

2019
Том 3

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный
университет экономики и сервиса»



17–19 апреля
2019 г.

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

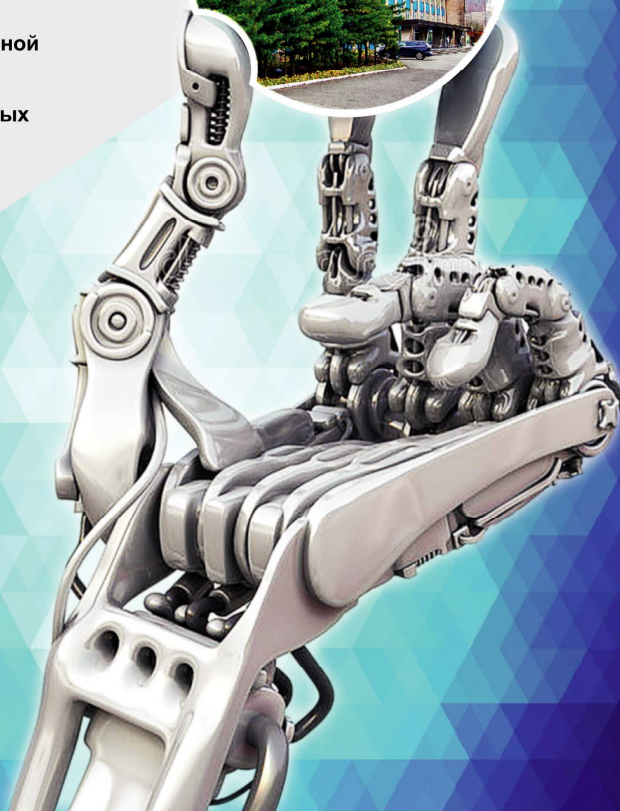
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –

НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XXI Международной
научно-практической
конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых

В пяти томах

Том 3



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

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

Материалы XXI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

17–19 апреля 2019 г.

В пяти томах

Том 3

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

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2019

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие И73 Дальневосточного региона России и стран АТР : материалы XXI междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 17–19 апреля 2019 г.) : в 5 т. Т. 3 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2019. – 448 с.

ISBN 978-5-9736-0567-4
ISBN 978-5-9736-0570-4 (Т. 3)

Включены материалы XXI международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 17–19 апреля 2019 г.).

Том 3 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Качество услуг и технологий в индустрии гостеприимства.
- Экология и безопасность жизнедеятельности.
- Туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока как перспективная модель развития территории.
- Проблемы теории и практики уголовного и уголовно-процессуального права и судостроительства.
- Теория, история и практика развития российского государства и права.
- Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез.
- Актуальные проблемы современного дизайна.
- Инновации в индустрии моды.
- Перспективы развития социокультурного сервиса.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

ISBN 978-5-9736-0567-4
ISBN 978-5-9736-0570-4 (Т. 3)

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», оформление, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	8
<i>Антоева А.В., Шеметова Е.В.</i> Оптимизация деятельности службы хаускипинга в гостинице «Тыгын Дархан» (г. Якутск)	8
<i>Балуткина О.С., Фоминых И.Л.</i> Социальные сети как инструмент PR-сопровождения ресторанного предприятия г. Владивостока.....	11
<i>Булатова Д.М., Шеметова Е.В.</i> Продвижение гостиничных услуг (на примере ГК «AZIMUT Отель-Владивосток»)	18
<i>Бутенко Е.В., Шеромова И.А.</i> Совершенствования процесса обслуживания пассажиров с ограничениями здоровья в АО «Международный аэропорт Владивосток»	22
<i>Горбатова В.А.</i> Предприятия питания как фактор привлекательности гостиничного бизнеса	26
<i>Кириллов А.С., Слесарчук И.А.</i> Анализ факторов, влияющих на развитие неавиационной деятельности аэропорта.....	28
<i>Макяшина А.А., Кондратюк Е.О., Петрова Г.А., Толстых И.Н.</i> Развитие круизного туризма в Приморском крае посредством совершенствования системы наземного обслуживания	32
<i>Родина Т.Д., Розанова Е.А.</i> Сравнительный анализ требований к авиационным специалистам по обслуживанию воздушных судов на отечественном и международном уровне.....	37
<i>Спирина Е.А., Толстых И.Н.</i> Интернет-маркетинг в продвижении гостиничных услуг: особенности и специфика применения	40
<i>Черемисина Л.И., Толстых И.Н.</i> Методы решения конфликтных ситуаций на предприятиях гостиничного сервиса	47
Секция. ЭКОЛОГИЯ И БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ	52
<i>Гурова Д.А., Тарасова Е.В.</i> Оценка запыленности воздуха рабочей зоны в Еврейской автономной области.....	52
<i>Заводовский В.С., Тарасова Е.В.</i> Загрязнение атмосферного воздуха взвешенными веществами в Еврейской автономной области.....	57
<i>Иванников Д.И., Нестеренко А.О., Целых Е.Д.</i> Особенности микроэлементного статуса подростков разных этнических групп (нивхи и русские), проживающих в сельских условиях Хабаровского края.....	65
<i>Каданцева Л.Д.</i> Оценка деятельности ПАО «Транснефть» в вопросе создания дочерних предприятий в рамках реализации государственных требований к экологической безопасности.....	69
<i>Мурашова К.А.</i> Оценка экологического состояния водотоков городского округа Владивосток по показателям макрозообентоса.....	72
<i>Пекарский М.В.</i> Экологическое состояние водоохраных зон водотоков полуострова Муравьёва-Амурского с точки зрения природоохранного законодательства.....	77
<i>Петрухина А.С., Якименко Л.В.</i> Экология азиатского барсука (<i>Meles leucurus</i>) в условиях Сихотэ-Алинского заповедника (Приморский край)	81
<i>Попова Ю.А., Голов В.И., Иваненко Н.В.</i> Влияние длительного применения удобрений на экологическое состояние и агрохимические свойства почв юга Дальнего Востока	85
<i>Спивак Я.К., Иваненко Н.В.</i> Оценка воздействия выбросов загрязняющих веществ на атмосферный воздух на примере Находкинского АТП (филиала) ОАО «Приморавтотранс» г. Находка (Приморский край).....	88

