



# АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2713-1513



#26 (208), 2024

часть II

# Актуальные исследования

Международный научный журнал

2024 • № 26 (208)

Часть II

Издается с ноября 2019 года

Выходит еженедельно

ISSN 2713-1513

**Главный редактор:** Ткачев Александр Анатольевич, канд. социол. наук

**Ответственный редактор:** Ткачева Екатерина Петровна

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Абидова Гулмира Шухратовна**, доктор технических наук, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

**Альборад Ахмед Абуди Хусейн**, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

**Аль-бутбахак Башшар Абуд Фадхиль**, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

**Альхаким Ахмед Кадим Абдуалкарем Мухаммед**, PhD, доцент, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

**Асаналиев Мелис Казыкеевич**, доктор педагогических наук, профессор, академик МАНПО РФ (Кыргызский государственный технический университет)

**Атаев Загир Вагитович**, кандидат географических наук, проректор по научной работе, профессор, директор НИИ биогеографии и ландшафтной экологии (Дагестанский государственный педагогический университет)

**Бафоев Феруз Муртазович**, кандидат политических наук, доцент (Бухарский инженерно-технологический институт)

**Гаврилин Александр Васильевич**, доктор педагогических наук, профессор, Почетный работник образования (Владимирский институт развития образования имени Л.И. Новиковой)

**Галузо Василий Николаевич**, кандидат юридических наук, старший научный сотрудник (Научно-исследовательский институт образования и науки)

**Григорьев Михаил Федосеевич**, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Арктический государственный агротехнологический университет)

**Губайдуллина Гаян Нурахметовна**, кандидат педагогических наук, доцент, член-корреспондент Международной Академии педагогического образования (Восточно-Казахстанский государственный университет им. С. Аманжолова)

**Ежкова Нина Сергеевна**, доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики (Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого)

**Жилина Наталья Юрьевна**, кандидат юридических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

**Ильина Екатерина Александровна**, кандидат архитектуры, доцент (Государственный университет по землеустройству)

**Каландаров Азиз Абдурахманович**, PhD по физико-математическим наукам, доцент, декан факультета информационных технологий (Гулистанский государственный университет)

**Карпович Виктор Францевич**, кандидат экономических наук, доцент (Белорусский национальный технический университет)

**Кожевников Олег Альбертович**, кандидат юридических наук, доцент, Почетный адвокат России (Уральский государственный юридический университет)

**Колесников Александр Сергеевич**, кандидат технических наук, доцент (Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова)

**Копалкина Евгения Геннадьевна**, кандидат философских наук, доцент (Иркутский национальный исследовательский технический университет)

**Красовский Андрей Николаевич**, доктор физико-математических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН и АИН (Уральский технический институт связи и информатики)

**Кузнецов Игорь Анатольевич**, кандидат медицинских наук, доцент, академик международной академии фундаментального образования (МАФО), доктор медицинских наук РАГПН,

профессор, почетный доктор наук РАЕ, член-корр. Российской академии медико-технических наук (РАМТН) (Астраханский государственный технический университет)

**Литвинова Жанна Борисовна**, кандидат педагогических наук (Кубанский государственный университет)

**Мамедова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова)

**Мукий Юлия Викторовна**, кандидат биологических наук, доцент (Санкт-Петербургская академия ветеринарной медицины)

**Никова Марина Александровна**, кандидат социологических наук, доцент (Московский государственный областной университет (МГОУ))

**Насакаева Бакыт Ермекбайкызы**, кандидат экономических наук, доцент, член экспертного Совета МОН РК (Карагандинский государственный технический университет)

**Олешкевич Кирилл Игоревич**, кандидат педагогических наук, доцент (Московский государственный институт культуры)

**Попов Дмитрий Владимирович**, доктор филологических наук (DSc), доцент (Андижанский государственный институт иностранных языков)

**Пятаева Ольга Алексеевна**, кандидат экономических наук, доцент (Российская государственная академия интеллектуальной собственности)

**Редкоус Владимир Михайлович**, доктор юридических наук, профессор (Институт государства и права РАН)

**Самович Александр Леонидович**, доктор исторических наук, доцент (ОО «Белорусское общество архивистов»)

**Сидикова Тахира Далиевна**, PhD, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

**Таджибоев Шарифджон Гайбуллоевич**, кандидат филологических наук, доцент (Худжандский государственный университет им. академика Бободжона Гафурова)

**Тихомирова Евгения Ивановна**, доктор педагогических наук, профессор, Почётный работник ВПО РФ, академик МААН, академик РАЕ (Самарский государственный социально-педагогический университет)

**Хайтова Олмахон Саидовна**, кандидат исторических наук, доцент, Почетный академик Академии наук «Турон» (Навоийский государственный горный институт)

**Цуриков Александр Николаевич**, кандидат технических наук, доцент (Ростовский государственный университет путей сообщения (РГУПС))

**Чернышев Виктор Петрович**, кандидат педагогических наук, профессор, Заслуженный тренер РФ (Тихоокеанский государственный университет)

**Шаповал Жанна Александровна**, кандидат социологических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

**Шошин Сергей Владимирович**, кандидат юридических наук, доцент (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского)

**Эшонкулова Нуржахон Абдужабборовна**, PhD по философским наукам, доцент (Навоийский государственный горный институт)

**Яхшиева Зухра Зиятовна**, доктор химических наук, доцент (Джиззакский государственный педагогический институт)

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

**Калачев К.А.**

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНСТИТУЦИОННОГО ПРАВА ГРАЖДАН НА РАВНЫЙ ДОСТУП К ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ ..... 6

**Рыбка А.В.**

ОСОБЕННОСТИ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ СО СПЕЦИАЛЬНЫМ СУБЪЕКТОМ..... 9

### МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, РР

**Гуров А.В.**

РОЛЬ И ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ..... 12

**Литвин Е.Ю.**

ТОЧКИ АТТРАКЦИИ В КРЕОЛИЗОВАННЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ..... 14

**Яременко В.В.**

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МАРКЕТИНГЕ АРТИСТОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК..... 17

### ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

**Богданова Д.Ю.**

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН В РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНАХ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ ..... 26

**Пименов О.Н.**

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В РОССИИ..... 33

**Пименов О.Н.**

ПОНЯТИЕ И СПОСОБЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ ..... 37

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

**Блинов А.М.**

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕРА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ..... 41

**Драгун К.Н.**

ГЕНЕЗИС ФОРМИРОВАНИЯ ТЕОРИЙ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ..... 47

**Карцева В.В., Орлова Л.С.**

ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ ..... 52

**Кошкодан А.В.**

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ..... 56

<b>Мокина А.В., Белоус Т.С.</b> ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ: РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	61
<b>Нематов А.А.</b> РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ В ООО «ЗАПАДНАЯ СИБИРЬ ОЙЛ ГРУПП» .....	65
<b>Широких Н.А.</b> НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ .....	70

## ПЕДАГОГИКА

<b>Gereltuya Tsereljav, Ganbaatar Tumurbaatar, Jadamba Badrakh</b> STUDY RESULTS OF TEACHER'S QUESTION ANALYSIS IN THE CONCRETE LESSON .....	77
<b>Рыжкина Е.А.</b> ПОВЫШЕНИЕ ИНИЦИАТИВНОСТИ ДОШКОЛЬНИКОВ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ СОБЫТИЙНЫХ ДЕТСКИХ ОБЩНОСТЕЙ .....	84

## ПСИХОЛОГИЯ

<b>Литвинова Ю.А.</b> ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ- ПСИХОЛОГОВ .....	87
--	----

# ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

КАЛАЧЕВ Кирилл Александрович

магистрант, Ульяновский государственный университет, Россия, г. Ульяновск

## ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНСТИТУЦИОННОГО ПРАВА ГРАЖДАН НА РАВНЫЙ ДОСТУП К ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ

**Аннотация.** Статья раскрывает основные идеи и принципы Конституции Российской Федерации 1993 года, такие как равенство всех граждан перед законом и судом, приоритет интересов личности над интересами государства и незыблемость прав и свобод каждого. Эти принципы отражены во всех отраслях законодательства, включая государственную службу.

**Ключевые слова:** Конституция, государственная служба, права, субъекты РФ.

Лейтмотивом Конституции Российской Федерации 1993 года стала идея равенства каждого человека и гражданина перед законом и судом, примата интересов личности над интересами государства, а также незыблемости прав и свобод каждого.

Данные принципы находят свое отражения во всех отраслях отечественного законодательства, в том числе и в сфере государственной службе. Статья 32 Основного закона [1] гарантирует каждому гражданину право на равный доступ к занятию должностей государственной службы: гражданской, военной и иных. Вместе с тем, на практике далеко не каждый гражданин может поступить на государственную службу.

Государственная служба Российской Федерации – это профессиональная служебная деятельность граждан Российской Федерации по обеспечению исполнения полномочий Российской Федерации, федеральных государственных органов, субъектов Российской Федерации, государственных органов субъектов Российской Федерации, лиц, замещающих государственные должности Российской Федерации, а также государственные должности субъектов Российской Федерации.

Итак, юридическое значение права на равный доступ к государственной службе раскрывается в двух аспектах.

Во-первых, не допускается дискриминация при поступлении на гражданскую службу. Нормативное определение термина «дискриминация» закреплено законодателем в КоАП РФ [6]

– в соответствии со статьей 5.62 под дискриминацией понимается нарушение прав и законных интересов лица на основании его пола, национальности, вероисповедания, возраста, социального статуса и др. Соответственно при поступлении на гражданскую службу будет признан необоснованным и дискриминирующим отказ кандидату по вышеназванным основаниям, за некоторыми исключениями, предусмотренными законом.

Так, например, Федеральным законом «О государственной гражданской службе Российской Федерации [2]» установлено, что по общему правилу предельный возраст для пребывания на государственной гражданской службе составляет 65 лет. Для военнослужащих, в зависимости от воинского звания, также установлены соответствующий предельный возраст: например, 60 лет для генерал-лейтенанта и 50 лет для майора и ниже. Соответственно, отказ в поступлении на службу таким лицам по причине их возраста не может считаться дискриминационным.

Второй аспект, характеризующий сущность права на равный доступ к государственной службе, проявляется в недопустимости поступления лица на государственную службу без учета его профессиональных навыков и умений, а именно – поступление за счет так называемого «блата» (кумовства, личных взаимоотношений с руководителем, иных коррупционных составляющих).

В целях реализации данного принципа действующим законодательством предусмотрено

проведение конкурсов в отношении вакантных должностей государственной службы. По мнению отечественного автора Н. Н. Коробейниковой [4, с. 343-346] именно конкурс обеспечивает равенство при занятии должностей государственной гражданской службы и карьерный рост сотрудников.

Вместе с тем на сегодняшний день одной из главных проблем является эффективное привлечение и отбор кадров на государственную службу, так как действующая система конкурсного отбора нуждается в обновлении методов отбора. В частности, автор отмечает отсутствие единого нормативного регулирования критерий и шкал для оценки кандидатов в качестве, подходящих для государственной службы. Помимо того, проведение конкурса при отборе кандидатов на низкооплачиваемые вакансии зачастую крайне неэффективно, поскольку на данные должности, как правило, претендует достаточное малое количество лиц, а достаточно сложная бюрократическая процедура проведения конкурса отпугивает тех немногих.

Итак, право на равный доступ к государственной службе сущностно раскрывается в двух принципах: недопущении дискриминации и конкурсном начале отбора кандидатов. Вместе с тем, в действующем законодательстве присутствует также ряд ограничений, не позволяющих определенным категориям граждан быть зачисленными на должность государственного служащего.

Пожалуй, наиболее известным критерием для ограничения гражданина к допуску на государственную гражданскую службу, является наличие у него неснятой и непогашенной судимости. Социальное значение данной нормы очевидно: лицо совершило общественно-опасное противоправное деяние, ввиду чего его нахождение на должности, предполагающей обеспечение исполнения полномочий органов федеральной и региональной власти, не представляется допустимым. Снятие или же погашение судимости свидетельствует об утративании лицом общественной опасности.

Стоит отметить, что проходить государственную службу в органах внутренних дел не могут даже те лица, судимость которых погашена или снята в соответствии с положением статьи 14 ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации [5]». Именно данная норма создает определенную правовую коллизию, которую отмечает в своем исследовании отечественные правоведы В. С. Бялт и

Х. Х. Лойт [6]. Действующий российский уголовный закон предусматривает, что погашение или снятие судимости аннулирует все правовые последствия, связанные с судимостью (ст. 86 УК РФ). Потому зачастую кандидаты указывают на данную норму, а также на конституционные принципы свободы труда и права на равный доступ к государственной службе.

Разрешается же рассматриваемая коллизия следующим образом. И ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации», и Уголовный кодекс Российской Федерации по юридической силе равны – оба имеют статус федерального закона, но в данном случае будет действовать принцип приоритета специальной нормы над общей. Соответственно, по общему правилу для гражданина со снятой или погашенной судимостью все правовые последствия, связанные с ней, должны быть аннулированы, но вот конкретно для поступления на службу в органы внутренних дел в отношении данного гражданина будет действовать уже специальная норма, не позволяющая ему поступить на службу в ОВД.

Помимо того, определенные требования к здоровью и физическому состоянию тела и организма предъявляются к кандидатам на военную службу и на должности некоторых правоохранительных органов (например, в МВД России) и иных исполнительных органов публичной власти (МЧС России). Необходимость введения данных критериев отбора очевидно: специфика военной или правоохранительной службы предполагает наличие у сотрудника физической силы (например, для задержания преступников), а также хорошей выносливости (преодоление марш-бросков в полной выкладке у военнослужащих). Потому подобного рода ограничения нельзя признать дискриминационными – в первую очередь они направлены на защиту жизни и здоровья самих кандидатов.

Безусловно, существуют и иные ограничения, препятствующие допуску гражданина к поступлению на государственную службу. В частности, признание его иностранным агентом, предоставление заведомо ложных сведений о себе, признания его недееспособным и др. Подобные ограничения не нарушают конституционное право граждан, а способствуют более эффективному отбору кадров на должности государственной службы с целью обеспечить ее авторитет и правомерной работы.



Таким образом, можно смело заявить об отсутствии серьезных практических проблем в реализации конституционного права граждан на равный доступ к государственной службе. Вместе с тем, действующее законодательство в данной сфере все же нуждается в совершенствовании, например, в части проведения конкурсов на замещение должностей государственной гражданской службы.

#### Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.
2. Федеральный закон от 27.07.2004 № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации от 2 августа 2004 г. № 31 ст. 3215.
3. Бялт В.С., Лойт Х.Х. Конституционное право граждан России на равный доступ к государственной службе: проблемы и пути решения // Инновационная наука. 2016. № 5-2 (17). С. 198-200.
4. Коробейникова Н.Н. Проблемы реализации конституционного права граждан на равный доступ к государственной службе / Н.Н. Коробейникова. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2021. № 20 (362). С. 343-346.
5. Федеральный закон от 30.11.2011 № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации от 5 декабря 2011 г. № 49 (часть I) ст. 7020.
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации от 7 января 2002 г. № 1 (часть I) ст. 1.

**KALACHEV Kirill Alexandrovich**

Graduate Student, Ulyanovsk State University, Russia, Ulyanovsk

## PROBLEMS OF REALIZATION OF THE CONSTITUTIONAL RIGHT OF CITIZENS TO EQUAL ACCESS TO PUBLIC SERVICE

**Abstract.** *The article reveals the main ideas and principles of the Constitution of the Russian Federation of 1993, such as the equality of all citizens before the law and the court, the priority of the interests of the individual over the interests of the state and the inviolability of the rights and freedoms of everyone. These principles are reflected in all branches of legislation, including the civil service.*

**Keywords:** *Constitution, civil service, rights, subjects of the Russian Federation.*

**РЫБКА Александр Владимирович**

студент, Челябинский государственный университет, Россия, г. Челябинск

## ОСОБЕННОСТИ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ СО СПЕЦИАЛЬНЫМ СУБЪЕКТОМ

**Аннотация.** В условиях проведения правовой реформы, усиления борьбы с преступностью, постоянного обновления уголовного законодательства обновляется необходимость более глубокого изучения основных институтов уголовного права, особенно состава преступления и каждого из его элементов. Постоянный интерес в этом плане представляют исследования субъекта преступления, не только с обязательными его признаками, но и дополнительными, специальными признаками, позволяющими выделить такого рода исполнителей преступных деяний в самостоятельную уголовно-правовую категорию специальных субъектов.

**Ключевые слова:** субъект преступления, признаки состава преступления, квалификация преступления.

В условиях совершенствования основных институтов уголовного права, особенно состава преступления и каждого из его элементов, особое внимание уделяется уголовно-правовой категории специальных субъектов.

Большее количество недостатков в квалификации состава преступления вызвано с установлением специального субъекта преступления. Ошибки в квалификации приводят к незаконному привлечению к уголовной ответственности и назначению наказания.

Актуальность научной работы обусловлена тем, что при практическом применении уголовного закона очень важно помимо обязательных признаков субъекта преступления, учитывать и факультативные признаки, ибо при этом происходит адаптация уголовного закона под конкретные уголовно-правовые общественные отношения.

Особенности квалификации специального субъекта преступления я пытался исследовать в своей научной работе.

В законодательстве и теории уголовного права отражается понятие уголовной ответственности.

Так, уголовная ответственность – это установленная уголовным законом обязанность лица понести наказание или иные меры уголовно-правового характера за совершенное им преступление.

Основанием уголовной ответственности является:

1. Совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления;

2. Уголовная ответственность носит строго личный характер, она может быть применена только в отношении физического лица.

Одним из признаков состава преступления – субъект преступления. То есть физическое лицо, обладающее общими признаками для всех лиц.

Законодательство и наука выделяет понятие специального субъекта.

Специальный субъект – это лицо, которое помимо общих обязательных признаков субъекта преступления обладает еще рядом дополнительных признаков, отражающих его специфические черты [4, с. 49].

К специфическим признакам специального субъекта можно отнести:

1. Должностное положение лица: только лицо, занимающее государственную должность, может быть привлечено к ответственности за получение взятки (ст. 290 УК РФ);

2. Профессиональные обязанности лица: неоказание помощи больному (ст. 124 УК РФ);

3. Гражданство лица: только иностранный гражданин может быть привлечен к ответственности за шпионаж (ст. 276 УК РФ);

4. Родственные отношения: уклонение от уплаты алиментов (ст. 157 УК РФ);

5. Отношение к военной службе: дезертирство (ст. 338 УК РФ).

Признак специального субъекта часто применяется в преступлениях против правосудия.

В уголовном кодексе Российской Федерации специальный субъект описывается непосредственно на его указание.

Специальным субъектом преступления по ст. 176 УК РФ указывается руководитель организации. По ст. 176 УК РФ специальным субъектом является руководитель организации и индивидуальный предприниматель.

В диспозиции статьи Уголовного кодекса Российской Федерации описывается специальный субъект, признаки которого присущи группе составов преступлений.

Специальным субъектом преступления по ч.2 ст. 315 УК РФ является – представители власти, государственные служащие, муниципальные служащим, а также служащие государственного или муниципального учреждения, коммерческой или иной организации.

Так, по ст. 315 УК РФ субъектом преступления может быть – депутат государственной Думы, инспектор налоговых органов, учитель, врач, директор общества с ограниченной ответственностью и т. п.

Следующим способом описания специального субъекта считается установление признаков путем толкования уголовного закона.

Специальным субъектом по ст. 312 УК РФ признается лицо, которому было вверено арестованное имущество на хранение, либо служащий кредитной организации, осуществлявший банковские операции с арестованными денежными средствами.

Лицом, которому передано арестованное имущество на хранение может быть – взыскатель, должник по исполнительному производству, третье лицо, которое не имеет отношения к процедуре принудительного исполнения судебного постановления, нотариус.

К служащим кредитной организации относятся сотрудники, которые в соответствии со своими обязанностями производят банковские операции с денежными средствами (операционист, бухгалтер, кассир, кредитный эксперт).

Особенности квалификации преступлений со специальным субъектом состоит в том, что необходимо доказать относимость физического лица именно к тем признакам, которые описываются в уголовном законе.

По ст. 315 УК РФ - злостное неисполнение судебного акта вступившего в законную силу необходимо установить полномочия представителя власти, государственного служащего, руководителя коммерческой организации.

К таким доказательствам будут относиться – нормативно-правовые документы о назначении или избрании на должность представителя власти, приказ о назначении на должность

государственного служащего, его должностные инструкции, тоже относится и к руководителю коммерческой организации, к тому же доказательством будет являться выписка из ЕГРЮЛ, в которой указывается руководитель коммерческой организации. Специальным субъектом является не только государственный служащий, но и служащий государственного или муниципального учреждения (преподаватель высшего учебного заведения). Характерным доказательством специального субъекта будет так же являться приказ о назначении на должность и должностная инструкция [5, с. 94].

Аналогично квалифицируется признак специального субъекта по ст. 176 УК РФ – незаконное получение кредита индивидуальным предпринимателем. Субъект преступления должен быть зарегистрирован в налоговых органах в качестве гражданина, осуществляющего предпринимательскую деятельность.

Особенности квалификации по ст. 312 УК РФ – незаконные действия в отношении арестованного имущества состоят в том, что обязанность сохранить арестованное имущество устанавливается должностным лицом органов принудительного исполнения судебных актов, вступивших в законную силу (судебный пристав – исполнитель) и закрепляется эта обязанность процессуальным документом актом ареста (описи) имущества должника.

Судебная практика показывает, что при квалификации специального субъекта преступления необходимо устанавливать не только юридические, но и фактические основания признаков субъекта.

Так, в ходе рассмотрения уголовного дела по ст. 177 УК РФ – злостное уклонение от погашения кредиторской задолженности, суд установил, что руководитель коммерческой организации, юридически оформленный в налоговых органах, не имел фактической возможности руководить организацией. Третьи лица фиктивно оформили обвиняемого руководителем коммерческой организации. От имени фиктивного руководителя оформлена доверенность на получение кредита в банке. Третье лицо получило кредит на имя организации. В установленный срок возвратить кредит не представилось возможным. Суд пришел к выводу, что руководитель организации не является специальным субъектом по ст. 177 УК РФ и уголовное преследование было прекращено.

Мировой судья рассмотрел уголовное дело по ст. 312 УК РФ – незаконные действия в

отношении арестованного имущества. В ходе судебного разбирательства установлено, что судебный пристав – исполнитель наложил арест на имущество находящиеся в квартире, где проживал должник по договору найма. Ответственным хранителем арестованного имущества назначен должник. Опись арестованного имущества производилась в присутствии понятых. Понятым был приглашен наймодатель жилого помещения. Результаты ареста (описи) имущества отражены в акте ареста (описи) имущества должника. Наймодатель считал, что аресту подвергнуто его имущество, а не должника. Он вывез арестованное имущество из квартиры, тем самым скрыл арестованное имущество от изъятия. Органы дознания возбудили уголовное дело в отношении наймодателя, мотивировали свое решение тем, что наймодатель присутствовал при аресте имущества в качестве понятого и знал о запрете совершать незаконные действия с арестованным имуществом. Мировой судья прекратил уголовное дело, в оправдательном приговоре указал, что обвиняемый не является специальным субъектом преступления по ст. 312 УК РФ [6].

Отсутствия признака преступления – субъект, не может повлечь уголовной ответственности. В данном случае уголовное дело или уголовное преследование должно быть прекращено.

Таким образом, проблема специального субъекта преступления и в настоящее время требует со стороны ученых и практических работников более внимательного рассмотрения, а изучение и глубокое исследование понятия, признаков, видов специального субъекта тесно связано с вопросами правильной квалификации преступлений и с уголовной ответственностью. Успешное решение этой проблемы будет

способствовать также неукоснительному исполнению уголовного закона в борьбе с преступностью и при осуществлении правосудия, где главенствующую роль должен играть принцип законности.

### Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 01.07.2020 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. – 01.07.2020. – № 31 – Ст. 4398.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (изменения от 14 февраля 2024 № 11-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 25. – Ст. 2954.
3. Обзор судебной практики Верховного суда Российской Федерации по уголовным делам против правосудия / Бюллетень Верховного суда Российской Федерации. – № 4. – 2010.
4. Сверчков В.В. Преступление и состав преступления. Особенности преступного поведения и уголовного преследования: учебное пособие для вузов / В.В. Сверчков. – Москва: Издательство Юрайт, 2024 – С. 49.
5. Федоров А.В. Понятие и классификация преступлений против правосудия: автореферат дис. канд юр наук / А.Ф. Федоров. – 2004. – С. 94.
6. Приговор мирового судьи судебного участка № 1 Советского района города Челябинска от 01.04.2010 года. <http://trz.chel.sudrf.ru/modules.php...> (дата обращения 15 июня 2024).

**RYBKA Alexander Vladimirovich**

student, Chelyabinsk State University, Russia, Chelyabinsk

## FEATURES OF THE QUALIFICATION OF CRIMES WITH A SPECIAL SUBJECT

**Abstract.** *In the context of legal reform, strengthening the fight against crime, and continuous updating of criminal legislation, the need for a deeper study of the main institutions of criminal law, especially the corpus delicti and each of its elements, is being renewed. In this regard, research on the subject of crime is of constant interest, not only with its mandatory features, but also additional, special features that make it possible to distinguish such perpetrators of criminal acts into an independent criminal legal category of special subjects.*

**Keywords:** *the subject of the crime, the signs of the corpus delicti, the qualification of the crime.*

# МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

ГУРОВ Анатолий Владимирович

магистрант, Сочинский государственный университет, Россия, г. Сочи

## РОЛЬ И ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

**Аннотация.** В статье рассматривается роль рекламной деятельности в туристском бизнесе, а также некоторые особенности применения маркетинговых инструментов для интернет-рекламы в сфере туризма. На данный момент туристский бизнес находится в жесткой конкуренции, и рекламная деятельность является одним из важнейших инструментов для поддержания и дальнейшей успешной работы туристского предприятия.

**Ключевые слова:** туристская деятельность, цифровые технологии, интернет-реклама.

В настоящее время реклама является неотъемлемой частью жизни человека, ежедневно влияя на него. Особое значение реклама занимает в области бизнеса и, в частности, туристского бизнеса, так как потребители нуждаются в информации (фотографии, описания продукта или услуги, комментарии, отзывы).

Одна из задач рекламы в современной рыночной экономике сводится к доведению информации о продукте до населения, чтобы сформировать спрос на него, с целью приобретения тех или иных товаров и услуг.

Туристический бизнес – это очень специфический вид коммерческого предпринимательства и на данном этапе его развития он не может существовать без рекламной деятельности.

Сейчас без использования Интернета невозможно представить деятельность современной туристической фирмы. Интернет используется практически во всех основных бизнес-процессах внутри туристической компании, начиная от поиска и привлечения клиентов в качестве коммуникационного и маркетингового инструмента и заканчивая формированием турпродукта. Использование Интернета как рекламного канала является объективной необходимостью для туристского предприятия в рамках жестких условий конкурентной борьбы за потенциального потребителя.

Реклама, как и любой другой вид маркетинговых коммуникаций, играет очень важную роль в реализации планов туристской фирмы.

Перед потребителями реклама может представлять в различной форме. Она преследует различные цели, тем самым оказывая большое влияние на культуру, экономику, образование, идеологию, социальный климат и многие другие аспекты современной деятельности. Но главной её задачей является обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю [3, с. 9].

К основным особенностям рекламы в туризме относятся:

1. Информация. Основной функцией рекламных кампаний в туризме является предоставление клиентам полноценной, а главное правдивой, информации о предлагаемых турах, о плюсах и минусах посещения конкретных туристских дестинаций [4].

2. Односторонняя направленность. Реклама фактически имеет только одно направление: от рекламодателя к адресату (потенциальному клиенту туристской организации) Сигналы обратной связи поступают лишь в форме конечного поведения потенциального клиента [2].

3. Достоверность информации. Предоставление достоверной нынешней информации о том или ином туристском продукте для клиента очень важно. Так как при продажах турпродукта с сильным приукрашиванием действительности можно в последствии заработать отрицательную имиджевую оценку на туристском рынке. Так же помимо отрицательного имиджа компании, можно так же

столкнуться и с жалобами клиентов, которые будут не удовлетворены туристским продуктом [1].

4. Визуальные средства. Привлечь клиентов к туристскому продукту можно при помощи броскости и убедительности визуальных эффектов, используемых в рекламе. Визуальные образы оказывают огромное влияние на человека, поэтому реклама в туризме часто воспроизводится яркими картинками или сюжетами видеороликов, которые зарождают желание у целевой аудитории.

Надо также отметить, что все особенности создания и деятельности рекламы и в частности вообще сам туристский продукт должны соответствовать законодательным нормам [5].

Современные потребители скептически относятся ко многим рекламным акциям, поэтому привлечь и удержать покупательский интерес к какому-либо виду услуг довольно сложно. Поэтому реклама означает больше, чем разработка хороших услуг, установление на них привлекательной цены и приближение к ним потребителей целевого рынка. Компания должна продавать свои услуги, сопровождая их оригинальными, информативными и привлекательными обращениями, которые убеждали бы в соответствии этих товаров потребностям и желаниям потребителей.

Действенная, эффективная реклама – всегда результат тщательного планирования. Планирование рекламной кампании представляет собой многоступенчатый процесс и осуществляется в соответствии с общей схемой планирования коммуникацией.

Предприятие туризма должно иметь непрерывную коммуникационную связь с существующими и потенциальными клиентами. Поэтому каждая компания неизбежно начинает играть роль источника коммуникации и генератора различных средств продвижения информации об услугах на рынке.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что туристская деятельность на данный момент тесно связана с использованием качественной и эффективной рекламы для сбыта и увеличения продаж туристских услуг. Так же в сфере туризма есть определённые особенности рекламы, которые влияют на ее форму при создании.

### Литература

1. Ангелина И.А. // Маркетинг в туризме // Учебное пособие – Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020 г.
2. Володченко В.С., Ланцова Д.С., Мирнова Т.А., Бышок К.А., Сапунова Е.В. // Роль и особенности рекламы в туризме // Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» – журнал «Вопросы науки и образования», 2019 г.
3. Горбачева, В.В. // Рекламная деятельность в туризме//учебное пособие – Волгоград: ВГАФК, 2018 г., С. 9.
4. Момотова О.Н., Долженко И.В. // Особенности рекламы в туризме // Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес» – журнал «KANT», 2013 г.
5. Сулейманова Г.В. // Реклама в туризме // учебно-методическое пособие – Казань: КНИТУ, 2013 г.

**GUROV Anatoly Vladimirovich**

Graduate Student, Sochi State University, Russia, Sochi

## THE ROLE AND FEATURES OF ADVERTISING IN THE TOURISM BUSINESS

**Abstract.** *The article examines the role of advertising in the tourism business, as well as some features of the use of marketing tools for online advertising in the tourism sector. At the moment, the tourism business is in fierce competition, and advertising is one of the most important tools for maintaining and further successful operation of a tourism enterprise.*

**Keywords:** *tourism activities, digital technologies, online advertising.*

ЛИТВИН Елена Юрьевна

доцент, Московский педагогический государственный университет, Россия, г. Москва

## ТОЧКИ АТТРАКЦИИ В КРЕОЛИЗОВАННЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

**Аннотация.** В статье анализируются особенности восприятия печатных рекламных сообщений. Автор определяет основные точки аттракции сообщения, основываясь на результатах проведенного эксперимента. Подчеркивается, что рекламные сообщения воспринимаются в процессе сканирования, а не последовательного чтения, при этом точки аттракции, основываясь на определенных архетипах и реализуя доминантные концепты, становятся основными трансляторами смыслов и эмоций.

**Ключевые слова:** печатное рекламное сообщение, креолизованный текст, точки аттракции, брендинг, архетипы, концепты, смысловые опоры.

