча «Талык»; костный мозг «Чонку»; блюдо из трюхи оленя/лося/снежного барана, желудок снежного барана
Чукчи	– оленина – жир и мясо морских животных	отварная оленина «Кинун`и»; котлеты из оленины «Ч`ч`гта»; костный жир «М`т`хил»; запеченные трюха «Инэй»; кровавый суп «Апана»; фаршированная матка важеньки «К`ёлгн»; строганина из оленины «Хит`хит»; квашеные потроха «Вил`вил»; сушеная оленина «Пъат`ол»; отварная печень оленя и шикши с ягодами «Кылыкыл»; рыбий жир; вяленая рыба/юкола; уха

Составлено автором

На основании анализа блюд коренных народов Камчатского края можно выделить следующие группы ингредиентов: зелень и травы, ягоды, дикое мясо и мясная продукция, рыба и морепродукты. Разнообразие блюд и продуктов аборигенов обусловлено в большей степени выгодным расположением и выходом к морю, богатством растительного мира дальневосточной тайги, видами промысловой деятельности (рыболовство, собирательство, охота). Несмотря на то, что перечисленные ингредиенты характеризуют дальневосточную кухню в целом, отдельные блюда камчатских коренных народов являются уникальными, несут в себе историю и вековые традиции, что может стать основой новой региональной кухни.

На сегодняшний день жители края охотно пользуются дарами природы, ежедневно употребляя в пищу местные морепродукты и блюда из них (юкола из лососевых и палтуса, строганина, уха, бутерброды с икрой и другие). С точки зрения формирования туристских продуктов можно использовать региональные гастрономические предпочтения в рамках организации мастер-классов, фестивалей и как фактологическую информацию в рамках текста экскурсий.

Более того, в регионе существуют этнодеревни, которые устраивают гостям края различные представления, готовят традиционные блюда, рассказывают свою историю (табл. 3) [6].

Таблица 3

### Этнодеревни, расположенные в Камчатском крае

Название	Описание	Адрес
Этнокультурный комплекс «Кай-ныран»	– название по-корякски значит «медвежий дом»; – можно увидеть старинные обычаи, побывать на экскурсии по этнодеревне, посидеть в настоящей, покрытой шкурами яранге, приобрести сувениры; – туристам предлагают научиться основным движениям народных танцев, сделать памятное фото в национальных костюмах, летом – прокатиться на лошади, а зимой – на упряжке, запряжённой собаками; – можно попробовать корякский чай и камчатскую уху	Елизовский район, ул. Озерки 3
Этнодеревня «Пимчах»	– этническое поселение создано ительменами; – можно побывать в летних и зимних ительменских жилищах, увидеть, как выглядит тотемный холм идолов, и посмотреть на древние шаманские обряды	Адреса нет, расположена недалеко от села Сосновка
Эвенское стойбище «Мэнэдэк»	– летом гостей ждут вкусная юкола и лососевая уха, а зимой – местная шурпа из оленьего мяса; – можно поучаствовать здесь в мастер-классах по бисероплетению, выделке звериных шкур, освоить навыки резьбы по дереву и кости, а также по плетению берестяных изделий	Адреса нет, стойбище расположено в двух километрах от села Анавгай в Быстринском районе Камчатки
Корякское стойбище «Чау-Чив»	– создан родовой общиной коряков и принимает гостей с 1 июня по 15 сентября; – по заказу могут сшить национальную одежду, и здесь очень богатый выбор камчатских ремесленных сувениров	Эссо, ул. Березовая 14/1
Питомник ездовых собак «Сибирский клык»	– здесь живут настоящие ездовые собаки – сибирские хаски, камчатские ездовые лайки и аляскинские маламуты; – можно научиться самому управлять собачьей упряжкой и совершить первое самостоятельное путешествие на нартах, запряженных 4-8 собаками, протяжённостью от 14 до 20 км	Елизовский район, ул. Цветочная 14

Составлено автором

В таблице 3 представлен основные этнодеревни края, каждая из них уникальна по своему, их целью является познакомить туристов с аутентичной культурой региона.

Основой гастрономического туризма как объектов, предоставляющих услугу питания, выступают предприятия общественного питания. Проведённый анализ показал, что в Камчатском крае официально зарегистрировано около 200 заведений, однако только 168 предприятий имеют контактную информацию. Из них большая часть находится в столице – городе Петропавловске-Камчатском (118 ед.) (рис. 1) [7].

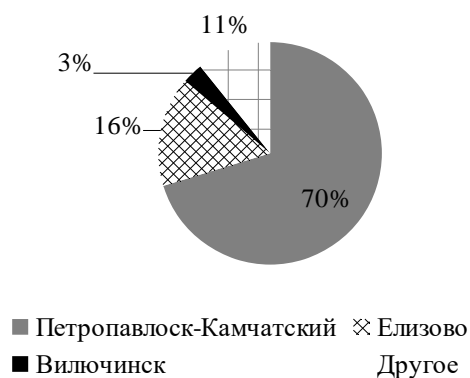


Рис. 1. Количество предприятий общественного питания в Камчатском крае

Составлено автором

На рисунке 1 можно заметить, что в Петропавловске-Камчатском больше всего предприятий питания (70 %), на втором месте город Елизово (16 %), в остальных селах и поселках Камчатского края в разных количествах (14 %).

Говоря о предприятиях общественного питания, отметим, что в столице региона большая часть – это кафе (33 ед.). На рисунке 2 представлены данные по типам предприятий питания в Петропавловске-Камчатском.

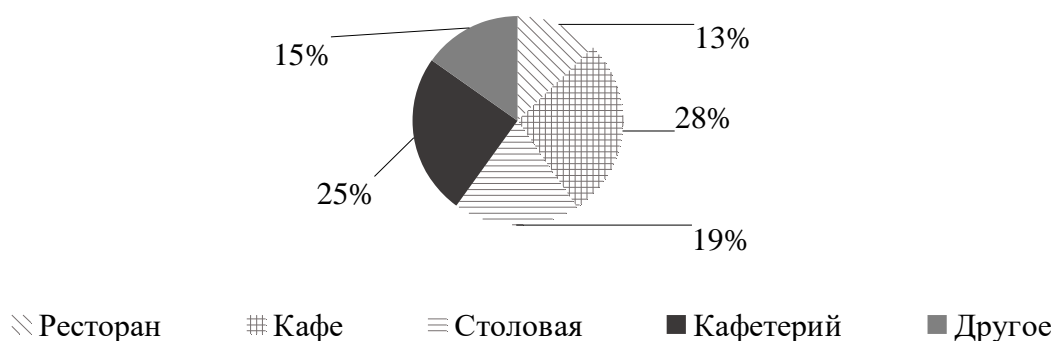


Рис. 2. Предприятия общественного питания г. Петропавловска-Камчатского

Среди предприятий столицы 28 % – это кафе, кафетериев – 25 %, столовых – 19 %, а ресторанов – 13 %.

Анализ предприятий показал, что чаще всего в меню представлена смешанная кухня, то есть представлены сразу несколько видов кухонь, к примеру: русская и европейская, кавказская и европейская.

Если говорить о региональной кухне, то важно упомянуть, что понятия «камчатская кухня» как отдельного термина нет. Однако, на наш взгляд, камчатской кухней можно назвать совокупность кухонь коренных народов (коряков, ительменов, эвенов, чукчей) и жителей региона, проживающих на территории полуострова Камчатка, включающая в себя блюда из таких продуктов, как мясо и мясные субпродукты (оленья, северного барана, медведя и морских млекопитающих), рыба и морепродукты, а также трава и ягоды [8].

Учитывая результаты прошлых исследований, меню предприятий питания в крае были проанализированы на предмет использования ингредиентов камчатской кухни. Так, на ресторанном рынке Камчатского края всего 6,5% предприятий предлагают блюда с использованием аутентичных региональных продуктов [8]. Большинство из них располагаются в Петропавловске-Камчатском, 1 ресторан в Елизово, а оставшиеся находятся в загородной зоне в селе Паратунка (табл. 4) [9].

Проанализировав предприятия, где представлена локальная кухня (табл. 4), можно сказать, что среди всех заведений в большем количестве блюда местной кухни представлены в ресторанах «Два моря, океан» и «Сан-Марино» в Петропавловске-Камчатском, а также в ресторанах «Беринг» и «MISHKA» в селе Паратунка.

## Примеры предприятий локальной кухни Камчатского края

Название предприятия	Специализация	Примеры блюд	% исп-ия региональных продуктов	Средний чек, руб.	Адрес
Ресторан «Беринг»	Локальная кухня	– тартар из гребешка с облепихой – салат «Беринг» – фаланга краб с соусом Ахи	78,05	2 000	Елизовский район, с. Паратунка, ул. Речная 16
Ресторан «MISHKA»	Русская, европейская, авторская	– крем суп «Камчатка» из краба и водорослей – кальмар командорский	65,71	2 500	Елизовский район, с. Паратунка, ул. Невельского 6/2
Ресторан «Лось Лосось»	Русская, европейская	– сельдь олюторская с картофельным галетом – пельмени с красной рыбой с соусом белое вино	26,82	1 800	Елизовский район, с. Паратунка, ул. Невельского 8
Ресторан «Сан Марино»	Локальная, средиземно-морская кухня	– закуска из сала лахтака на вулканическом хлебе, с настойкой из жимолости – скобянка из тихоокеанской кукумарии со сметаной и черемшой	55,05	3 500	Петропавлрск-Камчатский, ул.Карда Маркса 29/1
Ресторан «Два моря, океан»	Рыбная кухня	– паштет из осьминога – эклер с палтусом; – ризотто «Халатырский пляж»	80,89	2 500	Петропавлоск-Камчатский, ул. Озерновская Коса 11

Составлено автором

В 2023 году открылись новые предприятия общественного питания, среди них: ресторан «Сыр-Да-Лава»; ресторан «Нерка.Рыба красная»; кафе «Ranta»; кафе-пекарня «Миндаль»; Pan Asian Bistrot «Рыба на суше»; кофейня и сувенирная мастерская «Всё связано»; кондитерская M&K pastry shop; кафе Gastro Reis; бар-музей Васи Ложкина; ресторан «Беринг»; бар «33/45» [10].

**Выводы.** Подводя итоги, хотим отметить, что нами было выяснено, какие гастрономические туры уже существуют в Камчатском крае; узнали, что однодневных гастро экскурсий и мастер-классов в регионе на данный момент не существует; выяснили общую информации об одном мероприятии «Гастрокэмп Камчатка»; проанализировали кухни народов, проживающих на Камчатке, а также узнали, как этнодеревни существуют в Камчатском крае, после были проанализированы все предприятия общественного питания Камчатского края, выяснено, что в регионе около 200 заведений, среди которых о 168 имеется контактная информация. Также мы увидели, что большая часть предприятий питания сосредоточены в столице края. Изучили все рестораны и кафе, в меню которых есть позиции, основанные на местных продуктах, то есть блюда «камчатской» кухни. Выяснили, какие предприятия начали свою работу в 2023 году. Провели пилотное исследование, в котором выяснили, какие региональные кухни известны респондентам, также получили данные, что около 80% опрошенных считают, что камчатская кухня имеет право быть среди региональных кухонь Российской Федерации.

1. Гастрономический тур на Камчатке – Текст: электронный. – URL: <https://vkuskamchatki.ru/gastrotour#rec407968669>

2. Тур «Путешествие со вкусом». – Текст: электронные // Kamchatka travel company grand – Текст: электронный. – URL: <https://kamchatkaland.ru/tour/gastronomicheskiy-tur>

3. «Гастрокэмп 2023» стартовал на Камчатке – Текст: электронный. – URL: <https://kamgov.ru/news/gastrokemp-2023-startoval-na-kamchatke-64514>

4. Коренное население Камчатки. – Текст: электронный. – URL: <https://fb.ru/article/252240/korennoe-naselenie-kamchatki> (дата обращения: 05.11.2023 г.)

5. Традиционная кухня Камчатки. – Текст: электронный. – URL: <https://sgastronomy.ru/tradicionnaya-kukhnya-kamchatki/>

6. 10 мест для этнографического туризма на Камчатке. – Текст: электронный. – URL: <https://mishka.travel/blog/index/node/id/3897-10-mest-dlya-etnograficheskogo-turizma-na-kamchatke/>

7. 2GIS. – Текст: электронный. – URL: <https://info.2gis.com/>

8. Труды Всероссийской научно-практической конференции творческой молодежи с международным участием (Хабаровск, 18–21 апреля 2023 г.) / под ред. И.В. Игнатенко. – Хабаровск: Издательство ДВГУПС, 2023. – 599 с

9. Где поесть. – Текст: электронный. – URL: <https://visitkamchatka.ru/food/>

10. Официальный ответ Министерства туризма Камчатского края, 2023.

УДК 379.85

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ САХАЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ пгт. ЮЖНО-КУРИЛЬСК)

**А.В. Браславцева**, бакалавр  
**А.Ю. Кононов**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** *Современные тенденции развития индустрии туризма и непосредственно сферы общественного питания, растут с каждым годом, при этом, многие из уже существующих гибко подстраиваются под пожелания потребителей и их интересы. Так, например, в связи с тем, что на сегодняшний день получил большую популярность гастрономический туризм, многие предприятия питания, особенно рестораны и кафе, организуют на своей площадке различные гастрономические фестивали, шоу и мастер-классы, тем самым, привлекая все большее количество, как простых посетителей, так и целых туристических групп.*

**Ключевые слова:** *современные тенденции, гастрономический туризм, рестораны и кафе, гастрономические фестивали.*

## THE CURRENT STATE OF DEVELOPMENT OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES IN THE REGION (ON THE EXAMPLE OF THE SAKHALIN REGION)

**Abstract.** *Modern trends in the development of the tourism industry and the catering sector itself are growing every year, while many of the existing ones flexibly adapt to the wishes of consumers and their interests. For example, due to the fact that gastronomic tourism has become very popular today, many catering enterprises, especially restaurants and cafes, organize various gastronomic festivals, shows and master classes on their site, thereby attracting an increasing number of both ordinary visitors and entire tourist groups.*

**Keywords:** *modern trends, gastronomic tourism, restaurants and cafes, gastronomic festivals.*

Сахалинская область на сегодняшний день с точки зрения развития туризма все чаще привлекает внимание. Конечно, это обусловлено тем, что данный регион обладает туристскими ресурсами, в том числе и природными условиями для создания и реализации различных туристических маршрутов и видов туров. Более того, по официальным статистическим данным, которые были представлены на начало 2024 года, в Сахалинской области реализуют свою деятельность в сфере туризма:

- 150 туристических организаций;
- 34 туроператора;
- 90 туристских маршрута.

О.С. Ким и Л.Х. Назарова в работе, посвященной характеристике возможностей Сахалинской области для развития сферы туризма и привлечения туристов в регион, утверждают, что природно-рекреационные ресурсы в регионе, сосредоточены в большинстве своем за пределами областного центра. Практически каждое муниципальное образование обладает определенными рекреационными и туристскими ресурсами и способно развивать у себя наиболее востребованные направления туризма – экологический, этнографический, культурно-исторический, бальнеологический, спортивный и другие виды туризма [1].

Для того чтобы наглядно подтвердить мнение об активном развитии туризма и привлечении все большего туристского потока на территорию Сахалинской области, мы проанализировали статистические данные и отразили их на следующем графике.

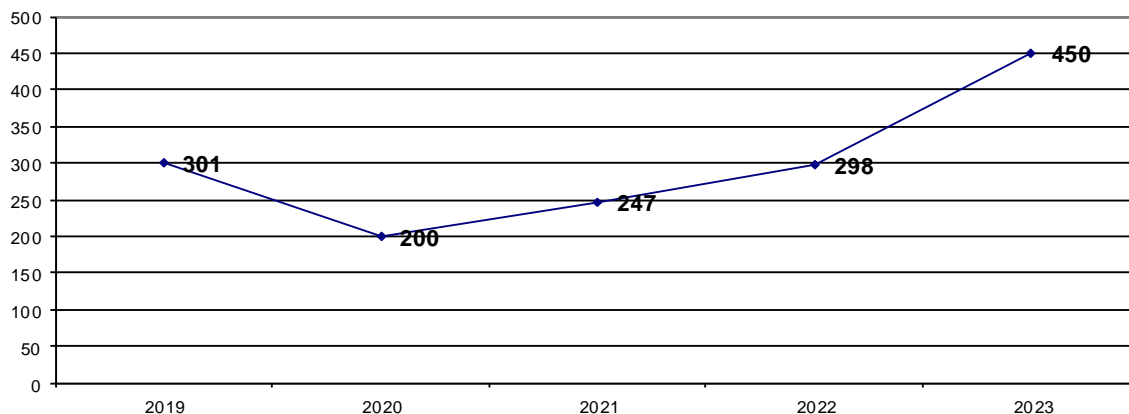


Рис. 1. Динамика туристского потока в Сахалинскую область в период с 2019–2023 гг.

Конечно, в 2020 году, исходя из представленных данных, наименьший показатель туристических поездок в регион, однако, это объясняется объективными причинами закрытия некоторых территорий и в целом ограничение передвижений по стране в период пандемии. Тем не менее, несмотря на достаточно сильное падение объема туристских поездок в 2020 году, уже по итогам 2021 года можно видеть положительную динамику, которая сохраняется по настоящее время. Даже более того, по итогам 2023 года мы видим колоссальный скачок в количестве поездок, которые совершили туристы в данный регион.

Одним из важнейших элементов инфраструктуры для развития индустрии туризма является сфера предприятий общественного питания. Что же касается индустрии общественного питания в Сахалинской области, то здесь всего насчитывается на конец 2023 года, по официальным данным росстата, 414 объектов. Все предприятия общественного питания Сахалинской области включают в себя разные его типы: кафе, рестораны, столовые и другие.

Таблица 1

#### Оборот общественного питания Сахалинской области за 2023 год

Месяц	Оборот, млн руб.	Соотношение к показателям прошлого года, %
Январь	822,0	85,7
Февраль	812,1	86,7
Март	945,5	92,2
Апрель	897,8	97,6
Май	919,5	99,3
Июнь	1022,3	107,8
Июль	988,3	93,1
Август	1028,1	100,0
Сентябрь	1027,3	99,5
Октябрь	1007,3	103,7
Ноябрь	980,6	98,6
Декабрь	1078,3	101,5

Таким образом, видно, что среднее соотношение составило 97,14%, при этом положительная динамика наблюдалась 3 месяца, отрицательная – 8 месяцев, 1 месяц соотношение составило ровно 100%.

Изучая статистические данные Министерства торговли и продовольствия Сахалинской области, мы выявили следующие количественные показатели в сфере общественного питания региона:

- в видовой структуре общедоступных предприятий общественного питания преобладают кафе и бары, общее количество которых составляет 395;
- в регионе функционируют 51 ресторан;
- 9 общедоступных столовых;
- 126 прочих предприятий общественного питания.

На сегодняшний день в поселке городского типа Южно-Курильска осуществляет свою деятельность несколько заведений общественного питания, помимо ресторана «Океан» (ООО «Сота»). Так, например, можно назвать следующие:

- кафе-пекарня «Хлебный остров»;
- бургерная «Пит Стоп Бургер»;
- кафе-пиццерия «1+1».

Мы видим, что все представленные предприятия питания являются достаточно узкоспециализированными. Например, кафе-пекарня «Хлебный остров» в большей части включает в свое меню выпечку и горячие напитки (чай, кофе), а также направлена на производство и реализацию хлебобулочных изделий. В свою очередь бургерная «Пит Стоп Бургер» является точкой быстрого питания. Среди основных блюд меню представлены: бургеры, роллы, закуски, мягкое мороженое и молочные коктейли.

Что же касается кафе-пиццерии «1+1», то здесь мы также можем заметить, исходя из представленного меню, достаточно узкий выбор блюд:

- Японская кухня.
- Пицца в ассортименте.
- Авторская выпечка.
- Шаверма.

Таблица 2

#### Рейтинг предприятий общественного питания пгт Южно-Курильск на площадках – агрегаторах

Средний отзыв	2гис (из 5)	Яндекс (из 5)
Ресторан океан	3,9	3,7
кафе-пекарня «Хлебный остров»;	5	5
бургерная «Пит Стоп Бургер»;	3,5	2,9
кафе-пиццерия «1+1».	3,5	4,2

В таблице представлены рейтинги предприятий на двух площадках: 2гис, Яндекс. Данные площадки являются единственными ресурсами, на которых потребители могут в свободном доступе составлять отзывы о предприятии общественного питания пгт Южно-Курильск, а так же просматривать данные отзывы.