Секция. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ.....	92
<i>Агапонова К.В.</i> Гастрономический бренд территорий: особенности формирования (на примере г. Владивостока)	92
<i>Гречаная Е.К.</i> Анализ инфраструктуры города Владивостока с позиции доступности для маломобильных категорий граждан.....	96
<i>Григорян М.А.</i> Проблемы в организации событийных мероприятий в Приморском крае.....	100
<i>Гринько О.А., Кононов А.Ю.</i> Организация и проведение профориентационных экскурсий для студентов (на примере ВГУЭС, г. Владивосток)	103
<i>Дац Е.П., Михина И.С.</i> Разработка программы продвижения производственной экскурсии на примере АО «Спасскцемент»	108
<i>Кикоть К.Н., Суржиков В.И.</i> Идентификация отдельных типов туристско-рекреационного пространства города с применением ГИС-технологий (на примере города Владивостока) ..	112
<i>Ковязина М.А., Толстых И.Н.</i> Формирование подходов к оценке пригодности территории Приморского края для развития экстремального туризма.....	115
<i>Кодаченко Л.Э.</i> Анализ методов обучения и рекомендации по совершенствованию внутрифирменного обучения персонала.....	119
<i>Колесникова И.А.</i> Традиционная культура коренных народов Приморского края как фактор развития этнографического туризма	122
<i>Колмынина А.О.</i> Модернизация гостиничного предприятия, как средство повышения его конкурентоспособности на примере ООО Гостиничный комплекс «Меркурий», г. Находка.....	125
<i>Коновалова Е.Е.</i> Разработка исторической экскурсии «Первые переселенцы в поселок Ливадия», поселок Ливадия, Приморский край.....	129
<i>Коняева М.В.</i> Интерактивные формы в экотуристском просвещении школьников на примере ООО «Гавань-турцентр» г. Владивостока.....	133
<i>Кутявина С.П.</i> Анализ программ лояльности ведущих турагентств (г. Владивосток).....	137
<i>Лупачёва Я.В.</i> Перспективы развития гастрономического туризма в Приморском крае.....	142
<i>Малютина Д.Д.</i> Оценка влияния организационной культуры на повышение конкурентоспособности сервисного предприятия.....	145
<i>Мардоян А.Э.</i> Опыт организации молодёжного туризма в Приморском крае	149
<i>Медведева Н.В., Руденко Л.Л.</i> Особенности организации водного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	153
<i>Мироненко В.С.</i> Кейтеринговые услуги г. Владивостока: современное состояние и потребности рынка.....	156
<i>Попкова Е.В.</i> Повышение качества предоставляемых услуг на предприятии сферы сервиса.....	161
<i>Пушкарь М.А., Кононов А.Ю.</i> Стимулирование продаж на предприятии питания в сегменте посетителей туристов	163
<i>Редько А.Ю., Руденко Л.Л.</i> SWOT-анализ современного состояния и развития туристского рынка в Приморском крае	166
<i>Ряжнова А.А.</i> Озеро Байкал как перспективный объект для развития российско-китайского сотрудничества в области туризма	170
<i>Смирнова Е.И.</i> Разработка стратегии туристского позиционирования на целевых сегментах рынка для корейских туристов	172
<i>Сысоева А.А., Михина И.С.</i> Особенности организации производственной экскурсии на примере АО «Спасскцемент»	175
<i>Шубина Ю.А., Кононов А.Ю.</i> Академическая мобильность как форма образовательного туризма (на примере ВГУЭС, г. Владивосток)	180
<i>Щур В.В., Петрова Г.А., Булгакова Т.А.</i> Виртуальный тур как необходимый маркетинговый инструмент продвижения туристских услуг (на примере Приморского края).....	182