Печатное рекламное сообщение обычно включает в себя несколько ключевых элементов, призванных привлечь внимание, донести идею и убедить аудиторию предпринять какие-либо действия. Традиционное деление текста сообщения включает привлекающие внимание заголовок, подзаголовок и основной текст, который содержит краткую, вызывающую эмоции информацию, обещание, элементы убеждения (сведения о преимуществах, УТП) и призыв к действию, а также контактную информацию, элементы брендинга и в ряде случаев мелкий шрифт с указанными условиями или юридической информацией. Параллельно сообщение содержит изображение или изображения, которые призваны играть основную роль в привлечении внимания клиентов. Таким образом, выделяется два плана – изображения и текст, анализ которых обычно производится раздельно. Однако, сталкиваясь с рекламным сообщением, клиент не разделяет два плана, вначале рассматривая картинки, а потом переходя на текст.

Потенциальный клиент не читает рекламное сообщение в определенном порядке, а, скорее, сканирует его, поэтому в каждом рекламном сообщении можно выделить несколько опорных точек – точек привлечения внимания, на которых должен задерживаться взгляд, назовем их точками аттракции. Сканирование – просматривание рекламного сообщения в произвольном порядке, который, с одной стороны, зависит от индивидуальных особенностей воспринимающего, а, с другой, лишено особой вариативности. Мы предложили студентам 1, 2 курса, а также студентам магистратуры факультета иностранных языков (100 человек) отметить точки аттракции для

рекламных сообщений (реклама больницы Johns Hopkins Medicine, глазных капель Soothe, автомобиля Volvo V30, McDonalds “Solve Lunch First” и Fuel Band Dog Collar от Nike). Рекламные сообщения были распечатаны на цветном принтере, причем сообщения выдавались по мере завершения работы респондента с предыдущим сообщением. Участники эксперимента должны были обвести маркером те места, которые привлекли их внимание, в порядке очередности – и поставить соответствующие цифры, то есть точки должны были быть отмечены в той последовательности, в которой на них останавливался взгляд.

Эксперимент показал, что абсолютное большинство определяло точки аттракции одинаково (98%), последовательность же их выявления определялась по-разному, но без разнообразия: в зависимости от рекламы, было выбрано три/четыре последовательности (47 – 27 – 24 человека, 30 – 27 – 21 – 20 человек); 2 человека из 100 выбрали нетипичные точки аттракции, что является слишком незначительным результатом. Эксперимент показал, что основными точками аттракции являются изображения, заголовок и подзаголовок, причем в случае выявленных четырех точек чаще всего это будет главное изображение 1 – заголовок – изображение 2 – подзаголовок/слоган – логотип; на втором месте изображение 1 – изображение 2 – заголовок – логотип – подзаголовок/слоган, на третьем месте заголовок – изображение 1 – изображение 2 – подзаголовок/слоган – логотип.

Точки аттракции, привлекая взгляд в первую очередь, являются смысловыми опорами всего рекламного сообщения. Как

правило, в них реализованы основные архетипы, а также значимые концепты.

Подчеркнем, что основное, то есть наиболее крупное изображение и заголовок являются двумя наиболее приоритетными точками аттракции. Количество людей, поставивших их на 1-е место, достигает 98%.

В рекламе больницы Johns Hopkins Medicine чаще всего выделяются следующие точки аттракции: (1) крупный план – изображение красивой женщины в возрасте, опирающейся на костыль, (2) заголовок *How Far Would You Go?*, (3) слоган *“Your Life is Worth A Trip”*, (4) логотип сайта *“The Promise of Medicine”*, (5) логотип больницы *“Johns Hopkins Medicine”*. Изображение привлекает целевую аудиторию – женщины в возрасте 65+. У женщины на фотографии седые, но красиво уложенные волосы, у нее очаровательная улыбка и лучистый взгляд, она смотрит вверх и опирается на костыль, будто вот-вот встанет. Комментарий от представителя данной возрастной группы (опрос проведен с десятью женщинами, которые могли бы потенциально представлять целевую аудиторию): «Я хочу быть такой же красивой. Я чувствую надежду. Я улыбаюсь» (67 лет). Заголовок представлен справа от изображения, он продолжает мысль, реализованную изображением – женщина куда-то пойдет. Слоган развивает эту мысль, рисуя два смысловых плана: с одной стороны, жизнь должна быть наполнена приключениями и исследованиями, люди должны путешествовать, видеть новые места и получать незабываемые впечатления. С другой стороны, речь идет о дороге в медицинский центр Джонс Хопкинс, который находится в удалении от города. Четвертая и пятая точки аттракции показывают, куда именно нужно приехать, чтобы быть такой же красивой и полной надежды и радости, как представленная на изображении женщина. Здесь мы видим реализацию архетипов THE INNOCENT – CAREGIVER, опирающихся на концепты БЕЗОПАСНОСТЬ/ДОВЕРИЕ, ЗДОРОВЬЕ.

Помимо основных точек аттракции, призванных привлечь внимание потенциального клиента, существует комментарий к этим точкам – вспомогательный текст, который раскрывает сущность предложения, выполняя экспланаторную функцию.

Рассмотрим текст-комментарий к рекламе медицинского центра Johns Hopkins Medicine: «When it comes to your life, distance should never be a factor. As soon as you know you need help,

come to Johns Hopkins Medicine. We’ve been innovating patient care at every point of the journey for over a century. That includes making your journey to us as easy as possible. Let us help you plan your trip. The sooner, the better the outcome».

Данный текст-комментарий объединен с остальными частями рекламы метафорой путешествия. Ключевое слово – «trip», оно связывает заголовок, подзаголовок и комментарий. Тема путешествия репрезентирована в лексемах «journey», «distance», «come». Это полисемантическая тема. Мы можем понимать «trip» как путешествие, или процесс лечения, или жизнь, или будущее. Потребители вскрывают смыслы в соответствии с тем, как именно они идентифицируют себя, со своими ценностями.

При выборе точек аттракции никто из участвующих в эксперименте лиц не отметил в качестве точки аттракции текст, набранный мелким шрифтом. Однако это не означает, что данный текст не важен. Клиенты, заинтересованные в продукте или услуге, будут достаточно внимательно читать этот текст. Данный текст предназначен для тех, кто заинтересовался предложением и хочет проверить, подходит ли оно на самом деле, насколько благонадежна компания и т. д. Это потенциальный клиент, на которого ориентируется рекламода-тель. Основная задача такого текста – убедить потенциальных клиентов предпринять действие, чтобы купить или использовать продукт, или услугу.

К. Рейнер отмечает, что взгляд клиента дольше задерживается на тексте, чем на изображении [1, с. 219]. По сравнению с текстом смысла изображения дешифруются легко – достаточно одного взгляда, чтобы понять, что именно нам передает изображение. Вербальный текст, в свою очередь, требует более пристального внимания, поскольку предполагает последовательное чтение, при котором необходимо читать предложения подряд, так как они логически связаны и одно идет из другого в соответствии с тематическим принципом.

Рекламное сообщение представляет собой многолинейный текст. На экстралингвистическом уровне реализуются первичные сигналы, привлекающие внимание клиента (цвет, наличие главной иллюстрации; мимика и жесты персонажей рекламного сообщения), вторичные – характеристики шрифта, наличие дополнительных иллюстраций. Изображения в рекламе имеют первостепенное значение. Чем



больше изображение, тем больше внимания привлекает реклама. Изображения являются репрезентантами значимых концептов. Клиент воспринимает изображение в рамках определенного концепта, причем изображение призвано воздействовать на эмоциональное состояние клиента. Лингвистический уровень репрезентирован вербализованным сообщением: сильную позицию текста представляет заголовок, далее следует основной текст, также сообщение может включать подзаголовки, подписи к рисункам и вспомогательную информацию: адреса, служебные данные, юридически необходимые сведения. Все эти компоненты не читаются потенциальным клиентом подряд, с «начала» до «конца», но сканируются в произвольном, однако унифицированном

порядке, то есть достаточно большие группы людей придерживаются одинаковых последовательностей сканирования сообщения. Сканирование происходит по точкам аттракции – основным привлекающим внимание пунктам, цель которых – помочь испытать определенные эмоции и указать на возможные варианты решения проблемы клиента.

#### Литература

1. Rayner, K. Integrating text and pictorial information: Eye movements when looking at print advertisements/ K. Rayner, C.M. Rotello, A.J. Stewart, J. Keir, S.A. Duffy. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 2001, 7(3), P. 219-226.

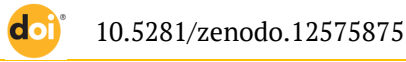
**LITVIN Elena Yurievna**

Associate Professor, Moscow State Pedagogical University, Russia, Moscow

## ATTRACTION POINTS IN CREOLIZED ADVERTISING TEXTS

**Abstract.** *The article analyzes the peculiarities of perceiving printed advertising messages. The author identifies the main points of attraction within the messages based on experimental results. It is highlighted that advertising messages are perceived through scanning rather than sequential reading. The points of attraction, which are based on certain archetypes and implement dominant concepts, become the primary conveyors of meanings and emotions.*

**Keywords:** *printed advertising message, creolized text, points of attraction, branding, archetypes, concepts, semantic supports.*



**ЯРЕМЕНКО Владимир Владимирович**  
директор, ИП Яременко, Россия, г. Москва

## ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МАРКЕТИНГЕ АРТИСТОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК

**Аннотация.** В данной статье исследуется влияние глобальных маркетинговых тенденций на арт-рынок с упором на цифровизацию, социальные сети и инновационные технологии. Исследование направлено на выявление ключевых тенденций и их последствий для присутствия артистов на рынке и экономической жизнеспособности. Используя смешанный подход, исследование объединяет количественные данные из рыночных отчетов и качественную информацию от отраслевых экспертов. Результаты показывают, что цифровые платформы и социальные сети значительно расширяют охват и вовлеченность артистов, способствуя росту рынка и культурной демократизации. Однако сохранение художественной целостности в условиях требований рынка остается непростой задачей. В исследовании делается вывод, что успешные артисты будут сочетать технологические достижения с аутентичным самовыражением, используя цифровые инструменты для навигации в развивающемся рыночном ландшафте. Это исследование дает новое представление о стратегическом применении цифрового маркетинга в мире искусства, предлагая артистам основу для процветания в динамичной среде.

**Ключевые слова:** цифровизация, социальные сети, маркетинг художников, арт-рынок, экономический эффект, культурная демократизация, художественная целостность, рыночные тенденции, сотрудничество, технологии.

### Введение

В быстро меняющемся ландшафте индустрии развлечений маркетинг артистов претерпел значительные изменения, вызванные развитием цифровых технологий и изменением поведения потребителей. В данной статье рассматриваются глобальные тенденции в маркетинге артистов и их влияние на рынок с акцентом на независимых артистов, которые используют цифровые платформы для расширения своего охвата и вовлечения. Актуальность данного исследования заключается в понимании того, как эти тенденции формируют карьеру артистов и влияют на динамику рынка.

Основная цель данного исследования – выявить и проанализировать ключевые мировые тенденции в маркетинге артистов. Это включает в себя изучение роли социальных сетей, цифровых потоковых сервисов и совместных усилий в продвижении артистов. Кроме того, исследование призвано оценить экономическое и культурное влияние этих тенденций на рынок, чтобы понять, как артисты могут эффективно ориентироваться и извлекать выгоду из этих изменений.

Переход к цифровым медиа революционизировал способы связи артистов со своей аудиторией, демократизировав доступ к маркетинговым инструментам, которые раньше были эксклюзивными для крупных лейблов. Согласно отчету Artlist Trend Report 2024, интеграция цифровых инструментов позволила артистам оптимизировать творческие процессы и улучшить маркетинговые стратегии, сделав возможным для одного человека управлять производством и распространением продукции из конца в конец [1]. Такая демократизация позволила услышать более широкий спектр голосов, что способствовало формированию более разнообразного и оживленного рынка.

Основная цель этого исследования – выявить и проанализировать ключевые глобальные тенденции в маркетинге артистов, такие как:

1. Выявить глобальные тенденции: Определить доминирующие тенденции в маркетинге артистов, такие как использование социальных медиаплатформ, таких как Instagram, TikTok и YouTube, для привлечения аудитории.

2. Проанализировать экономическое воздействие: Оценить, как эти маркетинговые стратегии влияют на финансовые показатели артистов, особенно независимых и низовых.

3. Оценить культурное влияние: Понять культурные последствия этих тенденций, в том числе то, как они влияют на общественное восприятие художников и художественного разнообразия.

4. Предоставить стратегические выводы: Предложить артистам действенные идеи о том, как использовать эти тенденции для расширения своего присутствия на рынке и обеспечения устойчивости карьеры.

Основная гипотеза данного исследования заключается в том, что стратегическое использование цифровых платформ и совместных усилий значительно повышает присутствие на рынке и экономическую жизнеспособность независимых артистов. Эта гипотеза основана на успешном опыте артистов, которые эффективно использовали социальные сети и сервисы потокового вещания для создания значительного числа поклонников и получения прибыли.

Для этого в данном исследовании использован смешанный метод, объединяющий количественные данные из отчетов о состоянии рынка и качественные выводы экспертов отрасли. Ключевыми источниками являются отчет Artlist Trend Report 2024, содержащий исчерпывающие данные о последних тенденциях в создании и распространении контента [1], и аналитические материалы Art Marketing News, в которых обсуждаются развивающиеся стратегии продвижения артистов и их влияние на динамику рынка [2].

### **Исторический обзор маркетинга артистов**

Эволюция маркетинга артистов отражает динамичное взаимодействие между технологическим прогрессом и меняющимся поведением потребителей. Исторически маркетинг начался с рудиментарного использования символов и логотипов в древних цивилизациях, таких как Месопотамия, где ремесленники маркировали свои товары, чтобы установить идентичность и доверие [3]. Эта практика получила значительное развитие с появлением печатного станка в 1450 году, который произвел революцию в распространении рекламных материалов и расширил охват маркетинговых усилий.

Промышленная революция ознаменовала собой переломную эпоху, когда появилось массовое производство и необходимость в методах массового маркетинга. Такие компании, как Ford, извлекли выгоду из этих достижений, используя сборочные линии для производства доступных товаров и применяя широкие маркетинговые стратегии для охвата широкой аудитории. Этот период заложил основу для современных методов маркетинга, подчеркивающих эффективность и широкий охват.

В начале XX века наступила эпоха продаж, характеризующаяся агрессивной тактикой продаж и рекламой в средствах массовой информации. Компании использовали радио, а позже и телевидение, чтобы транслировать свои сообщения миллионам людей, что стало значительным сдвигом по сравнению с более ранними, локализованными маркетинговыми усилиями (DDIY, 2023). Основное внимание уделялось убеждению потребителей в необходимости покупки, при этом часто приоритет отдавался объему, а не удовлетворенности клиентов.

Переход к эпохе маркетинга в середине XX века привнес более клиентоориентированный подход. Компании начали проводить маркетинговые исследования, чтобы понять потребности потребителей и соответствующим образом адаптировать свои стратегии. Этот сдвиг подчеркнул важность клиентского опыта и долгосрочных отношений, а не просто транзакционных взаимодействий.

Цифровая революция конца XX – начала XXI века привела к трансформационным изменениям в артистическом маркетинге. Распространение персональных компьютеров и Интернета открыло новые возможности для работы с аудиторией. Появились веб-сайты, кампании по электронной почте и первые формы цифровой рекламы, обеспечивающие более целенаправленные и интерактивные способы связи с потребителями.

Социальные медиа произвели дальнейшую революцию в маркетинге артистов, обеспечив прямое и непрерывное взаимодействие с аудиторией. Такие платформы, как YouTube, Instagram, Twitter и набирающий популярность Telegram, позволяют артистам делиться своими творческими процессами, личными историями и взаимодействовать с поклонниками в режиме реального времени. Это демократизировало маркетинг, сделав его доступным для независимых артистов, которые теперь могут

создавать значительные аудитории без поддержки крупных лейблов [3; 4, с. 113-122].

Эволюция маркетинга артистов подчеркивает важность адаптивности и инноваций. От древних символов до цифровых платформ - основные принципы маркетинга, такие как создание доверия, привлечение аудитории и формирование долгосрочных отношений, остаются неизменными, даже несмотря на значительное развитие методов и инструментов. Эта историческая перспектива подчеркивает не только преобразующую силу технологий, но

и непреходящую природу фундаментальных концепций маркетинга.

### Цифровизация и онлайн-платформы

Как было отмечено ранее, цифровизация маркетинга артистов коренным образом изменила способы привлечения и взаимодействия артистов со своей аудиторией, используя различные онлайн-платформы для обеспечения максимальной видимости и влияния. В этом контексте важнейшую роль играют такие социальные медиаплатформы, как Instagram, TikTok, YouTube, Telegram, а также стриминговые сервисы Spotify и Apple Music [6, 7, 8, 9, 10].

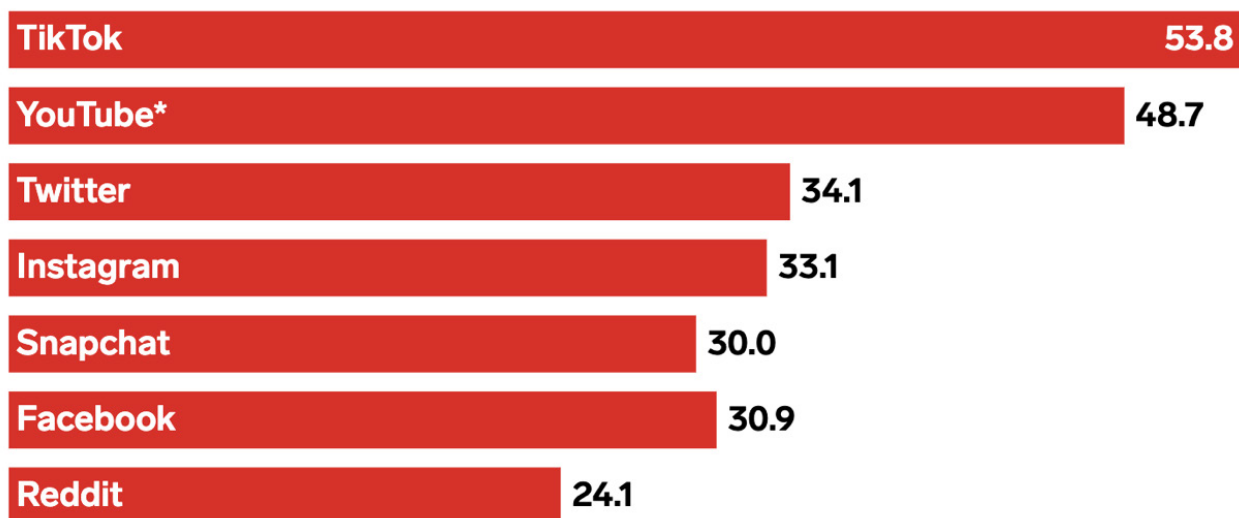


Рис. 1. Среднее проведенное время пользователями в США в минутах

Чтобы определить основные преимущества каждой площадки, рассмотрим их в отдельности. Так, например, Instagram – это платформа, ориентированная на визуальное восприятие, которая остается фаворитом среди артистов благодаря возможности демонстрировать свои работы с помощью изображений, историй и видеороликов IGTV. Учитывая, что алгоритм Instagram, насчитывающий более 2 миллиардов пользователей, отдает предпочтение постоянным публикациям и вовлеченности, что делает необходимым для артистов поддерживать регулярную активность и взаимодействовать с подписчиками. Дополнительным элементом узнаваемости на этой площадке являются хэштеги и теги, которые позволяют артистам охватить более широкую и разнообразную аудиторию. Кроме того, такие функции Instagram, как Reels, позволяют артистам создавать короткие, увлекательные видео, которые могут стать вирусными, что еще больше повышает их узнаваемость.

Также TikTok набрал свою популярность, особенно среди молодой аудитории, и славится

своими короткими видеоматериалами. Артисты используют TikTok для создания вирусных художественных видео, часто участвуя в трендах или демонстрируя свой творческий процесс. Интерактивные функции платформы, такие как дуэты и видеоответы, способствуют созданию атмосферы совместной работы в сообществе, что очень важно для формирования лояльной аудитории. На TikTok очень важна последовательность в размещении материалов, поскольку алгоритм отдает предпочтение регулярному созданию контента.

Третьей, но очень важной площадкой является YouTube, который способен послужить мощной платформой для артистов благодаря широкому охвату и возможности использования более длинных форматов видео. Артисты используют YouTube, чтобы делиться подробными учебными пособиями, закулисными материалами и полнометражными проектами. Алгоритм платформы поощряет время просмотра и вовлеченность, поэтому артистам важно создавать качественный и увлекательный контент, который удерживает зрителей на

сайте больше. Имея более 2,5 миллиарда ежемесячных активных пользователей, YouTube остается ключевым игроком в цифровом маркетинге для артистов, предлагая значительные возможности для получения доходов от рекламы и партнерства с брендами.

Еще одной набирающей популярность площадкой для артистов в последнее время стал Telegram. Основная его функция заключается в обмене сообщениями, которое поддерживает крупные сообщества и каналы, позволяя артистам напрямую общаться со своими подписчиками. Упор Telegram на конфиденциальность и прямое общение делает его особенно ценным инструментом для создания преданной фан-базы. Артисты могут использовать Telegram для обмена эксклюзивным контентом, обновлениями и взаимодействия со своей аудиторией в режиме реального времени, что способствует более тесной связи, чем на более публичных платформах.

Следующие две платформы уже являются более узконаправленными для артистов-музыкантов – Spotify и Apple Music. Они предоставляют платформы для потоковой передачи музыки глобальной аудитории. Функция плейлистов и алгоритмические рекомендации Spotify особенно полезны для независимых артистов, стремящихся к известности. Apple Music предлагает аналогичные преимущества, предлагая курируемые плейлисты и редакционный контент, который подчеркивает новых и развивающихся артистов. Обе платформы предоставляют подробную аналитику, помогая артистам понять демографию своих слушателей и соответствующим образом адаптировать свои маркетинговые стратегии [6, 7, 8, 9, 10].

Таким образом были рассмотрены основные онлайн платформы для продвижения артистов, но этим цифровизация не ограничивается. Слияние этих платформ способно создать многогранный ландшафт цифрового маркетинга, в котором артисты должны ориентироваться на различные алгоритмы, поведение аудитории и форматы контента. Успешными артистами становятся те, кто адаптируется к уникальным требованиям каждой платформы, используя их сильные стороны для создания целостного и привлекательного онлайн-представительства. Поскольку цифровые платформы продолжают развиваться, способность к инновациям и поддержанию аутентичных связей с аудиторией остается решающим

фактором для устойчивого успеха в конкурентном мире маркетинга артистов.

### **Персональный бренд и самопродвижение**

Персональный или личный брендинг – это стратегический подход, при котором артисты развивают свою публичную репутацию и присутствие в индустрии. Он включает в себя последовательные визуальные и тематические элементы на всех платформах и средствах коммуникации. Успешный личный бренд помогает артистам общаться со своей аудиторией на более глубоком уровне, способствуя лояльности и признанию.

Персональный брендинг начинается с составления убедительного заявления артиста, в котором отражается суть его работы, философия и творческий путь. Это заявление служит основой публичной персоны артиста, обеспечивая повествование, которое резонирует с аудиторией и выделяет артиста среди конкурентов. Аутентичность имеет первостепенное значение; артисты должны рассказывать о своем подлинном опыте, вдохновении и эмоциональной подоплеке своих работ, чтобы установить более глубокую связь с аудиторией [13].

Особенно в настоящее время социальное доказательство является важнейшим компонентом персонального брендинга. Социальные доказательства включают в себя одобрение, свидетельства и критические оценки, которые подтверждают авторитет и привлекательность артиста. Это может быть:

- положительные отзывы авторитетных людей,
- свидетельства довольных коллекционеров,
- партнерство с известными художниками.

Например, для художника это может быть демонстрация работ в престижных галереях или на заметных выставках, что еще больше укрепляет доверие и повышает его конкурентоспособность.

Публичные выступления и участие в мероприятиях также являются важными стратегиями. Участие в отраслевых конференциях, вебинарах и подкастах позволяет артистам делиться своим опытом, строить профессиональную сеть и позиционировать себя как авторитетов в своей области. Эти платформы предоставляют ценные возможности для выхода на

новую аудиторию и создания сильного профессионального присутствия.

Также для поддержания сильного и актуального личного бренда следует следить за тенденциями в отрасли, расширять набор навыков и участвовать в идейном лидерстве путем написания статей, публикации научных работ или выступлений на конференциях, что помогает артистам оставаться в авангарде своей области [11, 12, 13].

### **Коллаборации и партнерства**

Сотрудничество и партнерство – важнейшие элементы деятельности артиста, предоставляющие возможность сочетать свои уникальные стили, расширять творческие горизонты и охватывать более широкую аудиторию. Это также способствует расширению известности и влияния артиста, что в свою очередь также способствует личному брендингу, рассмотренному ранее. Также в мире искусства такие союзы могут принимать самые разные формы – от совместных выставок и общих студийных помещений до цифрового сотрудничества, вне зависимости от географического положения.

Эффективное сотрудничество начинается с поиска подходящего партнера. Совместимость является ключевым фактором, поскольку артисты должны совпадать не только в своих творческих целях, но и в уважении к творчеству друг друга. Это взаимопонимание является основой успешного партнерства. Артисты часто ищут соратников через социальные сети, такие как Instagram, Twitter и Facebook, общаясь с другими артистами, чьи работы перекликаются с их собственными [14].

После установления партнерских отношений управление сотрудничеством требует четкой коммуникации и определения ролей. Это предполагает регулярные встречи для анализа прогресса, решения проблем и корректировки целей. Такие встречи гарантирует, что совместные усилия остаются целенаправленными и слаженными [15]. Кроме того, привлечение нейтральной третьей стороны для посредничества в обсуждении может помочь объединить контрастные идеи в гармоничный результат.

Также стоит рассматривать онлайн-сотрудничество, которому способствуют цифровые платформы, предлагает новый способ партнерства. Эти платформы обеспечивают виртуальную среду, в которой артисты могут общаться,

делиться незавершенными работами и сотрудничать в режиме реального времени, преодолевая географические ограничения. Такие инструменты, как Figma и Mural, особенно полезны для этих целей, позволяя осуществлять асинхронное сотрудничество и эффективную коммуникацию [14].

Однако в партнерстве обязательно необходимо учитывать юридические аспекты. Права на интеллектуальную собственность, распределение прибыли и создание соглашений о сотрудничестве имеют решающее значение для обеспечения признания и защиты вклада всех сторон. Составление комплексного соглашения о сотрудничестве может предотвратить недопонимания и обеспечить четкую основу для партнерства [15].

Подводя итог партнерству, можно сказать, что преимущества многообразны. Они позволяют художникам создавать произведения, выходящие за рамки индивидуальных возможностей, способствуют формированию чувства общности и предоставляют возможности для профессионального роста. Однако эти партнерства не обходятся без трудностей. Эффективное разрешение конфликтов, адаптивность и готовность принимать различные точки зрения жизненно важны для преодоления этих препятствий и достижения успешных результатов.

### **Влияние маркетинговых тенденций на рынок**

Современные маркетинговые тенденции оказывают огромное влияние на арт-рынок, определяя не только то, как продается и покупается искусство, но и то, как артисты ориентируются в этом меняющемся ландшафте. Интеграция цифровых технологий, изменение поведения потребителей и постоянная трансформация маркетинговых стратегий в совокупности изменили динамику арт-рынка в 2024 году.

Цифровизация остается на переднем плане, существенно влияя на то, как искусство продается и потребляется. Онлайн-продажи переживают второе рождение: в 2023 году мировой объем онлайн-продаж произведений искусства достигнет 11,8 миллиарда долларов США, что на 7% больше, чем в 2022 году (рис. 2) [16]. Эта тенденция подчеркивает растущую важность цифровых платформ для охвата широкой аудитории и облегчения сделок.

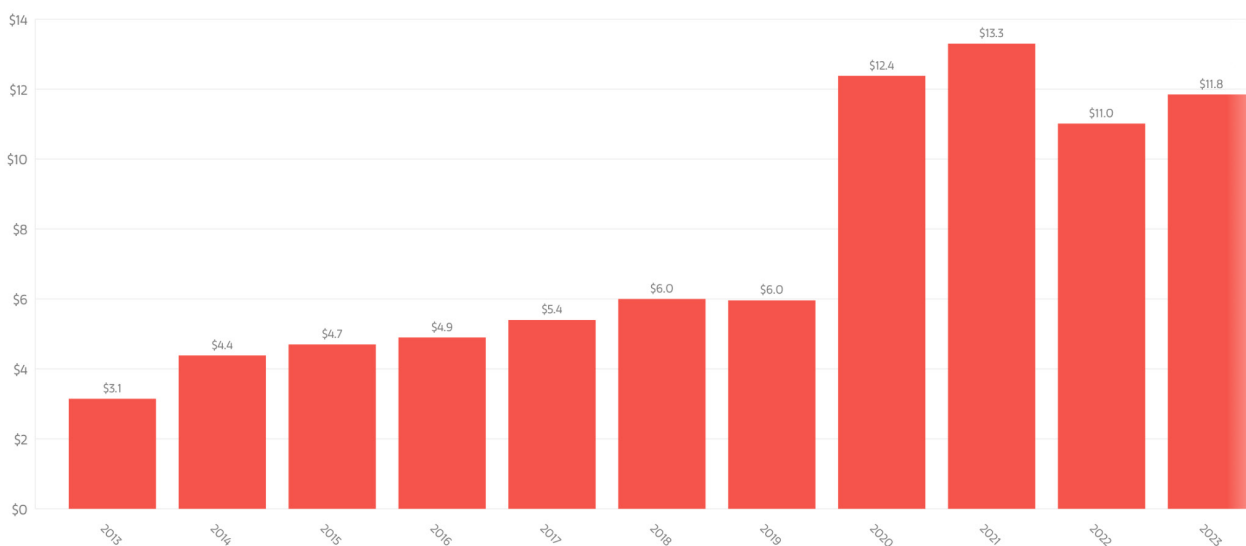


Рис. 2. Онлайн-продажи

Одна из заметных тенденций - растущая зависимость от социальных сетей в маркетинге искусства. Такие платформы, как Instagram, TikTok и YouTube, – это не только инструменты для наглядности, но и для прямого общения с потенциальными покупателями. Такое прямое взаимодействие оказалось решающим для создания лояльных фанбаз и стимулирования продаж [17].

Экономические последствия этих тенденций цифрового маркетинга весьма

значительны. Рынок предметов искусства, оцениваемый в 2023 году примерно в 73,43 миллиарда долларов США, по прогнозам, будет расти со сложным годовым темпом роста (CAGR) на 3,1% с 2024 по 2032 год и достигнет к 2032 году примерно 97,22 миллиарда долларов США [18]. Этот рост обусловлен расширением охвата и повышением эффективности цифровых маркетинговых инструментов, которые позволяют артистам более эффективно находить коллекционеров и взаимодействовать с ними.



Рис. 3. Рынок предметов искусства

В культурном плане интеграция этих маркетинговых тенденций демократизировала доступ к рынку искусства, позволив более разнообразному кругу артистов получить известность и признание. Эта демократизация проявляется в появлении онлайн-платформ, которые обслуживают начинающих художников, предоставляя им инструменты для продвижения

своих работ на мировом рынке без традиционного контроля со стороны галерей и аукционных домов [19].

Более того, слияние искусства и технологий привело к появлению новых форм художественного выражения и потребления, таких как цифровое искусство и NFT. Эти инновации не только расширяют рамки того, что можно

считать искусством, но и привлекают технически подкованных коллекционеров, которые, возможно, не обращались к традиционным формам искусства. Повышенный интерес к цифровым формам искусства стал заметной тенденцией: на таких мероприятиях, как Art Basel, появились разделы, посвященные цифровым медиа, анимации и виртуальной реальности [20].