Определив современное состояние развития предприятия общественного питания в регионе, мы сделали вывод, что все представленные предприятия питания в поселке городского типа Южно-Курильска уступают по своим ресурсам ресторану «Океан». Это обусловлено тем, что «Океан» является ресторанным комплексом, который включает в себя разнообразие блюд, меню, а также наличие нескольких залов способствуют размещению большого количества гостей, в том числе и туристских групп

Были выявлены проблем в реализации стандартов обслуживания гостей в предприятии общественного питания, что послужило основой для разработки концепции совершенствования реализации стандартов обслуживания гостей в предприятии общественного питания и предложений по ее продвижению.

1. Ким О.С., Назарова Л.Х. Туризм и рекреационные возможности Сахалина и Курильских островов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 1. – С. 89-94.



2. Багирян В.А. Особенности развития современного рынка гостиничных услуг // Финансовые исследования. – 2020. – № 4 (65). – С. 72-77.

3. ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. – Москва: Стандартинформ, 2021. – 15 с.

УДК 7.091.4:82(571.63)

## ЛИТЕРАТУРНЫЕ ФЕСТИВАЛИ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

**А.В. Голишевская**, бакалавр  
**А.Ю. Кононов**, преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Литературные фестивали являются актуальным событийным мероприятием, который способствуют привлечению внимания к литературе как форме искусства, помогают сохранить и продвигать литературное наследие региона, а так также способствуют повышению культурного уровня общества, развитию творческих способностей и литературного вкуса у широкой аудитории.

**Ключевые слова:** Приморский край, событийные мероприятия, литературный фестиваль, литература.

## LITERARY FESTIVALS IN PRIMORSKY KRAI

**Abstract.** Literary festivals are an actual event events that helps to attract attention to literature as an art form, help to preserve and promote the literary heritage of the region, as well as contribute to raising the cultural level of society, developing creative abilities and literary taste among a wide audience.

**Keywords:** Primorsky Krai, event events, literary festival, literature.

Событийный туризм является широко распространенной и динамично развивающейся формой туризма, которая привлекает внимание миллионов людей по всему миру. Это связано с тем, что люди ищут уникальные и запоминающиеся опыты, которые позволяют им погрузиться в особую атмосферу и энергию мероприятий.

Стремительное развитие событийного туризма и его многочисленные классификации свидетельствуют о широте и многогранности данного направления. Одним из наиболее захватывающих и интеллектуальных вариантов событийного туризма являются литературные фестивали.

Литературный фестиваль – это культурное мероприятие, на котором собираются писатели, поэты, критики, издатели и читатели для обсуждения литературы, проведения литературных чтений, дискуссий, мастер-классов, выставок и других активностей, связанных с литературой. Целью литературного фестиваля является популяризация литературы, поддержка творческих людей и создание пространства для обмена идей и опытом.

Исходя из данных сайта EventsInRussia, который является проектом, поддержанный Министерством культуры РФ и Федеральным агентством по туризму – литературу выделяют как отдельную категорию событийного мероприятия наравне с гастрономией, спортом, музыкальными мероприятиями и другими видами

В последние годы Приморский край стал важным центром культурных и литературных событий, привлекающих внимание как местных жителей, так и туристов. Особое внимание уделяется разнообразию литературных фестивалей, которые не только способствуют популяризации литературы и искусства в регионе, но также создают уникальные площадки для обмена идей, литературных дебатов и творческого вдохновения.

Целью данной статьи будет рассмотреть разнообразие литературных мероприятий, которые проводятся в Приморском крае, описать основные литературные фестивали, их продолжительность, даты проведения, участников, программу и значение этих событий для литературной жизни региона.

В таблице 1 представлен перечень литературных мероприятий, проводимых в Приморском крае.

Таблица 1

### Литературные фестивали в городе Владивосток

Название фестиваля	Город проведения	Проходил ежегодно/ежемесячно/каждую неделю/разово	Месяц проведения	Длительность	Посещение платно/бесплатно
1. «ЛиТР» + «Красная площадь. Дальний Восток»	Владивосток/Находка	Ежегодно	Октябрь	3 дня	Бесплатно
2. Книжная выставка-ярмарка «Печатный Двор»	Владивосток	Ежегодно	Октябрь	3 дня	Бесплатно
3. Литературный семейный фестиваль «Читай, Владивосток!»	Владивосток	Разово	Июль	1 день	Бесплатно
4. Лютература	Владивосток	Каждую неделю	Все месяца	1 день	Платно
5. Море слов	Владивосток	Ежегодно	Май	6 дней	Бесплатно
6. Книжные маяки России	Владивосток	Разово	Август	3 дня	Бесплатно

Составлено автором

В результате поиска было выявлено 6 литературных мероприятий. Примечательно, что все они проходили в городе Владивосток, но в рамках фестиваля «ЛиТР» несколько лекций проводилось и в городе Находка. Насчет самих фестивалей стоит отметить, что «ЛиТР» ежегодный и самый масштабный фестиваль, проходящий в Приморском крае. «Печатный двор» представлен во всех афишах, как книжная выставка-ярмарка, но в программе данного мероприятия присутствуют лекции, матер-классы и другие элементы фестиваля, что дает возможность отнести её и к литературным фестивалям. «Читай, Владивосток!» проводился во Владивостоке разово и о нём мало что можно сказать. «Лютература» это магазин детской литературы, которая проводит мероприятия для детей и их родителей еженедельно. Данное мероприятие не совсем подходит для определения литературный фестиваль, но стоило включить её в список литературных мероприятий. «Море слов» поэтиче-ско-литературный фестиваль, что является одним из видов литературных мероприятий. Книжные маяки России – это межрегиональный сетевой библиотечно-издательский фестиваль развития чтения, книжной культуры и знаний для жизни, который прошёл в 15 городах России с 3 августа по 8 октября, в том числе и в городе Владивосток.

Для полноценного анализа стоит проанализировать программу данных литературных фестивалей.

Выясняется, что лекции и ярмарки являются стандартной практикой в рамках каждого фести-валя, соответствуя широко распространенным элементам других аналогичных событий, органи-зуемых по всей стране. Вторыми по популярности элементами в рамках этих мероприятий стано-вятся мастер-классы и дискуссии, которые часто проводятся в форме открытых столов. В дальней-шем по значимости идут концерты, обычно устраиваемые в день открытия фестиваля, конферен-ции, различные конкурсы и другие мероприятия. Следует отметить, что квесты, прогулки и бук-кроссинг отсутствуют на литературных фестивалях Приморского края. Из особенностей данных фестивалей стоит выделить детскую программу, предусмотренную в рамках фестиваля «Печатный двор», которая ранее не встречалась при анализе других фестивалей. Детская программа преду-смотрена на конкретно детских литературных фестивалях, а в культурно-познавательном литера-турном фестивале – впервые. Более того, на фестивале «Книжные маяки России» предоставляется возможность онлайн-трансляции очных лекций. Хотя многие фестивали осуществляют трансляции лекций на различные платформы, в Приморском крае из шести литературных фестивалей подоб-ной возможностью обладает лишь «Книжные маяки России» и «ЛиТР».

## Программы литературных фестивалей в Приморском крае 2022 год

Название фестиваля	Лекции	Мастер-классы	Конкурсы	Выставки	Тренинги	Квиз	Дискуссии/ Открытый стол	Ярмарка	Концерт	Квесты/прогулки	Конференции	Литературные чтения (открытый микрофон)	Буккроссинг
1. «ЛиТР» + «Красная площадь. Дальний Восток»	+	-	-	-	+	-	+	+	+	-	+	-	-
2. Книжная выставка-ярмарка «Печатный Двор»	+	+	+	+	-	-	+	+	+	-	+	-	-
3. Литературный семейный фестиваль «Читай, Владивосток!»	+	+	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
4. Лютература	+	+	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-	-
5. Море слов	+	+	+	-	-	-	-	+	+	+	-	+	-
6. Книжные маяки России	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-	+	-	-

Составлено автором

Таким образом, в результате проведенного анализа было обнаружено проведение шести фестивалей в Приморском крае, все они проходили во Владивостоке. Из них «ЛиТР», «Печатный двор» и «Море слов» проводятся ежегодно. «ЛиТР» является первым литературным форумом в регионе, его программа ежегодно пополняется новыми темами и спикерами. Основные элементы программы – лекции, мастер-классы, ярмарки и дискуссии. «Печатный двор» представляет собой книжную выставку с лекциями и мастер-классами, что также определяет его как фестиваль. У этого мероприятия культурно-образовательная направленность, а тематика связана с Приморским краем, его природой и выдающимися личностями. Основные элементы программы – лекции, конкурсы, выставки, ярмарка и концерты. Литературные фестивали в Приморском крае пользуются популярностью, о чем свидетельствует участие представителей из Москвы и Санкт-Петербурга в рамках ярмарки «Красная площадь» во время фестиваля «ЛиТР». Возможно, стоит ожидать проведения и других литературных фестивалей в Приморье, привлекающих участников из центральных регионов России.

Таким образом, в результате проведенного анализа было обнаружено проведение шести фестивалей в Приморском крае, все они проходили во Владивостоке. Из них «ЛиТР», «Печатный двор» и «Море слов» проводятся ежегодно. «ЛиТР» является первым литературным форумом в регионе, его программа ежегодно пополняется новыми темами и спикерами. «Печатный двор» представляет собой книжную выставку с лекциями и мастер-классами, что также определяет его как фестиваль. У этого мероприятия культурно-образовательная направленность, а тематика связана с Приморским краем, его природой и выдающимися личностями. Основные элементы программы – лекции, конкурсы, выставки, ярмарка и концерты. Литературные фестивали в Приморском крае пользуются популярностью, о чем свидетельствует участие представителей из Москвы и Санкт-Петербурга в рамках ярмарки «Красная площадь» во время фестиваля «ЛиТР». Возможно, стоит ожидать проведения и других литературных фестивалей в Приморье, привлекающих участников из центральных регионов России.

- 1 Литературный фестиваль ЛиТР – Текст: электронный. – URL: <https://litrfest.ru/?ysclid=Iramr248cg234182033>
- 2 Телеграмм канал литературного мероприятия Печатный Двор – Текст: электронный. – URL: <https://t.me/s/pechatnyudvor>
- 3 Литературный семейный фестиваль «Читай, Владивосток – Текст: электронный. – URL: [https://vladlib.ru/n18\\_07\\_22\\_5/?ysclid=Iramwgji7r110885630](https://vladlib.ru/n18_07_22_5/?ysclid=Iramwgji7r110885630)
- 4 Мероприятия в «Лютературе» – Текст: электронный. – URL: <https://primcult.ru/events/15461/meropriyatiya-v-lyuterature?ysclid=Iramxt3ceb906285867>
- 5 Молодежный поэтический фестиваль «Море слов – Текст: электронный. – URL: <https://visit-primorye.ru/events/vladivostok/molodezhnyu-poeticheskiy-festival-more-slov/?ysclid=Iramyho3cb343099229>
- 6 Фестиваль книжной культуры «Книжные маяки России – Текст: электронный. – URL: <https://primcult.ru/events/20095/festival-knizhnoi-kultury-knizhnye-mayaki-rossii?ysclid=Iramzd2v3s167203218>
- 7 Национальный календарь событийных мероприятий – Текст: электронный. – URL: <https://eventsinrussia.com/events?GlobalProject=&Region=&Tag=&Start=&End=>

УДК 7.097

## АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМИ ЖАЛОБАМИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

**А.И. Зайцева, И.В. Григорьевская, бакалавры**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** Анализ жалоб помогает выявить слабые места в обслуживании, качестве блюд, чистоте заведения, профессионализме персонала и других аспектах работы ресторана. Это позволяет улучшить качество обслуживания, повысить удовлетворенность клиентов и укрепить репутацию заведения.

**Ключевые слова:** жалоба, гостеприимство, конфликт, правила общения, принести извинения.

## ANALYSIS AND MANAGEMENT OF CUSTOMER COMPLAINTS IN THE RESTAURANT BUSINESS

**Abstract.** Analyzing complaints helps identify weaknesses in service, food quality, cleanliness of the establishment, professionalism of staff, and other aspects of restaurant operations. This allows for improving service quality, increasing customer satisfaction, and strengthening the reputation of the establishment.

**Keywords:** complaint, hospitality, conflict, communication rules, offering apologies.

Актуальностью данной темы является то, что клиентские жалобы в ресторане помогают улучшить качество обслуживания, повысить уровень удовлетворенности гостей, поддерживать хорошую репутацию и оставаться конкурентоспособным на рынке общественного питания. Кроме того, анализ клиентских жалоб помогает формировать стратегию управления качеством обслуживания, обучать персонал и создавать более благоприятную атмосферу в заведении.

Целью данной работы является выявить основные проблемы в ресторане, из-за которых возникают конфликты и, как следствие, приводят к жалобе, а также, проанализировать типы гостей и понять какой подход нужен к посетителю ресторана, чтобы предотвратить жалобы в ресторане.

В процессе работы над поставленными задачами использовался метод анализа.

Развитие термина «гостеприимство» началось с древней традиции странников «преломлять хлеб», происходит от старофранцузского слова «hospice» (хоспис), что означает место для путников. Гостеприимство — свойство радушного человека. Это система обслуживания людей в отдалении или вдали от дома, объединяющая туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, отдых, развлечения, конференции, выставки и образование в области гостеприимства. В своей работе я хочу разобрать ресторанный бизнес, а именно коммуникация с гостями и конфликты, которые могут возникать в ходе обслуживания.

Конфликты на предприятиях, таких как рестораны и бары, могут действительно возникать из-за несоответствия ожиданий гостей и реального обслуживания. Это может быть вызвано различными факторами, включая недопонимание, недостаточное внимание к потребностям гостей, ошибки в обслуживании или даже просто различия в ожиданиях.

Для успешного разрешения конфликтов и создания позитивного опыта для гостей, сотрудники предприятия должны обладать навыками эмпатии, терпимости, умением слушать и понимать потребности клиентов. Важно помнить, что каждый гость уникален и может иметь разные ожидания от посещения заведения.

Следует также учитывать, что конфликты неизбежны, но важно уметь эффективно управлять ими. Это включает в себя:

- 1) слушание и понимание точки зрения гостя;
- 2) предложение вариантов решения проблемы;
- 3) готовность признать ошибку и предложить компенсацию, если это уместно;
- 4) поддержка со стороны руководства предприятия и коллег.

Обучение сотрудников навыкам работы с конфликтами и повышение их профессионализма поможет создать атмосферу доверия и уважения как к гостям, так и к коллегам, что в конечном итоге приведет к повышению уровня сервиса и удовлетворенности клиентов.

Перед тем, как перейти к более детальному разбору, а именно, как работать с конфликтами с целью получить выгоду для предприятия, нужно ознакомиться с понятием конфликт, его виды и основные причины их появления в процессе обслуживания.

Конфликт – это столкновение интересов или точек зрения между сторонами. Различные науки и практики изучают конфликты. В философии конфликт – это проявление противоречий, а в социологии – процесс развития и разрешения противоречий между людьми.

Разрешение конфликтов с клиентами и работа с их жалобами – не самая приятная часть обязанностей сотрудников. Изучение конфликтов в сфере гостеприимства имеет решающее значение для улучшения работы и развития данной отрасли по нескольким причинам.

*Таблица 1*

#### **Разрешение конфликтов с клиентами**

Повышение производительности	Понимание типов конфликтов и их источников позволяет разрабатывать стратегии для предотвращения конфликтных ситуаций, что способствует улучшению производительности персонала и качества обслуживания.
Сохранение репутации	Рассмотрение конфликтных ситуаций и их решение помогает предотвращать негативные отзывы и сохранять репутацию ресторана, что важно для привлечения и удержания клиентов.
Улучшение рабочей атмосферы	Глубокое изучение конфликтов позволяет создать механизмы обратной связи и программы обучения в целях улучшения коммуникации, работы в команде и профессионального развития сотрудников.
Управление рисками	Анализ конфликтов позволяет определить риски, связанные с обслуживанием гостей и управлением персоналом, а также разработать стратегии для их уменьшения.
Улучшение опыта в работе с гостями	Анализ конфликтов между персоналом и клиентами позволяет выявить проблемные ситуации и разработать методы их решения, что в свою очередь повышает уровень удовлетворенности клиентов.

По источникам и причинам возникновения конфликты делятся на объекты и субъекты. В первом случае конфликт способен развиваться вне воли и желания его участников, просто в силу складывающихся в организации или его подразделения обстоятельств. Но конфликтная ситуация может создаваться также из-за мотивов поведения, преднамеренных устремлений того или иного субъекта социальных связей. Объектом столкновения выступает конкретная материальная или духовная ценность, к обладанию которой стремятся конфликтующие стороны. Им может быть имущество, должностная вакансия или размер оплаты труда – все то, что представляет собой предмет личных, групповых или общественных интересов. Субъекты конфликта – работники организации со своими потребностями, интересами, мотивами и представлениями о ценностях.

Изучение конфликтов важно для формирования политики и управления ресторанным бизнесом, что может повысить эффективность и репутацию. Овладение навыками сервисной речи и избегание конфликтогенных слов при решении проблем также играют значительную роль.

Сервисная речь важна в ресторанном бизнесе, создает уютную атмосферу и повышает качество обслуживания, но может содержать слова-конфликтогены. Конфликтоген – это фактор, способный вызвать конфликт из-за различий между людьми. В данной таблице указаны фразы, которые могут спровоцировать конфликт, а также, сервисный вариант, как правильно они должны звучать.

Таблица 2

### Конфликтогены и сервисный вариант их устранения

№	Фразы-конфликтогены	Сервисный вариант
1	«Ничем не могу помочь»	«С этим вопросом Вам сможет помочь...»
2	«У нас этого нет»	«К сожалению, этого варианта нет, но я могу Вам предложить...»
3	«Я не знаю»	«К сожалению, не могу решить ваш вопрос. Мне нужно... минут, чтобы уточнить у руководства и решить вашу проблему»
4	«Вы же сами...» (заказали, попросили)	«Все эти фразы должны быть исключены из речи сотрудников. Если необходимо напомнить, что гость сам ранее сделал определённый заказ, то вежливо и в хронологическом порядке вспоминаем все действия: “Помните, мы с вами обсудили ваш заказ и вы решили, что лучше будет...»
5	«Я вам говорила, что нужно по-другому»	
6	«Я не понимаю, что вы хотите»	
7	«Вы не понимаете»	
8	«Вы ошибаетесь»	
9	«Вы не разбираетесь»	
10	«Вы неправильно поняли»	
11	«Вы сами перепутали»	

Сотрудник ресторана или гостиницы должен уметь определять тип гостя и соответственно реагировать на его поведение в конфликтной ситуации. Гости могут выражать свои недовольства разными способами: жаловаться менеджеру, ограничивать потребление услуг или принимать меры, чтобы нанести ущерб организации. Важно понимать, как вести себя с каждым типом гостей, чтобы эффективно разрешить конфликтную ситуацию. Сейчас мы их разберем.

Таблица 3

### Типы гостей и меры по разрешению конфликтов

№	Тип гостя	Характеристика	Правила общения
1	Агрессивный	Это человек, который ведет себя шумно, активно жестикулирует, привлекает к себе внимание других гостей. Как правило, он не слышит аргументов и не готов к конструктивному диалогу.	Извиниться, оценить ситуацию, локализовать конфликт, не допускать разрастания. Использовать фразы «Я Вас понимаю», «Прошу прощения». Соблюдать расстояние, проявлять эмпатию. Избегать слов-конфликтогенов, игнорирования. Подкреплять слова мимикой, жестами. Узнать альтернативу решения проблемы.
2	«Родитель»	Такие гости любят контролировать весь процесс обслуживания: подача меню, принятия заказа, сервировка стола, приготовление блюд и напитков и так далее. Зачастую такие действия сопровождаются фразами: «В том ресторане сервис лучше...», «В Европе работают по-другому...».	Не спорить, выполнить просьбу гостя, кроме нарушения законов, правил заведения, этики. Благодарить за интерес и передать пожелания руководству.

№	Тип гостя	Характеристика	Правила общения
3	«Ребёнок»	Как правило, жалобы у таких гостей, не сформулированы чётко. «Ужасное меню! Есть нечего!». Трудность в общении с такими гостями заключается в следующем, когда сотрудник задаёт конкретный вопрос, чтобы узнать суть проблемы, то конкретики не получает. Обычно гости говорят: «Ничего! Всё плохо».	Не спорить, проявлять эмпатию, задавать закрытые вопросы и не бояться задавать их много.
4	«Хитрый»	Такие гости любят скидки, комплименты или что-то бесплатное. И зачастую они сами провоцируют конфликт. К примеру, съели блюдо и по итогу сказали, что оно было невкусным или придумывают различные ухищрения, чтобы не платить за услугу, поэтому таких гостей бывает очень сложно в чём-то убедить.	Использовать правило Гомера (аргументы), правило Сократа (задавать два вопроса на «да»). Не принижать статус гостя.
5	«Взрослый»	Такой гость рационально оценивает ситуацию, готов к поиску альтернативы, через диалог.	Не менять тему, предложить разумное решение на основе общих ценностей, разрешить конфликт через сотрудничество, признать проблему, не допускать смену темы, предложить решение.