Секция. ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УГОЛОВНОГО И УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРАВА И СУДОУСТРОЙСТВА	187
<i>Богачук А.В.</i> Компьютерная информация как предмет преступления, предусмотренного статьей 272 Уголовного кодекса Российской Федерации	187
<i>Васькин Д.А.</i> Типология виктимного поведения потерпевших от краж	191
<i>Драузина А.Ю.</i> Требования, предъявляемые к судебному эксперту в уголовно-процессуальном законодательстве Республики Молдова	194
<i>Заичкин М.В.</i> Проблемы использования результатов ОРД в качестве средств доказывания в Республике Казахстан и Российской Федерации	198
<i>Куманькова Д.А.</i> Институт следственного судьи в уголовном судопроизводстве Казахстана: процессуальный аспект	202
<i>Лапина Ю.В.</i> Процедура помещения несовершеннолетних в учебно-воспитательные учреждения закрытого типа как альтернатива уголовному наказанию.....	208
Секция. ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ И ПРАКТИКА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА И ПРАВА.....	213
<i>Басов Н.П.</i> Некоторые особенности привлечения к административной ответственности за нарушения в сфере охраны объектов животного мира в Приморском крае	213
<i>Бевзюк А.В.</i> Процедурные вопросы избрания кандидатов в депутаты: компаративный анализ законодательства СССР и действующего законодательства РФ	216
<i>Бледнова А.Д., Тимофеева А.А.</i> Роль Соборного Уложения в развитии Российского законодательства	219
<i>Дзагиева М.В.</i> Сравнительный анализ программ регионального (материнского) семейного капитала.....	222
<i>Киян Л.Л.</i> Проблема служебных отношений в Китае: система начальник и подчинённый	226
<i>Кудинова С.В.</i> Правовое регулирование охраны здоровья граждан в сфере обращения медицинских препаратов.....	229
<i>Чжэн Фусюэ.</i> Чайнатаун на западном побережье США	232
<i>Шепета А.В., Тимофеева А.А.</i> СССР во Второй Мировой войне: мифы и новые оценки.....	234
Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ СРЕЗ.....	238
<i>Абрамович Т.Е.</i> Проблемы этнокультурного взаимодействия стран АТР на примере России и Китая	238
<i>Амелина Д.А.</i> Культурная дипломатия России и Японии: сравнительный анализ.....	241
<i>Басинская А.А.</i> Арктика: международное сотрудничество или борьба за богатый ресурсами Север?.....	244
<i>Бердюгина А.Н.</i> Роль ТНК в устойчивом развитии.....	247
<i>Богомолова А.А., Леонтьева Т.И.</i> Отражение «подобающего места женщины» в современной японской литературе.....	250
<i>Голушко В.А.</i> Значение Форты Росс в российской дипломатии XIX века.....	254
<i>Грибанова А.А.</i> Аспекты современного международного сотрудничества в сфере парусного спорта в Приморском крае.....	257
<i>Дрючина В.В., Тушков А.А.</i> Миграционные процессы на российский Дальний Восток: выгоды и риски.....	260
<i>Елизаров И.В.</i> Мигранты из ближнего зарубежья на рынке труда в РФ.....	262
<i>Иванова А.Д.</i> Сотрудничество России и Китая в социально-культурной сфере: проблемы, приоритеты и стратегические направления развития.....	267
<i>Ким А.А.</i> Потенциал инвестиционного сотрудничества России и Республики Корея	271

<i>Линская Д.В.</i> Проблемы объединения Северной и Южной Кореи в оценках мирового сообщества.....	274
<i>Маслов С.В.</i> Использование мягкой силы во внешней политике США: ее эффективность и влияние на РФ.....	277
<i>Милюев В.В.</i> Международные обменные образовательные программы как элемент мягкой силы.....	280
<i>Михайленко А.А.</i> Китайская трудовая миграция на Дальний Восток России: проблемы и перспективы.....	284
<i>Мулик П.Ю.</i> Роль российских и американских СМИ в геополитической проблематике Исламского мира.....	286
<i>Муталибова М.Д.</i> Влияние Малайзии на механизм кибербезопасности АСЕАН.....	289
<i>Муталибова М.Д., Мясникова С.В.</i> Сравнительный анализ систем образования в Корее и Узбекистане.....	292
<i>Норко Н.В., Тушков А.А.</i> Особенности формирования системы международных отношений и права под влиянием современной экономической дипломатии.....	295
<i>Ольховская Е.А.</i> Арбитрабельность корпоративных споров.....	299
<i>Сачкова В.А.</i> Роль стереотипов в российско-корейских межкультурных коммуникациях (на примере молодежной среды).....	302
<i>Свинаренко И.Е.</i> Развитие политики «мягкой силы» Японии.....	305
<i>Семенюк А.Д.</i> Особенности общественной дипломатии на современном этапе развития.....	308
<i>Становова Д.А.</i> Международные стандарты противодействия виктимизации и их имплементация в России.....	311
<i>Тарасова А.Е.</i> Миграционный кризис в ЕС и пути его решения.....	316
<i>Тарасова А.Е., Мясникова С.В.</i> Сравнительный анализ российско-корейских отношений в XX–XXI веках.....	319
<i>Федорин В.Н., Тушков А.А.</i> Геополитические тренды глобальной безопасности северной пачифики: опыт политического анализа.....	321
<i>Фоменко Д.А.</i> Истоки политических противоречий СССР и КНР в конце 1960-х годов.....	324
<i>Чжэн Фусюэ.</i> К вопросу о дискриминации китайской диаспоры в США в конце XIX – начале XX вв.....	327
<i>Шевченко М.В.</i> Территориальный спор в Южно-Китайском море на примере островов Спратли.....	330
Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА.....	334
<i>Вакулина В.В., Перунова А.С., Счастливицева М.А., Иванова О.Г.</i> Включение студентов ВГУЭС в программу «Комфортная среда» (на примере дизайн-проектов благоустройства населенных пунктов Приморского края).....	334
<i>Галаятдинова Е.Н., Милова Н.П.</i> Анализ мирового опыта организации жилого пространства малогабаритных квартир.....	338
<i>Дульнева Е.И., Вознесенская Т.В.</i> Популярность кириллицы в российском графическом дизайне.....	341
<i>Ким Ю.Р., Воронкова А.А.</i> Разработка визуального концепта имиджа кампуса ВГУЭС, г. Владивосток.....	346
<i>Месенева Н.В., Бордюг Д.А., Козинец В.Е., Криворучко А.Д.</i> Анализ инновационного вклада женщин дизайнеров.....	351
<i>Месенева Н.В., Живодрова Е.К.</i> К вопросу организации пешеходных улиц г. Владивостока.....	354
<i>Молорова А.А., Чернявина Л.А.</i> Анализ памятников с точки зрения эстетического восприятия.....	358
<i>Стукун Е.И., Чернявина Л.А.</i> К вопросу передвижения пешеходов в городской среде на примере города Владивостока.....	362