Однако акцент на рыночных тенденциях и цифровизации также создает проблемы. Артисты рискуют потерять свой уникальный голос, если будут чрезмерно соответствовать требованиям рынка. Существует тонкий баланс между использованием рыночной информации для повышения узнаваемости и сохранением художественной целостности. Изучение тенденций рынка с помощью таких платформ, как Artprice и Artsy, может помочь артистам понять предпочтения коллекционеров, но очень

важно интегрировать эти знания без ущерба для своего творческого видения [17].

Использование современных инструментов и внедрение тенденций маркетинга привело к тому, что к концу 2023 года оборот Российского рынка концертов и спектаклей достиг 80–90 млрд рублей. По сравнению с 2022 годом это значительно увеличенный показатель, так как на одной только «Яндекс Афише» число проданных билетов на концерты выросло до 115%. При этом средний чек вырос на 13%. Это позволило увеличить рост рекламных кампаний и привлечь внимание заинтересованных пользователей к событиям. Кроме того, по прогнозам основателя агентства TCI – Эдуарда Ратникова, в конце 2024 года общая прибыль с концертов может составить 130–140 млрд рублей, так как всё больше крупных компаний активно инвестируют в производство нового контента.

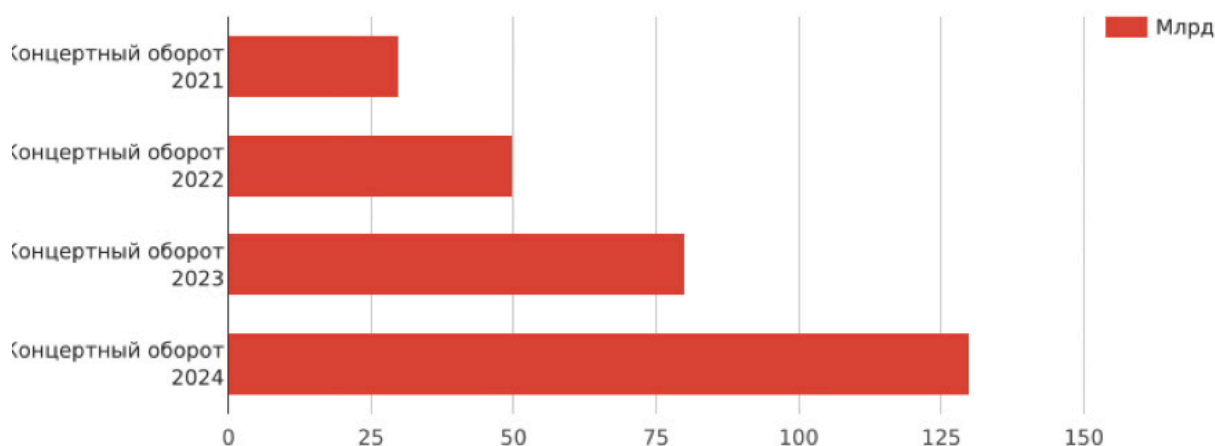


Рис. 4. Статистика финансового оборота концертных мероприятий в РФ с 2021 по 2024 гг.

В 2022 году объемы продаж билетов на концертные мероприятия упали, так как наблюдалась «отмена» иностранных музыкантов. Их уход причинил немалый урон общему рынку медиасобытий. На фоне этого использование современных маркетинговых тенденций пришлось, как нельзя кстати, поскольку именно партнерские интеграции, самовывдвижение и брендинг – это те инструменты, которые привлекают зрителей разных возрастов.

#### Заключение

Обобщая данные статьи, становится очевидным, что глобальные тенденции в маркетинге художников существенно меняют ландшафт арт-рынка. Цифровизация, развитие социальных сетей и интеграция инновационных технологий в совокупности способствовали созданию более динамичной и доступной среды для артистов. Эти достижения не только

демократизировали охват и известность, но также способствовали появлению новых форм художественного самовыражения и вовлечения аудитории.

Эволюция маркетинговых стратегий от традиционных методов к сложным цифровым инструментам подчеркивает необходимость для артистов постоянно адаптироваться и развиваться. Успешное перемещение по этой сложной местности требует тонкого баланса между учетом тенденций рынка и сохранением художественной целостности. Потенциальные экономические выгоды значительны, о чем свидетельствуют прогнозы роста и расширенные возможности монетизации, предлагаемые такими платформами, как Instagram, TikTok и различными потоковыми сервисами.

Однако трансформация не обходится без проблем. Риск размывания своего уникального



творческого голоса в стремлении удовлетворить требования рынка представляет собой серьезную угрозу. Поэтому артисты должны сохранять бдительность в сохранении своей аутентичности, одновременно используя имеющиеся в их распоряжении инструменты для расширения своего присутствия на рынке. Информация, полученная с помощью платформ маркетинговых исследований, бесценна, однако ее необходимо тщательно интегрировать, чтобы не поставить под угрозу основную суть своей творческой идентичности.

Сотрудничество и партнерство становятся мощными механизмами расширения творческих горизонтов и охвата новой аудитории. Эти союзы могут привести к созданию инновационных работ, превосходящих индивидуальные возможности, способствуя чувству общности и совместному росту в мире искусства. Важность четкого общения, определенных ролей и взаимного уважения в этом партнерстве невозможно переоценить, поскольку они имеют основополагающее значение для успеха любого совместного начинания.

В конечном счете, будущее арт-маркетинга заключается в способности гармонизировать быстрое развитие технологий с вечными принципами творчества и художественного выражения. Поскольку арт-рынок продолжает развиваться, наиболее успешными артистами будут те, кто сможет, умело ориентироваться во взаимодействии инноваций и традиций, используя возможности, предоставляемые цифровыми платформами, оставаясь при этом верными своему уникальному видению.

### Литература

1. Artlist Trend Report 2024. The Integration of Digital Tools in Content Creation and Distribution. Artlist.io. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://artlist.io/>.

2. Art Marketing News. Evolving Strategies in Artist Promotion and Market Dynamics. ArtMarketingNews.com. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://artmarketingnews.com/>.

3. Wikipedia. History of Marketing. Wikipedia, 2023. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_marketing](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_marketing).

4. Ustinova O., Karpova S., Turbanov K. Evolution of technologies in marketing: leading trends // 4th International Conference on Social,

Business, and Academic Leadership (ICSBAL 2019). – Atlantis Press, 2019. – С. 113-122.

5. Ipek I. Understanding consumer behavior in technology-mediated spaces // Digital transformation in business and society: Theory and cases. – 2020. – С. 169-189.

6. Portfoliobox. Top 6 Social Media Platforms for Artists in 2024. Portfoliobox, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.portfoliobox.net/ru/blog/the-6-best-social-media-platforms-for-artists-in-2024>.

7. Digital Music News. How Big Is TikTok for Artists Compared to Instagram and YouTube? Digital Music News, 2023. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.digitalmusicnews.com/2024/02/05/tiktok-for-artists-study/>.

8. Search Engine Journal. Social Media in 2024: YouTube & Facebook on Top, TikTok Growing. Search Engine Journal, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.digitalmusicnews.com/2024/02/05/tiktok-for-artists-study/>.

9. Sprout Social. Social Media Demographics to Inform Your 2024 Strategy. Sprout Social, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>.

10. Soundcamps. 22 Best Music Platforms for Artists to Unlock Success. Soundcamps, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://soundcamps.com/blog/music-platforms-for-artists/>.

11. Personal Branding Blog. LinkedIn Personal Branding: 17 Strategies for 2024. Personal Branding Blog, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.personalbrandingblog.com/linkedin-personal-branding/>.

12. Inkbot Design. Mastering Self-Branding: Unleashing Personal Brands In 2024. Inkbot Design, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.pinterest.com/pin/106608716167679133/>.

13. Art Journal. Unleashing Your Creative Thunder: The Transformative Journey of Artist Branding. Art Journal, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/unleashing-your-creative-thunder-transformative-journey>.

14. Creative Flair Blog. Artistic Collaboration: A Creative Guide. 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://blog.creativeflair.org/artistic-collaboration-a-creative-guide/>.

15. Amplify Your Voice. The Power of Music Collaborations: Tips and Strategies. 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://attractwell.com/amplifyyourvoice/blog/5248/the-power-of-music-collaborations-tips-and-strategies>.

16. Art Basel & UBS. The Art Basel & UBS Art Market Report 2024. Art Basel, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://theartmarket.artbasel.com/>.

17. Art Marketing News. How To Balance Art Market Trends And Artistic Integrity in 2024. Art Marketing News, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://artmarketingnews.com/art-market-trends/>.

18. Expert Market Research. Art Market Size, Share, Growth & Trends Report 2032. Expert Market Research, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://straitresearch.com/report/art-market#:~:text=It%20is%20estimated%20to%20reach,%2Dnet%2Dworth%20individuals>).

19. RedDotBlog. Art Market Insights: Reflecting on 2023 and Embracing 2024. RedDotBlog, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://reddotblog.com/art-market-insights-reflecting-on-2023-and-embracing-2024/>.

20. BusinessWorld Online. The future of art: Bridging the traditional and the digital. BusinessWorld Online, 2024. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bworldonline.com/special-reports/2023/09/04/542986/the-future-of-art-bridging-the-traditional-and-the-digital/>.

**YAREMENKO Vladimir**

director, Individual Entrepreneur Yaremenko, Russia, Moscow

## **GLOBAL TRENDS IN ARTIST MARKETING AND THEIR IMPACT ON THE MARKET**

**Abstract.** *This paper investigates the impact of global marketing trends on the art market, focusing on digitalization, social media, and innovative technologies. The research aims to identify key trends and their implications for artists' market presence and economic viability. Employing a mixed-methods approach, the study integrates quantitative data from market reports and qualitative insights from industry experts. The findings reveal that digital platforms and social media significantly enhance artists' reach and engagement, contributing to market growth and cultural democratization. However, maintaining artistic integrity amidst market demands remains a challenge. The study concludes that successful artists will balance technological advancements with authentic expression, leveraging digital tools to navigate the evolving market landscape. This research contributes novel insights into the strategic application of digital marketing in the art world, offering a framework for artists to thrive in a dynamic environment.*

**Keywords:** *digitalization, social media, artist marketing, art market, economic impact, cultural democratization, artistic integrity, market trends, collaboration, technology.*

# ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

**БОГДАНОВА Диана Юрьевна**

студентка 4 курса института экономики и управления,  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, г. Белгород

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН В РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНАХ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ

**Аннотация.** Проанализированы теоретико-методологические аспекты организации работы с обращениями граждан в региональных органах публичной власти в России. Подчеркивается, что право на обращение в органы государственной власти и органы местного самоуправления, закрепленное в Конституции РФ, является одним из важных средств реализации политических и иных прав и свобод человека и гражданина, участия граждан в управлении делами государства, воздействия на него.

**Ключевые слова:** обращения граждан, публичная власть, публичное управление, государство, государственное управление.

В настоящее время одним из наиболее актуальных аспектов работы государственных органов и органов местного самоуправления является рассмотрение обращений граждан и организаций. Институт обращений граждан в органы государственной власти, являющийся древнейшим элементом коммуникации власти и народа, и в настоящее время остаётся важнейшим инструментом обеспечения диалога между ними. Неоднократно высшие должностные лица нашего государства подчеркивали необходимость совершенствования данного направления. Так, Президент Российской Федерации В.В. Путин в Послании Федеральному Собранию (1 марта 2018 года) подчеркнул: «нам нужно не только выстроить современные сервисы для бизнеса, но и в целом сделать понятной, удобной, комфортной систему взаимодействия между государством и обществом, между государством и гражданином» [12].

Право на обращение в органы государственной власти и органы местного самоуправления, закрепленное в Конституции РФ [1], является одним из важных средств реализации политических и иных прав и свобод человека и

гражданина, участия граждан в управлении делами государства, воздействия на него.

В соответствии с Федеральным законом № 59 "О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации", обращение гражданина – это направленные в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу в письменной форме или в форме электронного документа, в том числе с использованием федеральной государственной информационной системы "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)", предложение, заявление или жалоба, а также устное обращение гражданина в государственный орган, орган местного самоуправления [2].

Обращения являются важным инструментом взаимодействия граждан со своим государством и образуют чрезвычайно широкий спектр социальных отношений. Через обращения граждане и их объединения используют механизмы и полномочия государственных органов для решения своих жизненных проблем. Закрепление прав граждан на обращения гарантирует обеспечение в правовом отношении этой формы взаимодействия граждан со своим

государством. Но эффективность указанного взаимодействия не возникает автоматически. Оно предполагает знание и учет обеими сторонами целого комплекса предпосылок, владения ими, юридическими предписаниями, относящимися к этой сфере общественных отношений, знаниями об устройстве государственно-административного аппарата, функциях его отдельных органов, институтов и структур, а также сферы их компетенции. Разумеется, и сами граждане или их коллективы и объединения должны в полном объеме представлять свою роль и ответственность, возникающие в процессе взаимоотношений по факту обращений.

Как свидетельствует опыт, для успешного развития страны необходимо, чтобы гражданское общество не было немым, а государство – глухим.

Значимость обращений граждан для органов региональной публичной власти и местного самоуправления многогранна. Это и наглядный показатель общественных настроений, и свидетельство о наиболее острых проблемах, и индикатор доверия к власти. В то же время обращения граждан – ценнейший источник аналитической информации, позволяющий уточнить приоритеты законотворческой деятельности, использовать новые подходы и креативные идеи для поиска решения наиболее актуальных социально-экономических проблем.

Принцип верховенства закона, соблюдение его государственными органами власти, органами местного самоуправления и должностными лицами и гражданами, является основополагающим для развития демократического государства. С помощью данного принципа гарантируются права и свободы человека и гражданина, а также охрана их от неправомерного вмешательства со стороны органов власти, должностных лиц и самих граждан. Одной из обязанностей государства с помощью его органов является создание таких благоприятных условий, при которых бы соблюдались и реализовывались права, свободы и законные интересы граждан.

Как отмечает С. С. Купреев, обращения граждан одно из наиболее важных средств осуществления и охраны прав личности, укрепления связей государственного аппарата с населением [5].

По мнению К. О. Магомедова, будучи одной из форм участия граждан в управлении делами

государства, обращения способствуют усилению контроля населения за деятельностью органов государственной власти и местного самоуправления [7].

Обращения граждан являются важным источником информации, полезной при решении вопросов государственного, хозяйственного и социально-культурного развития. Как отмечает О. В. Малахов, «право на обращение выступает как один из действенных способов устранения возможных нарушений законности, одно из средств предотвращения правонарушений» [8].

Д. М. Лифанов обращает внимание на то, что «работа с обращениями граждан помогает органам лучше понять, какие проблемы и как их решить». По мнению автора, «обращения граждан являются формой их участия в делах местных органов власти, помогают контролировать ее деятельность» [6].

А. А. Титов дает следующее определение: «Право на обращение можно определить, как возможность человека реализовать, исходя из личной заинтересованности, свои субъективные потребности и нужды в самых различных сферах его бытия. Государство обязано быть кровно заинтересованным в обеспечении достойного существования и свободного развития каждого человека» [11].

Право на обращение также связано и с правом граждан на объединение. Основной целью этого права является удовлетворение социально-экономических и культурных потребностей граждан. Оно обеспечивается участием граждан в политической жизни общества. Речь в данном случае идет не о решениях руководящих органов этих объединений, а о коллективных обращениях граждан – членов данного объединения.

Значение этого права, по мнению А. А. Головина и Т. С. Уваровой, состоит в «возможности для граждан продолжать воздействие на сформированные ими государственные органы и органы местного самоуправления. Тем самым обеспечивается обратная связь власти и граждан, возможность для власти оперативно реагировать на экономические, социальные, политические потребности общественных объединений, коллективов и отдельных граждан» [4].

Права граждан на обращения в органы государственной и муниципальной власти принадлежат человеку с рождения. Рассматривать обращения граждан, принимать по ним

обоснованное и законное решение является обязанностью органов, должностных лиц.

Построение по-настоящему правового государства не представляется возможным без признания прав и свобод человека и гражданина, без должного уважения к закону (праву), без формирования гражданского общества. В настоящее время все развитые страны мира все чаще говорят о необходимости создания эффективного правового института, который мог бы способствовать налаживанию «диалога» между государством и обществом. Одним из таких правовых институтов является институт обращений граждан, выступающий наиболее оптимальной формой взаимодействия государства и общества.

Институт обращений граждан традиционно рассматривается в рамках юридической науки. Основное внимание при этом уделяется правозащитной функции данного института. Вместе с тем, обращения граждан выполняют также контрольную и информационную функции, значение которых нередко недооценивается.

В научной литературе исследования, посвященные теоретическим и практическим аспектам организации работы с обращениями граждан, представлены относительно небольшим количеством работ. Тем не менее, именно контрольная функция обращений граждан обладает значительным потенциалом для проведения социологического анализа. Она позволяет выявлять актуальные тенденции развития взаимоотношений государства и общества, снижать социальную напряженность, способствовать оперативному решению реальных проблем граждан.

Таким образом, комплексный подход к изучению института обращений граждан, учитывающий не только его правовые характеристики, но и социальные аспекты, открывает новые возможности для повышения эффективности работы органов публичной власти и качества взаимодействия с населением.

Обращения граждан в органы власти как одна из форм прямого волеизъявления населения муниципального образования дает им возможность участвовать в определении задач и направлений деятельности органов местного самоуправления, в выработке проектов их решений, в контроле над деятельностью органов и должностных лиц местного самоуправления.

Сама работа с обращениями является важной составляющей любого государственного учреждения, но имеет свою особенность и

поэтому ведется отдельно от общего делопроизводства в соответствии с ФЗ от 2 мая 2006 г. №59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» [2].

При рассмотрении обращения государственным органом, органом местного самоуправления или должностным лицом гражданин имеет право:

1) представлять дополнительные документы и материалы либо обращаться с просьбой об их истребовании, в том числе в электронной форме;

2) знакомиться с документами и материалами, касающимися рассмотрения обращения, если это не затрагивает права, свободы и законные интересы других лиц и если в указанных документах и материалах не содержатся сведения, составляющие государственную или иную охраняемую федеральным законом тайну;

3) получать письменный ответ по существу поставленных в обращении вопросов, за исключением случаев, указанных в статье 11 настоящего Федерального закона, а в случае, предусмотренном частью 5.1 статьи 11 настоящего Федерального закона, на основании обращения с просьбой о его предоставлении, уведомление о переадресации письменного обращения в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу, в компетенцию которых входит решение поставленных в обращении вопросов;

4) обращаться с жалобой на принятое по обращению решение или на действие (бездействие) в связи с рассмотрением обращения в административном и (или) судебном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации;

5) обращаться с заявлением о прекращении рассмотрения обращения [2].

Документооборот обращений граждан в органах исполнительной власти является смешанным: обращения граждан передаются и обрабатываются как на бумажных, так и на электронных носителях - в программно-аппаратном комплексе «Электронное правительство».

Обращения граждан, поступившие в форме электронного документа, рассматриваются в порядке, установленном для рассмотрения письменных обращений граждан.

Общие правила делопроизводства, в том числе порядок прохождения обращений в органах исполнительной власти, государственных органах области, подготовки и оформления

запросов, ответов на обращения, их согласование, иные вопросы ведения делопроизводства по обращениям граждан, не предусмотренные методическими рекомендациями, регулируются инструкцией по делопроизводству.

Срок рассмотрения обращения составляет 30 календарных дней со дня регистрации обращения, за исключением одного случая: письменное обращение, поступившее Губернатору области содержащее информацию о фактах возможных нарушений законодательства Российской Федерации в сфере миграции, рассматривается в течение 20 дней со дня его регистрации в отделе писем и приема граждан.

Федеральный закон № 59-ФЗ детально регулирует вопрос о сроках рассмотрения обращений граждан.

Согласно закону:

– Письменное обращение подлежит обязательной регистрации в течение 3 дней с момента поступления в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу.

– В течение 7 дней со дня регистрации обращение должно быть направлено в государственный орган, орган местного самоуправления или должностному лицу, в компетенцию которых входит решение поставленных в обращении вопросов.

– Письменное обращение, поступившее в соответствии с компетенцией органа, рассматривается в течение 30 дней со дня регистрации. В исключительных случаях руководитель органа власти может продлить срок рассмотрения обращения не более чем на 30 дней, уведомив об этом гражданина.

Ответ должен быть направлен заявителю не позднее последнего дня установленного срока. Если окончание срока рассмотрения письменного обращения приходится на выходной или нерабочий праздничный день, то ответ заявителю должен быть направлен не позднее рабочего дня, предшествующего выходному или нерабочему праздничному дню.

Таким образом, процедура реализации права на обращение состоит из шести этапов, которые детально регламентированы законодательством.

1. Подготовительный этап: на этом этапе заявитель вправе потребовать предоставления информации, связанной с порядком подачи и условиями рассмотрения обращения. Государственные и муниципальные служащие обязаны

предоставить необходимые сведения в полном объеме.

2. На этапе подачи обращения реализуется право заявителя на подачу обращения, а государственные и муниципальные служащие обязаны принять данное обращение. После получения органом государственной власти или местного самоуправления обращения, содержащего вопросы, решение которых находится в компетенции другого органа, обращение должно быть передано по подведомственности. При этом заявитель обязательно должен быть уведомлен о данном факте.

3. На третьем этапе обращение рассматривается по существу, и принимается решение по его разрешению. Данный этап заключается в исполнении уполномоченным органом обязанности рассмотреть обращение, принять по нему решение в установленные законом сроки и уведомить об этом заявителя.

4. На четвертом этапе возможны два варианта:

1) Удовлетворение интересов заявителя: предоставление или удостоверение прав, закрепление за ним определенного статуса, восстановление нарушенного права.

2) Отказ в удовлетворении требований, содержащихся в обращении, или оставление его без рассмотрения. В этом случае заявитель имеет право направить жалобу в суд или вышестоящую инстанцию, и в таком случае производство по обращению начинается с первого этапа.

5. На пятом этапе происходит анализ поступающих в органы власти обращений граждан. Для этого ведется статистический учет информации в разрезе различных параметров, что позволяет изучать содержание обращений.

6. На шестом этапе принимаются решения и меры, направленные на предотвращение роста одних обращений и упрощение процедуры разрешения других. Основная цель этого этапа – повышение эффективности работы органов управления, пресечение эскалации негативных социальных явлений и процессов путем устранения управленческих ошибок, упущений и недостатков.

Таким образом, процедура реализации права на обращение регламентирована законодательством и включает последовательность взаимосвязанных этапов, на каждом из которых заявитель осуществляет свои права, а государственные и муниципальные органы исполняют соответствующие обязанности.

Ответственность за качество содержания ответов (уведомлений) на обращения граждан и в вышестоящие органы, их соответствием поставленным вопросам несут исполнитель и руководитель, подготовившие ответ.

В настоящее время все более популярной формой общественного контроля за деятельностью региональных органов государственной власти становится подача обращений в электронном виде, публикация открытых писем, а также осуществление наблюдения за работой этих органов с использованием сети Интернет.

Рассмотрение обращения, поданного в форме электронного документа, происходит в том же порядке, что и рассмотрение обращения, направленного в письменной форме.

Можно выделить два различных подхода к восприятию обращений граждан в отношениях между государственными органами и гражданами:

1. "Авторитарный" подход:

– Обращения рассматриваются как прошения (челобитные), удовлетворение которых является милостью власти.

– Рассмотрение обращений основывается на моральных, а не правовых соображениях.

– Отношения выстраиваются по принципу "власть - подданный", где государственный орган является субъектом, а гражданин - объектом.

2. "Демократический" подход:

– Обращение гражданина рассматривается как реализация его правового статуса, а не случайное прошение.

– Рассмотрение обращений осуществляется в соответствии с правовыми нормами.

– Государственный орган и гражданин выступают как равноправные субъекты процесса государственного управления.

Важно отметить, что два данных подхода не являются строго привязанными к определенным формам государственного устройства. В реальной жизнедеятельности государственных органов они взаимно переплетаются.

В условиях стремительного развития информационных технологий и распространения Интернета, социальные сети и другие онлайн-платформы становятся важным и самым распространенным каналом коммуникации между властью и гражданами в данный момент. Региональные органы публичной власти, активно использующие эти возможности, могут значительно повысить эффективность взаимодействия с населением.

В начале 2020 года Президент Российской Федерации В. В. Путин на Заседание Совета по развитию местного самоуправления обозначил, что «современные технологии, выстроенные в «цифре», позволяют быстро реагировать на повседневные проблемы жителей, отвечать на их инициативы, на их обращения, реагировать соответствующим образом, а значит, эффективнее и быстрее решать проблемы, с которыми люди сталкиваются в повседневной жизни» [9]. Впоследствии, для обеспечения стремительного развития страны цифровая трансформация определена одной из приоритетных национальных целей на ближайшее десятилетие для нашей страны. Ценность развития цифровых технологий безусловно стратегически необходима, но цифровизация и новые информационные технологии побуждают нас трансформировать характер деятельности субъектов права, изменять сферу их правоотношений и расширять горизонты будущей деятельности.

Развитие цифровых технологий и методов коммуникации, внедряемых в деятельность государственных органов, предъявляет новые требования к своевременному правовому регулированию различных сфер государственного управления. В современных реалиях для граждан Российской Федерации создано достаточное количество возможностей для подачи электронных обращений в органы публичной власти посредством информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

На сегодняшний день граждане могут направлять электронные обращения через электронные сервисы официальных сайтов органов власти, путем отправки электронной почты на общие адреса этих органов, с использованием ведомственных (отраслевых) информационных систем, а также посредством электронных сервисов официальных страниц публичных органов и их подведомственных организаций в социальных сетях и мессенджерах.

С ноября 2020 года в ряде субъектов Российской Федерации проводится эксперимент по использованию федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг» в виде нового цифрового решения по совершенствованию системы обратной связи (ПОС) [3]. Настоящий эксперимент планировалось провести за 2021 год, тем не менее срок исследования увеличен до трех лет. Для способов электронных обращений через официальные страницы в соцсетях и ПОС не урегулирован

действующим законодательством Российской Федерации порядок их рассмотрения.

Преимуществом использования Единого портала как отдельного сервиса электронного вида коммуникации публичной власти с населением является факт унифицированного механизма для всех взаимодействующих сторон. Аналогичного мнения придерживается Степкин С. П. в своей научной статье о цифровой трансформации обращений граждан [10].

Ввиду разграничения полномочий между субъектами, обязанными рассматривать обращения/сообщения граждан, подсистема личного кабинета Единого портала государственных и муниципальных услуг позволяет более оперативно реализовывать нормы статьи 8 Закона об обращениях граждан. А именно, перенаправлять обращения по компетенции либо привлекать к рассмотрению другие органы публичной власти при необходимости.

Еще одним положительным аспектом использования Единого портала является гарантированный санкционированный доступ участников информационного взаимодействия. Портал синхронизирован с Единой системой идентификации и аутентификации (ЕСИА), что обеспечивает выполнение требований Закона об обращениях граждан к порядку подачи и рассмотрения обращений.

Для подачи "сообщения" на портале гражданин должен иметь учетную запись в ЕСИА, которая подтверждает его личность и исключает возможность анонимных обращений. Наряду с положительными аспектами эксперимента по внедрению личного кабинета, присутствуют и некоторые недостатки использования Единого портала, а также цифровизации данной сферы в целом.

Уязвимость применения единой цифровой платформы состоит в отсутствии целостного алгоритма регулирования взаимодействия между автоматизированными системами делопроизводства и документооборота в органах власти. Это создает дополнительную нагрузку на субъектов, обязанных рассматривать сведения, направленные населением.

Следовательно, для значительного повышения эффективности сотрудничества граждан и власти, необходимо дополнительное регулирование и совершенствование правоотношений не только в сфере обращений граждан, но и в других областях государственного управления.

С 2019 года для повышения эффективности взаимодействия власти с населением и сокращения времени реагирования на обращения граждан в регионах нашей страны началось

активное внедрение системы «Инцидент Менеджмент». До этого программу год тестировали в Московской области. Сейчас система используется в нескольких российских регионах, в том числе и в Белгородской области.

«Инцидент Менеджмент» – система мониторинга обращений граждан, поступивших из открытых источников, социальных сетей. Её основная цель – это быстрое реагирование на темы, которые поднимают пользователи в открытом Интернет-пространстве. Программа в основном мониторит три популярные в России площадки: «ВКонтакте», «Телеграмм» и «Одноклассники».

Данная система выстроена на основе сервисного подхода: все сообщения, содержащие проблему социально-бытовой тематики, независимо от того, адресованы они органу власти или другому пользователю, автоматически фиксируются алгоритмами мониторинга, затем перенаправляются в профильные ведомства, где отрабатываются, после чего пользователь в кратчайшие сроки получает ответ на вопрос в комментариях к своему обращению в социальных сетях.

Основная особенность использования интернета и виртуального общения заключается в их скорости и доступности. В последнее время наблюдается трансформация электронных обращений граждан. Несмотря на то, что на официальных интернет-ресурсах органов власти содержится информация о сроках регистрации и рассмотрения обращений в соответствии с Федеральным законом № 59-ФЗ, большинство заявителей ожидают получить ответ на свой вопрос в максимально короткие сроки.

Подводя итоги, отметим, что организация работы с обращениями граждан является комплексной и многоэтапной деятельностью, требующей от ответственных должностных лиц высокого уровня профессионализма и ответственного подхода. Разработан ряд механизмов и систем для повышения эффективности и оперативности работы с обращениями граждан, но они имеют свои недостатки и недоработки, и требуют совершенствования.

### Литература

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Российское законодательство (Версия Проф)».



2. О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации : федер. закон от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Российское законодательство (Версия Проф)».

3. О проведении эксперимента по использованию федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» для направления гражданами и юридическими лицами в государственные органы, органы местного самоуправления, государственные и муниципальные учреждения, иные организации, осуществляющие публично значимые функции, и их должностным лицам сообщений и обращений, а также для направления такими органами и организациями ответов на указанные сообщения и обращения» : постановление Правительства РФ от 10.11.2020 №1802 (ред. от 29.12.2022). URL: <http://government.ru/docs/all/130884/> (дата обращения: 17.03.2024).

4. Головин А.А., Уварова Т.С. Институт обращений граждан в органы государственной власти как объект современных социологических исследований // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2022. Т. 13. № 1.

5. Купреев С.С. Общественный контроль как средство противодействия коррупции в органах власти и управления // Административное и муниципальное право. 2018. № 9.

6. Лифанов Д.М. Об административной ответственности за нарушение порядка рассмотрения обращений граждан // Российское право: образование, практика, наука. 2022. № 1. С. 31.

7. Магомедов К.О. Об эффективности противодействия коррупции в государственных органах власти // Вопросы государственного и муниципального управления. 2019. № 3; Галанюк В.В. Обращения граждан – источник важной информации // Вестник Аксор. 2019. № 12.

8. Малахов О.В. Информационная открытость деятельности органов государственной власти: региональные практики. М., 2019. С. 49.

9. Путин В.В. Заседание Совета по развитию местного самоуправления. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/62701> (дата обращения: 14.03.2024).

10. Степкин С.П. Цифровая трансформация обращений граждан с использованием современных информационных технологий // Российское право: образование, практика, наука. 2022. № 4. С. 72–82.

11. Титов А.А. Право граждан Российской Федерации на обращение в органы государственной власти: конституционно-правовое исследование // Конституционное право, муниципальное право. 2019. № 3. С. 18.

12. Послание Президента Российской Федерации В. В. Путина Федеральному Собранию Российской Федерации. URL: <http://putin.ru-an.info> (дата обращения: 16.03.2024).