В результате исследования межличностных отношений, в ресторане «Рубин», который находится в городе Южно-Сахалинск, ул. Венская, д. 3, выявлены межгрупповые конфликты, которые возникают между группами сотрудников одного подразделения. Каждая из сторон в межгрупповом конфликте использует противостояние между конфликтующими сторонами для собственного сплочения, получая ощутимый психологический выигрыш от сознания собственной правоты на фоне «очевидной» неправоты другой стороны. Так же конфликты возникают между сотрудниками и гостями ресторана, зачастую это происходит из-за того, что линейные сотрудники не знают, как себя вести в конфликтных ситуациях.

На предприятии недостаточно развита социальная сфера, что приводит к недостаточной мотивации и конфликтам. Кадровой службе необходимо совместить желания персонала с потребностями организации для стимулирования активности, удовлетворенности и снижения конфликтов. На основании вышеизложенного можно выявить следующие проблемы:

- 1) недостаточное внимание управления персоналом к социально-психологическому климату;
- 2) неэффективные методы разрешения конфликтов;
- 3) отсутствие методов разрешения конфликтов с гостями;
- 4) неумение персонала решать проблемы самостоятельно из-за низкого уровня знаний.

Для использования более эффективных методов урегулирования конфликтов руководству ресторана «Рубин» рекомендуется использовать структурные методы урегулирования конфликтов, возникающих между сотрудниками организации. Руководству ресторана рекомендуется внедрить систему разъяснений к работе. Разъяснение требований к работе является одним из эффективных методов управления и предотвращения конфликтов. Каждый специалист должен четко представлять, какие результаты от него требуются, в чем состоят его обязанности, ответственность, пределы полномочий, этапы работы. Метод реализуется в виде составления соответствующих должностных инструкций (описаний должности), распределения прав и ответственности по уровням управления.

На предприятии имеют место конфликты между персоналом и гостями ресторана «Рубин», это связано с не разрешением конфликтов «на местах». Руководству ресторана прилагается:

Во-первых, рекомендуется наладить плотную связь между обслуживающим персоналом и администратором заведения.

Во-вторых, менеджеру ресторана рекомендуется разработать систему мероприятий поощрения и наказания своих сотрудников. То есть, разработать и применять систему «кнута и пряника».

В-третьих, на данном предприятии существует такая проблема как не умение обслуживающего персонала разрешать возникающие конфликтные ситуации на «местах». Персонал не обучен и не

умеет урегулировать конфликты, возникающие с гостями ресторана «Рубин». Поэтому необходимо обучение персонала посредством тренинга.

Таким образом, для избежания конфликтов в производственной среде необходимо постоянно улучшать систему управленческих отношений, учитывая признаки конфликта: восприятие ситуации как конфликтной, неделимость объекта конфликта и стремление участников продолжать конфликт для достижения своих целей.

1. Анохина Г. Б. «HoReCa. Учебник по сервису. От стандартов к мастерству». – Москва, 2021.
2. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве / пер. с англ.– Москва, 2017
3. Щепетова И.В. Учебник ресторатора. – Москва, 2020.
4. Михайлова Н.К. История гостеприимства: учебное пособие для вузов. – Москва: Лань, 2023.

УДК 332

## КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ КОРЕННЫХ НАРОДОВ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Д.В. Коткова, И.В. Григорьевская, бакалавры

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** Значение культурного наследия очень велико как для общества в целом, так и для каждого человека в отдельности. Становление личности невозможно без знания традиций и опыта предков. Сохранение объектов наследия и их приумножение – важная задача каждого поколения. Это обеспечивает духовный рост и развитие человечества.

**Ключевые слова:** культурно-историческое наследие, коренные народы, буряты, история, этнический туризм.

## CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF THE INDIGENOUS PEOPLES OF THE TRANS-BAIKAL TERRITORY AS A RESOURCE FOR TOURISM DEVELOPMENT

**Abstract.** The importance of cultural heritage is very great both for society as a whole and for each individual. The formation of a personality is impossible without knowledge of the traditions and experience of the ancestors. The preservation of heritage sites and their enhancement is an important task for every generation. This ensures the spiritual growth and development of mankind.

**Keywords:** cultural and historical heritage, indigenous peoples, Buryats, history, ethnic tourism.

Актуальность темы заключается в том, что культурно-историческое наследие коренных народов является неотъемлемой частью социокультурной деятельности в современном обществе.

Цель данной работы заключается в исследовании культурно-исторического наследия коренных народов Забайкальского края.

Для цели были поставлены следующие задачи:

– изучить культурно-исторические ресурсы их классификацию, характеристики и особенности формирования.

– охарактеризовать коренные народы Забайкальского края их национальные особенности и культурные обычаи.

– проанализировать туристские объекты культурно-исторического наследия коренных народов Забайкальского края.

– провести анализ спроса и предложения этнических туров в Забайкальском крае.

– разработать рекомендации по посещению определенного объекта.

В процессе работы над поставленными задачами использовались методы анализа, анкетирования, статистического анализа, контент-анализа.



В комплексе рекреационных ресурсов особое место занимают культурно-исторические ресурсы, представляющие собой наследие прошлых эпох общественного развития.

Среди культурно-исторических объектов ведущая роль принадлежит памятникам истории и культуры, которые отличаются наибольшей привлекательностью и на этой основе служат главным средством удовлетворения потребностей познавательно-культурной рекреации [1].

Памятники истории представлены на рис. 1.

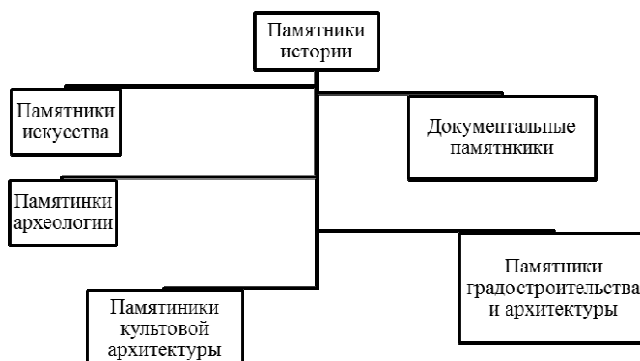


Рис. 1. Памятники истории

Сейчас, в период возрождения религиозности, паломничества становятся очень актуальными. Путешествия к культовым комплексам могут осуществляться разными группами с разными целями. Различают несколько форм таких путешествий, которые представлены на рис. 2.



Рис. 2. Виды путешествий к культовым комплексам

При посещении святых мест огромную роль играет сохранение исторического ландшафта. С этой целью предполагается организация рекреационных природно-исторических монастырских парков, включающих территории монастырей и прилегающих окрестностей.

Также к культурным памятникам относятся памятники и другие памятники, которые находятся в табл. 1.

Таблица 1

### Культурные памятники, пример и характеристика

Культурные памятники	Характеристика	Пример
Памятники светской архитектуры	Включают в себя городскую застройку – гражданскую и промышленную, а также загородные дворцово-парковые ансамбли.	Из наиболее древних сооружений до наших дней сохранились кремли и боярские палаты. Городская архитектура обычно представлена дворцовыми сооружениями, зданиями административного назначения (присутственные места, торговые ряды, дворянские и купеческие собрания, дома губернаторов), зданиями театров, библиотек, университетов и больниц, которые зачастую строились на средства меценатов по проектам знаменитых зодчих.

Культурные памятники	Характеристика	Пример
Памятники промышленной архитектуры	Относятся здания фабрик и заводов, рудники, каменоломни и другие сооружения.	Загородная архитектура представлена усадьбами и дворцово-парковыми ансамблями. Например, Петродворец и Павловск в окрестностях Санкт-Петербурга, Архангельское и другие в Подмосковье.
Этнографические памятники	Объекты этнографии, народные промыслы и ремесла, центры декоративно-прикладного искусства. Это либо музейные экспозиции в краеведческих музеях, музеях народного быта и деревянного зодчества, либо существующие поселения, сохранившие особенности традиционных форм хозяйствования, культурной жизни и обрядов, присущих данной местности.	Музейные экспозиции содержат коллекции народных костюмов, предметов крестьянского быта и народного творчества, характерных для населения определенных регионов. Они знакомят туристов с историческим прошлым.
Народные промыслы	Относятся к древнейшим видам искусства. Их корни лежат в крестьянском быту. Некоторые виды художественных промыслов зародились в церковном искусстве и в дворянской помещичьей культуре. В крестьянском быту берут свое начало ручное узорное вязание.	С деревенскими ремеслами связаны кузнечное дело, плотницкая резьба по дереву, набойка на тканях, многие виды гончарного дела.

Мировая практика показывает, что культурно-историческое наследие коренных народов может удовлетворить целый ряд потребностей человека, особенно духовных. Такой туризм является одним из возможных стратегических направлений сохранения и развития экономики традиционного хозяйства, культурного наследия.

На территории Российской Федерации проживают более 190 народов, каждый из которых имеет свою культуру, язык, традиции, ремесла, но, к сожалению, этот потенциал почти не раскрыт.

У этнического туризма на сегодняшний день существуют прекрасные перспективы для развития, так как сегодня спрос на необычные места отдыха только растёт.

В результате сложных исторических процессов, в Забайкалье, занимающем территорию различных природных зон, сложилась своеобразная этническая ситуация. Находясь в глубине Евразии, этот край стал своеобразным «домом» для многих народов.

Ландшафтное разнообразие Забайкалья – это возможность заниматься различными видами хозяйственной деятельностью стали причиной длительного, относительно бесконтактного проживания на его территории разных народов и обеспечили этническое многообразие региона [2].

Коренным населением Забайкалья являются буряты. Юг Забайкалья был заселен различными монголоязычными племенами, которые впоследствии сформировали бурятский этнос. Этнические группы Забайкальского края представлены на рис. 3.



Рис. 3. Этнические группы Забайкальского края

Каждый этнос сохранял или стремился занять свою экологическую нишу. На территории Забайкальского края проживают 8 родов хоринских бурят, что является основной частью населения бурят в этом регионе.

Важное отличие байкальских бурят и хоринских бурят является, то, что хори-буряты наиболее полно сохранили традиции и обычаи. В настоящее время хори-буряты до сих пор проводят обряды, связанные с различными мероприятиями, в то время как байкальские буряты стали забывать традиции и следовать им. Хори-буряты также сохраняют диалект, который является сложным для выговаривания [3].

Таблица 2

### Праздники хорибурят и их характеристика

Праздник	Характеристика
Сагаалган	В ночь накануне Нового года по лунному календарю в дацанах (монастырях) проходят молебны и службы в честь божеств с пожеланиями мира и благополучия, успехов в делах, а также в память об усопших. В последний день уходящего года во многих буддийских храмах разводят ритуальный костер «дугжууба» с подношением божеству. Считается, что в огне сгорают болезни, неприятности, несчастья и злые помыслы.  Примерно в 4–5 утра буряты уже бодрствуют. После пробуждения буддисты молятся, делают подношения богам и отправляются на торжественный молебен [4].
Свадьба	Сговор (хуралта) – является началом сватовства, соглашения между родителями обеих сторон вступить в родственные отношения.  Обряд «Умыкание» невесты. Тайные браки заключались путем похищения невесты, существовало мнимое похищение или брак «убегом», и насильственный увоз невесты без ее согласия.  Обряд «тухэрээн», которого заключался в угощении рода невесты родом жениха. На открытом месте, где разжигался костер. К этому месту выносились в деревянных корзинах мясо, привезенное стороной жениха, тарасун (молочная водка).  Обряд «хунжэлэй найр». В этой части свадебных обрядов участвовали обе стороны, со стороны жениха требовалось готовые выделанные овечьи шкуры, сторона невесты кроила и шила одеяло. Когда одеяло было готово, его вывешивали на заборе для всеобщего обозрения и оценки. Девичник или проводы невесты «басаганай наадан». «Бэрийн мургэл» – обряд поклонения невесты. Это поклонение невесты духам-покровителям, божествам (бурханам) семьи жениха, поклонение старейшинам, матери и отцу жениха, а также их родовому очагу [5].
Сурхарбан	Национальный бурятский праздник в виде состязания, позволявший выявлять сильнейших мэргэнов (стрелков из лука), батаров (борцов) и хулэков (наездников).  Традиционно состязание начиналось со стрельбы из лука по сурам (кожаным цилиндрическим подушечкам, набитым шерстью диких коз). Участники соревнования выходили на рубеж попарно. Стрельба начиналась с расстояния в 30 луков, затем в 20 луков и продолжалась до полного выбивания суров из зурахая. Длина лука равнялась 160 сантиметрам.

Важными элементами культуры Забайкальского края является и предметы быта, которые представлены в табл. 3.

Таблица 3

### Элементы культуры Забайкальского края

Элементы культуры	Характеристика
Традиционная народная одежда	Одежда традиционных костюмов обычно изготавливается из натуральных материалов, таких как шерсть, лен, хлопок и шелк. Одежда для мужчин и женщин имеет свои особенности и отличается по дизайну и украшениям. У каждого народа в крае есть свой уникальный национальный костюм, который отражает их историю и культуру. Бурятский наряд, например, известен своими красочными вышивками и украшениями.
Бурятская вышивка	Это уникальное искусство, которое передается от матери к дочери. Каждый рисунок на вышивке имеет свой сакральный смысл и символику.
Традиционная кухня	Одним из самых известных блюд в регионе является буряадский бууза. Это маленькие пельмени, приготовленные из теста, внутри которых находится начинка из мяса. Бууза готовится на пару и обязательно подается со сметаной.
Баргинсоке лоскутное шитье	Местные женщины создают красочные покрывала и подушки из разноцветных лоскутков.

Посещение Забайкальского края позволяет познакомиться с разнообразием культурных традиций и обычаев коренных народов этого региона [6].

Таким образом, важно поддерживать сохранение и продвижение культурного наследия этих коренных народов, чтобы они могли сохранить свою уникальность и самобытность в современном мире.

Забайкальский край – территория, на которой разные народы оставили свои вековые следы в виде архитектурных и археологических памятников, интересных обычаев, верований и обрядов [7].

Национальный парк «Алханай» – это главная жемчужина парка в Агинском Бурятском округе – покрытый лесами горный массив Алханай. Это памятник природы и одновременно одна из главных буддийских святынь [8].

На рисунке 4 представлены некоторые важные места, которые можно посетить в национальном парке.



Рис. 4. Важные места национального парка «Алханай»

На территории Забайкальского края также находятся и другие культурные достопримечательности, которые несут большой вклад в развитие региона и являются большой ценностью для проживающего коренного народа на этой территории. Культурные достопримечательности Забайкальского края представлены на рис. 5.



Рис. 5. Культурные достопримечательности Забайкальского края

В Забайкальском крае хоть и популярны места поклонения, но, к сожалению турфирмы не предоставляют экскурсии или поездки к таким местам. К счастью же знающие люди знают, как добраться самому, но также есть и люди заинтересованные, но совершенно не ведающие о подобных местах. К более точному числу был проведен анализ спроса и предложения этнических туров в Забайкальском крае.

По результатам анкетирования была создана таблица 4 с систематизированными данными, ответами респондентов.

Таблица 4

**Систематизированные ответы на проведённое анкетирование**

Вопрос	Самый популярный ответ	Ответ, выраженный в процентах
Гендерная принадлежность	Женщина	78,9
Ваш возраст	До 25	50
В каком регионе вы проживаете?	Забайкальский край	69,4

Вопрос	Самый популярный ответ	Ответ, выраженный в процентах
Было бы вам интересно узнать о культуре, обычаях, традициях коренных народов Забайкальского края?	Да	93,1
Посещали ли вы этнографические/культурные туры/экскурсии?	Да/Нет	50
Что интересно вам было (бы) узнать об особенностях коренного народа Забайкальского края?	Традиции	75
Хотели бы вы отправиться в этнографический тур?	Да	90,3
Что вас сподвигло (бы) посетить этнографический тур/экскурсию?	Личный интерес	84,7
Знаете ли вы культуру/традиции/обычаи коренных народов Забайкальского края?	Да/Нет	50
Знаете ли вы о бурятском празднике Сагаалган (бурятский новый год) и посещали мероприятия в честь праздника?	Знаю, не посещал(а)	50
В каком составе вы бы хотели посетить этнографические туры/экскурсии?	Друзьями	68,1

Исходя из информации, представленной в данной таблице, можно сделать вывод, что люди имеют представление об истории и традициях коренных народов, проживающих на данной территории, хоть и не всю. Также они заинтересованы в том, чтобы получать новые знания о традициях проживающих коренных народах на территории Забайкальского края. А самое главное, у них есть желание посетить данные места.

Исходя из анализа спроса и предложения, было решено разработать рекомендации по посещению туристами Цугольского дацана.

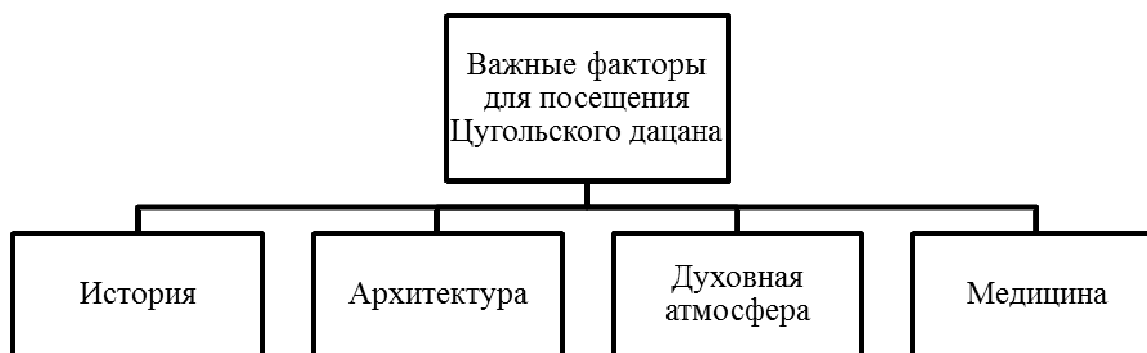


Рис. 6. Факторы для посещения Цугольского дацана

А для любителей военного кино будет интересно посетить дацан, так как фактурный и красивый дацан Цугола стал одной из киноплощадок в 1982 году. Снимали фильм о героизме советских солдат, менее чем за месяц разбивших Квантунскую армию Японии. По сюжету картины под дацаном был вход в катакомбы японцев [9].

В дацан едут для того, чтобы отдохнуть или молиться, спросить совета или просто поговорить с ламой. Очень часто в дацан ездят к астрологам, которые могут точно рассчитать ответ на ваш вопрос по звездам. Любой дацан – это священная земля, поэтому нужно заранее настроиться на максимально корректное поведение и уважение как к самому месту, так и к другим людям [10].

Самое главное, что посещение дацана можно реализовать в разных вариантах.



Рис. 7. Варианты посещения Цугольского дацана

– Экскурсия является самым простым вариантом для посещения Цугольского Дацана. Есть возможность познакомиться с историей и архитектурой дацана, даже узнать интересные факты. Встретиться с лекарями и узнать секреты приготовления лекарств и порошков, которые они изготавливают сами. Также приобрести какие-либо из медикаментов, чтобы укрепить свое здоровье. Принять участие в молебнах, которые там проводятся каждый день. Посетить астрологов и попасть на прием к ламам, чтобы задать интересующие вас вопросы: о здоровье, карьере, семье, чего остерегаться в данном году, недугах и многом другом.

– Оздоровительный тур. Туристы могут приехать в дацан для лечения своих болезней, особенно духовных. Ламы могут рассказать, какие обряды и молебны вам нужно сделать в определенный день и на что делаются эти молебны и обряды: возвращение души, благосостояние в доме, очищение.

Более подробно содержание экскурсий и оздоровительных туров будут представлены в табл. 7.