<i>Тихонова А.Е., Иванова О.Г.</i> Концепт-арт как основная дисциплина при подготовке геймдизайнера.....	365
<i>Чуб К.С., Бородич Е.О., Чернявина Л.А.</i> К проблеме автобусных остановок в городе Владивостоке.....	369
Секция. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ.....	374
<i>Гладких А.А., Зайцева Т.А., Слесарчук И.А.</i> Разработка авторской коллекции моделей одежды на основе принципов устойчивого дизайна	374
<i>Митрофанова К.Р., Федосеева А.И., Мильчакова М.А., Данилова О.Н.</i> Разработка концепции художественного образа витрин Зимнего сада ВГУЭС.....	378
<i>Татаренко Д.М., Зайцева Т.А.</i> Разработка авторской коллекции моделей одежды под девизом «Культ»	382
<i>Чеботкевич Е.Н., Старкова Г.П.</i> Развитие модельного бизнеса в Приморском крае: проблемы и перспективы	385
<i>Ян Ипэн, Данилова О.Н.</i> Конкурентные преимущества fashion-индустрии Дальневосточного региона.....	388
Секция. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА	392
<i>Авдеева Т.Е., Кочеткова И.С.</i> Разработка мероприятий для продвижения бренда сервисного предприятия.....	392
<i>Ананьев В.И.</i> Разработка проекта электронной туристской карты с элементами виртуальной экскурсии Находкинского городского округа	396
<i>Боярова Т.А., Метляева Т.В.</i> Совершенствование корпоративной культуры сервисной организации	399
<i>Горбунов А.В.</i> Археологический потенциал Черниговского района Приморского края на примере рассмотрения историко-археологического памятника Горнохуторское городище	403
<i>Забытова Е.В.</i> Выявление особенностей обслуживания потребителей и атмосферы продаж как фактора конкурентоспособности сервисного предприятия.....	409
<i>Здор А.В., Масюк Н.Н.</i> Цифровые трансформации в ресторанно-гостиничном бизнесе в эпоху сетевизации	412
<i>Латыпова О.Р.</i> Современный взгляд на формирования корпоративный культуры в социокультурной сфере	416
<i>Левченко М.А., Фалько Л.Ю.</i> Исследование имиджа Новонежинского сельского поселения Приморского края в контексте его туристской привлекательности.....	419
<i>Маматкулов Н.Р., Мирошникова Т.К.</i> Факторы развития рынка общественного питания города Владивостока.....	423
<i>Мезекаева И.А.</i> Актуальные тенденции и современные технологии в парикмахерском искусстве.....	426
<i>Моисеенко А.А., Мельникова Л.А.</i> Специфика обслуживания в туристском агентстве.....	429
<i>Салмашова В.И., Метляева Т.В.</i> Влияние занятия творчеством на развитие личности детей и подростков.....	433
<i>Саморукова А.Н.</i> Разработка программы интерактивных мероприятий в сфере молодежного досуга.....	437
<i>Терновая О.В., Метляева Т.В.</i> Развитие рынка фотоуслуг в городе Владивосток.....	441

Секция. КАЧЕСТВО УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Рубрика: Гостиничное хозяйство

УДК 640.41

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ ХАУСКИПИНГА В ГОСТИНИЦЕ «ТЫГЫН ДАРХАН» (г. Якутск)

А.В. Антоева

бакалавр

Е.В. Шеметова

ст. преп., кафедра туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса.
Владивосток, Россия*

В статье представлено состояние рынка гостиничных услуг в Республике Саха (Якутия) и в городе Якутске. Проведен анализ деятельности гостиницы и службы хаускипинга в гостинице «Тыгын Дархан». Определены инновации по совершенствованию работы хаускипинга.

Ключевые слова и словосочетания: гостиничные услуги, гостиница, анализ, хаускипинг, инновации.

OPTIMIZATION OF HOUSEKEEPING SERVICE ACTIVITY IN THE HOTEL "TYGYN DARKHAN" (Yakutsk)

The article presents the statistics of the hotel services market in the Republic of Sakha (Yakutia) and in the city of Yakutsk. The analysis of the hotel and housekeeping services in the hotel "Tygyn Darkhan" was carried out. Identifies innovations to improve housekeeping.

Keywords: hotel services, hotel, analysis, housekeeping, innovations.

Задача всех гостиниц – это создание комфорта и предоставление благоприятных условий жизнедеятельности гостя. Уровень чистоты и комфорта в гостиницах является одним из важных факторов, влияющих на престиж предприятия. Для того чтобы обеспечить необходимые условия пребывания гостя, следует обратить внимание на мероприятия в административно-хозяйственной службе. Гостиница это то предприятие, которое работает круглосуточно, поэтому к нему предъявляются высокие санитарно-гигиенические требования. Для осуществления быстрой и высококачественной уборки с соблюдением норм и правил гостиница должна располагать:

- высококвалифицированным персоналом;
- полноценным инвентарем, современными уборочными материалами;
- современными видами уборочных машин и механизмов.

Номерной фонд это лицо гостиницы, поэтому служба хаускипинга несет, прежде всего ответственность за чистоту номеров. Чистый номер залог приятного пребывания в гостинице гостем. Чтобы улучшить работы службы хаускипинга необходимо внедрить инновационные технологии и материалы по уборке номеров. Внедряя инновационные материалы, инструментарий и технологии в работу службы хаускипинга, можно показать повышение качества содержания гостиницы с одновременным снижением затрат.

Цель работы: проанализировать деятельность хаускипинга в гостинице «Тыгын Дархан» и предложить инновационные мероприятия по совершенствованию.

При написании использовались научные методы: анализ, сравнение, анкетирование.