**BOGDANOVA Diana Yuryevna**

4th year student of the Institute of Economics and Management,  
Belgorod National Research University, Russia, Belgorod

## **THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE ORGANIZATION OF WORK WITH CITIZENS' APPEALS IN REGIONAL PUBLIC AUTHORITIES**

**Abstract.** *The theoretical and methodological aspects of the organization of work with citizens' appeals in regional public authorities in Russia are analyzed. It is emphasized that the right to appeal to state authorities and local self-government bodies, enshrined in the Constitution of the Russian Federation, is one of the important means of realizing political and other human and civil rights and freedoms, citizens' participation in the management of state affairs, and influencing it.*

**Keywords:** *citizens' appeals, public authority, public administration, state.*

**ПИМЕНОВ Олег Николаевич**

студент, Институт современных технологий и экономики, Россия, г. Воронеж

*Научный руководитель – доцент кафедры социологии  
Института современных технологий и экономики,  
канд. социол. наук Иванова Наталья Николаевна*

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ  
В РОССИИ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности предоставления государственных услуг, а также охарактеризованы основные принципы их предоставления в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** государственная услуга, многофункциональный центр, способ предоставления.

Система государственных услуг в России представляет собой комплекс организационных, правовых и информационных механизмов, направленных на предоставление гражданам и организациям различных государственных услуг.

Одним из важных принципов, заложенных в нормативно-правовых основах предоставления государственных услуг, является «принцип доступности. Согласно этому принципу, государственные услуги должны быть доступными для всех граждан и организаций, независимо от их социального положения, места проживания или физических возможностей. Для обеспечения доступности услуги должны быть предоставлены в удобной форме, с использованием современных технологий и информационных систем» [6. с. 109].

Еще одним важным принципом является «принцип прозрачности. Согласно этому принципу, государственные органы должны обеспечивать открытость и понятность процесса предоставления услуг, предоставлять информацию о требованиях и процедурах, а также о сроках и стоимости услуг. Это позволяет гражданам и организациям быть в курсе своих прав и обязанностей, а также эффективно использовать государственные услуги» [6. с. 113].

Кроме того, нормативно-правовые основы предоставления государственных услуг также устанавливают механизмы контроля за качеством услуг и защиты прав граждан. «Государственные органы обязаны осуществлять контроль за соблюдением законодательства при предоставлении услуг, а также рассматривать жалобы и обращения граждан. В случае

нарушения прав граждан, предусмотрены меры ответственности для виновных лиц» [8. с. 140].

Таким образом, нормативно-правовые основы предоставления государственных услуг органами исполнительной власти играют важную роль в обеспечении эффективного и качественного взаимодействия государства с гражданами и организациями. Они определяют правила и процедуры предоставления услуг, гарантируют защиту прав граждан и обеспечивают прозрачность и доступность услуг. Важно, чтобы эти нормативно-правовые основы были соблюдены и реализованы на практике, чтобы государственные услуги были предоставлены эффективно и в полном объеме.

Согласно С. Н. Ушакову система государственных услуг в России основана на следующих принципах:

1. Принцип доступности. Данный принцип ориентирован на то, что государственные услуги должны быть доступны для всех граждан независимо от места жительства, социального статуса и других факторов.
2. Принцип открытости. В соответствии с данным принципом информация о государственных услугах должна быть открытой и общедоступной.
3. Принцип прозрачности. Подразумевается, что порядок предоставления государственных услуг должен быть понятным и прозрачным для граждан.
4. Принцип эффективности. Предполагает, что государственные услуги должны предоставляться эффективно и в максимально короткие сроки.

5. Принцип удобства. В соответствии с данным принципом государственные услуги должны быть удобными для граждан, в том числе предоставляться в электронной форме.

6. Принцип единообразия. Направлен на то, что государственные услуги должны предоставляться по единым стандартам качества независимо от места их предоставления.

7. Принцип индивидуального подхода. Предусматривает, что при предоставлении государственных услуг должен учитываться индивидуальный подход к каждому гражданину.

8. Принцип недискриминации. Данный принцип предполагает, что государственные услуги должны предоставляться без какой-либо дискриминации по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям и другим обстоятельствам [9, с. 77-78].

Все рассмотренные принципы закреплены в Федеральном законе от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» [3].

Кроме того, в Указе Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» [4] поставлена задача по повышению качества и доступности государственных услуг, а также по внедрению современных технологий в процесс их предоставления.

В России система государственных услуг осуществляется через органы исполнительной власти на различных уровнях – федеральном, региональном и муниципальном. Федеральные органы исполнительной власти отвечают за предоставление государственных услуг на федеральном уровне, региональные органы – на региональном уровне, а муниципальные органы – на муниципальном уровне [5, с. 257].

Для удобства граждан и организаций взаимодействия с государственными органами и получения государственных услуг в России созданы специальные многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг (МФЦ). В МФЦ граждане и организации могут получить различные государственные услуги, такие как оформление паспорта, регистрация автомобиля, получение разрешений и лицензий и многое другое.

Однако, несмотря на существование системы государственных услуг, в России все еще существуют проблемы, такие как длительные

сроки ожидания, непрозрачность процесса предоставления услуг, недостаточное качество и эффективность. В последние годы правительство России предпринимает шаги для улучшения системы государственных услуг, внедряя электронные сервисы, упрощая процедуры и повышая качество предоставляемых услуг.

В целом, система государственных услуг в России является важным инструментом для обеспечения прав и интересов граждан и организаций, а также для развития государства и общества в целом.

Предоставление государственных услуг населению – это процесс, в рамках которого государство осуществляет различные виды помощи и поддержки гражданам в решении их потребностей и проблем. Государственные услуги могут включать в себя оказание правовой, социальной, медицинской, образовательной и других видов помощи.

Основная цель предоставления государственных услуг населению – обеспечение защиты прав и интересов граждан, создание условий для их благополучия и развития. Государство выполняет эту функцию через различные органы и учреждения, такие как министерства, ведомства, муниципальные органы и другие государственные структуры [7, с. 379-382].

Предоставление государственных услуг является одной из важнейших функций государства, которая направлена на удовлетворение потребностей граждан и обеспечение их прав и свобод. В России существуют определенные особенности в предоставлении государственных услуг, которые влияют на их эффективность и доступность для населения.

Первая особенность – это бюрократическая сложность процедур. В России часто существуют многоэтапные и запутанные процедуры, которые требуют большого количества документов и времени. Это создает неудобства для граждан и затрудняет получение необходимых услуг. Например, для получения паспорта или водительского удостоверения часто требуется предоставить множество документов, пройти медицинское обследование и сдать экзамены. Это может быть особенно проблематично для людей, проживающих в отдаленных районах или имеющих ограниченные возможности для получения необходимых документов.

Вторая особенность – это коррупция. В России коррупция является серьезной проблемой, которая оказывает негативное влияние на предоставление государственных услуг. Часто

гражданам приходится сталкиваться с требованиями взятки или неправомерными действиями служащих, чтобы получить необходимые услуги. Это создает неравные условия для граждан и препятствует реализации их прав. Борьба с коррупцией является важной задачей государства, однако требует системных изменений и усиления контроля.

Третья особенность – это неравномерность предоставления услуг в разных регионах страны. В России существуют значительные различия в доступности и качестве государственных услуг в разных регионах. Некоторые регионы имеют хорошо развитую инфраструктуру и эффективные органы власти, что обеспечивает более высокий уровень предоставления услуг. Однако в отдаленных и малонаселенных районах услуги могут быть недоступными или низкого качества. Это создает неравенство между гражданами и требует усиления усилий государства для обеспечения равных возможностей для всех граждан.

Четвертая особенность – это использование современных технологий в предоставлении государственных услуг. В России существует тенденция к внедрению электронных государственных услуг, которые позволяют гражданам получать необходимые услуги онлайн. Это упрощает процедуры и сокращает время ожидания, что способствует повышению доступности и эффективности предоставления услуг. Однако необходимо учесть, что не все граждане имеют доступ к интернету или достаточные навыки для использования онлайн-сервисов. Поэтому важно обеспечить альтернативные способы получения услуг для всех граждан.

Таким образом, предоставление государственных услуг в России имеет свои особенности, которые влияют на их эффективность и доступность для населения. Бюрократическая сложность, коррупция, неравномерность предоставления услуг и использование современных технологий – все эти факторы требуют внимания и усилий со стороны государства для улучшения системы предоставления государственных услуг и обеспечения равных возможностей для всех граждан.

В настоящее время имеются потребности в развитии и совершенствовании системы государственных услуг. Данная система требует комплексного подхода и участия всех заинтересованных сторон. Необходимо совершенствовать процессы, улучшать доступность и качество услуг, а также бороться с коррупцией и несоблюдением законодательства. Только

таким образом можно создать эффективную и удобную систему государственных услуг, которая будет отвечать потребностям граждан и способствовать развитию общества.

### Литература

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.: по сост. на 21 июля 2014 г. // СЗ РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.03.2024) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
3. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2010. – № 31. – Ст. 4179.
4. Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» // Собрание законодательства РФ. – 2012. – № 19. – Ст. 2338.
5. Десятов К.С. Обязанности органов, представляющих государственные услуги, органов, представляющих муниципальные услуги, и подведомственных государственным органам или органам местного самоуправления организаций / К.С. Десятов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 22 (469). – С. 255-257.
6. Научные исследования в государственном муниципальном управлении: учебник / И.В. Антипов, В.Д. Рябичев, А.В. Родионов, В.А. Коструб; Луганский национальный университет имени Владимира Даля. – Донецк: Фолиант, 2020. – 209 с.
7. Приходько А.С. К вопросу о правовом регулировании оказания государственных и муниципальных услуг / А.С. Приходько. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 3 (450). – С. 379-382.
8. Плахотина Е.В. Нормативно-правовая база предоставления государственных и муниципальных услуг в многофункциональном центре / Е.В. Плахотина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 38 (224). – С. 139-141.
9. Ушаков С.Н. Правовое обеспечение государственного и муниципального управления: учебное пособие / С.Н. Ушаков, Д.И. Кузьмин; – Владимир: Владимирский фил. РАНХиГС, 2020. – 1462 с.

**PIMENOV Oleg Nikolaevich**

Student, Institute of modern Technologies and Economy, Russia, Voronezh

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of Sociology  
at the Institute of Modern Technologies and Economics, PhD. Social Sciences  
Ivanova Natalia Nikolaevna*

## **FEATURES OF THE PROVISION OF PUBLIC SERVICES IN RUSSIA**

**Abstract.** *The article examines the specifics of the provision of public services, as well as describes the basic principles of their provision in the Russian Federation.*

**Keywords:** *public service, multifunctional center, method of provision.*

**ПИМЕНОВ Олег Николаевич**

студентка, Институт современных технологий и экономики, Россия, г. Воронеж

*Научный руководитель – доцент кафедры социологии Института современных технологий и экономики, канд. социол. наук Иванова Наталья Николаевна*

**ПОНЯТИЕ И СПОСОБЫ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ**

**Аннотация.** В статье рассмотрено понятие и сущность предоставления государственных услуг, а также охарактеризованы основные способы их предоставления в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** государственная услуга, многофункциональный центр, способ предоставления.

На современном этапе развития России следует отметить процессы реформирования организации государственной власти, в том числе реформирование такого способа взаимодействия государства и граждан, как оказание государственных услуг.

Понятие «государственная услуга» является достаточно новым термином в отечественной правовой системе, которое было включено в правовую терминологию России только в результате проведения административной реформы. Вместе с тем, в зарубежных правовых системах оказание государственных услуг является основным и самым распространенным способом взаимодействия различных субъектов права с государственной властью.

Следует обратить внимание, что государственные услуги являются следствием перехода государства к «сервисной» модели управления, которая, по мнению ведущих исследователей, является господствующей в современной науке государственного управления.

По мнению исследователей, в «сервисном государстве» существует развитое гражданское общество, и государство должно создавать условия для самореализации личности, оказывать услуги, удовлетворяющие потребности населения».

Отечественная модель предоставления государственных услуг была заимствована у Германии, которая разделяет государственную деятельность на негативную (надзор и ограничения) и позитивную (государственные услуги).

Понятие «услуга» само по себе не является новым для отечественного законодательства. Так, оно активно используется в рамках гражданского законодательства: цивилисты под «услугой» понимают продукт труда, который может быть направлен на удовлетворение

различных (социальных, личных, коммерческих и др.) потребностей граждан и юридических лиц. Указанное понятие впервые было включено в ст. 8 и ст. 74 Конституции РФ [1], а в дальнейшем перенесено в ст. 128 Гражданского кодекса РФ [2].

Следует обратить внимание, что в указанных нормативных актах понятие услуги не тождественно понятию «государственная услуга»: термины, представленные в Конституции РФ и Гражданском кодексе РФ, подразумевают способ удовлетворения потребностей субъектов гражданского оборота.

Непосредственно понятие «государственная услуга» впервые легально было закреплено Указом Президента РФ от 15 августа 2001 г., утвердившим Концепцию реформирования государственной службы РФ.

Как отмечает Г. А. Сульдина «Указом Президента Российской Федерации от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» фактически впервые было закреплено понятие государственной услуги в отечественном правотворчестве» [11, с. 10-14].

В свою очередь, Е. А. Завьялова, Н. Ю. Погадаева дают следующее определение «государственная услуга – это предоставление федеральными органами исполнительной власти непосредственной или через подведомственные им федеральные государственные учреждения либо иные организации безвозмездно или по регулируемым органам государственной власти ценам услуг гражданам организациями в области образования, здравоохранения, социальной защиты населения и в других областях, установленных федеральными законами» [6, с. 219].

В последствии в текст Федерального закона

от 27 июля 2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» [3], включено определение и понятие государственной и муниципальной услуги.

Несмотря на наличие широкого понимания государственной услуги в настоящее время, можно выделить признаки государственной услуги в узком смысле данного термина:

1. Осуществление полномочий по выдаче разрешений на осуществление определенной деятельности юридическим лицам, индивидуальным предпринимателем, гражданам (торговля алкогольной продукцией, разрешение на охоту и др.).

2. Функции по регистрации документов, прав или объектов (регистрация прав на недвижимое имущество и др.).

3. Осуществление функций по контролю и надзору.

В 2010 г. был принят Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», которым завершился блок реформ в области формирования государственной функции по предоставлению государственных услуг. Согласно ст. 2 указанного федерального закона государственная услуга – это: «деятельность по реализации функций соответственно государственной власти при осуществлении отдельных государственных полномочий, переданных федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах установленных нормативными правовыми актами полномочий органов, предоставляющих государственные услуги» [3].

Следует констатировать, что доктринальный термин «государственная услуга» отсутствует в профессиональном сообществе, и, более того, на сегодняшний день вызывает острые дискуссии среди различных исследователей, но, однако, и ученые, и законодатель, единодушны в мнении об отнесении государственных услуг к категории прямых государственных функций.

Так, например, А. С. Приходько, анализируя легальный термин, отмечает, что: «государственная услуга – это деятельность органов исполнительной власти, государственных внебюджетных фондов, осуществляемая по запросам заявителей и направленная на получение выгод в пределах, установленных нормативными правовыми актами государства» [9, с. 379].

По мнению Я. Н. Рязанова, «государственная услуга – это вид публичной услуги; общественные блага, предназначенные для всего населения и предоставляемые индивидуально определенному лицу (физическому либо юридическому) по его запросу в установленном законом порядке» [10, с. 238].

Согласно позиции К. Н. Котова под государственной услугой следует понимать «различные активные действия государства, выполнение которых обусловлено имеющейся у публичного образования обязанностью выполнения таких действий в отношении гражданина или организации, а сам получатель государственной услуги вправе получить ее исходя из определенных законом условий» [7, с. 146].

По мнению К. С. Десятова, «государственная услуга представляет собой правовую государственную деятельность, направленную на удовлетворение потребностей физических и юридических лиц, которые обусловлены установленными законом правами и свободами, гарантированными государством» [5, с. 255].

Анализ представленных в научном сообществе позиций относительно определения государственной услуги позволяет сформулировать следующее понятие данной государственной функции: государственная услуга – это государственная функция, выраженная в форме особой государственной деятельности и регулируемая законом, осуществляемая по запросу определенного лица в целях удовлетворения его личных, социальных, экономических потребностей.

Способы предоставления государственных услуг:

1) Предоставление государственных услуг органами государственной власти.

Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» закрепляет, что «государственные услуги оказываются населению в соответствии с принятыми административными регламентами, включающих в себя сроки оказания услуги, документы, представляемые заявителем для оказания услуги, ограниченный перечень оснований для отказа в предоставлении услуги, перечень раскрываемой информации, ответственность, порядок обжалования неправомερных действий и т. д.» [3].

Включение электронного правительства в состав института государственных услуг предопределяет необходимость создания сложной комплексной структуры: это и необходимость

ведения сайтов государственными министерствами, ведомствами, службами, создание на их базе онлайн-сервисов, включение в штат персонала, способного к обслуживанию столь технологичных правительственных решений в бесперебойном режиме.

2) Предоставление государственных услуг на базе многофункциональных центров.

Многофункциональный центр – это учреждение, созданное органом исполнительной власти того или иного субъекта Российской Федерации, в целях масштабного оказания услуг населению посредством применения принципа «одного окна» [8, с. 109]. Указанный принцип означает, что обращение граждан принимает более компактную систему, при применении которой обращение, регистрация и выдача результата обращения осуществляется в едином месте, без необходимости территориального перемещения гражданина.

Многолетний опыт организации предоставления государственных услуг с помощью многофункциональных центров в России и зарубежных странах позволяет наглядно выделить несколько основных моделей организации такого рода учреждения. Как правило, указанные модели зависят от степени интегрированности многофункциональных центров в институт оказания государственных услуг государством, степень сотрудничества между центрами и государственными службами и т. п.

Итак, многофункциональные центры – это специальные государственные учреждения, обеспечивающие доступное оказание государственных услуг по принципу «одного окна». Многофункциональные центры Российской Федерации являются глубокоинтегрированными учреждениями, оказывающими широкий спектр государственных услуг.

Следует отметить, что многофункциональные центры в Российской Федерации следует назвать эффективными, так как они соответствуют выработанным критериям эффективности.

Таким образом, анализ источников литературы и различных научных позиций позволяет сформулировать собственное определение государственной услуги. Под государственной услугой следует понимать государственную функцию, выраженную в форме особой государственной деятельности и регулируемую законом, осуществляемую по запросу определенного лица в целях удовлетворения его личных, социальных, экономических потребностей.

## Литература

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.: по сост. на 21 июля 2014 г. // СЗ РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.03.2024) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
3. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2010. – № 31. – Ст. 4179.
4. Указ Президента РФ от 09.03.2004 № 314 (ред. от 27.03.2023) «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» // Собрание законодательства РФ. – 2004. – № 11. – Ст. 945.
5. Десятов К.С. Обязанности органов, представляющих государственные услуги, органов, представляющих муниципальные услуги, и подведомственных государственным органам или органам местного самоуправления организаций / К.С. Десятов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 22 (469). – С. 255-257.
6. Завьялова Е.А., Погадаева Н.Ю. Цифровая трансформация государственных и муниципальных услуг // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. № 2 (20). С.219-228.
7. Котов К.Н. Проблемы цифровизации государственных и муниципальных услуг / К.Н. Котов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 27 (474). – С. 146-149.
8. Научные исследования в государственном муниципальном управлении: учебник / И.В. Антипов, В.Д. Рябичев, А.В. Родионов, В.А. Коструб; Луганский национальный университет имени Владимира Даля. – Донецк: Фолиант, 2020. – 209 с.
9. Приходько А.С. К вопросу о правовом регулировании оказания государственных и муниципальных услуг / А.С. Приходько. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2023. – № 3 (450). – С. 379-382.
10. Рязанов Я.Н. Предоставление государственных и муниципальных услуг в электронной форме: проблемы и пути решения / Я.Н. Рязанов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 26 (264). – С. 238-240.
11. Сульдина Г.А. Качество предоставления



государственных и муниципальных услуг: критерии оценки и направления совершенствования / Г.А. Сульдина, О.Н. Любина // Вестник

университета Правительства Москвы. – 2018. – № 1. – С. 10-14.

**PIMENOV Oleg Nikolaevich**

Student, Institute of Modern Technologies and Economy, Russia, Voronezh

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of Sociology  
at the Institute of Modern Technologies and Economics, PhD. Social Sciences  
Ivanova Natalia Nikolaevna*

## **THE CONCEPT AND METHODS OF PROVIDING PUBLIC SERVICES**

**Abstract.** *The article examines the concept and essence of the provision of public services, as well as describes the main ways of providing them in the Russian Federation.*

**Keywords:** *public service, multifunctional center, method of provision.*

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ



10.5281/zenodo.12588677

**БЛИНОВ Александр Михайлович**  
Россия, г, Москва

## РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ ПРОДАКТ-МЕНЕДЖЕРА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

**Аннотация.** В статье автор обсуждает расширение обязанностей продакт-менеджеров в условиях развития технологической среды. Актуальная бизнес-среда требует от них навыков в стратегическом планировании, аналитике, маркетинге и управлении коммуникациями, внимание уделяется владениям знаниями в области UX и CX для удержания клиентов, роли методологий, таких как Agile и Scrum для ускорения процессов разработки и вывода продуктов на рынок.

Автор пишет о международном масштабировании и изменении подходов к культурным особенностям различных рынков, описываются тенденции в продакт-менеджменте, такие, как data-driven подходы и использование аналитических инструментов для оценки эффективности и улучшения продуктов.

В основной части работы рассматривается авторский специализированный подход, применяемый на практике для повышения квалификации продакт-менеджеров. Он затрагивает аудит навыков, разработку планов развития, мастер-классы, проектные задания, наставничество и систематический контроль успехов – данный подход направлен на развитие технических и стратегических навыков, которые требуются для продуктивной работы в условиях цифровой экономики.

**Ключевые слова:** продакт-менеджмент, цифровая экономика, UX, CX, Agile, Scrum, data-driven подход, международное масштабирование, аналитика данных, обучение навыкам.

Изначально задачи продакт-менеджера ограничивались формированием требований к продукту и управлением его разработкой, но сейчас продакт-менеджер стоит у истоков инноваций, занимаясь и стратегическим планированием, и аналитикой, и маркетингом, и управлением коммуникациями со всеми участниками процесса.

Поэтому продакт-менеджеры сегодня должны обладать знаниями в области UX (пользовательского опыта) и CX (опыта клиента), чтобы удерживать клиентов, обеспечивая высокий уровень удовлетворенности и лояльности, далее стоит уделять внимание управлению продуктовыми данными и аналитикой, чтобы позволить продакт-менеджерам обновлять продукты в соответствии с рыночными потребностями [3].

Одним из главных принципов современного продакт-менеджмента являются методологии

работы, такие как Agile и Scrum, которые способствуют установлению контакта в командах и ускоряют процессы разработки и вывода продукта на рынок, сюда входит быстрое тестирование идеи продукта (MVP), сбор обратной связи и адаптация продукта на основе полученных данных для обеспечения максимального соответствия запросам потребителей [5].

Далее, наблюдается тенденция к увеличению количества ролей, ведь современные продакт-менеджеры зачастую сталкиваются с задачей международного масштабирования продуктов, которая требует понимания специфики различных рынков и умения работать в условиях культурного разнообразия, то есть здесь речь идет не только о локализации продукта, но и об адаптации маркетинговой стратегии и поддержке продукта на разных языках.

Так, если раньше продакт-менеджмент был ориентирован на технические функции продукта, то сейчас – на его комплексную дисциплину, которая затрагивает факторы от понимания потребителей до глобального стратегического планирования и интернационального взаимодействия.

В связи с этим организации стремятся к найму продакт-менеджеров, которые способны реализовывать стратегию, содержащую разработку продукта, его позиционирование и управление жизненным циклом, например, все чаще в вакансиях указываются специфические навыки, такие как опыт работы с метриками удержания клиентов или умение проводить пользовательские интервью в сфере B2B или B2C.

Еще одной особенностью становится фокус на пользователе в стратегиях продакт-менеджмента. Специалисты, ориентирующиеся на пользователя, проводят анализ целевой аудитории, чтобы понять ее проблемы, они проводят интервью, опросы и анализ данных о поведении пользователей. Полученные таким образом знания позволяют создавать предложения, которые действительно востребованы на рынке.

Далее, основываясь на этих данных, продакт-менеджеры разрабатывают стратегии и создают дорожные карты развития продукта, которые поддерживают вовлеченность пользователей и благоприятствуют повторному использованию продукта. Для подобного планирования требуется приоритизация функций на основе их роли для пользователя с целью более рационального и целенаправленного использования ресурсов компании.

Фокус на пользователе воздействует и на сам процесс принятия решений в продакт-менеджменте, так как продакт-менеджеры используют обратную связь от клиентов для постоянного улучшения продукта, и в итоге создаются продукты, которые не только решают

проблемы пользователей, но и превосходят их ожидания [2].

Следующей тенденцией в продакт-менеджменте является Data-driven подход, который опирается на анализ больших объемов данных и использование передовых аналитических инструментов. С его помощью происходит сбор, обработка и интерпретация информации о пользователях, их поведении и взаимодействиях с продуктом. При этом использование методик, таких как A/B-тестирование, помогает продакт-менеджерам оценивать продуктивность функций и изменений в продукте, обновляя их под пользовательский опыт, тем самым увеличивая конверсию [6].

Инструменты аналитики, такие как системы data warehouse и data lakes, обеспечивают интеграцию и агрегацию данных из разных источников – это дает полное представление о продуктовой реализации. Еще одной составляющей успешного data-driven подхода является умение работать с метриками, например, LTV (Lifetime Value) и CAC (Customer Acquisition Cost), которые помогают оценить долгосрочную ценность клиента и успешность инвестиций в привлечение пользователей [7].

Само внедрение data-driven подхода в практику продакт-менеджмента требует определенных навыков: умение анализировать данные, прогнозировать тенденции и создавать обоснованные гипотезы на основе собранных данных: профессионалы, осваивающие эти умения, повышают конкурентоспособность продуктов.

За годы практики я сформулировал методику развития навыков продакт-менеджеров в сфере цифровой экономики. Данный подход позволяет улучшать профессиональные компетенции, причем создан он с учетом технологического ландшафта и направлен на расширение знаний в критически значимых областях продакт-менеджмента: от технической грамотности до стратегического планирования и анализа данных (табл.)

Таблица

**Комплексная методика профессионального роста и  
развития навыков продакт-менеджеров в технологическом секторе**

Фаза	Этап	Описание	Ожидаемые результаты
Оценка	Аудит навыков	Проведение оценки текущих компетенций продакт-менеджеров и выявление областей для улучшения.	Понимание сильных сторон и слабых мест в профессиональных навыках.
	Анализ потребностей	Анализ профессиональных и карьерных целей каждого продакт-менеджера для изменения обучающих программ.	Сформулированная программа профессионального развития, подстроенная под индивида.
Разработка	Учебные модули	Создание и подборка специализированных модулей по основным областям (Agile, UX, аналитика данных и стратегическое планирование).	Развитие технических и стратегических навыков.
	Мастер-классы	Проведение интерактивных мастер-классов для практического применения полученных знаний.	Улучшение практических навыков и умение применять теорию в реальных ситуациях.
Внедрение	Проектные задания	Внедрение новых навыков в текущие проекты через практические задания в рамках работы.	Обучение на рабочем месте и немедленное применение новых знаний.
	Наставничество	Сопровождение наставниками, предоставление руководства и поддержки в процессе обучения.	Непрерывное профессиональное развитие и поддержка в реализации задач.
Контроль	Проверки производительности	Регулярные оценки для мониторинга прогресса и корректировка учебных планов.	Обеспечение соответствия целей развития реальным результатам.
	Обратная связь	Получение и анализ обратной связи от наставников, коллег и руководителей для улучшения методики.	Повышение качества профессионального развития и удовлетворенности специалистов.
Продолжение	Продвинутое обучение	Курсы по углублению специализации и освоению новых технологических трендов.	Постоянное профессиональное развитие и приспособление к изменениям в отрасли.
	Сетевое сообщество	Участие в сообществах продакт-менеджеров для обмена знаниями и опытом.	Развитие профессиональной сети и сотрудничество.

Основу концепции составляют пять базовых принципов:

1. Персонализированный подход, который обеспечивает тонкую настройку плана развития в соответствии с индивидуальными потребностями и профессиональными целями каждого участника;

2. Фокус на практическом применении теоретических материалов, то есть выполнение реальных проектных заданий для закрепления новых знаний;

3. Наставничество – помощь и поддержка от опытных специалистов с целью лучшего усвоения материала;

4. Систематическая оценка – мониторинг успехов и корректировка программы профессионального роста;

5. Устойчивое развитие, которое направлено на поддержание постоянного профессионального роста через курсы и сотрудничество в профессиональных сообществах.

Сама реализация такой программы развития проходит в несколько этапов, начиная с диагностической фазы, в ходе которой осуществляется оценка умений и потребностей участников. Далее на основании этих данных разрабатываются планы развития, предусматривающие индивидуальные и коллективные занятия - здесь упор делается на создании и подборке учебных модулей, которые освещают основные темы в управлении продуктами, такие как Agile-методы, UX-дизайн, аналитика больших данных и стратегическое планирование.

Следующим этапом являются интерактивные мастер-классы и практические семинары с целью изучения специфических тем. Участникам предоставляется возможность работать над проектами, которые и закрепляют теоретические знания, и развивают навык применения их в профессиональной деятельности.

На каждом этапе развития наставничество стимулирует мотивацию и профессиональный рост участников, при этом опытные наставники помогают разобраться в сложных вопросах и выбрать наиболее подходящие решения для проектных задач.

В разработанной модели не пропустили этап оценки обучающих результатов: так, регулярные проверки и анализ производительности помогают следить за успехами каждого участника, менять план развития, чтобы он оставался соответствующим текущим изменениям в технологической среде.

Завершающий этап нацелен на поддержание долгосрочного развития продакт-менеджеров, в том числе возможности для продолжения образования, специализации и участия в профессиональных сообществах с целью постоянного обновления знаний и созданию крепкой профессиональной сети.

Что касается основных компонентов данной программы повышения квалификации, то она содержит следующие элементы:

- Специфика навыков и опыта каждого продакт-менеджера наряду с его индивидуальными карьерными амбициями определяет разработку персонализированных траекторий развития; например, исходя из начального аудита навыков, который содержит анализ текущих компетенций и определение областей для улучшения, создаются учебные модули, которые учитывают как существующий уровень

знаний участника, так и его долгосрочные профессиональные цели.

- Используя принцип «учиться на практике», обучение становится элементом методики (выполнение реальных проектных заданий, кейс-стадии, интерактивные мастер-классы и симуляции бизнес-ситуаций), которые позволяют участникам лучше понимать учебный материал.

- Как уже отмечалось ранее, роль наставников и поддержка опытными профессионалами и лидерами отрасли являются фундаментальными в процессе обучения продакт-менеджеров, ведь наставники предоставляют знания, рекомендации, мотивацию и эмоциональную поддержку, помогают участникам справляться с рабочими задачами и проектами, в некоторых случаях дают советы по карьерному и профессиональному развитию.

- Постоянная обратная связь (например, формальные оценки и отзывы наставников, пиринговая оценка от коллег) – часть учебного процесса, благодаря которой участники осознают свои сильные стороны и зоны для развития; на основе этой информации происходит изменение учебных планов и методов.

- Участие в профессиональных сетях, в которых участники обмениваются опытом, знаниями и ресурсами, участвуют в профессиональных группах и на мероприятиях.

С точки зрения специализированной подготовки навыков для продакт-менеджеров в условиях цифровой экономики требуется, во-первых, техническая осведомленность, которая предполагает не просто понимание деталей разрабатываемых продуктов, но и участие в их совершенствовании и разработке. Здесь мы имеем в виду обучение основам программирования, архитектуре программного обеспечения и принципам работы с аппаратным обеспечением и технологиями интернета вещей (IoT), дополненное практическими занятиями для наработки умений использования этих знаний в решении конкретных задач.