Таблица 7

#### Характеристика вариантов посещения Цугольского дацана

Варианты посещения Цугольского дацана туристами	Подробная характеристика
Экскурсия	<p>1 Прибытие на территорию Цугольского дацана. Туристы могут добраться до монастыря на автобусе, такси или арендованном транспорте. По прибытии на территорию, туристам рекомендуется обратиться к местным гидам или администрации для получения информации о расписании экскурсий, мероприятиях и правилах посещения.</p> <p>2 Экскурсия по храмам и святыням. Гиды проведут туристов по основным храмам и святыням монастыря, рассказывая об их истории, значимости и религиозных обрядах. Туристы смогут увидеть уникальные реликвии, статуи Будды, танцевальные маски и другие артефакты.</p> <p>3 Участие в религиозных обрядах. Туристы могут принять участие в утренних молебнах, которые проводятся в монастыре. Это позволит им погрузиться в атмосферу мирного созерцания и внутреннего покоя.</p> <p>4 Посещение лам и лекарей на территории дацана. Туристы смогут пройти на прием к ламам и задать свои волнующие вопросы о семье, здоровье, необычных снах, благосостоянии и многом другом.</p> <p>Лекари могут посмотреть состояние здоровья туристов и определить степень болезни, беспокоящую туристов, и дать наставления по посещению больниц или о покупке лечебных порошков, созданных на основе лечебных трав из Тибета или собственного сбора.</p> <p>5 Покупка сувениров. В конце посещения Цугольского дацана туристы могут посетить магазин сувениров, где можно купить предметы, символизирующие буддийскую культуру, а также уникальные подарки для близких.</p> <p>6 Наслаждение природой. Монастырь расположен на берегу реки Онон, поэтому туристы могут насладиться красотой окружающей природы, сделать прогулку по окрестностям или просто насладиться спокойствием и умиротворением.</p> <p>7 Завершение экскурсии. По завершении экскурсии гид проводит туристов к выходу из монастыря, благодарит за участие и предлагает дополнительную информацию о других достопримечательностях региона.</p>

Варианты посещения Цугольского дацана туристами	Подробная характеристика
Оздоровительный тур	<p>1 Приезд и консультация с ламами и лекарями по поводу здоровья и духовного составляющего.</p> <p>2 Участие в религиозных обрядах. Туристы могут принять участие в утренних молебнах, которые проводятся в монастыре. Это позволит им погрузиться в атмосферу мирного созерцания и внутреннего покоя.</p> <p>3 Духовные консультации. В рамках оздоровительного тура туристы могут получить духовные консультации от монахов.</p> <p>4 Прогулки по окрестностям на свежем воздухе. Туристы имеют возможность прогуляться по живописным окрестностям Цугольского дацана, насладиться чистым воздухом и красотой природы.</p> <p>5 Совершение обрядов, лично связанных с туристами и их проблемами.</p> <p>6 Рыбалка на реке Онон и ночевка в палатках.</p>

Посещение Цугольского дацана туристами является уникальным и познавательным опытом, который позволяет погрузиться в духовную атмосферу буддийской культуры. Туристы имеют возможность изучить историю и архитектуру данного места, а также насладиться красотой природы.

1. Культурно-исторические ресурсы [сайт] – URL: <https://studfile.net/preview>
2. Этнотуризм в России: современное состояние и ориентиры развития [сайт] – URL: <https://apni.ru/article/1689-etnoturizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie>
3. Энциклопедия Забайкалья [сайт] – URL: <http://encycl.chita.ru/encycl/person/?id=6983>
4. Сагаалган: история и традиции праздника [сайт] – URL: <https://agamuzey.ru/novosti/sagaalghan-istoriya-i-traditsii-prazdnika/>
5. Свадебные традиции хоринских бурят [сайт] – URL: <https://i-bur.ru/news-ibur/svadebnye-traditsii-khorinskikh-buryat>
6. Народы Забайкалья: многообразие культур и традиций [сайт] – URL: <https://wmbild.ru/narody-zabaykalya-mnogoobrazie-kultur-i-traditsiy>
7. Традиции народов Забайкальского края [сайт] – URL: <https://qwizz.ru/tradicii-narodov-zabajkalskogo-kraja>
8. Национальный парк «Алханай» [сайт] – URL: <https://iskatel.com/places/natsionalnyy-park-alhanay>
9. Кино карта [сайт] – URL: <https://spec.kino-teatr.ru/kinokarta/map/421/>
10. Цугольский дацан «Даши Чойпэллинг» [сайт] – URL: <https://sangharussia.ru/datsans/tsugolskij-datsan-dashi-chojpelling>

УДК 314.74

## ТЕНДЕНЦИИ РОССИЙСКО-КИТАЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

**П.Р. Малютина**, бакалавр  
**И.С. Олейникова**, преподаватель

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрено то, что на сегодняшний день сотрудничество с КНР в сфере туризма является одним из наиболее перспективных направлений для России. Современный туризм превратился в один из ключевых секторов мировой экономики. Российская Федерация и Китайская Народная Республика – страны с огромным туристическим потенциалом и возможностями для взаимного сотрудничества в этой сфере.

**Ключевые слова:** туризм, сотрудничество, российско-китайские отношения, турпоток, туристическая сфера, перспективы развития

## TRENDS IN RUSSIAN-CHINESE COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM

**Abstract.** *This article discusses the fact that today cooperation with China in the field of tourism is one of the most promising areas for Russia. China, actively spreading its culture abroad, attracts a large tourist flow to Russia and is the world's first supplier of tourists.*

**Keywords:** *words tourism, cooperation, Russian-Chinese relations, tourist flow, tourism sector, development prospects.*

Китай по сравнению с Россией занимает третье место в мировом туристском рейтинге на сегодняшний день и становится крупнейшей туристической страной. Китай входит в пространство глобальной массовой культуры, постепенно усиливая свое влияние за рубежом в том числе и посредством туризма. Это стимулирует стремление к повышению привлекательности китайской культуры в системе международных отношений.

Китайские туристы очень интересуются российской культурой и историей. Поэтому, в первую очередь, они выбирают крупные города – исторические и культурные центры с большим количеством достопримечательностей. Однако, поскольку Россия – это огромная территория, и ее культурные особенности, климатические условия и природные ландшафты весьма разнообразны, по мере развития российского туристического рынка, расширения доступности маршрутов и совершенствования инфраструктуры, все больше российских регионов обретают популярность [1].

Российско-китайское сотрудничество имеет давнюю историю, и сотрудничество в сфере туризма и отдыха не являются исключением. Социально-экономические преобразования в Китайской Народной Республике нашли отражение в тенденциях развития внутреннего и выездного туризма. В настоящее время туристический поток из Китая является решающим для туристического рынка многих стран, включая Россию.

В настоящее время существует достаточное количество научных работ по изучению выездного туризма из Китая в Россию, что связано с налаживанием отношений между данными двумя государствами. Такие ученые, как М.Р. Гозалова, Н.Ю. Логинова, А.М. Пацкевич, С.В. Севастьянов, М.В. Ефремова, О.В. Чкалова, К.Ю. Марченко, Чэн Бин, Би Ж., Гэ Тяньчжень в своих работах изучали влияние выездного туризма на экономику Китая и России, влияние туризма на развитие доброджелательных отношений Китая и России, перспективы развития международного туризма в Китае и России.

В 2024 году Россия и Китай создадут единую электронно-цифровую систему, которая поможет оцифровать процесс оформления безвизовых туристических групп.

В будущей цифровой системе появится возможность трансграничного обмена данными о туристах обеих стран. Российская сторона уже приступила к созданию такого национального сервиса.

За девять месяцев 2023 года турпоток между Россией и КНР превысил 750 тысяч поездок. А к концу года этот показатель, как ожидается, возрастет до 1 миллиона человек.

Китайские туристы занимают первое место по количеству выпущенных электронных виз для поездки в Россию и составляют 50% от всего въездного турпотока. За четыре месяца было принято около 70 тысяч человек.

С 1 августа российские туристы могут въезжать на территорию Китая без визы в составе группового тура. Также россиян освободили от обязательной сдачи биометрических данных для получения визы до конца 2023 года.

Китай и Россия – страны с колоссальным туристическим потенциалом и большими возможностями для его реализации. Сотрудничество с КНР в области туризма является стратегическим для РФ, т.к. туристическая индустрия России находится на стадии незначительного подъема и нуждается в поддержке более сильного партнера для того, чтобы выйти на международный уровень и получить возможность в полной мере показать свой туристический потенциал. Китайская туристическая отрасль, получившая активное развитие только с началом реформ «открытости», за достаточно короткие сроки достигла высочайших показателей, извлекая выгоду сначала из въездного, а затем из выездного туризма.

Постепенно улучшив качество жизни населения за счет прибывающих в КНР туристов, китайское правительство решило увеличить свое влияние за рубежом и распространять свою культуру посредством огромного потока выездных туристов. Постепенно развивая индустрию туризма и путешествий и реализовывая свои рекреационные ресурсы, Китай вышел на лидирующие позиции во всемирном рейтинге туризма, а по численности выездного потока КНР уверенно держится на пер-



вом месте. В частности, Китай является лидером въездного туризма в Россию, где за 9 месяцев 2023 года было принято почти 1,2 млн человек, и численность потока непрерывно растет. В то же время, однако, с каждым годом значительно уменьшается количество россиян, посещающих Китай. За девять месяцев прошедшего 2023 года численность потока туристов из РФ в КНР снизилась с 1,5 млн человек (показатели за 9 месяцев 2022 г.) до миллиона. Падение рубля и, соответственно, снижение качества жизни граждан РФ, оказало колоссальное влияние на снижение выездного туристического потока не только в Китай, но и в другие страны мира.

После пандемии COVID-19 и последующих ограничений на поездки китайские путешественники претерпели изменения в своих предпочтениях и поведении. За последние три года, хотя международные поездки оставались ограниченными, внутренние исследования процветали.

Было совершено около 8,7 миллиарда внутренних поездок, что соответствует годовому показателю примерно в 50 процентов от допандемического уровня. Этот период позволил внутреннему рынку повзреть, и путешественники стали более искушенными в своих занятиях, получая различные новые впечатления от отдыха, такие как пляжные курорты, катание на лыжах и городской «отдых».

В результате китайский путешественник после Covid-19 демонстрирует отличительные черты: повышенную цифровую грамотность, повышенные ожидания и тягу к новым впечатлениям. Эти характеристики составляют профиль типичного китайского путешественника в 2023 году:

Опыт имеет значение: данные опроса показывают, что помолодевшим китайским туристом движут путешествия, основанные на впечатлениях. Хотя поездки на природу и по живописным местам остаются популярными, их предпочтения изменились. К достопримечательностям и кулинарному опыту, высоко оцененным в первоначальной серии опросов, теперь присоединился растущий интерес к культуре и истории, пляжам и курортам, а также здоровью и благополучию. Этот сдвиг укрепляет тенденцию к путешествиям, основанным на впечатлениях. Кроме того, популярность приобрели такие виды спорта, как катание на лыжах и сноуборде, возможно, под влиянием зимних Олимпийских игр в Пекине в 2022 году.

Эксперт по цифровым технологиям: Китайские путешественники входят в число наиболее разбирающихся в цифровых технологиях потребителей в мире, легко интегрирующих мобильные технологии и социальные сети в свою повседневную жизнь. Пандемия еще больше активизировала их онлайн-активность. Короткие видеоролики и прямые трансляции стали доминирующими вариантами онлайн-развлечений.

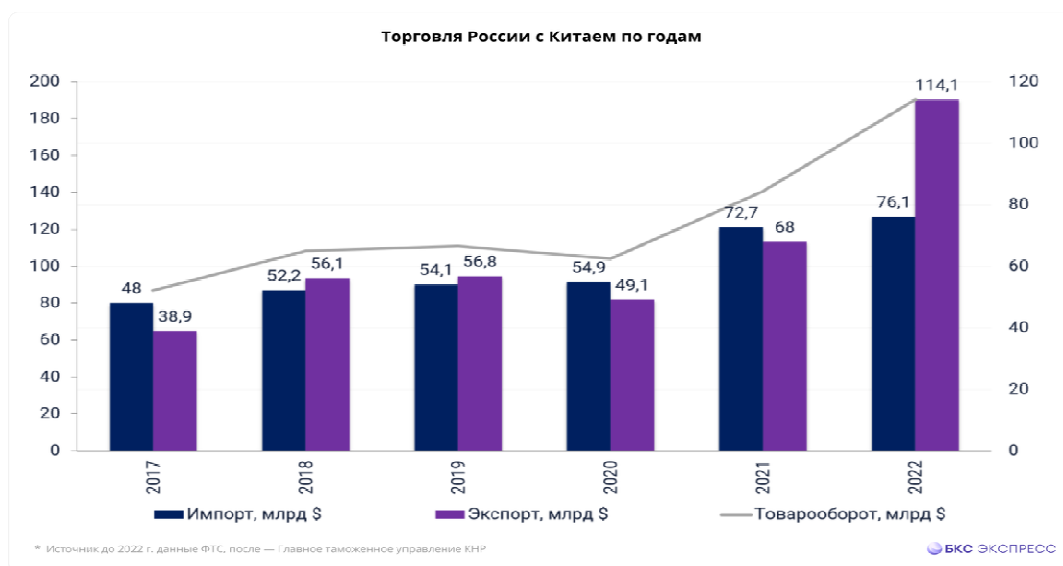


Рис. 1. Торговля России и Китая

В целом, в 2023 году туризм в Китае уверенно возвращается, чему способствуют ключевые тенденции, которые свидетельствуют об изменении предпочтений путешественников.

Внутри страны более простые правила передвижения и более высокие доходы стимулируют местные исследования. На международном уровне выездной туризм в Китае постепенно восстанавливается с упором на захватывающие впечатления, оздоровление и культурные открытия.



Рис. 2. Выездной туризм из РФ

Таблица

### Типы направлений для китайского выездного туризма

Типы направлений	Основные цели туризма	Вид паспорта	Виза
Сянган и Аомынь (Гонконг и Макао)	Отдых. Посещение друзей и родственников	Разрешение на въезд	Туристическая
Приграничные направления	Отдых. коммерческие	Обычный	Не требуется или деловая
Официальные туристические направления	Отдых.	Туристский	Туристическая
Все прочие	Официальные, коммерческие. Посещение друзей и родственников	Обычный Служебный	Служебная или деловая

Первый тип – Сянган и Аомынь – старейшие и наиболее доступные направления, на них приходится 75 % выездного потока. Основные цели – посещения друзей и родственников (не останавливаются в отелях более 70 % туристов в Сянгане и 60 % в Аомыне) и шопинг. Характерно снижение длительности пребывания, размеров групп, цены туров и удельных туристских расходов.

Китайские путешественники становятся все более технически подкованными, ища высокотехнологичные впечатления, такие как туры в виртуальной реальности. Этот сдвиг способствует развитию культурного, культурного и оздоровительного туризма.

Социальные сети, особенно такие платформы, как TikTok и WeChat, имеют жизненно важное значение для эффективного взаимодействия с китайскими путешественниками.

По сути, возрождение туризма в Китае многогранно: путешественники стремятся к расширению впечатлений, цифровому участию и аутентичности.

Компании, которые соответствуют этим предпочтениям и извлекают выгоду из внутренних и международных возможностей, вероятно, будут процветать в меняющейся туристической среде.

Для развития китайско-российского сотрудничества в сфере трансграничного туризма государственным регулирующим органам Китая и России рекомендуется работать с трансграничными туристическими компаниями. Правительствам обеих стран необходимо увеличить поддержку таких компаний.

Туристические предприятия могут совместно интегрировать существующие туристические ресурсы, разработать интересные туристические продукты и разнообразить туристические маршруты. Туристические компании Китая и России объединяют свои усилия для создания туристических проектов, которые характеризуются большими культурными различиями, но при этом дополняют друг друга, максимизируя предоставление региональных туристических ресурсов между Китаем и Россией и привлекая больше приграничных жителей к путешествию через границу. Совместный маркетинг туристических компаний Китая и России способствует расширению возможностей

сотрудничества с точки зрения улучшения функционирования системы финансовых услуг, чтобы минимизировать препятствия для обмена валюты и осуществления расчетов в сфере туризма.

Совместная работа туристических предприятий двух стран может не только снизить уровень мошенничества в туристической деятельности, но и улучшить впечатления туристов. Подводя итоги нашему небольшому обзору туристических проектов, мы отмечаем, что правительствам Китая и России необходимо содействовать созданию в туристической отрасли публичных интернет-платформ с целью увеличения продаж и продвижения китайских и российских туристических продуктов, в том числе и онлайн-продуктов. Использование государственных преференций трансграничными туристическими компаниями может содействовать их публичному представлению через общедоступные интернет-платформы; разъяснять приграничные таможенные процедуры двух стран; способствовать передаче информации и обмену ею между приграничными туристическими компаниями РФ и КНР. С помощью платформы для сотрудничества в Интернете возможности трансграничного сотрудничества в сфере туризма между Китаем и Россией будут расширены.

При этом использование публичных интернет-платформ позволит правительствам этих стран осуществлять онлайн-надзор за туристическими компаниями. Открытые, справедливые и прозрачные интеллектуальные услуги будут способствовать устранению препятствий для трансграничных поездок между Китаем и Россией, что, несомненно, положительно скажется на налаживании международного взаимодействия в сфере туризма между двумя странами.

Несмотря на то, что в связи с закрытием границ туризм между Россией и Китаем приостановлен, в России запускается госпрограмма «Развитие туризма» до 2030 г., также был принят национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», а с начала 2022 г. заработает утверждённая председателем правительства М. Мишустиным госпрограмма «Развитие туризма», которая позволит не только улучшить инфраструктуру внутреннего туризма, но и послужит основой для улучшения качества услуг для въездного туризма после открытия границ. Кроме того, отечественные специалисты туристической отрасли активно изучают китайский опыт развития внутреннего туризма, ванхун-города и новые туристические практики Китая.

19–20 октября 2021 г. прошел VIII Российско-китайский туристический форум «Уроки пандемии для туризма: мир новых возможностей», организованный Ассоциацией «Мир без границ» совместно с Китайской ассоциацией туристического сервиса (CATS).

Таким образом, на сегодняшний день сотрудничество России с Китаем в области туризма является стратегическим и наиболее перспективным направлением как для России, так и для Китая. Активно поддерживая и развивая отношения, обе стороны имеют возможность в полной мере реализовывать свой туристический потенциал. Доля России на международном туристическом рынке пока еще мала, т.к. показатели выездного туризма за последние несколько лет значительно снизились, а качество предоставляемых туристских услуг не всегда соответствует международным стандартам.

Китай и Россия обладают во многом взаимодополняющими туристско-рекреационными ресурсами, что, безусловно, создает предпосылки и объективные преимущества для международного туристского обмена. Это имеет большое значение для укрепления партнерства и дальнейшего расширения сотрудничества между Китаем и Россией в данной сфере деятельности.

Роль и значение туристического сотрудничества России и Китая, а также развитие российской и китайской экономики в XXI в. огромны. И в этом, по нашему мнению, заслуга как российского, так и китайского руководства, поддерживающих развитие партнерских отношений в туристической отрасли.

---

1. Ягья Т.С. К вопросу о развитии туристического сотрудничества между Россией и Китаем на современном этапе. *ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: экономика, право, политика*. 2023;17(2):82-91.

2. Фань Инбин, Сунь Лина, Ван Жун Анализ удовлетворенности китайско-российским приграничным туризмом. / *Журнал колледжа Хэйхэ*. – 2020. – №10(10). – С. 114-117.

3. Шэн Хайянь Краткий анализ текущей ситуации китайско-российского сотрудничества в области туризма. / *Современное общение*. – 2021. – Выпуск 22. – С. 106-117.

4. Динамика туропотока. – Текст: электронный. – URL: <http://www.visit-russia.ru/rossiysko-kitayskiy-turizm/statistika>

5. Линь, Юй. Анализ направлений взаимодействия в части международного туризма России и Китая / Юй Линь. – Текст: непосредственный // *Молодой ученый*. – 2020. – № 44 (334). – С. 98-103.

## ОРГАНИЗАЦИЯ КОННОГО ТУРИЗМА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЕГО СОЦИАЛЬНО-РЕКРЕАЦИОННОЙ РОЛИ

**В.А. Мелешко**, бакалавр  
**Г.А. Гомилевская**, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия*

**Аннотация.** В контексте растущего интереса к здоровому образу жизни большую популярность приобретают активные формы отдыха, и конный туризм выделяется как перспективное направление, поскольку обладает огромным социально-рекреационным потенциалом. Конный туризм доступен для всех групп населения и способен удовлетворить разнообразные потребности туристов. Исследование позволит глубже понять механизмы функционирования и перспективы развития этого направления.

**Ключевые слова:** конный туризм, факторы конного туризма, туристская рекреация, социальная функция туризма, классификация конного туризма.

## ORGANIZATION OF EQUESTRIAN TOURISM IN TERMS OF ITS SOCIAL AND RECREATIONAL ROLE

**Abstract.** In the context of growing interest in healthy lifestyles, active forms of recreation are becoming more popular, and equestrian tourism stands out as a promising direction, as it has a huge social and recreational potential. Equestrian tourism is available for all population groups and can meet the diverse needs of tourists. The study will provide a deeper understanding of the mechanisms of functioning and prospects for the development of this direction.

**Keywords:** equestrian tourism, equestrian tourism factors, tourist recreation, social function of tourism, classification of equestrian tourism.