Статистика гостиничных услуг характеризует уровень туристской активности: по итогам 2017 года в Якутии насчитывалось 195 средств размещения, из них 29 специализированных средств размещения. Численность граждан Российской Федерации, размещенных в коллективных средствах размещения, составило 196 тыс. человек, иностранных граждан – 6,1 тыс. человек [1].

На данный момент по данным справочника 2ГИС, в городе Якутске работает 130 организаций, предоставляющих гостиничные услуги. Из них только у 29 организаций есть собственный сайт. Исходя из данных, можно подчеркнуть, что конкуренция среди них достаточно высока. Это стимулирует владельцев и управляющих гостиниц разрабатывать и вводить новые гостиничные продукты, внедрять инновационные технологии, вводить скидки и специальные предложения.

На рынке гостиничных услуг Республики Саха (Якутия) отсутствуют классифицированные гостиницы. Условно «четыре звезды» является сервис в «Полярной Звезде» и «Тыгын Дархан». Размерами выгодно отличаются гостиницы «AZIMUT» (номерной фонд – 95) и «Тыгын Дархан» (74 номера) – сравнение в табл. 1. Гостиница «Тыгын Дархан» с более, чем 20-летней историей, пользуется спросом у правительственных делегаций.

Таблица 1

Характеристика гостиниц

Определяющий фактор	Гостиница «Тыгын Дархан»	Отель «AZIMUT»
Номерной фонд	74	95
Близость к аэропорту	30 мин.	20 мин.
Близость к центру города	5 мин.	30 мин.
Количество мест в парковке	10	6
Ресторан/кафе при гостинице	ресторан, лобби-бар, бар бильярдная	ресторан, лобби-бар
Выход в интернет	Wi-Fi	Wi-Fi
Наличие бассейна	есть	есть

Результаты исследования конкурента показали, что гостиница «Тыгын Дархан» не уступает в данных показателях своему основному конкуренту. К слабому фактору относим наличие ресторана, где посетителям предоставляются только включенные завтраки. Расположение гостиницы «Тыгын Дархан» является одним из определяющих факторов, так как для посетителей важна близость к центру города со всевозможной развлекательной инфраструктурой и большое количество парковочных мест.

Сравним ценовую политику гостиницы «Тыгын Дархан» и «Полярная Звезда» (табл. 2).

Таблица 2

Сравнение цен гостиницы «Тыгын Дархан» и «Полярная Звезда», в руб.

Категория номеров				
Наименование гостиницы	Эконом	Стандарт	Люкс	Сюит
Стоимость проживания				
Гостиница «Тыгын Дархан»	5000	6000	7000	15000
Отель «Полярная звезда»	-	6600	12600	17000

Как видно из табл. 2 в гостинице «Полярная Звезда» ценовая политика намного выше, чем в гостинице «Тыгын Дархан». Гостиница «Тыгын Дархан» занимает лидирующую позицию, что делает посещение этой гостиницы приемлемым для большего круга лиц.

Главным фактором влияющих на спрос гостиничных услуг – это качество предоставляемых услуг. И одним из важных служб в гостинице является служба хаускипинга. Хаускипинг – обеспечивает обслуживание гостей в номерах, поддерживает необходимые санитарно-гигиенические состояния номеров и уровень комфорта в жилых помещениях, занимающее оказанием бытовых услуг [2].

Абсолютно все гостиницы не могут существовать без службы хаускипинга. Данная служба в гостинице «Тыгын Дархан» работает круглосуточно в две смены. Уборка производится один или несколько раз в день.

В гостинице «Тыгын Дархан» 6 этажей. В каждом из которых работают в дневную смену два горничных. На ночную смену на 74 номера приходит 2 горничных.

В рамках исследования автором были изучена работа службы хаускипинга в гостинице «Тыгын Дархан». В качестве метода сбора информации был выбран метод опроса – анкетирование. В ходе исследования были опрошены гости гостиницы. Структура опрошенных респондентов: 83% в возрасте от 30–40 лет, 17% от 40 и старше. В опросе принимали участие 35% женщин и 65% мужчин (рис. 1).

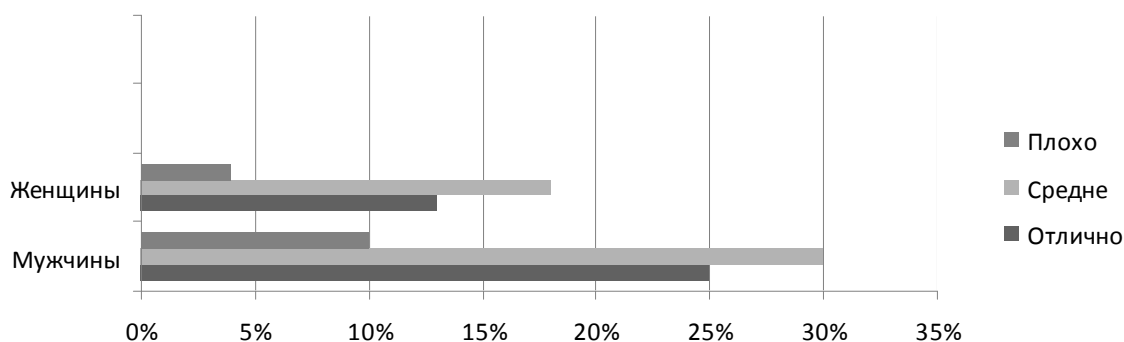


Рис. 1. Анализ опроса работы службы хаускипинга

По данным таблицы 38% участников опроса считают, что работа горничных отлична, то есть проживающие довольны уборками номеров. Большинство опрошенных составило 48%, что показывает на неплохой результат работы службы хаускипинга. Самое меньшее из опрошенных стало 14%, ими в основном были недовольны, тем что некоторые номера были грязными при заселении или при отсутствии гостя не успели подготовить номер, что гости сами просили горничных убраться в номере.