Во-вторых, навыки управления данными и их аналитической обработки; обучение должно затрагивать освоение аналитических инструментов, таких как SQL, Python для анализа данных и платформы для визуализации данных, например, Tableau или PowerBI, которые обучают как сбору и обработке данных, так и методам машинного обучения и искусственного

интеллекта для автоматизации и оптимизации пользовательского опыта.

В-третьих, изучение последних технологических инноваций и трендов для поддержания конкурентоспособности продуктов. Например, программ обучения, содержащих специализированные курсы, вебинары от ведущих экспертов отрасли и участие в технологических конференциях с целью осознания возможностей интеграции новейших технологий в продукты.

Далее, владение методами гибкой разработки, например, Scrum и Kanban, так как программа должна предусматривать как теоретические, так и практические принципы, в том числе задания, симуляции и реальные проекты для применения полученных знаний.

Наконец, развитие лидерских качеств и навыков межличностной коммуникации для руководства мультидисциплинарными командами и общения со стейкхолдерами: обучение включает тренинги по развитию коммуникативных умений, управлению конфликтами, стратегическому планированию и управлению изменениями.

Перечисленные составляющие создают базу для профессионального развития продакт-менеджеров, которые способны приспосабливаться к динамике цифровой экономики, влиять на развитие продуктов и инновационные процессы в своих организациях.

### Литература

1. Жуков И.В. Методология Product Management для расширения компетенций предпринимателя в условиях диджитализации бизнес-среды // Инновации и инвестиции. 2023. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-product-management-dlya-rasshireniya-kompetentsiy-predprinimatelya-v-usloviyah->

didzhitalizatsii-biznes-sredy (дата обращения: 02.05.2024).

2. Коновалова Е.Е., Деменев А.В., Макушева О.Н. Эволюционные изменения в продвижении продуктами: компетенции продакт-менеджера гостиничного предприятия // Сервис+. 2021. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsionnye-izmeneniya-v-prodvizhenii-produktami-kompetentsii-prodakt-menedzhera-gostinichnogo-predpriyatiya> (дата обращения: 01.05.2024).

3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент: учебник для высших учебных заведений. 16-е изд. / пер. с англ. В. Кузина. СПб.: Питер, 2020. 896 с.

4. Мокшин В.В., Гайнутдинова А.М., Самсонов С. О. Современные подходы к проектам. Методологии. Agile: Scrum // StudNet. 2021. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-podhody-k-proektam-metodologii-agile-scrum> (дата обращения: 05.05.2024).

5. Павлович Ю.Г., Киринович И.Ф. А/В тестирование как эффективное средство для адаптации пользовательского интерфейса при итерационной модели разработки приложений для мобильных устройств // Доклады БГУИР. 2021. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/a-v-testirovanie-kak-effektivnoe-sredstvo-dlya-adaptatsii-polzovatel'skogo-interfeysa-pri-iteratsionnoy-modeli-razrabotki> (дата обращения: 07.05.2024).

6. Передера Ж.С., Правиков О.В. Инвестиционное планирование на уровне клиента: ключевые метрики // Московский экономический журнал. 2019. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnoe-planirovanie-na-urovne-klienta-klyuchevye-metriki> (дата обращения: 06.05.2024).

**BLINOV Alexander**

Russia, Moscow

## **DEVELOPMENT OF PRODUCT MANAGER SKILLS IN THE DIGITAL ECONOMY**

**Abstract.** *In the article, the author discusses the expansion of product managers' responsibilities in the context of the evolving technological environment. The current business environment requires product managers to possess skills in strategic planning, analytics, marketing, and communication management, attention is paid to possession of knowledge in the field of UX and CX for customer retention, the role of methodologies such as Agile and Scrum to speed up development processes and bringing products to market.*

*The author writes about international scaling and changing products to the cultural characteristics of different markets and describes trends in product management, such as data-driven approaches and the use of analytical tools to evaluate the effectiveness and improve products.*

*The main part of the work examines the author's specialized approach, applied in practice to enhance the qualifications of product managers. This approach involves skills audits, the development of training modules, workshops, project assignments, mentoring, and systematic performance monitoring. It aims to develop the technical and strategic skills required for productive work in the digital economy.*

**Keywords:** *product management, digital economy, UX, CX, Agile, Scrum, data-driven approach, international scaling, data analytics, skills training.*

**ДРАГУН Ксения Николаевна**

студентка, Белорусский национальный технический университет, Беларусь, г. Минск

*Научный руководитель – доцент кафедры экономики и управления инновационными проектами в промышленности Белорусского национального технического университета, канд. экон. наук Карпович Виктор Францевич*

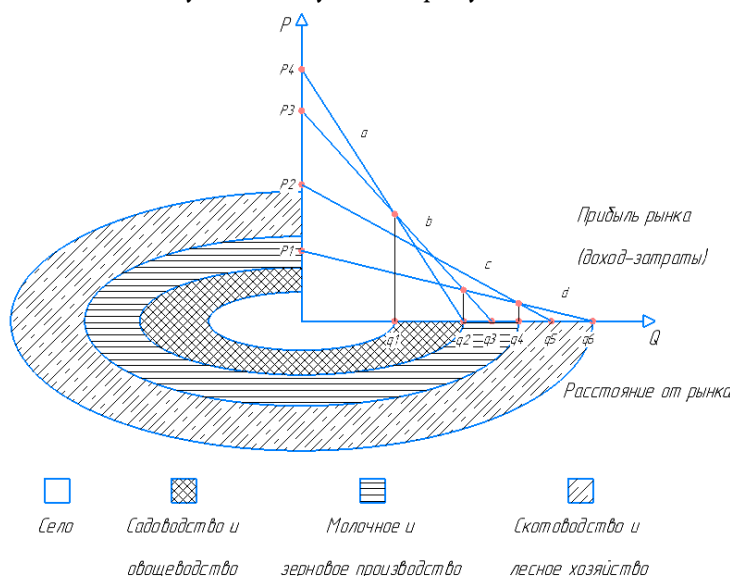
**ГЕНЕЗИС ФОРМИРОВАНИЯ ТЕОРИЙ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются основные теории пространственного моделирования развития территорий и предприятий. Автор установил, что основоположником региональной науки был Иоганн Тюнен, однако наиболее четкую и оптимальную теорию выдвинул Август Леш. В процессе исследования было выявлено, что ранние работы экономистов дали старт развитию современных устойчивых городов.

**Ключевые слова:** пространственное развитие, региональная наука, оптимальное размещение инфраструктуры городов, оптимизация издержек.

Проблема топографического планирования и формирования городов затрагивалась еще с ранних времен античными философами, позже – учеными-математиками, среди которых можно выделить Р. Кантильона, Дж. Стюарта, А. Смита, Д. Рикардо, но только в 19 веке начали возникать полноценные теории пространственного моделирования [1, с. 383-398]. Основоположником пространственной экономики считается И. Тюнен. В 1826 года он опубликовал работу на тему «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству

и национальной экономики», в которой он разработал теорию регионального деления земель под производство конкретных типов продукции с целью сокращения транспортных издержек, возникающих при доставке сырья к производству и готовой продукции от производства к рынку сбыта. Его идея заключалась в том, чтобы выделить несколько колец-зон вокруг поселения и разместить на каждом из них определенные виды хозяйственной деятельности. Схема такого деления представлена на рисунке 1.



**Рис. 1. Зоны специализации И. Тюнена**

Позже теорию И. Тюнена развил немецкий экономист В. Лаундхарт на примере одного предприятия. Его задачей, получившей

название «трех точек», было определить оптимальное расположение предприятия относительно двух источников сырья и одного рынка



сбыта таким образом, чтобы транспортные издержки по пути к ним стремились к минимуму. Для решения был разработан «локационный треугольник», показанный на рисунке 2,

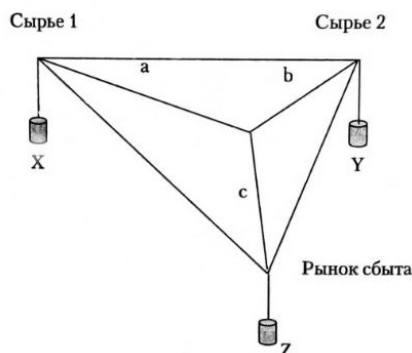


Рис. 2. «Локационный треугольник» В. Лаундхарта

В своей теории В. Лаундхарт полагал, что трудовые издержки в стоимостном измерении в точках X, Y и Z одинаковы, так как стоимость труда везде одинакова, что и оказалось неверным.

Позже другой исследователь А. Вебер в своих расчетах оптимизации издержек учитывал не только влияние транспортных и трудовых затрат, но и агломерационный эффект. Под агломерационными силами он понимал экономическую выгоду от концентрации различных объектов инфраструктуры и населения городов. Вебер также решил «задачу трех точек» через треугольник, получивший название «штангортная фигура», а также ввел понятия «локализованных» (есть только на этом месте), «доступных» (можно перевезти), «чистых» (полностью передают свой вес готовому продукту) и «грубых» (при производстве часть веса теряется) материалов, объединяющиеся в «материальный индекс». Таким образом, «чистые доступные» материалы, такие как комплектующие, не стремятся к концентрации производства (автомобилестроение), в то время как «грубые локализованные» требуют сосредоточение у источника сырья (мукомольное производство) [2].

в вершинах которого были рынок сбыта и источники сырья, в центре должен располагаться завод.

Теория центральных мест Кристаллера вывела возможности пространственной экономики на новый уровень. В своем труде «Центральные места в южной Германии» («Die zentralen Orte in Süddeutschland») исследователь ввел понятие «центральных мест» – крупные города, которые способны покрыть потребности в товарах и услугах не только своих жителей, но и жителей соседних поселений (городов). Более того, такие логистические отношения с течением времени формируют шестиугольники без просветов, образуя сетку, похожую на пчелиные соты, оптимально удовлетворяя потребности жителей городов. Такая сеть получила название «Кристаллеровская решетка». Она представлена на рисунке 3.

В каждом населенном пункте, включая деревни, доступны продукты первой необходимости. В средних поселениях, таких как райцентры, можно приобрести товары повседневного спроса, такие как одежда и бытовые услуги. Предметы роскоши, такие как ювелирные изделия, театры и музеи, доступны только в крупных городах, таких как областные центры.

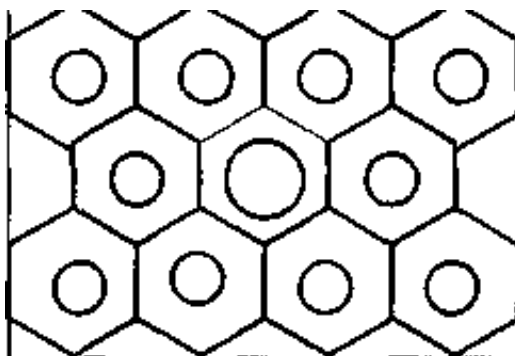


Рис. 3. Кристаллеровская решетка

Каждый шестиугольник имеет свой тип иерархии в системе, который влияет на площадь зоны обслуживания. Сам тип определяется исходя из количества центральных мест текущей ступени: число подчиненных центральных мест + 1. Такое значение обозначают буквой  $K$ . Для расчёта количества задействованных поселений используется следующая формула (1).

$$M_n = (K - 1)^n, \quad (1)$$

где  $M_n$  – количество задействованных поселений;

$n$  – количество ступеней иерархии.

Количество возможных типов иерархии в принципе может быть любым. Однако, В. Кристаллер и его последователи уделяли особое внимание анализу трех типов, или вариантов, иерархии при  $K = 3, 4, 7$  [3]. Один из вариантов использования иерархии показан в таблице 1.

Таблица 1

**Категория размеров районов и число населенных пунктов при  $K = 3$  [2]**

Категория размеров района	Число населённых пунктов в районе	Число районов для этой категории	Категория размеров населенного пункта	Число населённых пунктов для этой категории
0	1	729	0	486
1	3	243	1	162
2	9	81	2	54
3	27	27	3	18
4	81	9	4	6
5	243	3	5	2
6	729	1	6	1

Однако теория В. Кристаллера далеко не всегда совпадала с реальностью, на что часто указывали критики. Тем не менее эта работа была первой попыткой анализа регулярности расположения городов относительно экономически устойчивого центра.

Намного больших результатов в организации географического пространства городов добился Август Леш, разработавший теорию экономического ландшафта, основываясь на динамике спроса. Он предположил, что спрос на продукцию будет снижаться прямо пропорционально отдалению от производства, образуя конусообразные фигуры – «конусы спроса», так как расстояние влияет на транспортные издержки, что в последствии сказывается на

розничной цене продукции, рисунок 4. Таким образом одно предприятие способно удовлетворить потребности некоторой заселенной территории, получая при этом положительную прибыль. Однако население не является сплошным и равномерным, поэтому в своей теории экономист предположил, что некоторое население проживает в мелких деревнях настолько равномерно, чтобы вся исследуемая область использовалась в сельскохозяйственной деятельности. Поэтому в данном случае предприятия разумно размещать именно на фермах, так как там уже есть готовая база рабочей силы, сформированная инфраструктура и постоянные потребители.

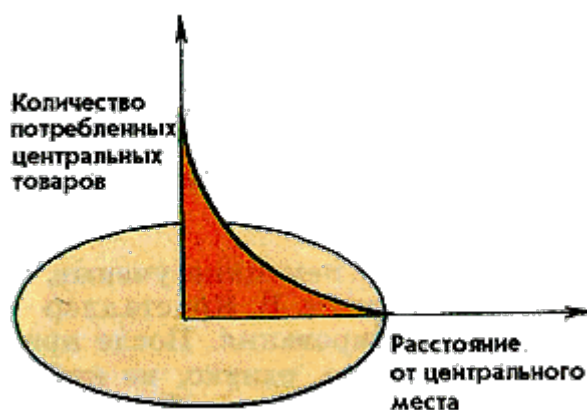


Рис. 4. Конус спроса Леша

Форма обслуживаемой территории зависит от количества поселений-соседей, которые

также являются потребителями производимой продукции. Они представлены на рисунке 5.

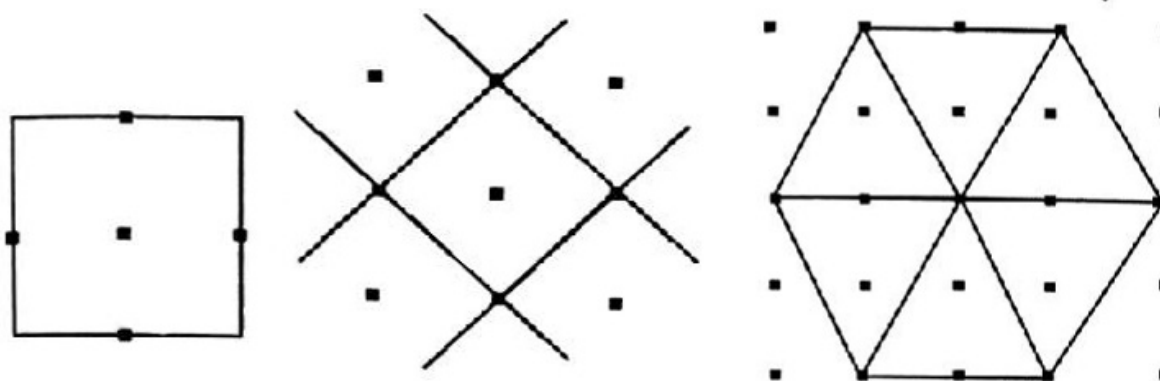


Рис. 5. Формы рынков в зависимости от количества деревень-соседей

С тех пор экономисты, занимающиеся пространственным планированием, считают данную теорию экономического ландшафта впечатляющим примером научной строгости в области теории размещения [4, с. 128-131].

Таким образом, история развития теорий пространственного планирования и формирования городов свидетельствует о постоянных усилиях ученых и экономистов понять и оптимизировать взаимодействие между пространственным размещением хозяйственной деятельности, транспортными издержками и потребностями населения. Начиная с работ И. Тюнена, В. Лаундхарта, А. Вебера и В. Кристаллера, и заканчивая современными исследованиями, экономическое ландшафтное планирование стало значимым инструментом для оптимизации использования ресурсов и создания устойчивых городов.

### Литература

1. Наумов И.В., Седельников, В.М., Аверина, Л.М. Эволюция теорий пространственного развития: принципиальные особенности и современные задачи исследований // Журнал экономической теории. – 2020. – Т. 17. – № 2. – С. 383-398.
2. Региональная экономика и пространственное развитие. В 2 т. Т. 1. Региональная экономика. Теория, модели и методы: учебник для бакалавриата и магистратуры / под общ. Ред. Л. Э. Лимонова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 397 с. – Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс.
3. Теория центральных мест. URL: <https://studfile.net/preview/8364766/page:3/> (дата обращения: 26.06.2024).
4. Шупер В.А. Август Лёш как философ экономического пространства (VII сократические чтения, Вологда, 6–9 мая 2006 Г.) / В.А. Шупер // Известия Российской академии наук. Серия географическая. – 2007. – № 2. – С. 128-131.

**DRAGUN Kseniya Nikolaevna**

student, Belarusian National Technical University, Belarus, Minsk

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of Economics and Management of Innovative Projects in Industry at Belarusian National Technical University,  
Candidate of Economic Sciences Karpovich Viktor Frantsevich*

## **THE GENESIS OF THE FORMATION OF THE THEORY OF SPATIAL DEVELOPMENT**

**Abstract.** *The article discusses the basic theories of spatial modeling of the development of territories and enterprises. The author established that Johann Thunen was the founder of regional science, but August Lesh put forward the clearest and most optimal theory. In the course of the research, it was revealed that the early work of economists gave rise to the development of modern sustainable cities.*

**Keywords:** *spatial development, regional science, optimal placement of urban infrastructure, cost optimization.*

**КАРЦЕВА Вера Викторовна**

доцент, кандидат экономических наук,  
Тверской государственной технической университет, Россия, г. Тверь

**ОРЛОВА Лада Сергеевна**

магистрантка, Тверской государственной технической университет, Россия, г. Тверь

## ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

***Аннотация.** Данная статья посвящена основным ценообразующим факторам на рынке недвижимости. Основное внимание уделяется влиянию на стоимость таких факторов как местоположение, состояние, инфраструктура, этажность, площадь.*

***Ключевые слова:** недвижимость, рынок недвижимости, ценообразующие факторы.*

На сегодняшний день рынок недвижимости представляет собой сложную и динамичную структуру, ценообразование в которой зависит от множества факторов. Актуальная ситуация на рынке недвижимости характеризуется стабильным спросом, особенно на жилье в крупных городах. Это связано с высокой миграцией населения из регионов в мегаполисы и растущей потребностью в комфортабельном жилье.

В данной статье исследуются основные факторы, влияющие на цену недвижимости, которые могут быть как внутренними, так и внешними.

Рассмотрим основные понятия, связанные с рынком недвижимости.

Согласно ч. 1 ст. 130 ГК РФ к недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся земельные участки, участки недр и все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства, а также жилые и нежилые помещения и машиноместа [1].

Рынок недвижимости – это сектор национальной рыночной экономики, представляющий собой совокупность:

- объектов недвижимости;
- экономических субъектов, оперирующих на рынке;
- процессов функционирования рынка, т. е. процессов производства (создания), потребления (использования) и обмена объектов недвижимости и управления рынком;

- механизмов, обеспечивающих функционирование рынка (инфраструктуры и правовой среды рынка).

Основными субъектами рынка недвижимости являются:

1. Потребители (физические и юридические лица).
2. Инвесторы.
3. Продавцы (собственники имущества).
4. Посредники, принимающие участие в процессе купли-продажи и передачи прав собственности (риэлтерские фирмы, юридические фирмы, страховые компании, банки и др.).
5. Государственные органы (бюро технической инвентаризации, Росреестр, арбитражные суды, налоговые инспекции и др.).

В основе функционирования рынка недвижимости лежит главный объект – недвижимость.

К наиболее важным факторам, определяющим стоимость недвижимости, относятся:

- Местоположение;
- Состояние;
- Инфраструктура;
- Этажность;
- Площадь.

Рассмотрим каждый из них более подробно:

### **1. Местоположение**

Данный фактор является одним из наиболее важных ценообразующих факторов на рынке недвижимости. Расположение в определенном районе или вблизи определенных объектов может существенно повлиять на стоимость недвижимости.

Привлекательное местоположение, такое как центральная часть города или престижный

район, могут значительно повысить стоимость. Это связано с тем, что в таких местах проживание более комфортно, и имеются такие преимущества, как хорошая транспортная доступность. Поэтому покупатели готовы заплатить больше за удобства и престижность проживания в таких местах.

Близость к шумным объектам, таким как автомагистрали, аэропорты или железнодорожные пути, наоборот может негативно сказаться на стоимости недвижимости. Шум и загрязнение могут значительно снизить привлекательность объекта и, следовательно, его стоимость.

Кроме того, местоположение недвижимости относительно природных объектов, таких как парки, озера или океан, также может повлиять на ее стоимость. Объекты, имеющие привлекательный вид из окна или возможность для активного образа жизни, могут стоить дороже, чем те, что находятся в районах с плотной застройкой и неблагоустроенной территорией.

Важным фактором является также привлекательность местоположения для конкретной группы лиц, например семей с детьми или студентов. Наличие детских садов, школ, университетов и других образовательных учреждений вблизи может значительно повысить интерес покупателей и, следовательно, цену на недвижимость в этом районе.

В итоге местоположение является одним из ключевых факторов, влияющих на стоимость недвижимости. Привлекательность местоположения для потенциальных покупателей, доступность удобств и инфраструктуры, а также близость к шумным или природным объектам существенно влияют на стоимость объекта на рынке недвижимости. Таким образом, при принятии решений о покупке или продаже.

## 2. Состояние

Покупатели стремятся приобрести недвижимость в хорошем состоянии, поскольку это позволяет избежать дополнительных финансовых затрат и потери времени на ремонт и обновление.

Недвижимость, требующая крупных капитальных вложений, обычно имеет более низкую стоимость, поскольку покупатели должны учесть затраты на ремонт и обновление при определении итоговой цены объекта. При этом некоторые покупатели предпочитают приобретать такую недвижимость с целью создания собственного интерьера и уникального дизайна.

В то же время, недвижимость в отличном состоянии с высококачественным ремонтом и современными материалами обычно имеет более высокую стоимость. Такие объекты представляют собой готовый для проживания или коммерческого использования объект, что делает их более привлекательными для покупателей.

Кроме того, состояние объекта также влияет на продолжительность процесса продажи. Недвижимость, требующая ремонта, может находиться на рынке дольше, так как потенциальные покупатели могут проявлять осторожность и нерешительность из-за необходимости дополнительных затрат.

Важно отметить, что состояние объекта является относительным показателем, влияние которого может различаться в зависимости от местоположения и типа недвижимости. Состояние квартиры в центре города может быть более значимым фактором, чем состояние загородного дома.

Итак, при определении цены на рынке недвижимости, важно учитывать состояние объекта. Покупатели готовы платить больше за недвижимость, не требующую дополнительных затрат на ремонт и обновление. Состояние объекта также может оказывать влияние на продолжительность процесса продажи и потенциальную прибыль для продавца.

## 3. Инфраструктура

Наличие развитой инфраструктуры, такой как хорошо развитая транспортная сеть, близкое расположение к магазинам, ресторанам, развлекательным центрам и другим объектам социально-бытового назначения, значительно повышает ценность недвижимости. Это особенно важно для людей, которые ценят комфорт и удобство в повседневной жизни.

Качество публичных сервисов, таких как школы, больницы и детские сады, является еще одним важным аспектом инфраструктуры, который влияет на цену недвижимости.

Также важным является наличие зеленых зон и парков, спортивных сооружений, скверов и прогулочных зон. Эти объекты придает району привлекательность и создают благоприятную атмосферу для проживания, что может повысить стоимость недвижимости.

Основной принцип работы инфраструктуры состоит в повышении уровня удобства и комфорта проживания. Кроме того, наличие развитой инфраструктуры может привлечь большое количество покупателей и инвесторов, что

может способствовать росту цен на жилую недвижимость в районе.

Однако стоит отметить, что при оценке роли инфраструктуры следует учитывать и другие факторы, такие как местоположение, состояние объекта недвижимости, этажность и площадь. Инфраструктура является лишь одним из аспектов, определяющих цену недвижимости, и эти факторы должны быть рассмотрены в комплексе при анализе рынка.

#### 4. Этажность

Высота этажа может иметь серьезное значение для покупателей, поскольку она оказывает влияние на уровень комфорта, виды из окон и доступность объекта.

Такой фактор, как расположение на определенном этаже, характерен как для жилой, так и для коммерческой недвижимости, но здесь существует некоторая обратная пропорциональность. Если в жилой недвижимости первый этаж является самым дешевым и с увеличением этажа цена растет, а затем снова падает, то в коммерческой недвижимости первый этаж является самым дорогим и с увеличением этажа стоимость коммерческого объекта падает.

#### 5. Площадь

Размер жилого или коммерческого помещения не только влияет на его стоимость в абсолютных значениях, но и имеет существенное влияние на спрос со стороны потенциальных покупателей.

Основная причина, по которой площадь объекта является важным фактором ценообразования, заключается в том, что она непосредственно связана с комфортом и функциональностью пространства. Большая площадь позволяет обеспечить удобство и просторность, что является привлекательным для многих покупателей. В то же время, недостаток места может быть неприемлем для большого числа людей и ограничивать возможности использования помещения, что отражается на его стоимости. Кроме того, площадь объекта также определяет функциональные возможности объекта.

В то же время чем больше площадь объекта недвижимости, тем дешевле стоит единица площади.

Конечно, важно учитывать и другие факторы при определении стоимости недвижимости, такие как местоположение, состояние, инфраструктура и этажность. Однако площадь объекта остается фактором, оказывающим значительное влияние на стоимость. При продаже

или покупке недвижимости, важно учесть этот фактор и правильно оценить его влияние на стоимость объекта на рынке недвижимости.

Так же важнейшим фактором, влияющим на рынок недвижимости, эксперты называют экономический. Анализ спроса и предложения на рынке недвижимости отражает общую экономическую ситуацию в стране и уровень обеспеченности граждан. Если экономика государства переживает не лучшие времена, население имеет проблемы с трудоустройством и доходами, спрос на недвижимость может снижаться. Большим спросом начинают пользоваться помещения меньшей площадью.

В заключение можно отметить, что стоимость объекта зависит от множества нюансов, начиная от типа объекта и заканчивая его индивидуальными характеристиками. Даже в пределах одного населенного пункта стоимость объектов недвижимости одного функционального назначения может значительно отличаться в зависимости от многих факторов.

#### Литература

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.03.2024). [Электронный ресурс]. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/2a54eb7c0c87a49c41aa10efb253f6bdea2bfcf4/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/2a54eb7c0c87a49c41aa10efb253f6bdea2bfcf4/).
2. Федотов Г.В. Экономика недвижимости: учебное пособие для вузов / Г.В. Федотов, Б.А. Волков. – Санкт-Петербург: Лань, 2024. – 440 с. – ISBN 978-5-507-48429-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/380726> (дата обращения: 25.06.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Землянухина И.В. Оценка недвижимого имущества. Практикум / И.В. Землянухина; Сост.: Землянухина И.В. – 4-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Лань, 2023. – 104 с. – ISBN 978-5-507-46769-3. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/319433> (дата обращения: 25.06.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Иваницкая И.П. Введение в экономику недвижимости / И.П. Иваницкая, А.Е. Яковлев. – М.: КноРус, 2019.
5. Экономика недвижимости: учебник для вузов / А.Н. Асаул, Г.М. Загидуллина, П.Б. Люлин, Р.М. Сиразетдинов. – 18-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020.

**KARTSEVA Vera Viktorovna**

Associate Professor, Candidate of Economic Sciences,  
Tver State Technical University, Russia, Tver

**ORLOVA Lada Sergeevna**

Graduate Student, Tver State Technical University, Russia, Tver

## **PRICE-FORMING FACTORS IN THE REAL ESTATE MARKET**

**Abstract.** *This article is devoted to the main price-forming factor in the real estate market. The main attention is paid to the impact on the cost of such factors as location, condition, infrastructure, number of floors, area.*

**Keywords:** *real estate, real estate market, price-forming factors.*



**КОШКОДАН Анна Валентиновна**

студентка 6 курса института экономики и управления,  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, г. Белгород

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

***Аннотация.** Проанализированы проблемы оценки эффективности деятельности таможенных органов в Российской Федерации. Подчеркивается, что несмотря на должным образом выстроенную систему оценки эффективности таможенных органов ФТС России в целом, она не лишена некоторых недостатков и проблем, о наличии которых свидетельствуют как научные публикации в авторитетных специализированных изданиях по таможенному делу, так и экспертные интервью.*

***Ключевые слова:** таможня, таможенные органы, эффективность, оценка эффективности.*

**В** настоящее время в качестве одного из важнейших стратегических ориентиров развития системы таможенных органов России выступает формирование качественно новой, умной, цифровой, интеллектуальной, клиенто-ориентированной службы, наряду с совершенствованием и повышением качества таможенного администрирования, обеспечивающего должный уровень защиты экономической безопасности в ходе внешней торговли как одной из составляющих национальной безопасности страны. Решение этих разнонаправленных задач невозможно без наличия комплекса адекватных показателей и методов оценки эффективности и результативности деятельности таможенных органов и занятых в них должностных лиц. Это один из важнейших инструментов, который дает возможность оценивать степень достижения поставленных стратегических и тактических целей функционирования таможенных органов и принимать взвешенные и обоснованные управленческие решения как в сфере контрольно-надзорной деятельности, так и в вопросах развития внешней торговли. Несмотря на должным образом выстроенную систему оценки эффективности таможенных органов ФТС России в целом, она не лишена некоторых недостатков и проблем, о наличии которых свидетельствуют как научные публикации в авторитетных специализированных изданиях по таможенному делу, так и экспертные интервью.

Первая проблема, о которой следует сказать, это кадровая проблема. Как правило, штатная численность организационно-аналитических

отделений таможен составляет примерно 4-5 единиц. По оценке самих сотрудников таможенных органов, опрошенных нами, с таким небольшим количеством людей тяжело работать и выполнять все поставленные перед отделением задачи, в том числе связанные с проведением анализа и оценки показателей эффективности и результативности таможни. Дефицит кадров в данной ситуации чреват риском формализма в ходе контроля выполнения поручений руководящего состава ФТС, нехватке времени на качественную аналитическую работу.

Вторая проблема связана со спецификой работы отдельных таможен в условиях резко изменившейся в последние годы внешнеполитической ситуации и непосредственной близости к местам ведения боевых действий в рамках специальной военной операции. Например, фактически в настоящее время пункты пропуска через государственную границу в Белгородской области не функционируют, их сотрудники переведены в другие таможенные органы, в другие регионы. В связи с этим, разумеется, должна меняться и организация оценки эффективности, и перечень показателей оценки Белгородской таможни. Так, в настоящее время показатели оценки эффективности и результативности распределены только для Белгородской таможни в целом, без учета таможенных постов (за исключением двух показателей). Тем не менее, действующие запланированные значения показателей оценки для Белгородской таможни могли бы быть

снижены с учетом сложившейся в регионе ситуации. Из экспертного интервью: *...в связи со сложной ситуацией можно было бы и снизить показатели. Так как для ЦТУ цифры одни и те же, и, например, нашей таможне сложнее в чем-то достигать эти цифры. ... Условно говоря, установлены показатели по транзиту. Но как может исполняться этот показатель, если в регионе деятельности таможни не проходит ничего практически в связи со сложившейся ситуацией (из интервью сотрудника ОргАО Белгородской таможни).* Действительно, нельзя не согласиться с тем, что в кризисной ситуации в сфере внешнеэкономической деятельности объективно снижаются и все показатели работы таможенных органов, преимущественно по не зависящим от них причинам, однако, как показывает практика, система оценки их деятельности в этом случае недостаточно гибкая и адаптивная. В итоге показатели работы таможенного органа считаются неудовлетворительными, что может привести к уменьшению материального стимулирования служащих и снижению их мотивации к труду не только в кризисные, но и в относительно стабильные годы развития внешней торговли. Однако, разумеется, установление конкретной планки по тому или иному показателю – это компетенция федерального уровня, уровня руководства ФТС России.