В последние десятилетия конный туризм становится всё более популярным как один из видов активного отдыха, который предлагает уникальное сочетание физической активности, психологического расслабления и социального взаимодействия. Этот вид туризма особенно актуален для отечественного рынка, который имеет богатую историю и культурное наследие, тесно связанное с лошадьми.

Конный туризм в России – это не просто способ развлечения, но и мощный инструмент социально-экономического и культурного развития регионов.

Цель исследования заключается в определении социально-рекреационной роли конного туризма и его влияния на различные аспекты жизни общества.

Прежде необходимо дать определение конного туризма. Изучая терминологию, мы обращаемся прежде всего к определению, которое содержится в Регламенте проведения соревнований по спортивному туризму, где конный туризм описывается как разновидность активного отдыха и спортивного туризма, где средством передвижения служат животные, такие как лошади, пони, ослы и другие [1]. В свою очередь, другой нормативно-правовой акт – ГОСТ Р 54601-2011, регулирующий безопасность активных видов туризма, определяет конный туризм как путешествия, походы и экскурсии, включающие прохождение маршрутов по равнинной и горной местностям на лошадях [2].

Оба термина указывают на то, что конный туризм включает в себя путешествия, походы и экскурсии, однако первое определение акцентирует внимание на отличительной черте конного туризма – использование животных как средства передвижения, а второе – на прохождении маршрутов по разным типам местности. Для более полного понимания конного туризма необходимо учитывать оба аспекта: виды деятельности в конном туризме и тип местности, по которой проложен маршрут.

Важно подчеркнуть, что в иностранных исследованиях в понятие конного туризма включаются все мероприятия, связанные с лошадьми и привлекающие туристов: спортивные и культурные события, скачки, ярмарки, музеи, посвящённые лошадям, курсы по обучению верховой езде и т.д. [3].

В то же время в России конный туризм обычно рассматривают как вид спортивного туризма или как форму активного отдыха. В связи с этим в данной работе предлагается авторская классификация конного туризма, основанная на этих двух критериях (рисунок).

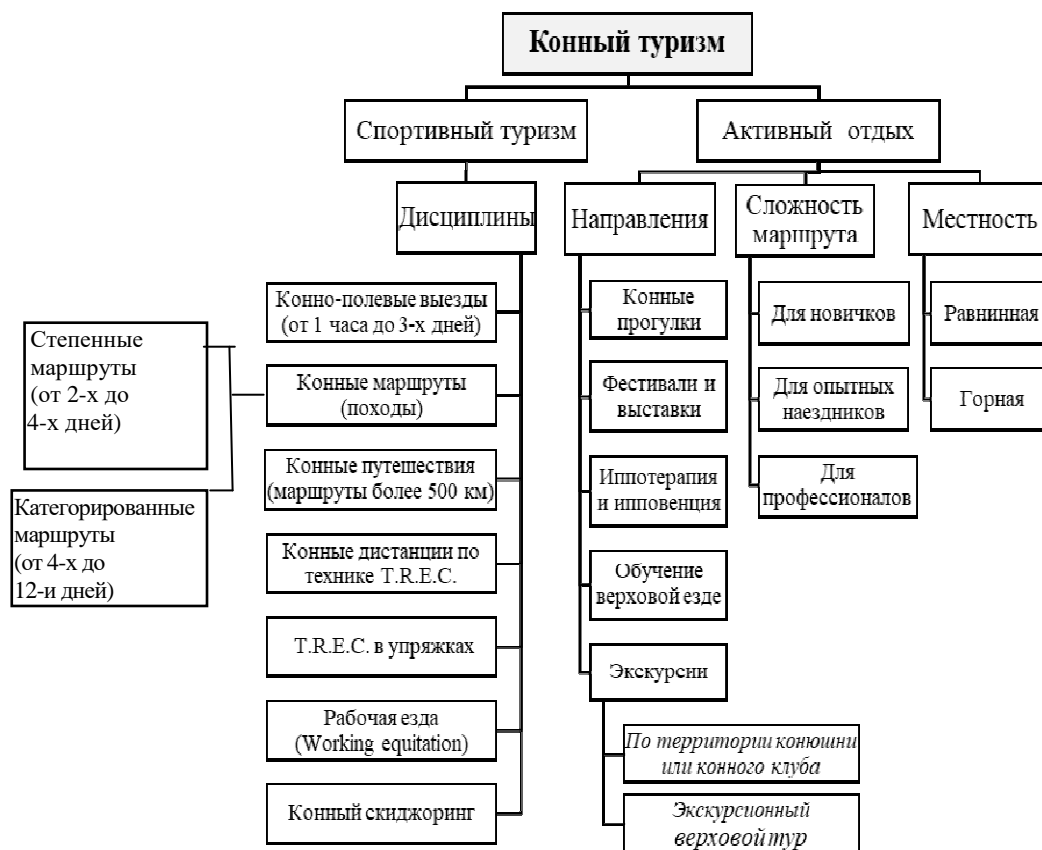


Рис. Классификация конного туризма

С точки зрения организации отдыха конный туризм предлагает широкий спектр активностей: от коротких конных прогулок до многодневных путешествий и сложных конных экспедиций. Одним из обязательных элементов является обучение верховой езде. Также к конному туризму относятся различные спортивные, ярмарочно-выставочные и развлекательные мероприятия с участием лошадей. Кроме того, направлениями конного туризма являются иппотерапия – метод реабилитации при нарушениях опорно-двигательного аппарата и психических расстройствах, и ипповенция – взаимодействие с лошадью для достижения психотерапевтического эффекта.

В контексте социально-экономического и культурного развития конный туризм представляет собой значительный фактор, способствующий укреплению межрегиональных связей. Он выступает не только как средство рекреации, но и как платформа для обмена культурными и социальными ценностями. В России уровень развития конного туризма в том или ином регионе во многом определяется такими факторами, как наличие поголовья лошадей и потенциальный спрос со стороны туристов, предпочитающих активный отдых с использованием верховой езды [4]. Кроме того, на развитие конного туризма будут оказывать влияние такие факторы, как климатические условия, исторические и культурные особенности регионов, а также уровень развития инфраструктуры и доступность данного вида отдыха для широких слоев населения.

Так, в разных регионах конный туризм имеет свои особенности. Например, на Кавказе, на Южном Урале и на Алтае маршруты конных туров пролегают преимущественно по горной местности, где можно насладиться красотой природы, отдохнуть от городской суеты. В Костромской, Владимирской и Псковской областях чаще предлагают туры по историческим местам, различным церквям и монастырям, позволяя туристам ознакомиться с культурным наследием этих регионов. В Республиках Татарстан и Башкортостан конный туризм сопряжен с сельским хозяйством, поскольку в данных регионах развито коннозаводство. Здесь туристы могут не только отдохнуть, но и принять участие в работе на фермах и пастбищах.

Систематизированные данные, представленные в таблице, иллюстрируют вклад социальных и рекреационных компонентов в развитие конного туризма, подчеркивая конкретные примеры их реализации.

Таблица

### Социально-рекреационная роль конного туризма

Аспект	Описание	Примеры
Социальное взаимодействие	Конный туризм способствует формированию социальных связей через коллективные мероприятия и совместное преодоление маршрутов	Организация конных походов в районе Подмосковья
Отдых и развлечение	Предоставляет уникальные возможности для интеграции отдыха и развлечений посредством организации тематических экскурсий	Туры по историческим местам Владимирской и Псковской области
Физическое развитие	Содействует укреплению здоровья и развитию физических навыков через регулярные тренировки и верховую езду	Программы физического развития в конноспортивных комплексах
Психологическое благополучие	Взаимодействие с лошадьми и природой способствует снижению уровня стресса и улучшению психоэмоционального состояния	Лечебная верховая езда (иппотерапия) в реабилитационных центрах
Образовательный потенциал	Расширяет знания об истории региона, биологии лошадей и основах коневодства	Экскурсионные программы в конных хозяйствах Сибири
Экономическое влияние	Стимулирует развитие региональной экономики через привлечение инвестиций и развитие инфраструктуры	Программа развития конного туризма в Карачаево-Черкессии
Культурное наследие	Сохраняет и популяризирует культурные традиции региона через конные праздники и фестивали	Ежегодный фестиваль «Иваново поле» в Московской области
Инклюзивность	Обеспечивает доступность конного туризма для широкого круга участников, включая людей с ограниченными возможностями	Программы адаптивной верховой езды в Ленинградской области
Экологическая устойчивость	Пропагандирует ответственное отношение к природе и поддержание экологического баланса	Разработка маршрутов с минимальным воздействием на экосистемы национальных парков

*Примечание: составлено автором*

Согласно представленным данным, конный туризм может стать ключевым элементом в устойчивом развитии регионов и в укреплении межкультурного диалога. В свете возрастающего интереса к экологически чистым и социально ответственным видам туризма конный туризм обладает потенциалом стать одним из лидеров в индустрии путешествий.

Таким образом, региональные особенности конного туризма в России могут быть интегрированы в более широкий глобальный контекст, что позволит использовать его в качестве инструмента для достижения социально-экономических и культурных целей на международной арене. Так, конный туризм выступает не просто как средство отдыха, но и как важный элемент в стратегии устойчивого развития и межкультурного обмена.

1. Регламент проведения спортивных соревнований по спортивному туризму: [утвержден Президиумом Федерации спортивного туризма России протоколом от 23.03.2019] // Общероссийская общественная организация «Федерация спортивного туризма России». – URL: [https://tssr.ru/files/materials/2619/regplay\\_2021.pdf](https://tssr.ru/files/materials/2619/regplay_2021.pdf) (дата обращения: 15.03.2024)

2. ГОСТ Р 54601-2011. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения: Национальный стандарт Российской Федерации. Дата введения 2013.01.01 // СПС «Гарант». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200094461> (дата обращения: 20.03.2024)

3. Sylvine P.Ch. Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? / P.Ch. Sylvine // Society and Leisure. 2015. pp.110-134

4. Власенко И.А. История конного туризма. – Текст: электронный / И.А. Власенко // Журнал «Самиздат». Научный Молодёжный ежегодник: [сайт]. – 2021. №6. – URL: [http://zhurnal.lib.ru/w/wlasenko\\_i\\_a/konturizm.shtml](http://zhurnal.lib.ru/w/wlasenko_i_a/konturizm.shtml) (дата обращения: 22.03.2024)

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ООО «ГРАНД РАУТ», ГК «ЛАМПА», г. ВЛАДИВОСТОК

Е.Г. Ребракова, бакалавр

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** В настоящий момент времени на гостиничном рынке существует жесткая конкуренция благодаря тому, что рынок преисполнен большим количеством различных отелей начиная от пятизвездочных и заканчивая теми, которые были открыты совершенно недавно, и вовсе не имеют категории звездности. Фирменный стиль – это образ организации, позволяющий выделиться компании среди большого количества конкурентов. Фирменная символика является одним из самых действенных рекламных инструментов, способных сделать узнаваемыми предложения компании и саму компанию, в частности.

**Ключевые слова:** фирменный стиль, гостиничные услуги, брендинг, айдентика, элементы фирменного стиля, продвижение на рынке гостиничных услуг.

## FEATURES OF CORPORATE IDENTITY FORMATION OF GRAND RAUT LLC, LAMP GROUP OF COMPANIES, VLADIVOSTOK

**Abstract.** At the moment, there is fierce competition in the hotel market due to the fact that the market is filled with a large number of different hotels ranging from five-star hotels to those that were opened quite recently and do not have a star rating at all. Corporate identity is an image of an organization that allows a company to stand out among a large number of competitors. Brand symbols are one of the most effective advertising tools that can make recognizable the company's offers and the company itself, in particular.

**Keywords:** corporate identity, hotel services, branding, identity, elements of corporate identity, promotion in the market of hotel services.

Многие из гостиниц не используют фирменный стиль, как способ повышения популярности и лояльности среди потенциальных клиентов. Создание фирменного стиля – это активная практическая деятельность гостиничных предприятий, направленная на сохранение и укрепление позиций предприятия на рынке, разновидность маркетинговых технологий.

С помощью фирменного стиля компания коммуницирует с клиентами, она является одним из главных средств борьбы за покупателя, и помимо этого важной составляющей брендинга. Можно сказать, что фирменный стиль – лицо компании, то как выглядит бренд, как он звучит, с чем ассоциируется.

Формирование фирменного стиля гостиничных услуг как процесс имеет ярко выраженную специфику. Данная специфика проявляется, в том, что гостиничное предприятие может задействовать самые активно влияющие на потребительское восприятие составляющие реального процесса обслуживания клиентов только в ходе самого процесса обслуживания [1].

Брендинг – это действие, связывающее продукт с определенным именем, символом, функциями или идеями, благодаря которым создается целостный образ его восприятия общественностью [2]. Ценности, миссия, индивидуальность являются основной частью бренда, а дизайн в свою очередь выступает вспомогательным инструментом визуальной коммуникации. Бренд, прежде всего, нематериальный актив, эмоциональный отклик, отношение аудитории к предложениям компании.

Представим понятие фирменного стиля гостиничных услуг различными авторами (табл. 1).

**Понятие фирменного стиля гостиничных услуг, представленное различными авторами**

Автор	Определение
О.И. Киселева, М.В. Решетова [3]	отвечает за визуальное восприятие всей организации и отличается от брендинга, который представляет собой полную историю конкретной услуги или продукта, от визуальных элементов до истории, стоящей за ней, и ее позиционирования на рынке.
А.Г. Епифанова [4]	представляет собой, как известно, набор неизменных образов, цветовых, графических, словесных, звуковых и других констант, обеспечивающих визуальную и смысловую целостность всей исходящей от компании информации, цельный образ придает компании узнаваемость и является главным инструментом брендинга.
П.В. Осокина [5]	набор элементов дизайна, которые выражают индивидуальность бренда, его ценности, миссию и уникальность. Он включает в себя логотип, цветовую гамму, шрифты, стильное оформление, фотографии и другие элементы, которые отображают суть бренда и его политику.
О.Е. Акимова [6]	визуальный образ компании, состоящего из определенного набора графических элементов. Данное понятие распространяется на все элементы, которые поступают от компании к потребителю, для того чтобы повысить узнаваемость организации.
Д.В. Павлова [7]	инструмент компании, который позволяет ей быть узнаваемой и запоминаемой для потребителей, выделяет ее среди массы конкурентов.

Фирменный стиль позволяет создать уникальный и запоминающийся имидж бренда, привлечь клиентов и партнеров, а также повысить доверие и уважение к компании. Фирменный стиль является очень важным элементом бизнеса в цифровую эпоху. Компания, которая инвестирует в разработку и поддержку своего фирменного стиля, получает множество преимуществ, включая повышение узнаваемости, лояльности и привлекательности для потенциальных клиентов.

Создание фирменного стиля решают следующие задачи:

- 1) идентификация. Дает возможность потребителям понимать какой товар относится к какому бренду, тем самым повышается узнаваемость компании;
- 2) продвижение. Присутствие фирменных элементов осуществляет помощь в продвижении бренда;
- 3) корпоративная культура. Создает и поддерживает единство и сплоченность внутри организации, донесение ключевых ценностей.
- 4) формирование имиджа и доверия. Повышает престиж и имидж организации, положительно сказывается на лояльности покупателей к бренду.

Таким образом, именно фирменный стиль обеспечивает визуальное и смысловое единство товаров и услуг, информации, которую хочет транслировать компания, ее внешнее и внутреннее оформление.

С января по август 2022 года в Приморский край приехало более 990 тысяч туристов. Регион стал лидером туристического потока в Дальневосточном федеральном округе. Такую статистику приводит Росстат на основе сведений, предоставленных приморскими гостиницами и другими классифицированными средствами размещения. Всего в регионе 1065 гостиниц, хостелов, капсульных отелей, кемпингов и глэмпингов, баз отдыха, гостевых домов.

Причём иностранные туристы предпочитают отели и гостиницы с брендом. Таким они больше доверяют: у них прозрачная система бронирования, они сертифицированы, у иностранца есть все гарантии. Российские туристы больше пользуются услугами хостелов, апартаментов [8].

Из всего количества средств размещения число КСР, которые прошли классификацию, составило 69 ед., из которых наибольшую долю занимают гостиницы категории 3\* – 51 % (табл. 2).

Таблица 2

**Число гостиниц с разным уровнем категорий в Приморском крае в каком году**

Район	Без *	1*	2*	3*	4*	5*
Владивосток	6	1	7	24	3	1
Дальнегорск	-	-	-	1	-	-
Артем	-	-	-	4	1	1



Район	Без *	1*	2*	3*	4*	5*
Шкотовский р-н	1	-	-	-	-	-
Кировский р-н	1	-	-	-	-	-
Фокино	1	-	-	-	-	-
Уссурийск	1	-	1	1	-	-
Большой Камень	1	-	-	-	-	-
Хасанский р-н	3	-	-	-	1	-
Находка	3	-	-	3	-	-
Арсеньев	-	-	1	1	-	-
Итого	17	1	8	35	6	2

На территории Приморского края находятся только 2 гостиницы категории 5\* и 6 – 4\*. Причем наибольшее количество классифицированных объектов пришлось на Владивостокский ГО. Однако их недостаточно для приема высокопоставленных и платежеспособных лиц. Качество услуг, по мнению иностранных гостей, желает быть лучше.

Гостиница «Лампа» расположена в г. Владивосток, ул. Красного Знамени пр-т 104а. Относительно близко от гостиницы «Гранит» находятся различные магазины, аптека, кафе «Central». Из окон гостиницы открываются красивый вид на город.

С октября 2016 года гостиница оказывает услуги по приему, размещению и обслуживанию российских и иностранных граждан. За это время в «Лампе» два раза была проведена реконструкция номерных фондов. Гостинице «Лампа» в 2022 году была присвоена категория 3 звезды.

В таблице 3 представлена загруженность по категориям номеров отеля «Лампа».

Таблица 3

### Загруженность по категориям номеров отеля «Лампа»

Год	Категория номера	Продано номеров	Стоимость номера, руб.	Выручка, тыс. руб.	Загруженность, %
2023	Стандарт	872	4500	3924,0	59,73
	Комфорт	1071	5500	5890,5	73,42
	Люкс	1093	6500	7104,5	74,93
2022	Стандарт	784	4500	3528,0	53,70
	Комфорт	956	5500	5258,0	65,48
	Люкс	988	6500	6422,0	67,67
2021	Стандарт	732	4500	3294,0	50,14
	Комфорт	939	5500	5164,5	64,34
	Люкс	882	6500	5733,0	60,41

От объема услуг зависят многие экономические показатели деятельности гостиниц, такие как выручка, себестоимость, платежеспособность, финансовая устойчивость и др.

За анализируемый период максимальную загруженность имеют номера категории «Люкс» – 74,93 % в 2023 год. Минимальную загруженность имели номера категории «Стандарт» в 2021 году – 50,14 %. В целом загруженность номеров категории «Люкс» выросла за анализируемый период с 60,41 до 74,93 %, категории «Комфорт» с 64,34 до 73,42 %, категории «Стандарт» с 50,14 до 59,73 %.

За анализируемый период средняя загруженность номерного фонда увеличилась с 58,29% в 2021 году до 69,36 % в 2023 году. Что составляет немного ниже нормы загрузки (норма загрузки отеля составляет в среднем 70-80%).

Анализ загрузки номеров по категориям показал низкую загруженность категории «Стандарт», по сравнению с другими категориями номеров. Это указывает на определенные проблемы, нуждающиеся в дополнительном анализе.

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности, рассчитанные на основании данных бухгалтерской отчетности отеля «Лампа» за 2021–2023 гг., представлены в табл. 4.

Таблица 4

**Основные экономические показатели деятельности ООО «Гранд Раут» отель «Лампа», тыс. руб.**

Показатель	Годы			Темп роста, %		
	2021	2022	2023	2022 / 2021	2023 / 2022	2023 / 2021
Выручка от реализации работ, услуг	19120,0	21827,0	23862,0	114,16	109,32	124,80
Себестоимость работ, услуг	18503,0	21131,0	22472,0	114,20	106,35	121,45
Валовая прибыль	617,0	696,0	1155,0	112,80	165,95	187,20
Прибыль от реализации	446,0	491,0	1390,0	110,09	283,10	311,66
Чистая прибыль	356,8	392,8	924,0	110,09	235,23	258,97
Оборотные средства	1367,0	1339,0	1617,0	97,95	120,76	118,29
Внеоборотные активы	7170,0	7311,0	7344,0	101,97	100,45	102,43
Среднегодовая стоимость основных средств	7170,0	7240,5	7344,0	100,98	101,43	102,43
Дебиторская задолженность	117,0	117,0	133,0	100,00	113,68	113,68
Кредиторская задолженность	1465,0	1347,0	1052,0	91,95	78,10	71,81
Денежные средства	1020,0	970,0	1176,0	95,10	121,24	115,29
Фондоотдача, руб. / руб.	2,7	3,0	2,7	111,96	89,32	100,00
Фондоёмкость, руб. / руб.	0,4	0,3	0,3	89,32	91,88	82,07

Из данных таблицы 4 следует, что объем услуг, в денежном выражении отеля «Лампа» увеличился в 2023 году, по сравнению с 2021 годом, на 24,8 %, в 2022 году, по сравнению с 2021 годом – на 14,16 %. Издержки, связанные с производством услуг, в 2022 год, по сравнению с 2021 годом, увеличились на 2628,0 тыс. руб. и составили 114,2 % от уровня 2021 года.