В работе хаускипинга наиболее существенным является оптимальное распределение времени при проведении уборки номеров, что определяет организованность и эффективность работы. Особенно это важно при заезде и выезде гостей, когда от качества и оперативности уборки номера, зависит и быстрота выставления номера на продажу.

При выполнении уборки номеров существует несколько важных принципов:

- горничные по этажу должны как можно меньше попадаться на глаза гостю;
- уборочный инвентарь и уборочные инструменты не должны оставаться в местах общего пользования;
- горничные не должны отвлекаться на личные дела во время уборки.

Выполнение этих принципов является критерием культуры обслуживания в данной гостинице.

Безусловно, главное, чем гостиница может привлечь туриста – это качественный сервис. Но в условиях конкуренции необходимо повысить качество услуг, для этого необходимо внедрение инновационных технологий. Разработка новых инновационных технологий, повысит производительность работы внутри гостиницы.

Исключительно важно учитывать опыт известных гостиничных сетей внедрения инновационных технологий и материалов в службе хаускипинга. Стоит обратить внимание на сети гостиниц Holiday Inn. Данная сеть гостиниц использует инновационные технологии такие как, сенсорный брендинг, ароматехнологии. Данные технологии посвящаются теме экологичности. Экологичность в гостиницах включает все меры по уменьшению вреда для здоровья гостя. Также сейчас гостиницы стараются применять энергосберегающие технологии, которые экономят воду и свет.

Следует отметить, что как данная проблема решается на примере сети отелей Allergenfrei-leben в Австрии. В отелях данной сети в ходе тщательнейшей уборки используются исключительно гипоаллергенные средства. Для гостиниц важно учитывать, что у гостей могут быть аллергия на моющие средства.

Один из известных в гостиничной сети (Hilton, Sheraton), так и ведущие отечественные гостиницы с иностранным менеджментом используют в своей деятельности автоматизированную

систему управления гостиницей Fidelio. Модуль Управление номерным фондом данной программы позволяет получить любую отчетность за абсолютно любой период времени, а так же этот модуль дает полный набор возможностей для работы службы хозяйственного отдела:

- назначение комнат и отчеты по всем распределениям;
- задания горничным;
- отчеты по работе горничных;
- отчеты по несоответствиям состояния номеров;
- изменения статуса номеров посредством телефонного Интерфейса;
- операция быстрой уборки;
- не заселяемые номера и номера на ремонте.

Аналогом Fidelio можно назвать программу “Intellect Style”, которая также используется во многих отелях.

Рассмотрим данную программу именно в работе с номерным фондом. С помощью “Intellect Style” возможно автоматизировать перевод комнаты в статус чистый, что во многом экономит время и позволяет избежать путаницы, ставить/снимать с ремонта, просматривать загрузку номеров, отслеживать информацию.

В помощь службам, занимающимся вопросами подготовки номерного фонда информационная система Intellect Style предлагает несколько возможностей. Это, прежде всего, оптимизация распределения работ между горничными, автоматизация учета белья на этажах, складах и в прачечных, а также автоматизация работы диспетчерской службы, принимающей заявки на ремонт [3].

Данная программа в гостинице «Тыгын Дархан» улучшило бы оперативность и экономию времени между связующими службами. Следует отметить, что в ходе практики было выявлено, что оперативность службы хаускипинга низкая.

Таким образом, для обеспечения необходимого уровня чистоты и гигиены в гостиницах, оптимизация данной службы будет одним из самых важных мероприятий. Так как, имидж гостиницы зависит от ухоженного внешнего вида интерьеров и чистоты в помещениях. Также для внутренней работы между службами данная программа упростит работу, особенно для работы службы приема и размещения, которая отвечает за пребывание гостя в отеле. Поэтому инновационные технологии позволяют сократить время уборки, ограничат распространение бактерий, а применяемая уборочная техника обладает высокой производительностью, надежностью, прочностью и долговечностью.

1. Сайт Министерства по делам предпринимательства и развития туризма Республики Саха (Якутия) [Электронный ресурс]. URL: www.sakha.gov.ru.

2. Сайт о гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: HoReCa62 объединяя профессионалов 2005–2016. URL: www.horeca62.ru.

3. Инновации в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: инновации в работе службы хаускипинг. URL: <http://repetitora.com>.

Рубрика: Качество услуг и технологий в индустрии гостеприимства

УДК 659.1

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ РЕСТОРАННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ г. ВЛАДИВОСТОКА

О.С. Балуткина

бакалавр

И.Л. Фоминых

ст. преп. каф. туризма и экологии, руководитель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В рамках данной работы рассматриваются возможности сети Интернет, в частности социальных сетей, как инструмента продвижения предприятия общественного питания на рынке услуг. Приведена характеристика отдельных популярных социальных сетей в России, их

возможностей и дальнейших перспектив в популяризации отдельных заведений общественного питания города Владивостока.

Ключевые слова и словосочетания: предприятие общественного питания, социальные сети, продвижение, реклама, Владивосток.

SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR PR-SUPPORTING OF A RESTAURANT ENTERPRISE IN VLADIVOSTOK

In the framework of this paper, the possibilities of the Internet, in particular social networks, are considered as a tool for promoting public catering enterprises in the market of services. The characteristic of individual popular social networks in Russia, their capabilities and future prospects in the promotion of individual catering establishments of Vladivostok.