Третья проблема в сфере организации оценки эффективности российских таможенных органов связана со «стабилизацией» перечня, количества и методики расчета показателей. И в данном случае следует отметить позитивную динамику ситуации. Из интервью с экспертом: *«По поводу количества ... сейчас по сравнению с прошлыми годами очень сильно уменьшено количество установленных для таможни показателей. Прямо в несколько раз».* Однако следует учитывать, что «вопрос о количестве показателей, используемых при оценке, имеет первостепенное значение. Если их не хватает, то есть опасность стать необъективным, оставив определенные сферы деятельности таможенных органов без рассмотрения, а при их избытке не справиться с потоком информации. Только после окончательной формулировки ведомственных стратегических целей и задач возможно целесообразное решение данного вопроса» [4]. Иными словами, речь идет о необходимости четкого целеполагания в работе каждого таможенного органа, каждого

уровня и звена системы ФТС, и таможенной службы в целом. На деле мы имеем ситуацию, когда существует целый ряд документов, как нормативных, так и ненормативных, которые устанавливают цели и задачи ФТС на данный момент, включая закон о таможенном регулировании, положения о ФТС и отдельных таможенных органах, Стратегию развития таможенной службы до 2030 года и т.д. Фактически каждый из этих документов наряду с целями содержит и разнообразные показатели их достижения. Кроме того, для руководителя ФТС России как органа исполнительной власти введен целый ряд показателей деятельности по созданию благоприятных условий для ведения бизнеса в РФ [1]. Для таможенных органов РФ введена система оценки на основании ведомственного приоритетного проекта ФТС России «Реформа контрольной и надзорной деятельности в Федеральной таможенной службе». Ежегодно разрабатывается план деятельности ФТС России на год по достижению всех обозначенных выше показателей деятельности ФТС и КПЭ ее руководителя. В итоге, как справедливо отмечает Р.В. Давыдов, «действующая в Российской Федерации система оценки является наиболее разветвленной и многоуровневой из всех, применяемых в странах – членах ЕАЭС» [3]. Однако насколько необходима такая сложная система оценки для таможенных органов, насколько она оправдывает себя – вопрос дискуссионный.

Четвертая проблема – низкая доступность в открытых источниках информации о результатах работы тех или иных таможенных органов, снижающая возможности независимого общественного контроля и общественной оценки их деятельности. В частности, речь идет о, в сущности, внутриведомственной ориентации и замкнутости системы оценки, недостаточном учете оценок со стороны участников ВЭД, выступающих одновременно и объектом контроля со стороны таможенных органов, и «клиентом/потребителем» государственных таможенных услуг. А ведь «клиентоориентированность» и «клиентоцентричность» – это трендовые направления реформирования органов государственной власти в России. Д.Е. Романова в своем исследовании отмечает, что в настоящее время в перечне показателей оценки результативности таможенных органов по факту остался только один показатель,

напрямую отражающий удовлетворенность участников ВЭД таможенными услугами, при этом утратили силу 6 таких показателей [5]. На основании серии экспертных интервью с сотрудниками Центрального аппарата ФТС России, Д.Е. Романова делает вывод о том, что «действующая система оценки в целом не соответствует принципам клиентоцентричности и не способна в полной мере оценить качество предоставляемых таможенных услуг» [5], «в ней отсутствуют показатели, рассчитываемые на основании опросов участников ВЭД» [5].

Кроме того, пока что, на данный момент времени, некоммерческие объединения, торгово-промышленные палаты, аккумулирующие интересы бизнес-сообщества, фактически не включены в систему мониторинга и оценки эффективности таможенных органов в качестве обязательного элемента. «Из-за закрытости информации, они не могут осуществлять мониторинг показателей эффективности показателей работы, оценивать их объективность и обоснованность» [4].

Отсюда вытекает и пятая проблема, связанная с необходимостью обеспечения сбалансированности и непротиворечивости набора показателей оценки эффективности с учетом целевой ориентации ФТС как на защиту интересов государства, так и на содействие добросовестным участникам ВЭД. Анализ установленного перечня показателей работы таможенных органов показывает значительный, фактически двукратный перевес доли показателей, отражающих интересы государства. Разумеется, ФТС – это государственный контрольно-надзорный орган, и с этих позиций такой перевес кажется вполне оправданным. Однако если учесть приоритеты России по созданию благоприятного климата во внешней торговле, закрепленные в национальных проектах РФ и госпрограммах, в которых участвует ФТС, то становится очевидным их некоторое противоречие установленным показателям эффективности и результативности таможенных органов. Как верно в данном отношении отмечают М.В. Непарко и В.М. Долбин, есть риск перекоса механизма таможенного регулирования ВЭД из-за чрезмерной сосредоточенности на реализации фискальной функции. Низкая доля показателей, отражающих непосредственно создание благоприятных условий ВЭД ведет к «сокращению числа ее участников, усилению

налогового бремени субъектов внешнеэкономической деятельности. В конечном итоге, совершенствуются и распространяются способы уклонения от таможенных платежей, а это уже – существенный урон бюджету страны» [4]. С другой стороны, есть и противоположные риски – чрезмерной ориентированности на показатели, отражающие интересы бизнеса. Например, Ю.Б. Субботин отмечает, что «показатель по минимизации среднего времени оформления одной ДТ (вертикаль таможенного оформления и контроля) находится в противостоянии с показателями качества таможенного контроля вертикалей экономического блока (например, контроля индекса таможенной стоимости товара). Увеличение скорости обрабатываемых деклараций при неизменном количестве работающих должностных лиц объективно приводит к снижению качества их контроля по любому направлению, что, в свою очередь, уже негативно будет отражаться на выполнении планового задания» [6]. И здесь мы возвращаемся к обозначенной нами проблеме номер один. Также «даже в рамках одного направления (например, вертикаль таможенного оформления и контроля) показатель по минимизации среднего времени оформления одной ДТ находится в конфликте с показателем эффективности таможенных досмотров с применением системы управления рисками» [6].

Кроме того, специалисты и исследователи сферы таможенного дела и таможенного менеджмента отмечают некоторые недостатки, присущие системе показателей оценки деятельности таможенных органов и методике их расчета. В частности, речь идет о сложности и громоздкости существующих методик расчета, большом числе рассчитываемых показателей [2]. Также подчеркивается и недостаточная взаимосвязь между показателями деятельности различных подразделений таможенных органов. «Выявление таких зависимостей становится возможным только в рамках разработанной модели деятельности таможенных органов, содержащей полный перечень их полномочий и функций» [4]. Необходимо не допускать дублирования отдельных показателей статистической информации, за которые могут отвечать разные структурные подразделения таможенных органов (например, между ОргАО и отделом таможенной статистики) [6].

Соглашаясь с Ю.Б. Субботиным, в качестве

недостатка существующей организации оценки эффективности и результативности таможенных органов отметим встречающийся нередко формализм и порой искусственное «натягивание» отдельных значений, что может приводить к коррупционным проявлениям, конфликту интересов должностного лица и государства (например, случаи выпуска товаров с выявленным недостоверным кодом ТН ВЭД, но сопряженным с переплатой таможенных платежей, с помощью которой недобросовестный участник ВЭД хочет избежать фактического контроля, например, чтобы скрыть контрабанду [6]).

В контексте экономического развития региона ЕАЭС следует указать на такую проблему, как слишком большие различия в действующих национальных системах оценки таможенных органов «по принципам построения, наборам и количеству показателей, методологиям расчета. Это делает весьма затруднительным их взаимный учет и использование для оценки влияния деятельности таможенных администраций на цели развития ЕАЭС в целом» [3]. А между тем, важность унификации и стандартизации таможенного администрирования, и как следствие – механизмов оценки его эффективности, заложена в Договоре о ЕАЭС [3].

На основании вышеизложенного, можно предложить несколько основных актуальных путей дальнейшего развития системы оценки эффективности и результативности деятельности таможенных органов в России.

Кроме того, дальнейшее совершенствование и корректировка методик оценки эффективности таможенных органов России обусловлены необходимостью укрепления внешнеэкономического потенциала приграничных и новых регионов страны в условиях сохраняющейся международной нестабильности и продолжающейся специальной военной операции.

Будущие перспективы развития инструментария и подходов к оценке результативности деятельности таможенных органов связаны с применением методов интеллектуального моделирования на основе мониторинга динамики показателей и анализа больших данных, создания и использования информационного

массива результатов оценки для разработки управленческих решений, гармонизацией систем оценки эффективности таможенного администрирования на территории стран ЕАЭС в целях развития экономической интеграции.

### Литература

1. Об утверждении перечней показателей оценки эффективности деятельности и методик определения целевых значений показателей оценки эффективности деятельности руководителей органов исполнительной власти по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности (до 2018 года) (вместе с «Методикой определения целевых значений показателей оценки эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности»): Распоряжение Правительства РФ от 10.04.2014 № 570-р // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
2. Гупанова Ю.Е., Горемыкина Г.И. Управленческий анализ и оценка деятельности таможенных органов // Экономический анализ: теория и практика. 2020. Т. 19, № 11(506). С. 2068-2092.
3. Давыдов Р.В. Оценка эффективности таможенного администрирования как инструмент развития ЕАЭС // Вопросы государственного и муниципального управления. 2021. № 4. С. 7-35.
4. Непарко М.В., Долбин В.М. Методология оценки деятельности таможенных органов и ее совершенствование // Вестник Академии знаний. 2019. № 35 (6). С. 216-221.
5. Романова Д.Е. Методика оценки качества таможенных услуг в условиях клиентоцентричности // Вестник Российской таможенной академии. 2023. № 1 (62). С. 111-122.
6. Субботин Ю.Б. Эффективность деятельности таможенного органа с позиции выполнения поставленных задач по направлениям таможенного контроля // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Право». 2023. № 3 (75). С. 35.

**KOSHKODAN Anna Valentinovna**

6th year student of the Institute of Economics and Management,  
Belgorod National Research University, Russia, Belgorod

## **ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF CUSTOMS AUTHORITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION: PROBLEMS AND PROSPECTS**

***Abstract.** The problems of evaluating the effectiveness of customs authorities in the Russian Federation are analyzed. It is emphasized that despite the properly structured system for evaluating the effectiveness of the customs authorities of the Federal Customs Service of Russia as a whole, it is not without some drawbacks and problems, the presence of which is evidenced by both scientific publications in reputable specialized publications on customs and expert interviews.*

***Keywords:** customs, customs authorities, efficiency, efficiency assessment.*

**МОКИНА Анна Викторовна**

аспирантка,

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, г. Белгород

**БЕЛОУС Татьяна Святославовна**

магистрантка,

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, г. Белгород

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ: РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Аннотация.** *Статья посвящена теоретическому анализу хода протекания и результативности кластерной политики в регионах как основного механизма инновационного и экономического развития. Обобщен комплекс прогнозируемых результатов кластерной политики для регионов, государства и предпринимательских структур. Дана характеристика степени достижения прогнозируемых эффектов от кластеризации регионов. Рассмотрены создаваемые условия и инфраструктурные возможности для развития региональных кластеров. Охарактеризованы риски политике в области создания и функционирования кластеров.*

**Ключевые слова:** *кластер, технопарк, индустриальный парк, эффект кластеризации, кластерная политика.*

В условиях поиска новых механизмов экономического развития субнациональных систем одной из приоритетных форм эффективной организации регионального промышленного комплекса становятся кластеры.

Радикальные сдвиги темпов социально-экономического развития позволяют достичь инновационные формы пространственной организации и распределения территориального хозяйства [1, с. 155-160; 5, с. 450-455]. Поэтому исследование подходов к их созданию, функционированию и оценки эффективности деятельности является одним из наиболее актуальных направлений современной региональной экономики.

Кластерная политика на региональном уровне использует комплексный и системный подходы к территориальному развитию посредством повышения эффективности использования ресурсной базы и резервов производственной кооперации.

Новейшая история кластеров в регионах России насчитывает уже около десяти лет, но запланированные эффекты от их деятельности пока не достигнуты ни на макро, ни на микроуровне.

Классическая модель кластера предполагает, что центральным звеном являются фирмы, производящие продукцию определенной спецификации. Группа компаний посредством специализированной организации обеспечивает взаимодействие с государственными структурами, научным сообществом и кластерными институтами [2, с. 265-283]. От входящих в кластер компаний требуется взаимодействовать с другими участниками на высоком коммуникативном уровне для развития кооперации и обмена ресурсами, в том числе знаниями и компетенциями.

Считается, что кластерные структуры наиболее приспособлены к успешному функционированию в условиях быстрой перемены производственных процессов и потребностей клиентов.

Именно участники кластеров могут получать дополнительные преимущества от коллаборативных связей, развития деятельности на основе взаимоотношений с новыми партнерами.

Кластерные объединения в скором будущем должны обеспечить повышение уровня обработки сырья в территориальных промышленных комплексах, улучшение качества

продукции отечественных производителей, оптимизацию производственных цепочек.

Отметим обязательные черты промышленного кластера:

- наличие специализированной организации промышленного кластера;
- размещение в пространстве одного или нескольких регионов страны;
- в состав кластера должно входить не менее пяти промышленных компаний;
- как минимум одно предприятие должно выпускать готовую продукцию кластера;
- каждый кластер должен реализовывать не менее трех проектных инициатив по созданию товаров для снижения уровня импортозависимости от иностранной продукции;
- каждое предприятие-участник является стороной в договоре о поставке промышленной продукции;
- деятельность кластерного образования соответствует направлению стратегического развития территорий.

Создание в регионах кластеров и их финансовая и организационная поддержка со стороны государства по задумке должны были решить проблемы самих предприятий посредством их участия в кластерном объединении, а также дать новый импульс экономическому и инновационному развитию территорий страны.

Прирост экономики региона от деятельности кластеров может быть сгенерирован за счет увеличения выработки, расширения производств и предприятий, создание новых компаний и рабочих мест, повышения конкурентоспособности региональных товаров, улучшения качества жизни в регионе.

Напомним, что положительными результатами кластерной политики для представителей бизнес-сообщества должны стать:

- возможность использования прямой финансовой помощи от государства;
- сокращение расходов на производственную деятельность за счет возможности кооперации;
- развитие деятельности за счет расширения продуктовой линейки;
- привлечение дополнительного числа покупателей заказчиков.

В свою очередь на уровне региона функционирование кластеров должно дать эффект в форме:

- привлечения дополнительного объема инвестиционных ресурсов;
- повышение уровня результативности предприятий;
- улучшение ситуации на территориальном рынке труда;
- увеличение бюджетных доходов регионального бюджета;
- укрепление конкурентных позиций территории и возникновение новых конкурентных преимуществ.

Для государства в целом расширение деятельности кластерных образований должно способствовать появлению следующих эффектов:

- импортозамещение наиболее важных материалов, товаров, технологий;
- научно-техническое развитие разных сфер деятельности;
- диверсификация экономики;
- увеличение объемов производственной деятельности и экономический рост.

Следует отметить, что представители региональной и федеральной власти в достаточном объеме создают инфраструктурные возможности для формирования и функционирования характера в виде промышленных парков и технопарков.

Промышленный парк представляет собой пространство, на котором локализованы здания, сооружения и необходимая инфраструктура для размещения и осуществления производственно-хозяйственной деятельности предприятиями одной отрасли. Создаваемые промышленные парки на условиях пользования и с возможностью приобретения предоставляют участникам кластеров территории, участки, объекты недвижимости, транспортной, логистической и телекоммуникационной инфраструктуры.

Созданные для участников кластеров условия нацелены на сокращение расходов деятельности и упрощения процесса проектирования. Дополнительно данные размеры должны способствовать появлению новых малых и средних предприятий.

Технопарки, как объекты инновационной инфраструктуры, в отличие от промышленных парков, характеризуются наличием жестких требований к инновационному характеру деятельности предприятий – резидентов технопарков, а также предоставлением специализированных услуг, обеспечивающих поддержку развития малых инновационных предприятий и

содействующих эффективному трансферу технологий [4, с. 113-135].

Эффективно работающие технопарки могут стать важным элементом инновационной инфраструктуры для развития кластеров, включая инновационные кластеры.

В настоящее время наблюдается нехватка пространств для функционирования необходимого количества технопарка, потенциальные участники кластеров имеют ограниченный доступ к информационной и рыночной поддержке.

Следует еще раз заострить внимание на отличии российских территориальных кластеров от зарубежных, которая становится причиной недостаточной эффективности. В субъектах нашей страны кластеры создаются при университетах или других научных организациях, что представляется рациональным. Так как данная базовая исследовательская организация имеет другие виды деятельности – образовательную, методическую, научную, воспитательную, ресурсов на поддержание и развитие деятельности в кластерах в ней недостаточно, в том числе организационных.

В зарубежных странах технопарки – это независимые коммерческие организации, занимающиеся непосредственно производственной деятельностью и специализирующиеся именно на ней. Иностраные технопарки не имеют других источников доходов, кроме прибыли от кластера, поэтому заинтересованы в его производительности и результативности.

Соответственно, отечественные технопарки являются дополнительным источником дохода для научных организаций, которые имеют ресурсы для финансирования своей деятельности, а значит для них не является жизненно важным обеспечение результативности деятельности кластера, они заинтересованы в привлечении государственных ресурсов.

Кроме того, в регионах на сегодняшний день не сложилось устойчивого спроса на инновации как со стороны государства, так и со стороны бизнеса, что является одним из необходимых условий для реализации кластерной политики. Значение предприятий малого и среднего бизнеса для российской экономики остается на невысоком уровне, что также препятствует эффективной реализации кластерных инициатив. В российском законодательстве до настоящего времени не закреплено понятие «инновационный территориальный кластер», не определены основные функциональные и

организационные особенности кластеров, критерии по их отбору, а также механизмы и подходы к их проектированию и развитию [3, с. 508-511]. Следовательно, назрела необходимость пересмотра условий и принципов создания кластеров. Они должны функционировать на рыночной основе.

На правительственном уровне осознают риски политике в области создания и функционирования кластеров, такие как;

- нерациональное расходование бюджетных средств вследствие неэффективных решений по поддержке кластеров;
- недостаточная активность представителей региональных властей и бизнеса;
- недостаточный уровень развития методик оценки результативности кластерной политики в регионах.

Поэтому, первоочередными мерами обеспечения эффективности кластерной политики территорий могут стать:

- выбор и закрепление точных метрик объединений, проектов и мер в сфере деятельности кластеров;
- многоступенчатая проверка заявки на предоставление финансовых ресурсов;
- реализация только результативных мер финансовой и организационной поддержки;
- проведение конкурсов и отбор наиболее качественных заявок;
- использование механизмов частно-государственного партнерства в качестве необходимого условия финансирования кластерных проектов;
- реализация образовательных проектов по повышению уровня подготовки участников кластера;
- тиражирование наиболее эффективных практик кластерной деятельности;
- регулярный пересмотр мер поддержки кластерных объединений.

Можно сделать вывод, что современная кластерная политика реализуется в значительных масштабах, уже создано достаточное количество пространств и инфраструктурных и возможностей для функционирования кластерных объединений. Однако, при этом цели и эффекты от кластеризации в регионах не были достигнуты, хотя определенную положительную результаты имеет место в отдельных объектах. Для повышения эффективности мероприятий территориальной кластерной политики рекомендуется в первую очередь пересмотреть организационные модели кластерных



объединений, а также принципы их финансирования и оценки результативности деятельности.

В целом можно сделать вывод, что реализация политики в сфере кластерного развития, несомненно, позволит получить положительные результаты на территориях страны как стимул и поддержка развития производственной и инновационной сферы в регионах. Существенные барьеры для кластерного развития, возникающие, в том числе в силу непродолжительного опыта проектирования и поддержки инновационных территориальных кластеров в регионах РФ, будут сглаживаться по мере дальнейшей реализации направлений кластерной политики в нашей стране.

### Литература

1. Антонова М.В., Гуминский Д.О., Сергеева Ю.С. Операторы финансовых платформ – новые участники финансового рынка // Экономика XXI века. Сборник материалов международной научно-практической конференции. Под редакцией О.А. Чистяковой. Новосибирск, 2022. С. 155-160.
2. Мусаев Р.А., Панкратов А.А. Проблемы реализации федеральной кластерной политики в Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – Т. 18, № 2. – С. 265-283. <https://doi.org/10.24891/re.18.2.265>.
3. Чистникова И.В., Дружникова Е.П., Добродомова Т.Н. Стратегическое управление пространственным развитием территорий // Естественно-гуманитарные исследования. 2023. № 6 (50). С. 508-511.
4. Фонотов А.Г., Бергаль О.Е. Территориальные кластеры в системе пространственного развития: зарубежный опыт // Пространственная экономика. 2020. Т. 16. № 4. С. 113-135. <https://dx.doi.org/10.14530/se.2020.4.113-135>.
5. Vladyka M., Chistnikova I., Varadzhanova D., Ermachenko F. Research on the impact of macro-region development on the state economy // В сборнике: Actual problems of development economic, financial and credit systems. Collection of materials VIII International Scientific and Practical Conference. Belgorod, 2023. P. 450-455.

### MOKINA Anna Viktorovna

postgraduate student, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

### BELOUS Tatyana Svyatoslavovna

undergraduate student, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

## TERRITORIAL CLUSTERS: RESULTS AND PROSPECTS OF ACTIVITY

**Abstract.** *The article is devoted to a theoretical analysis of the progress and effectiveness of cluster policy in the regions as the main mechanism of innovative and economic development. The complex of predicted results of cluster policy for regions, the state and business structures are summarized. A characteristic is given of the degree to which the predicted effects from clustering regions are achieved. The created conditions and infrastructure opportunities for the development of regional clusters are considered. The risks to the policy in the field of creation and operation of clusters are characterized.*

**Keywords:** *cluster, technology park, industrial park, clustering effect, cluster policy.*

**НЕМАТОВ Анар Адилевич**

студент, Сургутский государственный университет, Россия, г. Сургут

## РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВЫМ РЕЗЕРВОМ В ООО «ЗАПАДНАЯ СИБИРЬ ОЙЛ ГРУПП»

**Аннотация.** В статье особое внимание отводится решению проблемы формирования кадрового резерва крупных предприятий нефтегазовой отрасли.

**Ключевые слова:** кадровый резерв, руководители и специалисты, молодежный резерв, трудовые показатели.

Таблица 1

**Основные цели проведения мероприятий по совершенствованию управления  
кадровым резервом в ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»**

Цели	Критерии оценки	Запланированные результаты
Постоянное пополнение кадров руководителей	Процент сотрудников, включенных в кадровый резерв	Количество сотрудников, включенных в резерв, должно соответствовать числу должностей, подлежащих обеспечению резервом
Мотивация карьерного роста работников	Количество сотрудников с индивидуальными планами развития	100% участников кадрового резерва должны иметь индивидуальные планы развития
Своевременное замещение вакансий по должностям руководителей	Процент назначений сотрудников из числа кадрового резерва	Не ниже 80%
Повышение образовательного уровня и профессиональной квалификации наиболее перспективных сотрудников	Процент охвата резервистов программой развития	100% участников кадрового резерва
	Частота обучения резервистов	Не менее 1 мероприятия в месяц
	Количество стажировок на одного сотрудника, вошедшего в резерв	Не менее 1 стажировки в течение 6 месяцев

Разработана следующая схема выявления лидерского потенциала у сотрудников ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»:

- тестирование участников конкурса с целью диагностики лидерских черт;
- отбор наиболее подходящих кандидатов;
- помещение участников в специально сконструированную ситуацию, инициирующую проявление лидерского потенциала

(деловые игры); выявление лидеров;

- интервью с участниками для получения биографических сведений, выяснения особенностей профессионального пути, карьерных планов на будущее; утверждение списка победителей.

Работа по проведению в ООО «Западная Сибирь Ойл Групп» конкурса «Молодой лидер» включает в себя несколько этапов (рис.).



Рис. Схема проведения конкурса «Молодой лидер»

Алгоритм конкурса «Молодой лидер» включает:

- информирование сотрудников о проведении конкурса и условиях участия в нем (требования к участникам: возраст не старше 35 лет, высшее образование; стаж работы на предприятии не менее 3 лет); сбор анкет и формирование группы участников;
- работа по составлению «идеальных профилей» руководителей различных направлений (техническое, финансовое, административно-хозяйственное и работа с клиентами);
- тестирование участников и проведение интервью;
- отбор конкурсантов, наиболее соответствующих идеальным профилям;
- проведение постдиагностических интервью с участниками, не прошедшими во второй тур конкурса;
- проведение деловых игр в подгруппах (второй этап конкурса);
- постдиагностические интервью с конкурсантами второго тура;

- определение победителей на основании результатов тестирования, деловых игр и интервью;

- составление индивидуальных психологических портретов на каждого участника;
- составление группового отчета, рекомендаций по перспективным направлениям развития ООО «Западная Сибирь Ойл Групп» в целом.

По результатам проведения конкурса «Молодой лидер» в ООО «Западная Сибирь Ойл Групп» планируется формирование списка кандидатов для кадрового резерва.

#### **Создание стратегического резерва и внесение изменений в структуру резерва руководителей ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»**

Стратегический резерв должен состоять из сотрудников в возрасте до 40 лет, обладающих высоким уровнем профессиональных и лидерских качеств и способных оставаться на своих должностях до 10–15 лет в долгосрочной перспективе. При этом один и тот же сотрудник

может участвовать и в оперативном, и в стратегическом резерве (как наиболее приемлемый кандидат на замещение низшей управленческой позиции). В последнем случае руководство организации и сам сотрудник оценивают возможность замещения более высокой руководящей должности через серию временных назначений.

Чтобы сделать список резервов менее формальным и более эффективным, при его составлении необходимо учитывать некоторые требования:

- должности для назначения должны быть точно определены в соответствии с названиями должностей и штатным расписанием организации и назначены в соответствии с иерархией уровней управления;
- должны быть отражены основные требования к замещаемой должности, определенные ее профессиональной программой, и предельные ограничения критериев для кандидатов (образование, возраст, стаж работы и т. п.);
- должны указываться сведения о кандидате: его фамилия, имя и отчество; должность, занимаемая работником по состоянию на день составления списка, в точном соответствии с записями в трудовом договоре работника и трудовой книжке, дата и номер приказа о назначении; сведения об образовании: его вид, какое учебное заведение и когда окончил, специальность в соответствии с записью в дипломе, наличие ученого звания или степени; дата рождения;
- должно указываться время пребывания в резерве (дата зачисления в кадровый резерв);
- должны быть приведены выводы и рекомендации последней аттестации, содержащие оценку профессиональных, деловых и личных качеств кандидата и предложения по его служебному продвижению;
- должны быть отражены результаты оценки потенциала кандидата, полученные в процессе поиска и отбора (соответствие формальным требованиям, лидерский потенциал, обучаемость, способность быстро осваивать теоретические и практические навыки);
- должна быть предусмотрена возможность контроля за вероятными изменениями в положении кандидата: назначение на должность; исключение из списка резерва с указанием причины (увольнение, переезд в другую местность, снижение результативности и

требовательности к себе и т. п.); награждение государственными, ведомственными и корпоративными наградами; присвоение почетных званий и т. д.

Предлагается внутри предприятия внедрить анализ содержания деятельности на рабочих местах/должностях.

Исключение из кадрового резерва может и должно выступать в качестве средства воспитательного воздействия на персонал компании.

Предстоит организовать систему обучения и оказания методической помощи для всех руководителей и экспертов, задействованных в системе работы с резервом кадров.

Паспорт рабочего места/должности должен включать следующие характеристики:

1. Полное и сокращенное наименование, а также код подразделения и должности в соответствии со Штатным расписанием;
2. Отношения подчиненности сотрудника, занимающего данную должность, включая его непосредственное административное подчинение, а также косвенное или функциональное подчинение по отдельным вопросам.
3. Области ответственности (по объектам воздействия или управления и режимам воздействия на данные объекты);
4. Структурированный по областям ответственности перечень задач деятельности;
5. Методы стимулирования и критерии оценки результатов работы сотрудника;
6. Особые права и ответственность.

Внедрение разработанных рекомендаций по совершенствованию системы управления кадровым резервом компании будет проходить в несколько этапов:

1. Разработка плана мероприятий и документов, регламентирующих механизм формирования кадрового резерва;
2. Обсуждение обновленной системы управления кадровым резервом в ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»;
3. Внедрение мероприятий по совершенствованию системы управления кадровым резервом.
4. Контроль мероприятий.

На основании этого плана сотрудники и руководство компании смогут эффективно использовать предложенные мероприятия для снижения рисков ситуаций и повышения эффективности.

Таблица 2

**График мероприятий по внедрению управленческих решений по совершенствованию системы управления кадровым резервом ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»**

№	Этапы мероприятия по внедрению	Сроки внедрения	Ответственное лицо	Исполнители
1.	Утверждение плана мероприятий совершенствования системы управления кадровым резервом ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»	март 2025 г.	начальник, специалист по кадрам	специалист по кадрам
2.	Разработка организационных документов о формировании кадрового резерва ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»	март 2025 г.	начальник, специалист по кадрам	специалист по кадрам
3.	Внесение корректировок в действующее положение «О кадровом резерве ООО «Западная Сибирь Ойл Групп»	апрель 2025 г.	начальник, специалист по кадрам	специалист по кадрам
4.	Обучение персонала, повышение квалификации	апрель 2025 г.	начальник, специалист по кадрам	специалист по кадрам,
5.	Разработка и утверждение оценочных методических материалов	апрель-май 2025 г.	начальник, специалист по кадрам	специалист по кадрам
6.	Оценка эффективности управленческих решений руководством и руководителями структурных подразделений	июнь-сентябрь 2025 г.	начальник, руководители структурных подразделений	начальник отдела кадров, специалист по кадрам
7.	Разработка программы работы с кадровым резервом на будущий период	октябрь 2025 г.	начальник, руководители структурных подразделений	начальник отдела кадров, специалист по кадрам
8.	Контроль исполнения плана мероприятий	в течение второго полугодия	начальник, руководители структурных подразделений	начальник, Начальник отдела кадров

Первый этап предполагает разработку планов мероприятий и документов, регламентирующих формирование кадрового резерва ООО «Западная Сибирь Ойл Групп». Данный этап включает в себя внесение изменений в существующие документы, такие как Положение о кадровом резерве и регламентирующие аспекты формирования сил молодежного и стратегического резерва.

Используемые материалы должны содержать информацию о самих сотрудниках (о текущем образовании, курсах обучения, полученных наградах).

На втором этапе реализации мероприятий необходимо обсудить систему управления кадровым резервом сотрудниками ООО «Западная Сибирь Ойл Групп».

Следующим этапом является реализация программы мероприятий по принятию управленческих решений по вопросам формирования готовности персонала ООО «Западная Сибирь Ойл Групп», а руководство компании оценивает эффективность мероприятий и разрабатывает программу аттестации на будущие периоды.

Четвертый этап – на данном этапе в течение года проводится контроль графика мероприятий.

Данные мероприятия будут способствовать повышению эффективности системы управления кадровым резервом ООО «Западная Сибирь Ойл Групп» и оптимизации всей системы управления персоналом.