С целью проведения оценки внешней среды отеля «Лампа» были использованы методы анализа количественных и качественных показатели и представлены в виде опроса, многоугольника конкуренции, SWOT-анализа, рейтинга сравнения отеля с конкурентными гостиницами по данным сайтов гостиничных услуг.

Для анализа конкурентов по элементам фирменного стиля была разработана мини анкета в Гугл форме и опрошено 300 человек. Потребителям было предложено сравнить фотографии элементов фирменного стиля трех мини-отелей: «Лампа», «Буссе» и «Классик». Потребителям заведомо не были указаны названия отелей для объективности оценки. Полученные баллы были посчитаны в средней арифметической и занесены в таблицу. Анализ конкурентов по элементам фирменного стиля представлен в табл. 5.

Таблица 5

**Анализ конкурентов отеля «Лампа», в баллах (от 0 до 10)**

Параметры	«Лампа»	«Буссе»	«КЛАССИК»
Логотип	5,6	6,8	4,5
Интерьер	8,5	8,9	7,4
Айдентика (уровень яркости восприятия)	7,1	7,8	6,7
Атрибуты с корпоративной символикой	3,1	6,0	4,5
Форма для сотрудников	3,5	7,2	6,4
ИТОГО	27,8	36,7	29,5

Из таблицы 5 следует, что некоторые элементы мини-отеля «Лампа» менее привлекательны, чем у конкурентов: логотип, атрибуты с корпоративной символикой. Форма для сотрудников.

На рисунке 1 наглядно продемонстрировано сравнение элементов фирменного стиля отеля «Лампа» с конкурентами.

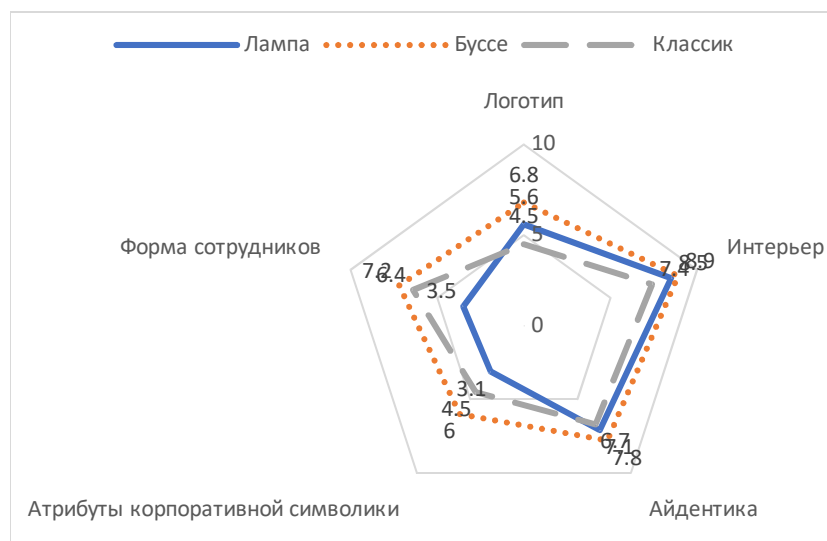


Рис. 1. Сравнение с конкурентами по элементам фирменного стиля

Из рисунка 1 видно, что мини-отелю «Лампа» необходимо обратить внимание на совершенствование логотипа, атрибуты корпоративной символики и форму сотрудников.

Далее определим сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы в развитии отеля «Лампа» с учетом формирования элементов фирменного стиля с помощью метода – SWOT-анализа.

В таблице 6 приведен SWOT-анализ мини-отеля «Лампа».

Таблица 6

### SWOT-анализ ГК «Лампа»

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S)	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)
1. Наличие охраняемой парковки	1. Отсутствие фирменной одежды для сотрудников
2. Оптимальное соотношение цена/качество	2. Отсутствие плана продвижения гостиничных услуг
3. Логотип соответствует интерьеру.	3. Отсутствие внутренней рекламы – логотип на атрибутике, средствах гигиены, документов и т.д.
4. Достаточный выбор дополнительных услуг для посетителей	4. Проблемы в обслуживании и нарушение дисциплины
5. Наличие сайта	5. Недостаточно используются специальные предложения и акции
6. Интересный привлекательный интерьер	6. Наличие негативных отзывов
ВОЗМОЖНОСТИ (O)	УГРОЗЫ (T)
1. Расширение сферы услуг	1. Рост цен на аренду помещений, на коммунальные услуги и т.п.
2. Совершенствование узнаваемости на рынке (брендинг): совершенствование логотипа корпоративная форма одежды, корпоративная продукция и атрибутика	2. Отсутствие полноценно сформированной системы бренда, отсутствие позиционирования.
3. Информационное продвижение на рынок, формирование бренда	3. Сезонность, нестабильность, строительного процесса
4. Совершенствование специальных предложений/ акций – программа лояльности	4. Падение спроса, вызванное снижением покупательских возможностей
5. Обучение стандартам обслуживания персонал, развитие уровня сервиса	5. Низкое качество обслуживания приведет к снижению спроса на услуги отеля

Из таблицы 6 следует, что у ГК «Лампа» есть определённые сильные стороны и преимущества, выгодно отличающие его от конкурентов, однако проблемы и угрозы представляются также весьма серьезными. Проведенный SWOT-анализ ГК «Лампа» позволил выявить следующие положительные стороны:

1. Наличие охраняемой парковки.
2. Оптимальное соотношение цена/качество.
3. Стабильность на рынке гостиничных услуг.
4. Широкий выбор дополнительных услуг для посетителей.
5. Наличие сайта.
6. Интересный привлекательный интерьер.

Также были выявлены слабые стороны отеля «Лампа»:

1. Интерьер номерного фонда.
2. Отсутствие специалистов в области маркетинга, логистики.
3. Отсутствие четкой стратегии и отличительного стиля.
4. Проблемы в обслуживании и нарушение дисциплины.
5. Недостаточно используются специальные предложения и акции.
6. Наличие негативных отзывов.

Для выявления проблем в формировании фирменного стиля ГК «Лампа» была разработана анкета. С помощью Гугл формы предложена посетителям гостиницы и оперативно собрана информация об узнаваемости фирменного стиля гостиницы. Количество опрошенных – 300 человек.

На вопрос «Слышали или встречали ли Вы информацию об отеле «Лампа»?» большая половина (78 %) ответили положительно (рис. 2).

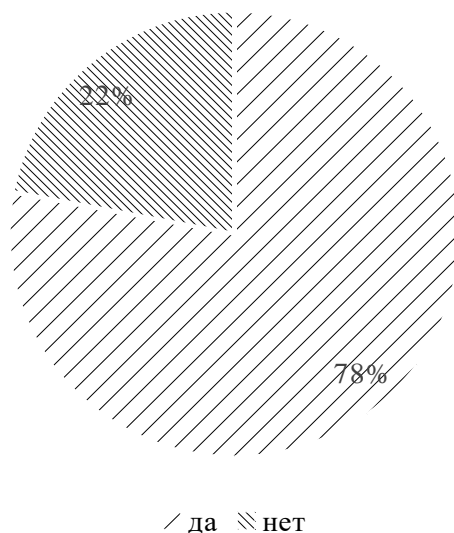


Рис. 2. Результаты ответов на вопрос «Слышали или встречали ли Вы информацию об отеле «Лампа»?»

На вопрос «Какой образ у Вас возникает образ, и цветовая гамма при представлении отеля «Лампа»?» были получены следующие ответы:

- светлый образ;
- желтый, золотой, белый цвет;
- тепло;
- абажур;
- лампа-ночник;
- притягивает светом и теплом.

Таким образом, образ отеля ассоциируется со светлым, ярким светом, теплом, желтым цветом, ночной лампой. Основные цвета – золотой и желтый.

На вопрос «Скажите, пожалуйста, Вам нравится представленный ниже логотип?» были получены следующие ответы (рис. 3).



Рис. 3. Ответы на вопрос «Скажите, пожалуйста, Вам нравится представленный ниже логотип?»

Как видно на рис. 3 большинством опрошенных (40 %) скорее не нравится логотип, полностью нравится логотип 13 % ответивших, скорее нравится – 25 % и полностью не нравится 23 % опрошенных. Данный факт говорит о необходимости улучшать логотип гостиницы.

На вопрос «Какая эмоция возникла у Вас, когда Вы увидели данный логотип в первый раз?» ответы распределились следующим образом (рис. 4): восторг – 7 %; радость – 7 %; симпатия – 11 %; удивление – 13 %; любопытство – 15 %; безразличие – 27 %; разочарование – 0 %; печаль – 8 %; отвращение – 0 %; другое – 1 %.



Рис. 4. Ответы на вопрос «Какая эмоция возникла у Вас, когда Вы увидели данный логотип в первый раз?»

Как видно на рисунке 4 достаточно большая доля отвечающих – 36% отметили, что испытывают безразличие. Необходимо пересмотреть старый логотип и разработать новый, с учетом представлений и ассоциаций об отеле «Лампа».

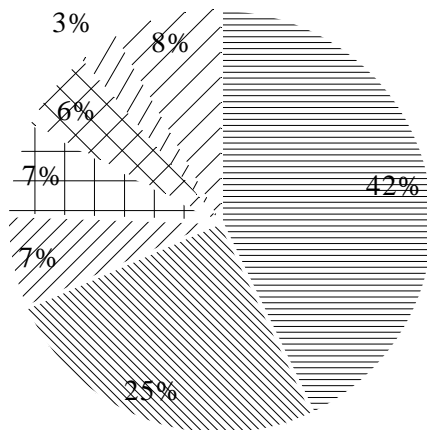
На вопрос – «Насколько удобен и привлекателен сайт отеля «Лампа» (оцените от 1 до 10 баллов)» был получен средний балл – 7,8. Это означает, что сайт необходимо доработать, выделить логотип, добавить ярких акцентов.

На вопрос «Как Вы представляете себе сотрудников ГК «Лампа»» были даны следующие ответы:  
 Основные качества, которыми они должны обладать:

– приветливые, радушные, профессионалы, всегда на месте и готовы помочь, доброжелательные.

– цвет одежды: светлые, золотые, теплые тона.

Обоснованием выбора ГК «Лампа» стали следующие факторы (рис. 6).



- ≡ Стоимость услуг
- ∕ месторасположение
- ∖ Название
- ∕ Сайт
- ≡ качество обслуживания
- ∕ Интерьер
- ∖ Внешний вид сотрудников

Рис. 5. Ответы на вопрос «Укажите Ваши основания для выбора гостиницы»

Из рисунка 6 следует, что стоимость услуг (42 %) – наиболее частый фактор выбора клиентов. На втором месте – качество услуг (25 %), сайт – 8 %, месторасположение – 7 %, интерьер – 6 %, название – 6 % и внешний вид сотрудников – 3 %.

На рисунке 6 представлены ответы клиентов о внешнем виде персонала гостиницы.



Рис. 6. Ответы клиентов о внешнем виде персонала гостиницы

Из рис. 6 следует, что возможно пересмотреть стиль и форму одежды сотрудников гостиницы. Одним из решений может стать пошив современной и стильной формы корпоративной одежды.

Уровень сервиса отеля в целом потребители оценили отлично – 63 человека (21 %); хорошо – 144 человека (48 %); удовлетворительно – 93 человека (31 %).

Далее было предложено сравнить визуал сайта до и после изменений. Сравнение ответов представлено на рис. 7.

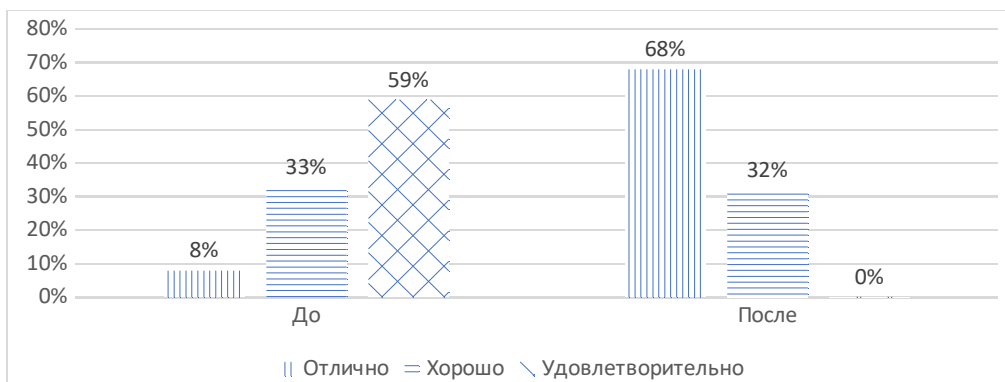


Рис. 7. Оценка вывески логотипа на ресепшн до и после изменений по мнению потребителей

Было выявлено, что вывеска логотипа на ресепшн стала более привлекательной для потребителей: 68 % оценили изменения на отлично и 32 % на хорошо.

Далее было предложено оценить новый логотип гостиницы «Лампа». Ответы представлены на рис. 8.

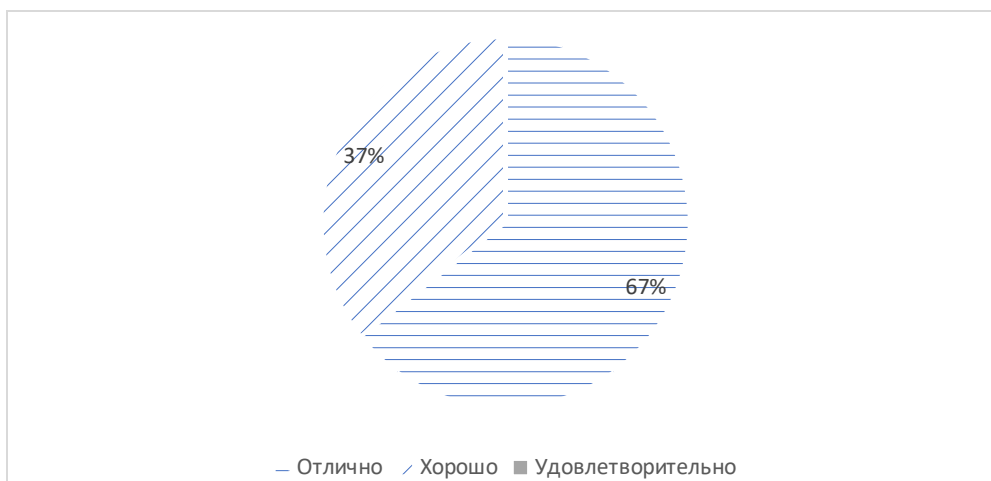


Рис. 8. Оценка нового логотипа по мнению потребителей

Из рисунка 8 следует, что новый логотип оценивается на отлично 67 %, на хорошо – 37 %.

Далее было предложено оценить новую форму сотрудников гостиницы «Лампа». Ответы представлены на рис. 9.

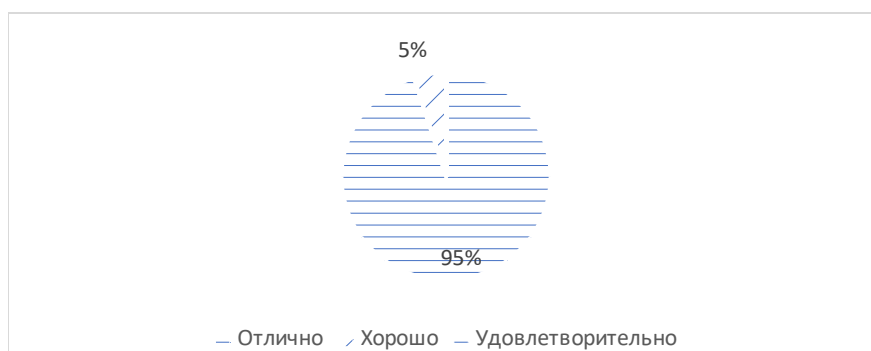


Рис. 9. Оценка новой формы сотрудников по мнению потребителей

Из рисунка 9 следует, что новая форма сотрудников была оценена большинством потребителей (95 %) на отлично, 5% на хорошо.

Также у фирменного стиля гостиницы «Лампа» был выявлен ряд недоработок и минусов, такие как:

- 1) текстовый логотип;

- 2) отсутствие фирменного блока;
- 3) устаревшая вывеска, как носитель фирменного стиля;
- 4) гостиница не использует фирменную одежду.

Мероприятия позволят увеличить средний чек заказа дополнительных услуг, повысить долю постоянных клиентов, увеличить прибыль отеля. В целом предложенные мероприятия позволят повысить доверие к имиджу гостиницы, интерес потенциальных гостей, доверие к выбору данного отеля, безопасности, комфорта и стандартам обслуживания, что привлечет внимание гостей к отелю и его особенностям.

Деятельность по созданию фирменного стиля гостиничного предприятия это не одно или несколько мероприятий, это целая система деятельности (рисунок 10).



Рис. 10. Направления формирования фирменного стиля ООО «Гранд Раут» ГК «Лампа»

Таким образом, направлениями формирования элементов фирменного стиля ООО «Гранд Раут» ГК «Лампа»:

- брендинг: форма сотрудников, слоган, логотип, дизайн источников позиционирования гостиницы в социальных сетях (единый стиль в фотографиях, предоставления информации), в Интернете (сайт гостиницы);
- разработка айдентики: атрибуты с корпоративной символикой и их продвижение: разработка сувенирной и корпоративной продукции совершенствование методов маркетинга и продвижения услуг на рынок гостиничных услуг.
- улучшение стандартов обслуживания: разработка и проведение тренинга «Стандарты обслуживания», аттестационные мероприятия и организация наставничества.

В таблице 6 представлены мероприятия формирования элементов фирменного стиля ГК «Лампа».

Таблица 6

#### Мероприятия формирования фирменного стиля ГК «Лампа»

Направление	Мероприятие	Ожидаемый результат
Брендинг: форма сотрудников, логотип, слоган, сайт.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Совершенствовать логотип.</li> <li>2) Разработка дизайна и пошив формы сотрудников отеля.</li> <li>3) Совершенствование визуала сайте отеля</li> </ol>	Повышение доверия к имиджу гостиницы, повышение интереса потенциальных гостей, доверие к выбору данного отеля, комфорта и стандартам обслуживания. Привлечение внимания гостей к отелю и его особенностям.
Разработка Айдентики	Корпоративная документация (бланки, конверты, визитки, таблички на номера, журналы учета и т.д.)	Повышение конкурентоспособности, повышение и укрепление уровня лояльности клиентов, запоминаемость, узнаваемость



Направление	Мероприятие	Ожидаемый результат
Стандарты обслуживания: регламент (стандарты обслуживания), обучение персонала, повышение квалификации, корпоративная культура	1) Разработка стандарта обслуживания для VIP гостей. 2) Проведение обучения сотрудников для повышения качества обслуживания: тренинг «Стандарты обслуживания», прикреплению наставников к обучающимся и проведение аттестационных мероприятий.	Повышение качества обслуживания клиентов, повышение конкурентоспособности услуг, организация индивидуального обслуживания гостя.

Старый логотип ГК «Лампа» представлен на рис. 11.



Рис. 11. Старый логотип отеля «Лампа»

На общем собрании сотрудников был показан ролик о компании и сотрудники дали обратную связь, что для них работа в мини отеле «Лампа». Была выделена общая цель, которая была внедрена в новую миссию отеля.

Старая миссия – мы делаем Ваш отдых комфортным и приятным.

Новая миссия отеля «Лампа» – мы делаем ваш отдых светлее и комфортнее, мы дарим Вам свет и заботимся о сохранении света внутри Вас.

В качестве нового логотипа был предложен в новой цветовой гамме: золотой, белый, желтый, коричневый (рис.12).



Рис. 12. Новый логотип отеля «Лампа» и цветовая гамма

Так же необходимым является проведение PR-мероприятий для продвижения корпоративного стиля.

Мини отель «Лампа» использует следующие современные методы продвижения услуг на рынок. В таблице 7 предлагается сравнение факта и плана по продвижению фирменного стиля отеля «Лампа» на рынок гостиничных услуг.