Keywords: public catering establishments, social networks, promotion, advertising, Vladivostok

Современное положение на рынке услуг общественного питания вынуждает руководство определенных предприятий находить более результативные пути выяснения потребностей общества «потребления», с целью максимального их удовлетворения. На сегодняшний день существует масса способов продвижения своего продукта (услуг), но продвижение с помощью глобальной сети Интернет и социальных сетей является одним из наиболее эффективных путей. Он состоит из комплекса специальных мероприятий, направленных на использование социальных сетей в качестве платформ для продвижения тех или иных товаров и услуг. В настоящий момент данный вид продвижения превратился в мощнейший инструмент при работе с имиджем компании и увеличением лояльности среди целевой аудитории.

Целью данной работы является изучение наиболее эффективных путей PR-продвижения предприятия общественного питания г. Владивостока в социальных сетях и выявлении возможностей их совершенствования.

Объектом исследования являются социальные сети как инструмент PR-продвижения предприятия общественного питания.

Предметом исследования в работе выступают современные технологии в продвижении кафе русской кухни «Ложки-Плошки» г. Владивостока.

В ходе работы использовались научно-исследовательские методы: анализ, системный и статистический опрос.

Популярность глобальной сети Интернет неуклонно растет за счет ее оперативности, возможности охвата неограниченной аудитории, беспрепятственной передачи потоковой мультимедийной информации, что не доступно обычным СМИ. Кроме того, Интернет предоставляет возможность формировать динамический контент (интерактивное взаимодействие с пользователем), что делает его привлекательным с точки зрения PR-деятельности. Public Relations – это технологии создания и внедрения при общественно-экономических системах конкуренции образа товара или услуги в ценностный ряд социальной группы, для его закрепления в сознании как чего-то необходимого в жизни. Секрет такой эффективности Public Relations кроется в безграничных возможностях глобальной сети Интернет как коммуникационного инструмента. По уровню интерактивности и взаимодействия с потребителем PR в сети намного эффективнее, чем на других медиа-площадках.

Социальная сеть – это социальная структура, состоящая из узлов (ими могут быть как люди, так и группы людей, сообщества и организации), связанных между собой тем или иным способом посредством социальных взаимоотношений. Благодаря тому, что в социальных сетях пользователи могут оставлять информацию про свои интересы, увлечения и предпочтения, реклама совместно с интернет-маркетингом получили огромные ресурсы для реализации своих задач. Данные, полученные с личных аккаунтов пользователей могут определить статистику и направление рекламных компаний.

На сегодняшний день есть несколько причин, по которым продвижение в социальных сетях является одним из наиболее эффективных методов:

1. Количество пользователей социальных сетей с каждым годом растет, следовательно, увеличивается и аудитория, воспринимающая рекламу;
2. Активные пользователи проводят много времени в сети и акцентируют свое внимание на все новинки;

3. Легко выделить определенную целевую аудиторию исходя из тематических групп и сообществ по интересам;
4. Растет доверие пользователей на интересующую их информацию в пользу социальных сетей, нежели чисто рекламного контента;
5. Существует возможность прямого общения с пользователями, которые являются целевой аудиторией;
6. Возможно напрямую влиять на мнение пользователей относительно того или иного продукта (услуги);
7. Отслеживание результативности рекламных кампаний благодаря мониторингу, статистике, анализу спроса и т.п.;
8. Рекламным кампаниям удается повышать общую лояльность посетителей с определенному бренду, продукту или ресурсу.

Несомненно, в настоящее время социальные сети являются одним из наиболее эффективных способов продвижения. Они предоставляют практически неограниченные возможности для продвижения товара или услуги, а особенно предприятий общественного питания. Таргетирование способно определить целевую аудиторию, что повышает эффективность рекламной кампании. При грамотном анализе и разработке стратегии вид продвижения в социальных сетях может принести необычайно результативный итог.

По данным статистики интернет-издания WebCanare, масштабы проникновения и использования социальных сетей отличаются в зависимости от географии и демографических факторов. Понимание этих различий играет большую роль при нацеливании на конкретную целевую аудиторию, которая должна относиться не просто к зарегистрированным, но и к числу активных пользователей.

В России проникновение социальных сетей в жизни людей оценивается в 47%, из них аккаунты имеют 67,8 млн. россиян. По данным портала Statista, в Российской Федерации активнее всего используют YouTube (63%), на втором месте – ВКонтакте (61%) и третье место занимает социальная сеть Odnoklassniki (42%). Глобальный лидер Facebook лишь на четвертой строчке с показателем в 35%. Результаты статистики представлены на рис. 1.

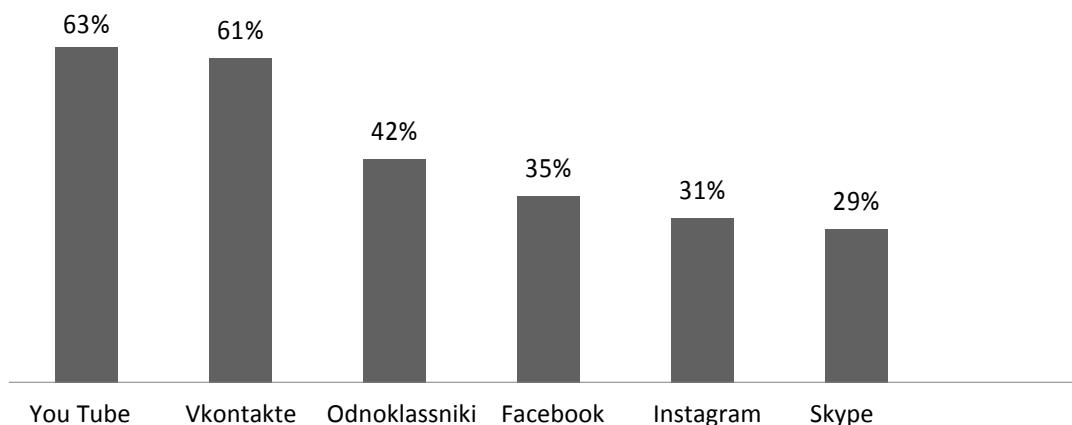


Рис. 1. Популярные социальные сети в России в 2018 г.