**Литература**

1. Лановенко Е.А. Работа с кадровым резервом // Журнал «Справочник кадровика», № 9-11, сентябрь-ноябрь 2015 г. – С. 18-19.
2. Дорошенко Л.С. Управление трудовыми ресурсами. К.: МАУП, 2016.
3. Травин В.В. Кадровый резерв и оценка результативности труда управленческих кадров / В.В. Травин, Дятлов В.А. – М.: Дело, 2017. – 176 с.
4. Базаров Т.Ю. Управление персоналом Т.Ю. / Базаров. – М: ЮНИТИ, 2016. – 350 с.
5. Цветаев В.М. Управление персоналом / В.М. Цветаев. – СПб.: Питер, 2015. – 438 с.
6. Дятлов В.А. Управление персоналом: Уч. Пособие для Вузов / В.А. Дятлов. – М., 2016. – 377 с.

**NEMATOV Anar Adilovich**

student, Surgut State University, Russia, Surgut

**DEVELOPMENT OF DRAFT MEASURES TO IMPROVE THE MANAGEMENT OF PERSONNEL RESERVE IN LLC "WESTERN SIBERIA OIL GROUP"**

**Abstract.** *In the article special attention is paid to the solution of the problem of formation of personnel reserve of large enterprises of oil and gas industry.*

**Keywords:** *personnel reserve, managers and specialists, youth reserve, labor indicators.*

**ШИРОКИХ Никита Алексеевич**

студент 6 курса института экономики и управления,  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, г. Белгород

## **НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Аннотация.** Проанализированы и обоснованы направления совершенствования информационно-технического обеспечения таможенных органов в Российской Федерации. Подчеркивается, что совершенствование информационно-технического обеспечения таможенных органов и информационной безопасности способствуют созданию экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором во всех сферах социально-экономической деятельности, обеспечивая их эффективное взаимодействие, включая трансграничное, бизнеса, государства и граждан.

**Ключевые слова:** таможня, таможенные органы, эффективность, оценка эффективности.

Основные направления совершенствования информационно-технического обеспечения таможенных органов в Российской Федерации на сегодняшний день зафиксированы прежде всего в таком документе, как Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года [1]. Как верно отмечают разработчики Стратегии, «совершенствование информационно-технического обеспечения таможенных органов и информационной безопасности способствуют созданию экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором во всех сферах социально-экономической деятельности, обеспечивая их эффективное взаимодействие, включая трансграничное, бизнеса, государства и граждан» [1].

Согласно тексту Стратегии-2030, основная цель развития ИТО таможенных органов в условиях цифровизации экономики РФ – это «трансформация информационно-технического обеспечения деятельности таможенных органов, охватывающая все основные стратегические направления развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года» [1]. Иначе говоря, подчеркивается «сквозная» роль информационно-технического обеспечения в достижении всех целевых ориентиров Стратегии до 2030 года.

Согласно плану реализации первого этапа Стратегии-2030 до конца 2024 в рамках трансформации ИТО деятельности таможенных органов запланировано построение ЦОДа,

реализация проектов по наполнению информационных систем ФТС элементами искусственного интеллекта для обработки и анализа Big Data, решения нелинейных задач и принятия управленческих решений. Также планируется переход на отечественное ПО и ИТС для обеспечения технологической независимости ИКТ-инфраструктуры таможенных органов [4].

Приказ ФТС России от 21.10.2015 № 2133 закрепляет основные направления развития информационных технологий в таможенных органах России до 2030 года, включая такие, как:

- реализация общих процессов в таможенной сфере в рамках Евразийского экономического союза с использованием Интегрированной информационной системы Евразийского экономического союза, создаваемой за счет функционального расширения Интегрированной информационной системы взаимной и внешней торговли Таможенного союза;
- создание условий, обеспечивающих устойчивое функционирование инфраструктуры ИКТ таможенных органов;
- повышение эффективности планирования мероприятий и расходования бюджетных средств на создание, развитие, модернизацию и эксплуатацию ИКТ;
- поэтапный переход на централизованное предоставление типовых ИТ-сервисов;
- поэтапный переход на использование оборудования и программного обеспечения отечественного производства;
- совершенствование системы

обеспечения безопасности информационных систем и информационных ресурсов таможенных органов с учетом увеличения угроз несанкционированного доступа в ЕАИС ТО со стороны глобального информационного пространства;

- развитие ЕАИС ТО, обеспечение совершенствования информационных таможенных технологий и межведомственного электронного взаимодействия, в том числе внедрение механизмов и принципов «единого окна»;

- внедрение в деятельность таможенных органов унифицированных программно-технических комплексов;

- развитие региональных ЦОД и создание главного ЦОД нового поколения;

- реализация и широкое использование в деятельности таможенных органов инноваций в области информационных технологий [2].

Согласно Приказу ФТС России от 28.02.2023 № 139, в числе целей цифровой трансформации таможенных органов РФ обозначено несколько пунктов, непосредственно относящихся к вопросам информационно-технических подразделений, такие как:

- повышение уровня надежности и безопасности информационных систем, технологической независимости информационно-технологической инфраструктуры от оборудования и программного обеспечения, происходящих из иностранных государств;

- обеспечение уровня надежности и безопасности информационных систем информационно-технологической инфраструктуры [3].

Обобщая направления развития ИТО таможенных органов, изложенные в вышеприведенных документах ФТС стратегического характера, выделим наиболее существенные из них. По нашему мнению, таковыми являются следующие.

*1. Совершенствование информационно-технологического обеспечения органов ФТС России в процессе внедрения и использования инновационных, цифровых технологий и сервисов.*

ФТС ведет последовательную работу по реализации новых цифровых интеллектуальных сервисов. Автоматизированы все таможенные процессы и налажено электронное взаимодействие со всеми их участниками. В настоящее время реализуется несколько проектов в сфере искусственного интеллекта (ИИ): интеллектуальный анализ снимков ИДК без участия человека на базе машинного обучения, как основа будущих интеллектуальных пунктов пропуска, интеллектуальный анализ товарных партий с

применением элементов ИИ, оснащение автомобилей мобильных групп камерами фото- и видеофиксации с технологией машинного зрения.

В данном случае, в первую очередь речь идет о своевременном оснащении и переоснащении таможенных органов современным оборудованием, серверами, каналами связи и компьютерной техникой. Важно на постоянной основе осуществлять модернизацию существующих информационно-программных средств таможенных органов, а также вести работу над созданием перспективных, «обеспечивающих реализацию новых требований к стандартам качества при совершении таможенных операций и осуществлении таможенного контроля товаров и транспортных средств» [2]. Актуальными направлениями в данной сфере являются также увеличение объема используемых таможенными органами мобильных устройств, сервисов и технологий, а также внедрение интернета вещей, и соответственно, «массовое оборудование датчиками и исполнительными устройствами материальных объектов и их подключение к сетевой инфраструктуре» [2]; внедрение «облачных» технологий, «больших данных». Также должны решаться вопросы информационно-технического обеспечения выполнения таких стратегических задач, как:

- «реализация технологии централизованного сбора, хранения и обработки информации о результатах таможенных осмотров товаров и транспортных средств, проведенных с использованием инспекционно-досмотровых комплексов» [1];

- «создание долговременных архивов юридически значимых электронных документов» [1];

- цифровизация документирования результатов ОРД;

- повышение эффективности использования ИДК и оборудования радиационного контроля за счет обеспечения интеграции их ПО с ИПС ИС таможенных органов;

- «создание прототипа системы автоматической оценки уровня риска товарных партий в режиме реального времени (как элемента системы управления рисками в «цифровой» таможне)»;

- «автоматизация процесса формирования постановлений по делам об АП о назначении наказания в виде штрафа, внесенных таможенными органами в форме электронного документа»;



- «разработка системы автоматического выбора объектов контроля»;
- «внедрение категорирования лиц, совершающих таможенные операции, в режиме он-лайн непосредственно при подаче таможенной декларации»;
- «автоматизация процесса формирования акта остановки транспортных средств в ходе проведения мобильного проверочного мероприятия» [3];
- создание многофункциональной системы контроля за ввозом и оборотом товаров по территории РФ, в том числе посредством создания интеллектуального офиса сотрудника мобильной группы;
- продолжение реализации мер по технологическому и техническому оснащению и обустройству интеллектуальных пунктов пропуска.

Следует отметить, что создание интеллектуальных пунктов пропуска – это один из важнейших приоритетов ФТС России на сегодняшний день. Здесь будут сконцентрированы современные цифровые технологии на базе искусственного интеллекта и машинного зрения, полностью электронного документооборота, умные устройства и оборудование, направленные на ускорение прохождения таможенного контроля при пересечении границы как физическими, так и юридическими лицами. Актуальная и перспективная задача – это обустройство всех пунктов пропуска порталными ИДК и совершенствование технологии автоматического анализа снимков ИДК с помощью искусственного интеллекта.

Кроме того, перспективными направлениями развития таможенных постов фактического контроля можно назвать такие, как: автоматизация регистрации отчетности владельцев складов временного хранения; совершенствование применения планшетов при проведении таможенного досмотра, голосовой ввод данных при заполнении акта досмотра, загрузка фотографий с досмотра через мобильную версию АПС «Личный кабинет», подписание акта с помощью ЭП через планшет. Перспективным направлением является внедрение технологии дистанционного таможенного осмотра через удаленное видеонаблюдение, автоматическая фиксация поступления транспортных средств в зону ТК, автоматическое считывание данных с навигационных пломб [5].

В перспективе будут расширяться возможности применения интеллектуальных

технологий распознавания текста в центрах электронного декларирования, а также «Личном кабинете участника ВЭД» при загрузке в долговременный архив юридически значимых электронных документов.

*2. Обеспечение высокого уровня защищенности информационной инфраструктуры таможенных органов от угроз.*

Безусловно, количество кибератак на российские таможенные органы с 2022 г. существенно выросло. Изменилась их направленность, если рассматривать внешние информационные ресурсы в сети Интернет. Если раньше это были достаточно стандартные лобовые DDoS-атаки, то сейчас речь идёт о социальной инженерии (например, «в различных каналах, в соцсетях рассылалась информация с предложением пользователям, например, переходить по ссылкам и попадать на информационные ресурсы» [7]).

Обычно DDoS-атаку можно минимизировать, заблокировав IP-адрес, с которого идёт трафик, а в случае с заходами пользователей получается кратный рост уникальных подключений к интернет-ресурсам ФТС России. В итоге таможенные органы были вынуждены заблокировать доступ к ним с IP-адресов, не относящихся к странам Евразийского союза.

В целом, информационная система таможенной службы представляет собой замкнутую систему, подключиться к которой через интернет нельзя. Доступ к ней извне защищён рядом специального оборудования. Кроме того, ФТС обладает собственными, разработанными специально для них системами обеспечения информационной безопасности. Только поддержание и в дальнейшем такой замкнутости позволит успешно бороться с кибератаками.

Также актуальными задачами в данной сфере являются следующие:

- обеспечение использования средств криптографической защиты информации, в том числе средств электронной подписи, прошедших оценку соответствия требованиям информационной безопасности в соответствии с законодательством Российской Федерации, при электронном взаимодействии федеральных органов исполнительной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, государственных внебюджетных фондов, органов местного самоуправления между собой, а также с гражданами и организациями;
- обеспечение комплексной защиты

информационной инфраструктуры таможенных органов, в том числе с использованием государственной системы обнаружения, предупреждения и ликвидации последствий компьютерных атак на информационные ресурсы и системы критической информационной инфраструктуры;

– обеспечение непрерывного мониторинга и анализа угроз, возникающих в связи с внедрением новых информационных технологий, для своевременного реагирования на них [1].

Специалисты подчеркивают актуальность применения нейросетей в решении задач обеспечения информационной безопасности таможенных органов: «создание системы непрерывного аудита угроз информационной безопасности с постоянным обучением нейронных сетей, участвующих в противодействии им, позволит своевременно реагировать на новые атаки на информационную составляющую таможенных органов, и в частности на работу интеллектуального пункта пропуска через таможенную границу» [6].

*3. Развитие информационного взаимодействия таможенных органов государств ЕАЭС на единой технологической платформе.*

В рамках этого направления представляется актуальной задача информационно-технического обеспечения трансграничного обмена электронными документами между таможенными, а также и иными государственными органами стран-участниц ЕАЭС, регулирующими ВЭД, в процессе таможенного контроля товаров и ТС через границы и внутри Союза, на базе Интегрированной информационной системы (ИИС) ЕАЭС и механизмов «единого окна». Необходимо вести работу по расширению «информационного взаимодействия с таможенными администрациями иностранных государств в таможенной сфере» [1], сопряжению «транзитных систем соседних государств в ЕАЭС на основе современных информационных технологий» [4].

*4. Переход на использование таможенными органами отечественного программного обеспечения, технологий и оборудования.*

В направлении импортозамещения информационных технологий в органах государственной власти, в том числе таможенных, в настоящее время действует Указ Президента от 30.03.2022 № 166 «О мерах по обеспечению технологической независимости и безопасности критической информационной

инфраструктуры РФ», «который запрещает с 1 января 2025 года на объектах критической информационной инфраструктуры (КИИ) применять иностранное ПО» [7]. Соответственно, ФТС, как субъекту КИИ, к 01.01.2025 г. нельзя будет использовать любое зарубежное ПО.

По оценке руководства ФТС, уровень импортозависимости российских таможенных органов по разным составляющим ИКТ-решений отличается. В частности, нет зависимости от импортного ПО в сфере информационной безопасности, используются только российские продукты, что позволило безболезненно пройти все кибератаки на информационную систему. Также есть подходящий российский аналог американской Cisco в сфере телекоммуникаций и магистральных маршрутизаторов. Наибольшая зависимость есть в сфере ОС и СУБД, используемыми таможенными органами.

В данном вопросе прежде всего необходим постоянный мониторинг ситуации на отечественном рынке ИТ и последующая подготовка ответственными лицами предложений по их внедрению в работу органов ФТС. Также при внедрении любых ПТС приоритетом пользоваться должны отечественные продукты.

Переход на отечественные ИТ-продукты должен произойти как в сфере офисного ПО, так и в сфере СУБД (например, «Postgres Pro» как замена «Oracle»). Целесообразно для решения разных задач таможенных органов использовать различные отечественные СУБД, удовлетворяющие их потребности.

Однако важным и проблемным вопросом является обеспечение должной и оперативной техподдержки со стороны отечественных производителей ПО, аналогично зарубежным ИТ-продуктам, в которых работает множество компетентных специалистов, готовых круглосуточно оказать профессиональную помощь. Здесь важно своевременное тестирование таможенными органами отечественных ИТ-продуктов и обратная связь с разработчиками по его улучшению и оптимизации, устранению проблем и ошибок. Вести эту работу необходимо во взаимодействии с Минцифрой РФ, курирующим сферу отечественных ИТ. Проблемным моментом является и существенное и неконтролируемое повышение цен разработчиками отечественного ПО как на свои продукты, так и на техподдержку.

Наиболее сложным пока является поиск отечественных аналогов программе бизнес-

аналитики (BI) Oracle BI для таможенных органов, поскольку существующие российские предложения (их более 20) обладают некоторыми недостатками, связанными в первую очередь с объёмом обрабатываемой информации. Кроме того, есть проблема в области импортозамещения ПО промежуточного слоя – серверов приложений.

Предстоит также решить сложнейшую проблему перевода на российские ОС порядка 1,7 тыс. программно-аппаратных комплексов, оснащенных средами виртуализации, на всех уровнях информационно-вычислительной инфраструктуры таможенных органов, обеспечивающих функционирование ЕАИС ТО. На данный момент уже принято концептуальное решение о сокращении хранения данных в территориальных таможенных органах, о централизации информационных ресурсов таможенных органов и общего сокращения применяемых программных средств путём их укрупнения. Сократится и оборудование в таможенных органах. Осуществляется также его трансформация в виртуальную инфраструктуру: если раньше под каждую задачу был сервер, то сейчас это программно-аппаратный комплекс, в составе которого функционирует всё ПО.

Однако на данный момент оборудование таможенных органов (как персональные компьютеры, так и серверы) работает на ОС от Microsoft. Возможным решением видится переход на российские системы на базе Linux. Но в дальнейшем такой переход потребует переработки и модернизации всего таможенного ПО, поскольку изначально оно создавалось под Windows.

Кроме того, есть много других эксплуатируемых таможенниками приложений, которые предстоит импортозаместить, например, среды виртуализации – переход от VMware на российский «Горизонт».

В соответствии с протоколом стратегической сессии по развитию единой цифровой платформы РФ «ГосТех» (ЕЦП «ГосТех») от 10.05.2023 № 2 к 2025 году на данной платформе планируется разработка и реализация специального сервиса обеспечения деятельности российских таможенных органов. На заседании президиума Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности 9 октября 2023 г. были одобрены подготовленные ФТС

совместно с Минцифры России и ФКУ «Государственные технологии» описание целевого состояния ЕАИС таможенных органов и план-график поэтапной реализации в 2024 – 2025 годах сервиса таможенных органов на ЕЦП «ГосТех». В рамках I этапа реализации запланировано в срок до 1 июля 2024 г. выполнение системного проектирования сервиса, по результатам которого можно будет оценить возможность реализации функционала ЕАИС ТО на ЕЦП «ГосТех» с использованием отечественного ПО и произвести расчет его стоимости.

*5. Поддержание стабильности работы информационно-коммуникационной инфраструктуры и программных средств таможенных органов.*

Приоритетной задачей информационно-технических служб таможенных органов, разумеется, является обеспечение непрерывного функционирования ЕАИС ТО. Решается эта задача на основе улучшения «систем внутреннего электроснабжения, технических и эксплуатационных характеристик ИТС, резервирования каналов передачи данных, повышения надежности ИПС и создания комплексной системы эксплуатации» [2]. Важными вопросами в этой сфере также являются:

- создание унифицированных программно-технических комплексов на уровне таможенного поста, таможни, РТУ;
- выделение отдельного комплекса вычислительных средств с работающими в режиме реального времени приложениями таможенных органов;
- создание высокопроизводительных систем и мощного оборудования для аналитической деятельности ФТС России, внедрения технологий анализа больших данных с применением искусственного интеллекта;
- совершенствование информационно-программных средств, включая инфраструктуру, обеспечивающую безотказное функционирование всех компонентов информационной системы таможенных органов;
- построение территориально распределенного главного Центра обработки данных Федеральной таможенной службы нового поколения, в котором реализованы информационные технологии, обеспечивающие централизацию используемых приложений, применение технологий сетевого доступа к общему пулу конфигурируемых вычислительных ресурсов (технологий облачных вычислений) [1];

– проектирование и эксплуатация телекоммуникационных узлов всех таможенных органов по отказоустойчивой схеме, исключающей сбой при передаче информации в режиме времени близком к реальному, в том числе при электронном взаимодействии с заинтересованными лицами [3];

– обеспечение функционирования централизованной инфраструктуры вычислительных ресурсов таможенных органов при увеличении нагрузки на них, обеспечение стабильности и устойчивого прироста запаса прочности централизованных вычислительных систем ФТС России;

– обеспечение поставок оборудования отказоустойчивых телекоммуникационных узлов российского производства и средств обеспечения безопасности информации;

– завершение процесса миграции ЕАИС ТО в ЦОД ФТС России.

*6. Развитие информационно-технического обеспечения процессов взаимодействия таможенных органов с участниками ВЭД и межведомственного взаимодействия.*

В данном направлении для таможенных органов России актуальны следующие вопросы:

– «развитие системы межведомственного электронного взаимодействия ФТС России и других федеральных органов исполнительной власти»;

– «интеграция в ЕАИС ТО информации Банка России, ФНС России, Росфинмониторинга и иных ведомств в отношении валютных, финансовых операций и иных сведений в качестве критериев и индикаторов риска совершения сомнительных операций, нарушения требований валютного и таможенного законодательства»;

– «разработка и модернизация ИПС ЕАИС ТО для развития электронного взаимодействия правообладателей с ФТС России в рамках получения госуслуги «Ведение таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности» [4];

– «расширение системы внутриведомственного и межведомственного информационного взаимодействия в электронном виде в рамках осуществления таможенными органами правоохранительной деятельности в части административных правонарушений и преступлений» [3];

– автоматизация процесса обмена сведениями с Росимуществом при распоряжении имуществом, обращенным в федеральную

собственность, а также задержанными товарами;

– обеспечение автоматизированной передачи постановлений по делам об АП в электронном виде в ФССП России, получение информации о ходе исполнительных производств по ним в полном объеме;

– реализация электронного взаимодействия между ФТС России и ТПП России в части обмена информацией о заключениях об идентификации иностранных товаров, помещаемых (помещенных) под таможенную процедуру свободной таможенной зоны в готовой продукции, полученной из таких товаров.

*7. Совершенствование кадрового обеспечения информационно-технических служб таможенных органов.*

В данном случае представляется необходимым расширять сотрудничество и взаимодействие с профильными вузами, ведущими подготовку специалистов в сфере таможенного дела, поскольку реализация программ и проектов цифровой трансформации ФТС России предполагает и должный уровень развития цифровых компетенций сотрудников, поскольку, как верно отмечает Р.В. Давыдов, «все сферы деятельности современного таможенного инспектора, от документооборота и подготовки материалов (справок, докладов и презентационных материалов) до работы с таможенными декларациями и массивами информации, невозможно представить без информационных систем и программных продуктов» [8].

Необходимо проработать вопрос об усилении «информационной» составляющей учебных планов будущих специалистов таможенного дела, повышении качества и интенсивности применения в учебном процессе программных продуктов таможенных органов. Возможно также открытие программ подготовки со специализацией «Прикладная информатика в таможенной сфере».

Кроме того, актуально усиление практической составляющей обучения, совершенствование организации прохождения практик в таможенных органах, привлечение преподавателей-практиков к проведению лекционных, лабораторных и семинарских занятий по информационным таможенным технологиям.

Важно уделить внимание и аналитической составляющей обучения будущих выпускников, поскольку ежедневно растут объемы обрабатываемой и хранимой в ФТС информации о

внешнеэкономической деятельности и участниках ВЭД. Необходимы компетенции в сфере анализа данных, Data-science, умение вести аналитическую работу с использованием программных средств и информационных технологий [8].

### Литература

1. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года : распоряжение Правительства РФ от 23.05.2020 № 1388-р // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
2. Об утверждении основных направлений развития информационно-коммуникационных технологий в таможенных органах Российской Федерации до 2030 года : Приказ ФТС России от 21.10.2015 № 2133 // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
3. Об утверждении ведомственной программы цифровой трансформации федеральной таможенной службы на 2023 - 2025 годы: Приказ ФТС России от 28.02.2023 № 139 // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
4. План мероприятий на период 2021 - 2024 годов по реализации Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Информ. банк. «Версия Проф». Разд. «Законодательство».
5. Жуков Д.Б. Автоматизация деятельности таможенных органов при реализации перспективной модели совершения таможенных операций // Вестник Российской таможенной академии. 2023. № 3(64). С. 35-47.
6. Максимов Ю.А., Сомов Ю.И. Обеспечение информационной безопасности интеллектуального пункта пропуска при применении технологий искусственного интеллекта // Вестник Российской таможенной академии. 2023. № 3(64). С. 59-67.
7. TAdviser. Перейти на российские ИТ и стать интеллектуальной таможней - интервью Дениса Терещенко (10.11.2022). URL: <https://customs.gov.ru/press/aktualno/document/367304> дата обращения: 20.04.2024).
8. Давыдов Р.В. Цифровая трансформация Федеральной таможенной службы и задачи Российской таможенной академии в условиях ее реализации // Вестник Российской таможенной академии. 2023. № 3(64). С. 9-22.

### SHIROKIKH Nikita Alekseevich

6th year student of the Institute of Economics and Management,  
Belgorod National Research University, Russia, Belgorod

## DIRECTIONS FOR IMPROVING INFORMATION AND TECHNICAL SUPPORT FOR CUSTOMS AUTHORITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION

**Abstract.** *The directions of improving the information and technical support of customs authorities in the Russian Federation are analyzed and substantiated. It is emphasized that the improvement of information technology support for customs authorities and information security contribute to the creation of an ecosystem of the digital economy of the Russian Federation, in which digital data is a key factor in all spheres of socio-economic activity, ensuring their effective interaction, including cross-border, business, government and citizens.*

**Keywords:** *customs, customs authorities, efficiency, efficiency assessment.*

# ПЕДАГОГИКА



10.5281/zenodo.12586245

**Gereltuya Tsereljav**

Teacher, Mongolian national university of education, Mongolia, Ulan-Bator

**Ganbaatar Tumurbaatar**

Director, Mongolian national university of education, Mongolia, Ulan-Bator

**Jadamba Badrakh**

Academician, Mongolian national university of education, Mongolia, Ulan-Bator

## STUDY RESULTS OF TEACHER'S QUESTION ANALYSIS IN THE CONCRETE LESSON

**Abstract.** *This research delves into the intricate dynamics of teacher-student interactions, particularly focusing on the pivotal role of teacher questions in secondary school mathematics classrooms. Employing a transcript-based lesson analysis approach, 30 mathematics lessons were thoroughly examined. Teacher questions were meticulously categorized using Bloom's taxonomy and various question types, allowing for a nuanced understanding of their nature and impact. The analysis revealed intriguing insights into the distribution of question types: approximately 50% of questions primarily centered on lesson organization and instructions, while 30% focused on recalling previous knowledge and factual information. Notably, only about 20% of questions stimulated critical thinking and creative engagement among students. These findings hold significant implications for instructional design and teacher training programs. They underscore the necessity of a balanced approach in framing teacher questions to cultivate an enriching and intellectually stimulating learning environment in secondary school mathematics classrooms. This study serves as a beacon for educators and researchers alike, shedding light on the importance of thoughtful question design in fostering deeper student engagement and enhancing overall lesson quality.*

**Keywords:** *teacher's question, lesson analysis, quality of education, bloom's Taxonomy.*

### Introduction

The quality of education depends on the quality of a concrete lesson. Therefore, lesson analysis is the most fundamental part of educational quality analysis. The evolution of lesson study and analysis methods reflects a continuous refinement and sophistication over time. Teacher-student interaction and dialogue are the main elements in the classroom. The quality of the teacher's questions directly guides the student's actions and thinking processes in the lesson. Therefore, within the

framework of this research, the question is whether it is possible to make a conclusion about the quality of the lesson by analyzing the number and quality of questions asked by the teacher in the lesson. Therefore, lesson analysis is the most fundamental part of educational quality analysis. Teacher-student interaction and dialogue are the main elements in the classroom. The quality of the teacher's questions directly guides the student's actions and thinking processes in the lesson (fig. 1).

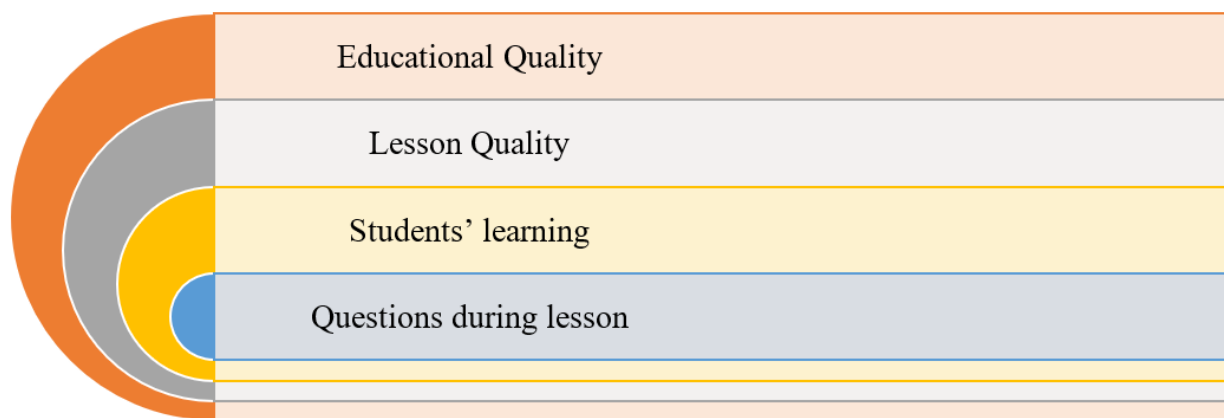


Fig. 1. Problem and Question

Education stands as the cornerstone of societal progress, with the quality of teaching and learning experiences serving as the linchpin for effective knowledge dissemination and skill development. In this context, the significance of rigorous research aimed at enhancing educational practices cannot be overstated. This introduction aims to elucidate the critical importance of our research, highlighting significant problems, the current state of the art, gap analysis, novel concepts to fill these gaps, and ultimately, the purpose of our study.

The quality of education is intricately tied to the quality of individual lessons, making lesson analysis a foundational aspect of educational quality assessment (Kayima, 2016). However, there exists a noticeable gap in efforts to explore teachers' questioning practices within Lesson Study contexts, despite the global goal of critically examining and improving teaching practices in such initiatives (Aziza, 2018; Dong, Seah & Clarke, 2015; Larson & Lovelace, 2013; Shahrill & Clarke, 2014; Amirullah, 2018; Lewis, Perry & Hurd, 2009; Lewis, Perry & Hurd, 2004).

Over time, the evolution of lesson study and analysis methods has demonstrated continuous refinement and sophistication (Kayima & Jakobsen, 2020). Central to effective teaching are teacher-student interactions and dialogues, where the quality of the teacher's questions plays a pivotal role in guiding students' actions and thought processes during lessons (Saka & Inaltekin, 2023).

Despite research spanning decades that underscores the critical role of teachers' questions in shaping students' learning experiences, there remains a gap in exploring teachers' questioning practices within Lesson Study contexts (Aziza, 2018; Dong, Seah & Clarke, 2015; Larson & Lovelace, 2013; Shahrill & Clarke, 2014).

Recent studies have explored multidimensional

approaches to understanding teacher questioning practices, leveraging technology, mixed-methods strategies, and longitudinal studies (Prakash & Litoriya, 2022). High-level questions have been shown to be beneficial for student learning (Phillips, 2014). In this study, we aim to delve deeper into the results of teacher question analysis presented in previous studies (Saka & Inaltekin, 2023; Kayima & Jakobsen, 2020), synthesizing and critically evaluating these findings to illuminate effective practices that promote active engagement, critical thinking, and meaningful learning in classrooms.

**Design and methodology**

The research purpose is to develop and test a methodology for studying the level of teachers' questions in regular lessons. The objects of the study include 30 mathematics lesson transcripts, with the subject being teachers' questions. A coding scheme, utilizing Bloom's Taxonomy, is employed to categorize and classify the level of each teacher's question. Data collection involves a random selection of 30 mathematics lessons from various secondary schools, ensuring a representative sample. Additionally, a classification based on question types is implemented.

Purpose of the research: To develop and test a methodology for studying the level of teachers' questions in a regular lesson.

Objects and subjects of the study:

- Object: 30 mathematics lesson transcript.
- Subject: Teacher's question.
- Development of Coding Scheme: Utilization of Bloom's Taxonomy to categorize and classify the level of each teacher's question.

Data Collection: Random selection of 30 mathematics lessons from various secondary schools. Collection of verbatim transcripts of the selected lessons, ensuring a representative sample.

Development of Coding Scheme: Utilization of Bloom's Taxonomy to categorize and classify the level of each teacher's question.

Question Types: Additional classification based on question types.

On whether a teacher's question was relevant or inappropriate, there was a substantial agreement between the 4 analysts, Cronbach's Alpha = 0.887 (95% CI, 0.937),  $p < 0.0005$ .

Cronbach's Alpha based on standardized items, with a value of 0.937, further emphasizes the strong internal consistency, suggesting that even when the items are standardized, the reliability remains high.

**Research design based on tbla:**

- Selection of Lesson Videos: 30 mathematics lesson videos labeled as "Good Lessons" from 2015-2018 are chosen from the ITPD database.
- Transcription of Videos: Verbatim transcripts of all 30 videos are generated, providing a representative sample of lesson content.
- Highlighting Questions in Transcript: Teacher questions are identified using a transcript-based lesson analysis method.