Таблица 7

**Сравнение факта и плана по продвижению фирменного стиля отеля «Лампа» на рынок гостиничных услуг**

Каналы продвижения	Факт	План
Сайт	Продвижение туристского продукта через собственный Интернет-сайт <a href="https://lampa-hotel.ru/">https://lampa-hotel.ru/</a>	Промо-акции, изменение визуала сайта, обновление фотографий с вывеской, номеров люкс с корзиной фруктов, с корпоративной атрибутикой (айдентикой) (Приложение В, рисунки В.1 и В.2)

Каналы продвижения	Факт	План
Социальные сети	продвижение в социальной сети «ВКонтакте»	Промо-акции, розыгрыши, новые фотографии. Привлечение блогеров инфлюенсеров к рекламе взамен на проживание в отеле люкс.
Мессенджеры	рассылка в мессенджерах «Whatsapp» и «Telegram»	Стикеры в мессенджерах с логотипом компании (Приложение Г, рисунок Г.5-Г.8) Рассылка в мессенджерах о промо акциях, фотографии обновленного логотипа и вывести, сотрудников в новой форме и ролик с описанием дополнительных услуг «Почему я выбрала отель Лампа?»
Электронная почта	e-mail рассылка	Рассылка с промо-акциями, фото призов с новым логотипом, айдентикой
Контекстная реклама	промо-акции в Интернете (контекстная реклама)	-
Сайты и приложения о гостиничных услугах	размещение информации об услугах отеля на сайтах и приложениях для потребителей гостиничных услуг (booking, ДубльГИС, 101hotels, tripadvisor и другие)	Обновить фотографии с вывеской, логотипом, сотрудниками в форме на сайтах о гостиничных услугах (booking, ДубльГИС, 101hotels, tripadvisor)
Выставки, ярмарки, семинары	участие в международных выставках, ярмарках, семинарах, рекламных турах и другое	Обмен с компаниями перевозчиками, турагентствами, ресторанами визитками Нетворкинг на туристских мероприятиях, фестивалях, ярмарках

Рассчитаем прибыль с повышения загруженности и продаж дополнительных услуг, ориентируясь на данные 2023 года (табл. 4).

Чистая прибыль с загруженности номеров 69 % и продаж дополнительных услуг в 2023 году составила 1390 тыс. рублей.

Соответственно при загруженности номеров 80 % прибыль составит 1611,2 тыс. рублей.

При загруженности 90 % номеров – 1812,6 тыс. рублей.

План прибыли и расходов представлен в табл. 8.

Таблица 8

### План прибыли и расходов

Строка	Сумма, руб.
Выручка от реализации	1 812 600
Себестоимость (Всего расходов)	236 128,7
НДС (20%)	188 903
Валовая прибыль	1 576 471,3
УСН (6%)	94 588,3
Чистая прибыль	1 292 980

Выручка от реализации включает: загруженность номеров на 90 %. В себестоимость входит: расходы на печать визиток, айдентики, пошив формы, проведение обучения и аттестации персонала, изготовление вывески, продвижение. Так как по Налоговому кодексу Российской Федерации НДС составляет 20% – 188 903 рублей. УСН 6% – 94 588,3 рублей.

Таким образом, валовая прибыль составляет 1576 471,3 рублей, а с учетом налогов, чистая прибыль – 1 292 980 рублей. Сальдо денежных средств положительное. Итогом осуществления проекта является то, что чистая прибыль составит 1292 980 рублей.

Себестоимость составляет 236 128,7 рублей, это означает, что данной суммы будет достаточно для того, чтобы провести мероприятия без привлечения заемных средств. Значит, программу формирования элементов фирменного стиля можно считать рентабельной.

Важно отметить, что в целях определения эффективности использования фирменного стиля отеля «Лампа», а также для выявления возможных проблем, был проведен опрос целевой аудитории-клиентов, анкетирование показало необходимость проведения ряда мероприятий по совершенствованию элементов фирменного стиля, модернизации логотипа и введение его в айдентик компании, а также создание новой вывески на ресепшн и повышения качества обслуживания клиентов через обучение персонала и его аттестации.

Для решения выявленных проблем, была разработана программа формирования элементов фирменного стиля. Программа включила в себя: смену логотипа, фирменных цветов; пошив фирменной формы сотрудникам, модернизацию корпоративной атрибутики, обновление вывески на ресепшн, PR-мероприятий: промо-акции, розыгрыши корпоративной продукции на сайте в социальных сетях, видеоролик в Youtube, публикация на сайтах VI.ru, booking, ДубльГИС, 101hotels, tripadvisor.

Таким образом, предложенная программа формирования фирменного стиля гостиницы «Лампа» принесет следующие эффекты:

- сбор подробной информации о госте и его семье, которую можно использовать для улучшения их удовлетворенности;
- стимулирование гостей к совершению прямых покупок через сайт или отдел продаж отеля, что позволяет избежать комиссий, взимаемых сайтами бронирования;
- повышение продаж дополнительных услуг;
- увеличение среднего чека заказа;
- повышение доли постоянных клиентов;
- увеличение прибыли отеля;
- повышение качества обслуживания;
- повышение доверия к безопасности и комфорту предоставляемых услуг гостиницы, повышение интереса потенциальных гостей, доверие к выбору данного отеля, безопасности, комфорта и стандартам обслуживания;
- привлечение внимания гостей к отелю и его особенностям.

---

1. Ижболдин А.Д. Фирменный стиль компании на примере разработки фирменного стиля сети ресторанов «PANMAN» // Наука: общество, экономика, право. – 2020. – № 2. – С.320-326

2. Dictionary.cambridge.org: – Текст: электронный. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/branding> (дата обращения: 15.02.2024)

3. Киселева О.И., Решетова М.В. Проектирование фирменного стиля: теория и практика // Проектная культура и качество жизни. – 2023. – № 30. – С.17-31

4. Епифанова А. Г. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие. – Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022. – 235 с.

5. Осокина П.В. Фирменный стиль как основа воплощения бизнес-идеи // Современные тренды развития регионов: управление, право, экономика, социум. Материалы XXI Всероссийской студенческой научно-практической конференции. – Челябинск: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, 2023. – С.181-183

6. Акимова О.Е., Абдышев Ш. Специфика фирменного стиля компании общественного // Академическая публицистика. – 2023. – № 5-2. – С.134-137

7. Павлова Д.В. Управление фирменным стилем как инструмент создания благоприятного имиджа компании // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 48. – С.52-52

8. Петрова Г.А., Гринина С.А. Развитие услуг размещения туристов как фактор формирования позитивного имиджа территории // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2019. Т. 11. № 3. С. 82-93

## НАУЧНО-ЭМПИРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ АВТОТУРИЗМА В ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Д.М. Швабский, бакалавр  
Г.А. Гомилевская, канд. экон. наук, доцент

Владивостокский государственный университет  
Владивосток. Россия

**Аннотация.** В контексте интенсивного развития рынка автотуризма, создание нового туристского продукта требует применения инновационных и стратегических подходов к модернизации качественных параметров разрабатываемого продукта. Инновационные подходы включают использование современных технологий и методов организации туров, а также разработку новых маршрутов и программ, которые будут соответствовать потребностям и ожиданиям современных туристов. Одним из ключевых аспектов создания нового туристского продукта является повышение его качества, что может быть достигнуто путём улучшения условий проживания, питания, организации досуга и обеспечения безопасности туристов. Цель исследования – на основе комплексного анализа рынка автомобильного туризма предложить универсальную схему разработки тура с использованием автомобильного транспорта. Результаты: исследованы разновидности и преимущества автомобильного туризма; проведен анализ авторских определений автомобильного туризма, систематизирован мировой и отечественный опыт организации автотуров, разработаны методические подходы к разработке автомобильного тура регионального значения, а также составлена авторская программа автомобильного тура по Сахалинской области. Научной новизной является авторская многофункциональная схема разработки тура с использованием автомобильного транспорта. Практическим результатом является систематизация данных о показателях мирового и отечественного рынка автотуров на основе анализа имеющихся статистических показателей и предложений различных турфирм.

**Ключевые слова:** Дальневосточный федеральный округ, автомобильный туризм, автомобильный маршрут, автотурист, путешествие, туристский продукт, разработка тура.

## SCIENTIFIC AND EMPIRICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF AUTO-TOURISM IN THE FAR EASTERN FEDERAL DISTRICT

**Abstract.** In the context of intensive development of the car tourism market, the creation of a new tourist product requires the use of innovative and strategic approaches to modernize the qualitative parameters of the product being developed. Innovative approaches include the use of modern technologies and methods of tour organization, as well as the development of new routes and programs that will meet the needs and expectations of modern tourists. One of the key aspects of creating a new tourist product is to improve its quality, which can be achieved by improving accommodation, food, leisure activities and safety of tourists. These approaches are focused on increasing the quality of tourist offer, which as result contributes to the attraction of end consumers in the highly competitive market of auto tours. The aim of the study is to offer a universal scheme of tour development using road transport on the basis of a comprehensive analysis of the auto tours market. Results: trends and advantages of automobile tourism are considered, an analysis of definitions of automobile tourism in other countries and in the national market of automobile tours is carried out, and a methodology for the development of new automobile tourism is developed, and the author's program of a car tour of the Sakhalin Oblast was compiled. Scieifentic novelty is the author's multifunctional scheme of tour development with the participation of motor transport. The practical result is the systematization of data on the indicators of the global and domestic market of auto tours based on analysis of available statistical indicators and proposals of various travel agencies.

**Keywords:** Far Eastern Federal District, automobile tourism, automobile tourist, travel, tourist product, statistics, automobile route.

## **Введение.**

В условиях современного общества, характеризующегося процессами глобализации и интеграции, туризм становится одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Развитие туризма способствует не только экономическому росту, но и культурному обмену, укреплению международных связей и формированию положительного имиджа страны, что подтверждается многими отраслевыми экспертами [1–3].

Одним из перспективных направлений туризма является автотуризм, который позволяет путешественникам самостоятельно планировать маршрут, выбирать места для посещения и получать уникальные впечатления от поездки. В последние годы автотуризм приобретает всё большую популярность, что обусловлено ростом интереса к путешествиям, развитием дорожной инфраструктуры и появлением новых технологий, облегчающих планирование и организацию поездок.

Однако развитие автотуризма также сталкивается с рядом проблем. Одной из основных проблем является безопасность дорожного движения. Для решения этой проблемы необходимо совершенствовать дорожную инфраструктуру, повышать качество дорог и улучшать систему управления дорожным движением. Ещё одной проблемой является экологическая безопасность. Автотуризм может привести к увеличению выбросов вредных веществ в атмосферу, в связи с чем, для решения данной проблемы необходимо разрабатывать и внедрять новые технологии, которые позволят снизить негативное воздействие на окружающую среду.

Цель исследования – на основе комплексного анализа мирового и отечественного опыта организации автотуризма предложить универсальную схему разработки тура с использованием автомобильного транспорта.

Методической основой исследования является системный подход к разработке автомобильного тура на региональном уровне. В процессе исследования использованы следующие методы:

- анализа и синтеза, классификации, систематизации, сравнения, наблюдения;
- методы дедукции и индукции, моделирования для разработки авторской схемы создания нового туристского продукта на рынке автотуров.

## **Основная часть**

Автомобильный туризм представляет собой популярный вид туризма, который в современных условиях становится всё более востребованным. Благодаря автомобильному транспорту имеется возможность быстро добраться до любой точки мира, становится легче подстраиваться под свои планы или изменения окружающей среды и менять маршрут. Автомобильный туризм, как вид самостоятельного путешествия, позволяет в полной мере окунуться в атмосферу нового места, так как путешествие на собственном автомобиле – прекрасная идея для тех, кто хочет максимально изучить новый город или страну и при этом сэкономить на путешествии. В условиях пандемии особым преимуществом стала безопасность поездок, так как в собственном автомобиле вероятность посторонних контактов сводится к минимуму.

В ходе исследования прежде всего был проведен анализ определений автомобильного туризма, который показал несколько неоднозначные трактовки данного понятия. Так, авторы И.Г. Гладская [4], С.Г. Сураева-Королёва [5] предлагают традиционное понятие автомобильного туризма, связывая его с путешествиями людей в страны или местности, отличные от их постоянного места жительства, в которых основным средством передвижения является автомобильный транспорт. Это определение подчёркивает основную цель автомобильного туризма – перемещение в другую местность. Дополняя предыдущее определение, авторы А.А. Корнеева, А.С. Ермакова и М.Я. Руднева [6] указывают на то, что автомобильный туризм – это вид передвижения на автомобиле, который не связан с профессиональными обязанностями водителя. Авторы также подчеркивают, что целью поездки является не поездка на работу, а смена обстановки, отдых и получение новых эмоций. Определение исследователя М.С. Оборонина [7] также акцентируется на получении новых эмоций при формировании цели автомобильного туризма. В целом, можно заключить, что определение автомобильного туризма, предложенное различными авторами, является классическим, в котором отражены основные аспекты: перемещение в другую местность с определенными целями, но без занятия оплачиваемой деятельностью. При этом ни один из авторов не подчеркивает, что данный автотур совершается в срок не менее 24 часов.

Определяя основные черты автомобильного туризма, следует выделить ряд преимуществ: гибкость и мобильность, конкурентоспособная стоимость автомобильного тура в сравнении с другими видами туризма, возможность посетить отдалённые места.

Сегодня автомобильный туризм представлен множеством направлений, что нашло отражение в классификации автомобильного туризма (табл. 1).

## Классификация автомобильного туризма

Критерий	Вид	Краткая характеристика
	Описание	
1) По виду транспорта	Автомобильный транспорт	Путешествия людей в страны и местности, отличные от их постоянного места жительства
	Автобусный туризм	Туристский продукт, включающий в себя перевозку туристов на автобусе
	Мотоциклетный туризм	Формат туризма, в котором участвует мотоцикл
	Велосипедный туризм	Автономные поездки на велосипеде
2) По целям	В познавательных целях	Вид туризма, направленный на познание культуры или истории страны
	Караванинг	Автомобильный туризм с проживанием в автодомах
	Джиппинг	Путешествие на автомобилях повышенной проходимости
	Автопробег	Путешествие по определенному маршруту в различных целях
3) По способу организации	Самостоятельный	Самостоятельное путешествие по маршруту
	Групповой	Групповое путешествие по маршруту

Разработано авторами

Согласно предоставленной классификации, автомобильный туризм подразделяется на три критерия: вид транспорта, цели и способ организации. Каждый из перечисленных подвидов автотуризма имеет свои особенности и преимущества. Познавательный туризм направлен на изучение культуры и достопримечательностей страны, караванинг позволяет туристам путешествовать с особым комфортом, джиппинг предлагает экстремальные поездки по бездорожью, а автопробег несет социальный посыл, так как может быть применен в целях привлечения внимания к интересным местам [9]. Самостоятельные поездки предоставляют автотуристам свободу выбора и направлений, а групповой туризм предлагает организованные автотуры с гидом и группой единомышленников.

В настоящий момент автомобильный туризм наиболее распространен в странах Европы. В 2022 статистическое агентство Eurostat провело исследование, в результате которого выяснилось общее количество автомобильных туристов в различных странах Европы (рис. 1) [10].

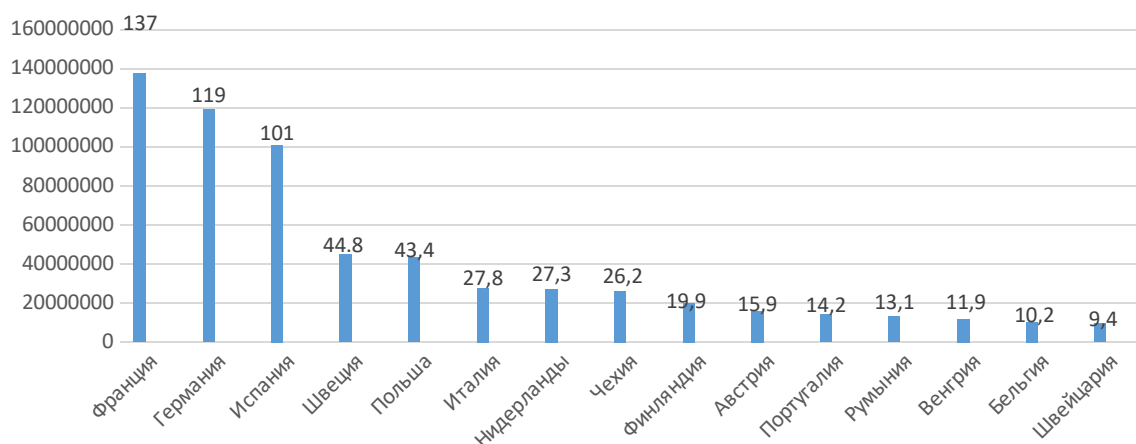


Рис. 1. Количество автопутешественников по странам Европы, млн чел.

Так, в ТОП-3 автотуризма входят Франция, Германия и Испания. Отрыв тех или иных стран может объясняться рядом факторов, самый первый и логичный из которых – географические особенности. К примеру, Германия и Франция являются одними из наиболее больших и населённых стран Европы.

Следующими немаловажными факторами являются общая туристская привлекательность страны и уровень развития инфраструктуры для автопутешествий. Так, Германия славится сетью высокоскоростных магистралей, а в случае с Францией, Бельгией, Нидерландами и Швейцарией у большинства людей существует свой ассоциативный ряд, который может повлиять, в том числе, и на выбор страны для автомобильного путешествия. Однако, стоит отметить, что данные о количестве автопутешественников могут меняться со временем, что может быть связано с изменением экономической ситуации, развитием сети автомобильных дорог и прочими обстоятельствами.

Что касается российской статистики автотуризма, то в 2021 Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) провело исследование о предпочтениях туристов при выборе видов путешествий (табл. 2).

Таблица 2

### Предпочтения россиян в путешествиях, в процентах

Предпочтения с кем путешествовать,		Цели автопутешествий		Предпочтения в маршрутах	
С семьей и друзьями	96	В познавательных целях	75	Знакомые маршруты	81
Вместе с детьми	63	Для посещения различных мероприятий	52	Новые маршруты	68

Составлено по [11]

Согласно исследованиям, большинство россиян предпочитают групповые путешествия по знакомым маршрутам в познавательных целях, но также готовы посещать новые места из-за различных мероприятий или событий.

В 2022 НАФИ провело более развернутое исследование предпочтений россиян в автомобильных путешествиях (табл. 3).

Таблица 3

### Основные показатели автотуризма в РФ в 2022 году, в процентах к общему количеству поездок

Протяженность маршрута, км		Расходы на 1 человека в день		Продолжительность, дней	
Км.	Доля от общей протяженности, %	Руб.	Доля от общего количества человеко-дней, %	дней	Доля от общего количества поездок, %
До 500	29,0	До 2000	15,0	До 3-х	29,0
501-1000	33,0	2001-5000	33,0	4-6	27,0
1001-2000	21,0	5001-1000	27,0	7-10	28,0
2001-4000	11,0	Более 10000	22,0	11-19	9,0
Более 5000	6,0			20-30	5,0
				Более 30	2,0

Составлено по [12]

По результатам анализа наибольшей популярностью пользуются поездки до 1000 км, остальные автопутешественники ездят на расстояние свыше 1000 км. Траты большинства потребителей во время автомобильных поездок составляют от 2 до 10 тысяч рублей, остальные в примерно равных пропорциях тратят либо до 2 тысяч рублей, либо более 10 тысяч рублей. Большая часть автопутешественников тратят на поездку от 1 до 10 дней, остальные путешествуют на протяжении свыше 11 дней.

Также, следует обратить внимание на данные Федеральной службы государственной статистики Росстат, согласно которым в 2022 году было совершено 105 млн туристских поездок

по стране, при этом только 15% путешественников приобретали путевки у туроператоров – остальные планировали путешествия самостоятельно и добирались до места отдыха в том числе на автомобилях (рис. 2) [13].

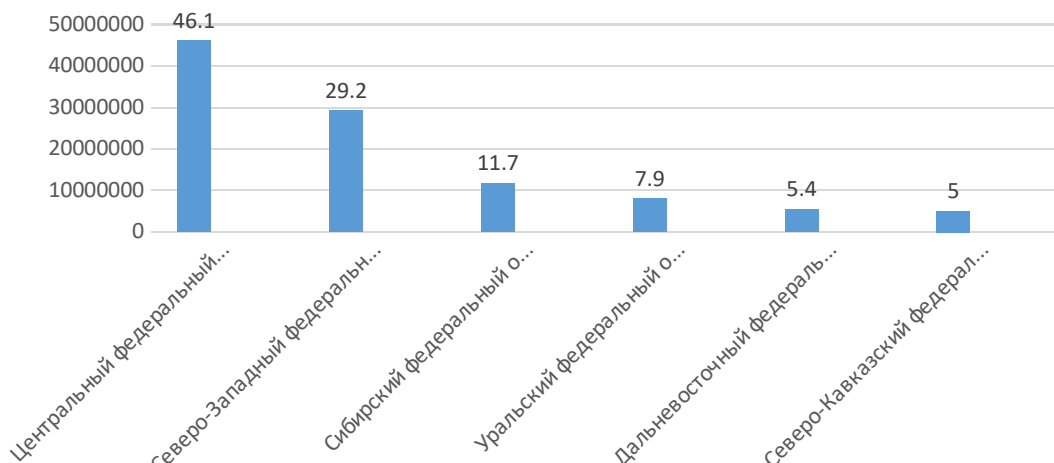


Рис. 2. Динамика туристского потока по федеральным округам, млн чел.