- Determination of Questions Level by Bloom Taxonomy: Four researchers independently categorize questions using Bloom's Taxonomy, ensuring a comprehensive analysis.
- Summarization of Determined Levels: Researchers collaborate to consolidate their categorizations, ensuring a holistic view of question levels.
- Re-Determination of Questions by Bloom Taxonomy: Further refinement of question levels based on collaborative input.
- Data Analysis: The average distribution of questions across Bloom's Taxonomy levels is analyzed for insights into question complexity.

**Research Design Based on TBLA Steps:**

**Step 1. To choose lesson videos**

The ITPD has a good lessons database for teachers to use in-service teacher training for all subjects. (2015-2018). We chose 30 math lesson videos.

As for the video lesson selection, 30 videos of "Good Lessons" (Sain khicheel) since 2015 were chosen.

**Step 2. To transcript videos into text (fig. 2)**



Fig. 2. To transcript videos into text

Table 1

**A transcript of the lesson theme "Cone and lateral surface area"**

Name of Speaker	Sequential Number	Contents of utterance
T	34	There is a cone. Where is it?
S	35	On the top.
T	36	Yeah, is it on the roof?
S	37	But it is not whole, like a cut.
T	38	Sure, it is not exactly cone. Also what is there? Which shape of door?
S	39	Door is a rectangle.
T	40	How about floor?
S	41	It is a circle.
S	42	Circle

We did transcript for all 30 video lesson tapes to text on word documents. One hour lesson transcript written about 12 pages on A4 format on the word document. You are seeing part of example of a lesson transcript. We wrote it in 3 columns. First column is the name of the speaker, the second one is the number of utterances and the last one is the whole contents of it.

**Step 3. To highlight Questions in transcript**

The teacher's questions were identified by importing them into a template EXCEL file using a regular transcript-based lesson analysis method (TBLA).

**Step 4. To determine Questions level by Bloom Taxonomy (Researchers separately)**



Table 2

Questions level	
Questions level	CODE
REMEMBER (KNOWLEDGE)	Q1
UNDERSTAND (COMPREHENSION)	Q2
APPLY	Q3
ANALYZE (breaking down into parts, forms)	Q4
EVALUATE (according to some set of criteria, and state why)	Q5
CREATE (SYNTHESIS)	Q6

Hand-written notes of Bloom's Taxonomy classification of one lesson by 4 different teachers.

**Step 5. To summarize determined levels by 4 researchers**

Table 3

Differently defined questions of researchers					
	QUESTIONS	teacher 1	teacher 2	teacher 3	teacher 4
47	What is the floor? Q2	2	3	4	1
51	There are five-sided and six-sided, right? Q1	1	3	4	2
	What is the shape of the floor? Q1	1	3	4	2
78	Twenty-six and four-tenths square meters. Do the team's answers match? Q4	4	1	5	2
98	What about the main tension rope in number two? Q2	3	4	6	2
	So, did you get an answer from your team here? Q5	5	4	6	1
100	Haven't got it yet? Q5	5	3	4	2
134	Toono has already entered, so it must not be a cone, right? Q5	5	4	2	3
	going to cut the cone right? Q5	5	4	3	2
142	Since Toono is coming in, what about us here? Q4	4	2	1	3
167	It will be a part of Uni, right? Q5	5	3	1	2

To summarize determined levels by 4 researchers.

asked by teachers in the 6 -12th grades of mathematics according to Bloom's taxonomy level. Bloom's taxonomy classification of 30 subjects can be seen in table 4 (Appendix 1).

**Step 6. Re-Determine Questions by level of BT**

Table 4 shows the classification of the questions

Table 4

Bloom's taxonomy classification of 30 subjects						
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6
1 LESSON	18	23	11	14	4	2
2 LESSON	12	14	8	7	3	0
3 LESSON	31	41	33	29	16	9
4 LESSON	24	14	18	17	9	12
5 LESSON	41	73	31	28	32	7
6 LESSON	32	49	51	26	24	9
7 LESSON	9	14	6	0	0	0
8 LESSON	10	9	8	0	0	0
9 LESSON	20	16	32	22	13	5
10 LESSON	16	13	18	4	1	2

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6
11 LESSON	12	11	9	0	2	5
12 LESSON	19	17	15	0	0	0
13 LESSON	14	7	19	0	0	0
14 LESSON	11	8	9	0	2	3
15 LESSON	63	75	61	46	36	6
16 LESSON	105	146	59	35	17	8
17 LESSON	52	68	42	24	32	12
18 LESSON	55	76	54	42	35	7
19 LESSON	46	57	39	25	13	9
20 LESSON	28	17	31	12	14	3
21 LESSON	45	37	34	21	28	5
22 LESSON	31	48	32	35	27	6
23 LESSON	86	57	42	38	45	8
24 LESSON	63	72	29	10	24	7
25 LESSON	31	29	34	24	22	9
26 LESSON	21	19	18	8	19	4
27 LESSON	81	93	78	34	14	8
28 LESSON	16	19	14	1	2	2
29 LESSON	24	39	42	28	19	1
30 LESSON	31	12	16	0	0	3

Number of questions asked by the teacher:

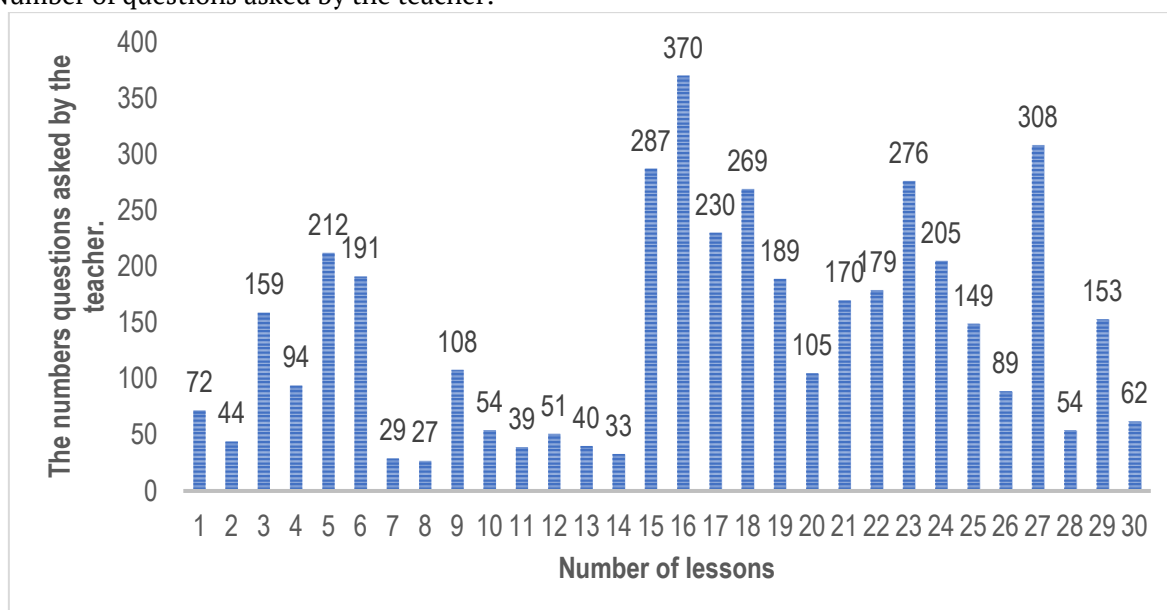


Fig. 3. The numbers questions asked by the teacher

**Step 7. To analyze data**

Questions levels by Bloom Taxonomy (average).

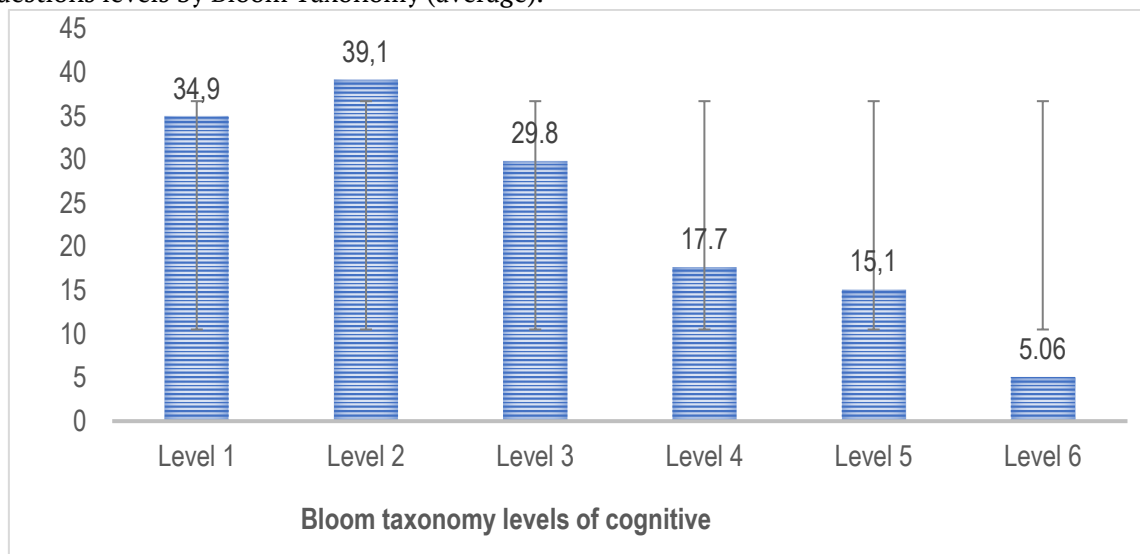


Fig. 4. Questions levels by Bloom Taxonomy (average)

There are more level 1, 2 and 3 questions. On the other hand, fewer level 4, 5 and 6 questions.

Level 1-34.9, Level 2 – 39.1, Level 3 – 29.8, Level 4 – 17.7, Level 5 – 15.1, Level 6- 5.06. The reliability of the research findings is supported by Cronbach's Alpha, indicating substantial agreement among the four analysts. The data reveal a prevalence of level 1, 2, and 3 questions, suggesting a teacher-centered approach with a focus on factual recall. Findings underscore the need for teacher development in the art of questioning, promoting higher-order thinking skills for students. The research highlights the weak questioning abilities of teachers and emphasizes the significance of promoting a diversified range of question types.

The results indicate that the teacher's teaching methods in the analyzed lessons are predominantly teacher-centered.

A call is made for developing the teacher's ability to ask higher-level questions, as it is crucial for engaging students in more meaningful learning activities.

The need for comparative analysis with lessons from other countries is identified for future research.

**Findings**

We analyzed 30 mathematics lessons using a transcript based lesson analysis approach. In the research, the questions asked by the teacher were classified according to Bloom's taxonomy and question types, and the method of drawing conclusions based on the answers of the students who answered the questions was used.

As you can see from the integrated graph, there

are more questions on the Remembering and Understanding levels. In the lessons, the teachers ask Lesson study and lesson analysis methods are becoming more and more sophisticated questions in almost every conversation, and most of the questions were closed or required one or two word answers, as well as low-level questions.

Also, the ability of teachers to ask questions is very weak.

Most of the questions posed by teachers were closed or required brief one or two-word answers. Additionally, a prevalence of low-level questions was observed. This pattern suggests a tendency toward more factual and recall-oriented questioning rather than promoting higher-order thinking skills.

Establish mechanisms for teachers to receive constructive feedback on their questioning techniques. Encouraging self-reflection and peer collaboration can contribute to continuous improvement in instructional practices.

**Implications and Recommendations:**

- Professional Development for Teachers
- Diversification of Question Types
- Promotion of Higher-Order Thinking
- Feedback and Reflection
- Long-term Comparative Analysis

These findings provide a valuable foundation for targeted interventions aimed at improving the quality and effectiveness of teacher questioning in mathematics lessons, ultimately enhancing the overall learning experience for students.

**Discussion:**

- In order for children to engage in learning activities, they need the ability to ask higher-level

questions.

- There is a need to develop the teacher's ability to ask questions.
- In the future, there is a need to compare the lessons of other countries with this methodology.
- The research highlights the significance of promoting a diversified range of question types to enhance the overall learning experience for students.

### References

1. Aziza M. (2018). An analysis of a teacher's questioning related to students' responses and mathematical creativity in an elementary school in the UK. In *International Electronic Journal of Elementary Education* (Vol. 10, Issue 4, P. 475-487). <https://doi.org/10.26822/iejee.2018438138>.
2. Bibi W., Butt M.N., Reba A. (2020). Relating Teachers' Questioning Techniques with Students' Learning within the Context of Bloom's Taxonomy Wilayat Bibi Shaheed Benazir Bhutto Women University, Peshawar Muhammad Naeem Butt and Amjad Reba University of Peshawar. *FWU Journal of Social Sciences*, 14(1), P. 111-119.
3. Cengiz N., Kline K., Grant T.J. (2011). Extending students' mathematical thinking during whole-group discussions. In *Journal of Mathematics Teacher Education* (Vol. 14, Issue 5, P. 355-374). <https://doi.org/10.1007/s10857-011-9179-7>.
4. Chandio M.T. (2021). Bloom's Taxonomy: Reforming Pedagogy Through Assessment. 8(1), P. 109-140.
5. Drageset O.G. (2015). Student and teacher interventions: a framework for analysing mathematical discourse in the classroom. In *Journal of Mathematics Teacher Education* (Vol. 18, Issue 3, P. 253-272). <https://doi.org/10.1007/s10857-014-9280-9>.
6. Imm K., Stylianou D.A. (2012). Talking mathematically: An analysis of discourse communities. In *Journal of Mathematical Behavior* (Vol. 31, Issue 1, P. 130-148). <https://doi.org/10.1016/j.jmathb.2011.10.001>.
7. Kayima F., Jakobsen A. (2020). Exploring the Situational Adequacy of Teacher Questions in Science Classrooms. *Research in Science Education*, 50(2), P. 437-467. <https://doi.org/10.1007/s11165-018-9696-9>.
8. Morris J., Chi M.T.H. (2020). Improving teacher questioning in science using ICAP theory. *Journal of Educational Research*, 113(1), P. 1-12. <https://doi.org/10.1080/00220671.2019.1709401>.
9. Muhayimana T., Kwizera L., Rose M. (2022). Using Bloom's taxonomy to evaluate the cognitive levels of Primary Leaving English Exam questions in Rwandan schools. *Curriculum Perspectives*, P. 51-63. <https://doi.org/10.1007/s41297-021-00156-2>.
10. Phillips D.C. (2014). Taxonomy of Educational Objectives. *Encyclopedia of Educational Theory and Philosophy*, P. 1-3. <https://doi.org/10.4135/9781483346229.n326>.
11. Prakash R., Litoriya R. (2022). Pedagogical Transformation of Bloom Taxonomy's LOTs into HOTs: An Investigation in Context with IT Education. *Wireless Personal Communications*, 122(1), P. 725-736. <https://doi.org/10.1007/s11277-021-08921-2>.
12. Purdum-Cassidy B., Nesmith S., Meyer R. D., Cooper S. (2015). What are they asking? An analysis of the questions planned by prospective teachers when integrating literature in mathematics. In *Journal of Mathematics Teacher Education* (Vol. 18, Issue 1, P. 79-99). <https://doi.org/10.1007/s10857-014-9274-7>.

**РЫЖКИНА Елена Александровна**

воспитатель, МДОУ «Детский сад № 7 комбинированного вида», Россия, г. Валуйки

## **ПОВЫШЕНИЕ ИНИЦИАТИВНОСТИ ДОШКОЛЬНИКОВ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ СОБЫТИЙНЫХ ДЕТСКИХ ОБЩНОСТЕЙ**

**Аннотация.** В статье рассматривается основная проблема современного дошкольника – эксплуатация огромного потенциала памяти в ущерб личностному становлению и социализации. Задача воспитания заключается в сохранении условий для развития самостоятельности, инициативности, произвольности, творческих способностей и социализации. Вариантом образовательной ситуации является детско-взрослая общность с индивидуализацией обучения, принципом «каждый ребёнок имеет право на самостоятельность» и прогнозированием индивидуальной траектории развития. Цель педагогической деятельности – повышение инициативности через организацию событийных общностей и становление субъектности ребёнка.

**Ключевые слова:** современный дошкольник, социализация, культурная среда, детская общность, индивидуализация обучения, событийная общность, инициативность, творчество, самореализация.

Основная проблема современного дошкольника – это то, что культурная среда, в которой он развивается, эксплуатация огромного потенциала его памяти происходит в ущерб жизненно необходимому в этом возрасте личностному становлению, социализации. В результате страдает развитие его самостоятельности и инициативности, произвольности, становления творческих потенциалов, воображения и фантазии.

В связи с чем, основной задачей воспитания дошкольников сегодня становится сохранение (и/или возрождение) условий, в которых ребёнок играет со сверстниками, сотрудничает с другими детьми в решении разнообразных познавательных задач, проявляет познавательную инициативу, удовлетворяет собственное любопытство, развивает собственное воображение и творческие способности, где он экспериментирует, фантазирует, обсуждает, учится выстраивать отношения с людьми, соперничать и находить свое место в коллективе, чувствует заботу о себе и пытается заботиться о других.

Важно создавать условия, при которых ребёнок находил бы благоприятные условия для раскрытия собственного «Я», подлинного личностного самоопределения, нахождения и отстаивания собственных смыслов.

Вариантом такой образовательной ситуации представляется детско-взрослая общность, ее событийные характеристики.

Актуальной становится новая технология образовательного процесса, которая должна начинаться с индивидуализации обучения, исходить из потребностей личности и определяться индивидуальным темпом развития.

Индивидуализация дошкольного образования – построение образовательной деятельности на основе индивидуальных особенностей каждого ребёнка, при котором сам ребёнок становится активным в выборе содержания своего образования, становится субъектом образования.

Принцип индивидуализации – «каждый ребёнок имеет право на самостоятельность» – предполагает широкое внедрение новых форм и методов воспитания и образования, обеспечивающих индивидуальный подход к каждому ребёнку, утверждает признание самоценности каждого ребёнка; диктует необходимость прогнозирования индивидуальной траектории развития дошкольника с опорой на его сильные стороны, природные склонности и способности.

Индивидуализация обучения является одним из основных вариантов качественного изменения содержания образования детей. Главным является не формирование личности с заранее определёнными свойствами по установленной модели, а создание условий для полноценного проявления и развития личности в образовательном процессе и ее адаптации в обществе. Целью педагогической деятельности в данном направлении является повышение

инициативности дошкольников через организацию событийных общностей.

Событийная общность – особое состояние, которое может проявиться в любой малой группе (между взрослым и ребенком, в классе, творческом коллективе, секции, клубе и пр.). В событийной общности происходит пересечение «Я» человека с внешним миром. Событийная общность человека с другими людьми, как естественно складывающаяся, не задаваемая внешними атрибутами, дает возможность проявиться внутренней спонтанной активности, выйти на авторские способы самореализации во вне, обеспечивает становление субъектности [3, с. 230-239].

В педагогической литературе инициативность рассматривается чаще всего как качество личности, его усилия, направленные на удовлетворение познавательных интересов и потребностей. Однако среди ученых нет единого мнения о данном феномене.

Работы российских педагогов-теоретиков и практиков 20-х гг. XX в. во многом определили педагогику А. С. Макаренко. В своих педагогических трудах он акцентирует внимание на целостности личности, на том, что она не воспитывается «по частям». Одной из цели воспитания он видит в подготовке гражданина, владеющего «инициативной и творческой волей» [4]. Если говорить об инициативности личности, то определяющей ее чертой А. С. Макаренко считал готовность к совершению действий по собственному почину, а в своих «Лекциях для родителей» он писал, что «инициативность – это продукт активной деятельности».

В более поздних трудах инициативность рассмотрена в работах Р. М. Капраловой, И. Э. Плотникова, Л. С. Новиковой. И. Э. Плотников в своей работе называет инициативность – «интегрированным свойством личности», «эффектом многих свойств (моральных, интеллектуальных, волевых, эмоциональных), выражающимся в способности по собственному почину ставить задачи и творчески, с полной ответственностью осуществлять их» [5].

Анализ научно-методической литературы и практических наблюдений за проявлением детской активности и инициативности детей дошкольного возраста позволил выделить следующие противоречия:

- между необходимостью содействия максимальному раскрытию и самораскрытию потенциальных возможностей личности ребенка дошкольного возраста и отсутствием

единой образовательной системы, направленной на решение этой задачи;

- между объективной потребностью в использовании современных технологий индивидуализации образования и недостаточным уровнем профессиональной компетентности педагогов по организации событийных детских общностей.

Преодолеть данные противоречия возможно через организацию сотрудничества и партнерских отношений, признание права выбора каждого ребенка; совместное обсуждение целей и деталей; акцента на достоинствах и сильных сторонах личности воспитанников.

Главная задача педагогов – организовать событийную детскую общность так, чтобы ребенок выступал в роли экспериментатора, исследователя, открывал для себя «взрослые» законы через понятную ему систему действий.

Реализация модели организации событийных детских общностей предполагает: обеспечение свободы выбора участия (не участия) в коллективной деятельности, выбора детьми направлений и способов деятельности, позиции; поддержку отношения равенства, взаимного интереса, взаимоприятия и взаимоуважения; создание в общности условий для межпозиционного взаимодействия; стимулирование проявления участниками своей позиции, понимания позиции другого.

Работа в небольших группах является эффективным методом индивидуализации обучения. Любая самостоятельно выбираемая детьми или организованная взрослыми деятельность может выполняться в небольших подгруппах. Подгруппы из четырех-пяти детей и одного взрослого являются наиболее эффективными для занятий, связанных, например, с поисково-практическими исследовательскими действиями или другими видами действий, требующими повышенной включенности. Чтобы все желающие могли иметь возможность поучаствовать в нем, этот вид деятельности может повторяться несколько раз. Это позволяет взрослым помогать нуждающимся в помощи детям, и стимулировать более способных детей к самостоятельным действиям.

Следующим методом индивидуализации обучения является обеспечение гибкости в ходе осуществления деятельности. Работа строится таким образом, чтобы дети имели возможность выбора, в то время как задача педагога – помочь тем, кому трудно начать работу самостоятельно. Одним он помогает

словами, других подбадривает, третьим оказывает физическую помощь, если они в ней нуждаются. Надо лишь больше наблюдать и выявлять их интересы, подбрасывать интересные идеи. Отправной точкой появления темы может стать ситуация, возникшая во время игры, прогулки, взаимодействия с развивающей предметно-пространственной средой группы.

Индивидуализация образовательного процесса позволяет учитывать интересы, возможности и социальную ситуацию развития воспитанников дошкольной образовательной организации.

Таким образом, функционирование событийных общностей – это не жесткая матрица регламентированных действий педагога и исполнительных действий детей, а система разворачивания во времени различных инициатив детей, актуальных для них здесь и сейчас. Жизнь группы не расписана в календарном плане на полугодие, на год, она формируется непосредственно всеми участниками образовательных отношений и включает разнообразие форм, видов и результатов детской

деятельности, тем самым реализуя требование ФГОС ДО о разнообразии детства.

### Литература

1. Шустова И.Ю. Событийная общность как фактор развития и воспитания субъектности юношей и девушек // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2006. – Т. 12. Серия гуманитарные науки. – № 4. – С. 6-12
2. Шустова И.Ю. Погружение «рождение миров» // Воспитательная работа в школе. – 2007. – № 3. – С. 131-140
3. Шустова И.Ю. Детско-взрослая общность – значимое условие воспитания юношества // Сибирский педагогический журнал. – 2008. – № 11. – С. 230-239.
4. Макаренко А.С. Воспитание гражданина [Текст] / А.С. Макаренко. – М.: Просвещение, 1988. – 301 с.
5. Плотник И.Э. Формирование инициативности как черты личности старшего школьника [Текст]: дис. канд. пед. Наук / Плотник, Иммант Эфарович. – Рига, 1991. – 310 с.

**RYZHKINA Elena Aleksandrovna**

educator, MDOU "Kindergarten No. 7 of combined type", Russia, Valuiki

## INCREASING THE INITIATIVE OF PRESCHOOLERS THROUGH THE ORGANIZATION OF EVENT-BASED CHILDREN'S COMMUNITIES

**Abstract.** *The article considers the main problem of the modern preschooler – the exploitation of the huge potential of memory to the detriment of personal development and socialization. The task of education is to preserve the conditions for the development of independence, initiative, freedom, creativity and socialization. A variant of the educational situation is a child-adult community with individualization of learning, the principle of "every child has the right to independence" and forecasting an individual development trajectory. The purpose of pedagogical activity is to increase initiative through the organization of event communities and the formation of subjectivity of the child.*

**Keywords:** *modern preschooler, socialization, cultural environment, children's community, individualization of learning, event community, initiative, creativity, self-realization.*

# ПСИХОЛОГИЯ

ЛИТВИНОВА Юлия Александровна

магистрантка,

Воронежский государственный педагогический университет, Россия, г. Воронеж

*Научный руководитель – заведующий кафедрой практической психологии  
Воронежского государственного педагогического университета, канд. психол. наук,  
доцент Худякова Татьяна Леонидовна*

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ

**Аннотация.** В статье рассматривается исследование профессиональной идентичности студентов-психологов.

**Ключевые слова:** профессиональная идентичность, идентичность.

Актуальность профессиональной идентичности обучающихся обретает особенную важность на современном этапе образования. Проблема идентичности все чаще становится объектом изучения в психологии профессиональной деятельности. В данной сфере, наряду с прочими психологическими фактами и явлениями, также стремительно обсуждают проблемы профессиональной идентичности, ее структуры и формирования.

С. А. Гапонова, С. Г. Ловков утверждают, что профессиональную идентичность целесообразно рассматривать как феномен, имеющий отражения, как в личностной, так и в социальной плоскости. В личностной плоскости его ядром является система персональных представлений и смыслов, которая формирует отношение субъекта к компонентам профессиональной деятельности. В социальной плоскости идентичность определяется принятием смыслов и представлений профессионального сообщества [1, с. 56-64].

Л. Б. Шнейдер пишет о том, что в своем первоначальном значении понятие "идентичность" совпадает с понятием такой онтологической истины: вещь является самой собой и не чем-либо другим. Идентичность осмысливается как тождество между тем, что мыслится, и тем, как это оформляется в словах, между тем, что имеется в сознании, и тем, какое это находит

выражение во внешнем поведении, то есть выражает тождественность сущности с тем, как выглядит личность [5].

Т. С. Тимофеева пишет о том, что в современных научных публикациях можно встретить различное понимание содержания понятия профессиональной идентичности [4, с. 159-166]:

- как динамичную, целостную личность, где прошлое, настоящее и будущее интегрируются в устойчивое профессиональное знание, качество выполняемой деятельности, таким образом, зависит от интеграции личной биографии, особенностей профессиональной подготовки и этапов карьерного роста в профессиональную идентичность;
- как процесс и результат формирования наиболее значимых компетенций (установленных аккредитационными профессиональными стандартами);
- как разновидность личностной идентичности в контексте профессиональной деятельности, которая меняется со временем, часто проходя через этапы, и непрерывно модифицируется на основе окружающей среды. В определениях профессиональной идентичности в настоящее время отражается понимание того, что она не может содержать конечного, завершеного продукта личностного развития [4, с. 159-166].



С. С. Селиванова считает, что профессиональная идентичность – это осознание индивидом себя как представителя определенной профессии, ощущение принадлежности к профессиональной группе, результат поиска личных смыслов в осваиваемой деятельности и принятие ее нормативно-ценностной системы, что является необходимым условием развития личности как профессионала [3, с. 25-28].

Н. С. Пряжников считает, что профессиональная идентичность рассматривается современными исследователями не только в контексте социального самоопределения человека относительно некоторой профессиональной общности или группы, но, прежде всего, как феномен развития личности в процессе профессионализации [2].

Нами было проведено исследование профессиональной идентичности студентов-психологов. В первую очередь испытуемым было предложено пройти методику исследования профессиональной идентичности (МИПИ) (Л. Б. Шнейдер). Участие приняли 10 первокурсников профиля обучения «Психология образования».

По результатам исследования у большинства студентов выражена активная профессиональная идентичность (мораторий). Можно сделать вывод, что первокурсники находятся в состоянии кризиса идентичности и активно пытаются разрешить его, пробуя различные варианты.

Только у одного респондента достигнута идентичность. Это может обозначать, что у студента сформированы личностно-значимые для него цели, планы. Он нацелен на дело, других и себя, кроме того, он хочет проявлять себя и развиваться в профессиональной сфере.

Следующая методика, которую прошли студенты, была методика «Личный профессиональный план» (ЛПП) (Е. А. Климов в адаптации Л. Б. Шнейдер).

Исходя из результатов исследования видно, что, у половины студентов была выявлена средне-выраженная профессиональная идентичность. Можно предположить, что студенты усваивают основные знания.

У четверти студентов выражена активная профессиональная идентичность.

Следующая методика была методика «Личностный дифференциал» (вариант, адаптированный в НИИ им. В. М. Бехтерева).

По результатам исследования у большинства студентов низкий уровень по всем факторам. Низкие значения фактора «Оценки» указывают на критическое отношение студента к самому себе, его неудовлетворенность собственным поведением, уровнем принятия самого себя.

Низкие значения фактора «Силы» свидетельствуют о недостаточном самоконтроле, неспособности держаться принятой линии поведения, зависимости от внешних обстоятельств и оценок.

Фактор «Активности» может обозначать определенную пассивность, спокойные эмоциональные реакции.

Результаты исследования показали средний уровень кризиса идентичности, недостаточную ценность профессиональной жизни, а также низкий уровень оценки себя у студентов первокурсников.

### Литература

1. Гапонова С.А. Профессиональная идентичность как новообразование учебно-профессиональной деятельности / С.А. Гапонова, С.Г. Ловков // Вестник МГПУ. Серия: Педагогика и психология. – 2020. – № 1(51). – С. 56-64. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_42713912\\_81445138.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42713912_81445138.pdf) (дата обращения: 30.11.2023).
2. Пряжников Н.С. Профессиональное самоопределение: теория и практика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. Москва: Академия, 2008. 503 с.
3. Селиванова С.С. Формирование профессиональной идентичности студентов в вузе: социологический анализ // Теория и практика общественного развития. 2020. № 12. С. 25-28. <https://doi.org/10.24158/tipor.2020.12.3> (дата обращения: 01.12.2023).
4. Тимофеева Т.С. Особенности профессиональных качеств у психологов с разным уровнем профессиональной идентичности / Т.С. Тимофеева // Человеческий капитал. – 2020. – № 5(137). – С. 159-166. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_42661639\\_63356149.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42661639_63356149.pdf) (дата обращения: 01.12.2023).
5. Шнейдер Л.Б. Психология идентичности: учебник и практикум для вузов / Л.Б. Шнейдер. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 328 с. URL: <https://urait.ru/bcode/515757> (дата обращения: 01.12.2023).

**LITVINOVA Yulia Alexandrovna**

graduate student, Voronezh State Pedagogical University, Russia, Voronezh

*Scientific Advisor – Head of the Department of Practical Psychology  
at Voronezh State Pedagogical University, PhD in Psychology,  
Associate Professor Khudyakova Tatyana Leonidovna*

## **RESEARCH ON THE PROFESSIONAL IDENTITY OF PSYCHOLOGY STUDENTS**

**Abstract.** *The article examines the study of the professional identity of psychology students.*

**Keywords:** *professional identity, identity.*

# Актуальные исследования

Международный научный журнал

2024 • № 26 (208)

Часть II

ISSN 2713-1513

Подготовка оригинал-макета: Орлова М.Г.

Подготовка обложки: Ткачева Е.П.

*Учредитель и издатель:* ООО «Агентство перспективных научных исследований»

*Адрес редакции:* 308000, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135

*Email:* [info@apni.ru](mailto:info@apni.ru)

*Сайт:* <https://apni.ru/>

Отпечатано в ООО «ЭПИЦЕНТР».

Номер подписан в печать 01.07.2024г. Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 40