В контексте анализа и оценки потенциала развития внутреннего туризма в России целесообразно учитывать опыт европейских стран и ключевые различия, которые определяют специфику российского рынка туризма. Стоит взять во внимание, что Россия является самой крупной страной мира, из-за чего полноценные путешествия по всей территории страны являются довольно затруднительным и время затратным мероприятием, но одним из важных различий является неравномерность распределения населения по территории России. Большая часть населения России проживает в Центральном и Северо-Западном федеральных округах, благодаря чему эти округа находятся в лидерах списка, к тому же средние расстояния для путешествий не превышают 1000 км, что является ограничивающим фактором для продолжительных путешествий, так как большая часть поездок являются сугубо внутри региональными.

На государственном уровне автотуризм приобретает одно из ключевых значений для развития туризма в целом. Так, В 2023 году президент Владимир Путин поручил разработать концепцию развития автомобильного туризма в Российской Федерации [14, 15], которая определяет принципиальные условия развития инфраструктуры и предусматривает пилотный проект по маршруту Санкт-Петербург – Владивосток. В концепцию включена система регламентации автотуризма, в том числе классификация маршрутов и кемпингов и разработка комплекса государственных стандартов, создание унифицированной информационно-навигационной платформы для повышения уровня придорожного обслуживания.

На первом этапе в рамках реализации концепции уже создано 80 многофункциональных зон и планируется создание 276-ти зон. Второй этап включает дальнейшее развитие нормативно-правовой базы и мер государственной поддержки. В концепцию развития так же включен план по созданию банка земельных участков и площадок для размещения новых объектов дорожного сервиса. Для регионов концепция предлагает развитие парковок, установку знаков навигации и создание маршрутов джиппинга.

Что касается развития автотуризма на Дальнем Востоке, то географическая удаленность региона в контексте с природной и культурной привлекательностью является факторами роста рынка автотуризма. Среди россиян наиболее популярным направлением считается Владивосток, но так же встречаются путешествия из Иркутска в Магадан, с Алтая в Якутию, с Карелии на Сахалин и даже с Беларуси в Хабаровск [16].

Для оценки уровня туристской автомобилизации Дальневосточного Федерального округа (ДФО) нами были отобраны следующие показатели: протяженность дорог и количество заправок с достопримечательностями. С использованием метода критериальной оценки и расчета интегрального показателя проведено рейтингование субъектов ДФО по общей совокупности автомобилизации, которые приведены в табл. 4..



## Автомобилизация субъектов ДФО по уровню развития инфраструктуры

Регионы	Протяженность дорог, км.		Количество заправок		Кол-во достопримечательностей		Общее	Рейтинг
	Показатель	В баллах	Показатель	В баллах	Показатель	В баллах		
Приморский край	7204	2,210	336	5.000	145	5.000	4.070	1
Амурская область	16296	5.000	181	2.693	51	1.758	3.150	2
Хабаровский край	10520	3.227	218	3.244	90	3.103	3.191	3
Сахалинская область	2479	0.761	59	0.878	64	2.207	1.282	4
Камчатский край	3055	0.937	57	0.848	38	1.310	1.031	5

Разработано авторами

Для сравнительного анализа инфраструктуры автомобильного туризма важно учитывать протяженность дорог, количество заправок и достопримечательностей. Эти критерии влияют на доступность путешествий и общую туристскую привлекательность региона. По протяженности дорог лидирует Амурская область, Хабаровский и Приморский край являются самыми развитыми регионами Дальнего Востока. Сахалинская область выделяется островным положением и при этом в определенной степени превосходит Камчатский край по количеству достопримечательностей, которые складываются не только из природных объектов, но культуры проживающих народов, в том числе, в историческом аспекте. Низкие показатели Камчатского края объясняются специфическими географическими особенностями, малой плотностью населения и неравномерным распределением дорог.

В настоящее время явные перспективы развития автомобильного туризма в Дальневосточном регионе нивелируются недостатком интересных и доступных туров, что, на наш взгляд, объясняется в том числе отсутствием системного подхода к разработке автомобильных туров с учетом их специфики.

Для решения проблемы нами предложена схема разработки нового тура с использованием автомобильного транспорта на уровне региона с детализацией этапов проектирования тура (рис. 3).

Предложенная схема решает задачу региональной и тематической специфики разработки тура, соответствующего потребностям целевой аудитории с точки зрения автомобильного туризма.

В рамках предложенной схемы нами была разработана концепция автомобильного тура на Сахалин – это крупнейший остров России площадью в 76 600 км<sup>2</sup>, который омывается Охотским и Японскими морями. Сахалин обладает многообразием природных зон: на юге острова – бамбуковые заросли, в центральной части – богатые ягодой болота, на севере – ягель и карликовые деревья. Сахалин отлично подходит для тех автотуристов, которые любят экстремальный отдых и хотят насладиться всем величием и размахом дикой природы.

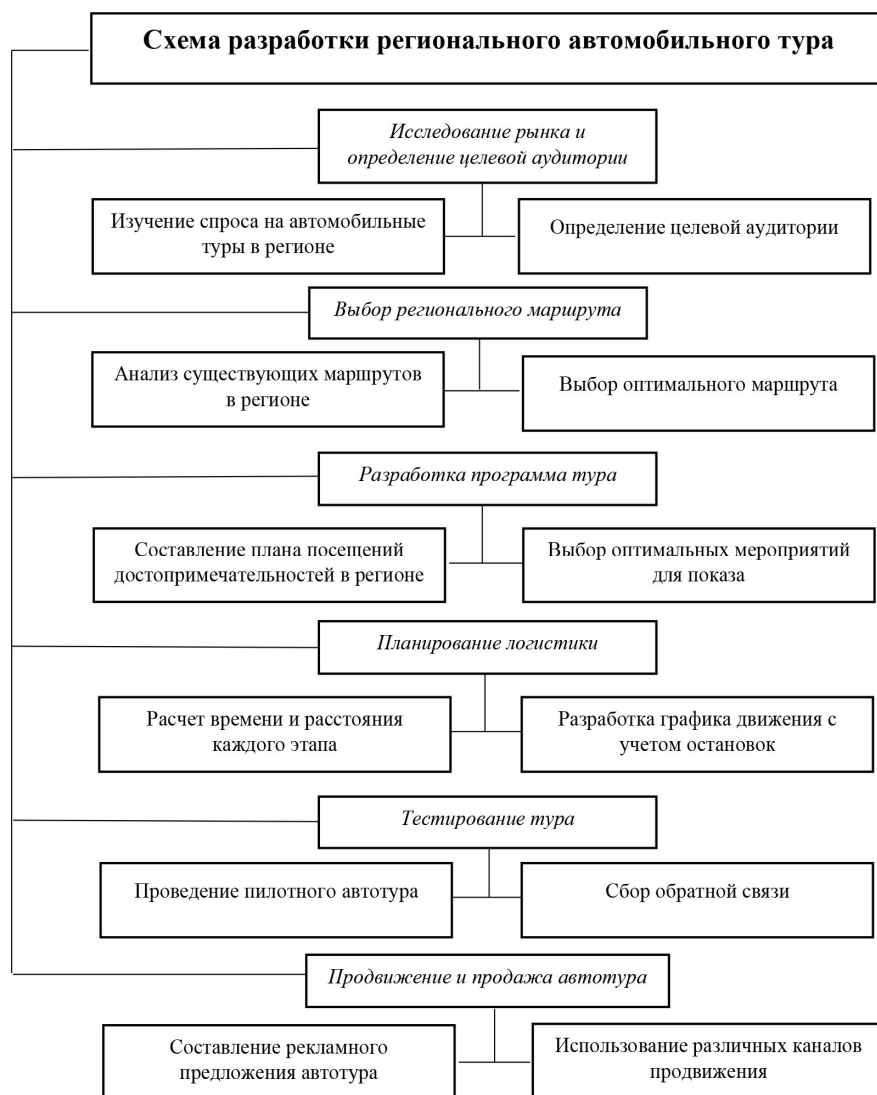


Рис. 3. Схема разработки регионального автомобильного тура

Спрос на автомобильные туры в данном регионе подтверждается следующей статистикой (рис. 4) [17].

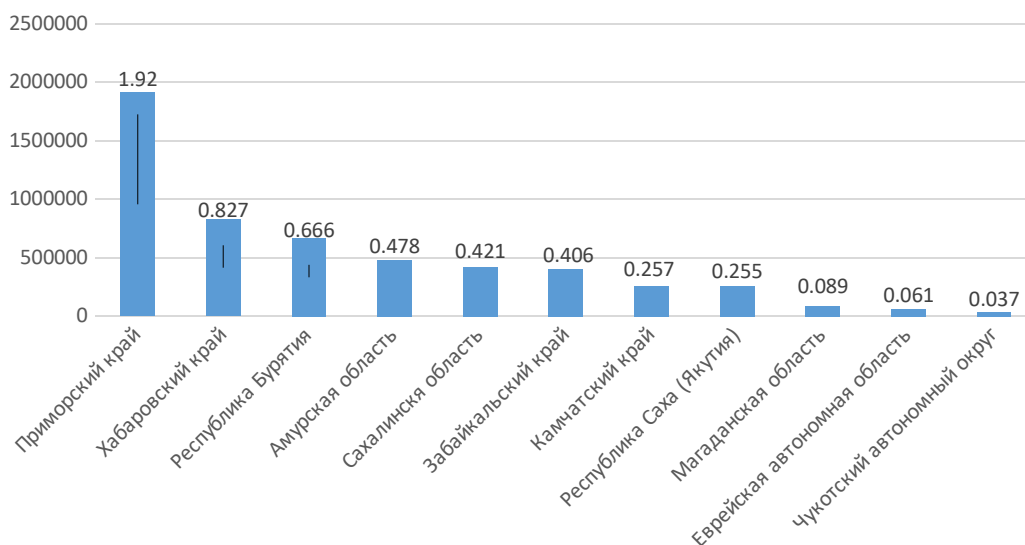


Рис. 4. Оценка туристского потока в ДФО за 2022 год (по числу поездок), чел.

Как можно увидеть из приведенных статистических данных, из всех 11 регионов ДФО Сахалинская область при сравнительно небольшом количестве населения занимает 6-е место, опережая более крупные регионы, такие как Забайкальский край и Республика Саха (Якутия), что говорит о большом интересе туристов к региону.

Специфика туризма в Сахалинской области заключается в том, что основой туристской привлекательности являются природные объекты, расположенные в отдалённых труднодоступных местах. Соответственно под общим термином «туризм» на Сахалине понимается именно автомобильный туризм, поскольку, даже гастрономические туры часто связаны с использованием автомобиля, например, для рыбалки и сбора морепродуктов.

Целевая аудитория тура состоит из людей, для которых в путешествиях важно получение новых эмоций и впечатлений, при этом они ради этого готовы к длительным перелётам и отсутствию привычного комфорта, так как в большинстве случаев путешествия предполагаются по пересечённой местности.

В предложенном нами автомобильном туре по маршруту «Путешествию по хвосту рыбы» были выбраны следующие объекты туристского показа (табл. 5).

Таблица 5

### Объекты туристского показа на маршруте «Путешествие по хвосту рыбы»

Объекты показа	Для чего стоит посетить
Южно-Сахалинск	Культурная и административная столица Сахалина. В городе много японских зданий и есть горнолыжный курорт
СПГ «Пригородное»	Первый в России завод по производству сжиженного газа
Озеро Буссе	Настоящий гастрономический рай для ценителей свежих морепродуктов. В период сезонной миграции птиц на берегу озера можно полюбоваться сапсанами, лебедями и орланами
Мыс Евстафия	Мыс примечателен своей красотой и удивительно чистой водой на побережье
Маяк Анива	Маяк был построен в 1939 японцами, в данный момент заброшен, но открыт для посещения. Маяк облюбовали чайки, из-за чего можно сделать эффектное фото
Мыс Великан	Памятник природы регионального значения. На его территории можно увидеть причудливые каменные фигуры и скалы, а на берегу собираются тюлени и устраивают залежи

Разработано авторами

Выбор данных объектов для тура обусловлен возможностью совмещения познавательного и гастрономического видов туризма, в том числе ловлей различных морепродуктов. Тур кольцевой и рассчитан на два дня с одной ночевкой, началом маршрута является столица региона Южно-Сахалинск (табл. 6).

Таблица 6

### Подробный маршрут тура

Маршрут	Расстояние, км	Достопримечательности	Размещение	Питание
Южно-Сахалинск	-	Горный воздух, краеведческий музей, театр имени Чехова	База отдыха «Горный воздух»	Кафе «Колобок», «Старый друг», «Ассорти»
Южно-Сахалинск – Корсаков – СПГ «Пригородное»	51	Корсаковский маяк, Корсаковский краеведческий музей		Кафе «У речки», «Антарес», «Сумо»
СПГ «Пригородное» – с.Озёрское – озеро Буссе	50	Озеро Большое Чибисанское		Ланч-бокс
Озеро Буссе – с. Новиково – Мыс Евстафия	30	Гора Крузенштерна	Гостиница «Казачий хуторок»	Кафе гостиницы «Казачий хуторок»

Маршрут	Расстояние, км	Достопримечательности	Размещение	Питание
Мыс Евстафия – Маяк Анива	25	Маяк Анива		
Маяк Анива – озеро Буссе – мыс Великан	108	Мыс Птичий		Ланч-бокс
Мыс Великан – Южно – Сахалинск	93	Озеро Тунайча, гора Лягушка	База отдыха «Горный воздух»	Ланч-бокс
Итого	357 км			

Разработано авторами

На протяжении всего маршрута объекты общественного питания и организованные остановки есть в г. Корсаков и с. Озёрное и Новиково, при желании автотурист может разбить палатку и переночевать либо на берегу моря, либо непосредственно в других точках маршрута, питание осуществляется непосредственно в местах размещения, в отдельно стоящих предприятиях питания, а также самостоятельно или с предоставлением ланч-боксов. Предложенный в работе двухдневный тур охватывает не менее 8-ми объектов туристского показа о. Сахалин. Информационная поддержка тура обеспечивается ресурсами Туристско-информационного центра Министерства туризма Сахалинской области.

#### Выводы.

В ходе исследования автомобильного туризма была выявлена его высокая популярность как в мире, так и в России, что свидетельствует о перспективности развития данного сегмента. К такому выводу можно прийти на основе ряда факторов. Во-первых, автомобильный туризм включает в себя множество видов, что делает его привлекательным для широкого круга людей. Во-вторых, статистические данные и результаты социологических опросов показывают стабильный рост числа автомобильных поездок в структуре туристского рынка России. Помимо этого, со стороны правительства Российской Федерации ведётся активная работа по развитию автотуризма, которая выражается в развитии сети автодорог и повышении качества и стандартов обслуживания.

На основе критериальной оценки и интегрального показателя нами было проведено рейтингование субъектов Дальнего Востока по общей совокупности автомобилизации, помимо этого разработана схема проектирования тура с использованием автомобильного транспорта, которая включает в себя следующие шаги: исследование рынка, выбор маршрута, разработка программы тура, планирование логистики, тестирование тура и как итог продвижение и продажа тура. Данная методика разработки нового автомобильного турпродукта представляет собой комплексный подход к организации автомобильных туров и может быть адаптирована под конкретные условия и требования рынка.

Научной новизной работы является авторская методика разработки и планирования региональных автомобильных туров, что в дальнейшем может быть полезным для участников туристского рынка. Практическим результатом является анализ и систематизация имеющейся статистики автомобильного туризма, анализ автомобилизации субъектов Дальнего Востока по уровню развития инфраструктуры, а также авторская программа автомобильного тура на территории Сахалинской области.

1. Суханова Н.Е. Роль и место туризма во внешней политики России // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2010. – С. 104-113. – – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-mesto-turizma-vo-vneshney-politike-rossii> (дата обращения: 15.05.24).

2. Штейнгольц Б.И., Назаркина В.А. Автомобильный туризм в современной России: точки роста // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2015. – С.225-231 – – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/avtomobilnyy-turizm-v-sovremennoy-rossii-tochki-rosta> (дата обращения: 15.05.2024).

3. Коннов Д.В., Долженка Д.В. Проблемы развития автотуризма в России // Вестник ММА. – 2022. – С. 234-239. – – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-razvitiya-avtoturizma-v-rossii> (дата обращения: 15.05.24).

4. Гладская И.Г. Развитие автотуризма в регионе: проблемы моделирования // Научный журнал Сервис Plus. – 2015. – Том 9, №3. – С.27-33. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-avtoturizma-v-regione-problemy-modelirovaniya> (дата обращения: 15.05.2024).
5. Оборин. М.С. Караванинг как инновационный вид туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – Том 15, №2. – С.37-46. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/karavaning-kak-inovatsionnyy-vid-turizma> (дата обращения: 15.05.24).
6. Евдокимова Ю.А. Направление развития автомобильного туризма в России // Культура и общество: история и современность. – 2015. – С. 378-383. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-avtomobilnogo-turizma-v-rossii-na-osnove-opyta-stran-evropy-i-ego-vliyanie-na-ekonomiku-strany> (дата обращения: 15.05.24).
7. Киреева Ю.А. Рекомендации по развитию автомобильного туризма на территории России // Проблемы развития туризма. – 2021. – С. 263-267. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspectivy-razvitiya-avtomobilnogo-turizma-na-primere-primorskogo-kрая> (дата обращения: 15.05.24).
8. Prideaux B. Drive and car tourism: a perspective article // Tourism Review. – 2019. – С 109-112. – Текст: электронный. – URL: [https://www.researchgate.net/publication/336389039\\_Drive\\_and\\_car\\_tourism\\_a\\_perspective\\_article](https://www.researchgate.net/publication/336389039_Drive_and_car_tourism_a_perspective_article) (дата обращения: 15.05.24).
9. Gricar S. Implementation of vector auto-regression models in tourism: state of the art analysis and further development // Tourism and Hospitality Management. – 2023. – С 707-709. – Текст: электронный. – URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/420141> (дата обращения: 15.05.24).
10. Trips by main mode of transport. – Текст: электронный. – 2022. – URL: [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour\\_dem\\_tttr/default/table?lang=en&category=tour:tour\\_dem.tour\\_dem.tour\\_dem\\_tt.tour\\_dem\\_tttc](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_dem_tttr/default/table?lang=en&category=tour:tour_dem.tour_dem.tour_dem_tt.tour_dem_tttc) (дата обращения: 15.05.2024).
11. 67% россиян совершили автопутешествие в этом году, 12% из них – впервые // За НАФИ: – Текст: электронный. – 2022. – URL: <https://nafi.ru/analytics/67-rossiyan-sovershili-avtoputeshestvie-v-etom-godu-12-iz-nikh-vpervye> (дата обращения: 15.05.2024).
12. В отпуск на авто: о чем говорят статистика и эксперты // Ассоциация туроператоров: – Текст: электронный. – 2022. – URL: <https://www.atorus.ru/node/50854> (дата обращения: 15.05.2024).
13. Туристский поток // Федеральная служба государственной статистики – Текст: электронный. – 2023. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 15.05.2024).
14. Путин поручил создать концепцию автотуризма, в том числе между Петербургом и Владивостоком // ТАСС: – Текст: электронный. – 2023. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/17768393> (дата обращения: 15.05.2024).
15. МЭР разработало концепцию развития авотуризма до 2035 года // ТАСС: – Текст: электронный. – 2023. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/19645185> (дата обращения: 15.05.2024).
16. Особенности реализации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в условиях Дальнего Востока/ И.Н. Пугачев, М.В Клиценко, Ю.И. Куликов. – Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2021. – С.126-133. – Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-realizatsii-natsproekta-turizm-i-industriya-gostepriimstva-v-usloviyah-dalnego-vostoka> (дата обращения: 15.05.24).
17. Туристский поток // Федеральная служба государственной статистики – Текст: электронный. – 2023. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 15.05.2024).

Научное издание

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –  
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА  
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXVI международной научно-практической  
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых  
апреля 2024 г.

Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано к использованию: 29.08.2024. Формат 60×84/8

Усл.-печ. л.

Тираж 500 экз. (I–50). Заказ

---

Издательство Владивостокского государственного университета  
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Отпечатано в ресурсном информационно-методическом центре ВВГУ  
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41