Основные выводы из данной статистики следующие:

Количество виртуальных пользователей в сети в 2018 году достигло 4,021 млрд. человек, что на 7% больше в сравнении с 2017 годом.

Сегодня 3,26 млрд человек заходят в социальные сети с мобильных устройств. Это на 10% больше, чем в прошлом году, когда с мобильных в социальных сетях находилось на 297 млн. человек меньше.

В России насчитывается 109,6 млн. пользователей сети Интернет. Уровень проникновения интернета находится на отметке 76%. Значения с прошлого года практически не изменились.

Российская аудитория социальных сетей составляет 49% от общей численности населения – всего активных пользователей около 70 млн. человек.

В Российской Федерации популярными социальными сетями, в которых размещается различного рода реклама, являются:

- «ВКонтакте»;

- «Одноклассники»;
- «Instagram».

Наглядная демонстрация отличительных характеристик данных социальных сетей, представлена в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительная характеристика популярных социальных сетей

Характеристика	«Вконтакте»	«Одноклассники»	«Instagram»
Год запуска	2006 г.	2006 г.	2010 г.
Тематика	социально-развлекательная	социально-развлекательная	фото-видео контент
Количество зарегистрированных пользователей (по миру на 2018г)	более 540 млн.	более 350 млн.	более 800 млн.
Соотношение активных пользователей	83%	55%	46%
Соотношение полов пользователей	52% женщин 48% мужчин	69% женщин 31% мужчин	75% женщин 25% мужчин
Возраст активной аудитории	25-34	35-45	18-34
Количество ежемесячных посещений сайта в РФ	36 млн.	31,5 млн.	12,5 млн.

В список наиболее популярных социальных сетей в России на 2018 год можно отнести:

1. «Вконтакте». ВКонтakte называют самой масштабной социальной сетью России и одной из крупнейших в мире. Число её пользователей ежедневно возрастает, а на сегодняшний день составляет более 500 миллионов пользователей. Практически в каждой социальной сети присутствует таргетированная реклама, которая дает больше возможностей, чем другие способы продвижения продукта.

– Преимущества таргетированной рекламы ВКонтakte:

– Четкое разделение по полу и возрасту.

– Показ рекламы подписчикам определенных групп.

– Показ посетителям сайтов конкурентов.

– Быстрый запуск и возможность протестировать свои рекламные кампании с небольшим бюджетом.

– Подробная статистика рекламных постов.

2. «Одноклассники». Данная виртуальная площадка занимает 5 место по посещаемости в России. Ежедневная активность пользователей достигает до 50 млн. в сутки. Таргетированная реклама реализована через единую рекламную площадку от Mail.Ru Group — myTarget, которая помимо сети «Одноклассники» охватывает также и Мой Мир, ВКонтakte и большое число других проектов рекламной сети Mail.Ru. MyTarget предоставляет десятки форматов размещения и параметров настройки таргетинга – и здесь есть если не всё, то очень многое для того, чтобы направить свои ресурсы точно на привлечение своей целевой аудитории и подобрать эффективный способ взаимодействия с ней.

Преимущества рекламы в сети «Одноклассники»:

– Есть возможность сразу определить свою целевую аудиторию через настройки, где можно выбрать пол и возраст потребителей.

– Поведенческие и социальные характеристики. Здесь возможно ограничить аудиторию по уровню дохода, образования, семейному положению и т.д.

Геолокация. Возможность определять пользователей двумя способами: либо охватывать их целиком регионами, либо в настройках. Локальная реклама задает зоны на карте города и по геоточкам с радиусом от 500 метров и myTarget с высокой точностью определит пользователей, которые находятся там сейчас или бывают регулярно.

Различные форматы размещения рекламных постов: мультиформат, тизер, карусель.

3. «Instagram». Бесплатная социальная сеть, которая позволяет обмениваться фотографиями и видео. По заявлению официальных представителей Instagram в России, его аудитория в нашей стране насчитывает 22 млн. человек. При этом есть информация, что пользователи заходят в социальную сеть в среднем 16 раз в день. Instagram позволяет снимать фото и видео, использовать фильтры, делиться ими через свой профиль или другие социальные сети.

Преимущества использования таргетинга в сети «Instagram» следующие:

- Данная социальная сеть насчитывает 400 млн. активных пользователей.
- Месячная российская аудитория, просматривающая Instagram, составляет 18,5 млн. человек.
- Реклама в Instagram дешевле по сравнению с другими популярными ресурсами из-за меньшего количества конкурентов и лояльной ценовой политики.
- Высокая активность пользователей. Согласно исследованиям компании Kenshoo, в Instagram в 2,5 раза более частые клики по рекламе в сравнении с пользователями других социальных сетей;
- Возможность настроить таргетинг аудитории по возрасту, полу и географическому положению. К тому же сотрудничество с Facebook дает уникальную информацию о пользовательских предпочтениях.
- Индивидуально настроенная аудитория. Позволяет рекламодателям загрузить их собственную информацию о своих потребителях. Также в Instagram появляются новые возможности аналитики, сбора статистики и обслуживания рекламных кампаний.

Социальные сети имеют безграничные возможности для продвижения продукта или услуги. Например, продвижение предприятия общественного питания через социальные сети позволяет не просто рекламировать его, но и освещать различные акции, новости, события, а так же имеется возможность оценить сервис заведения, оставив отзыв. Таким образом, такое рекламирование получается более эффективным, чем просто реклама в журналах, газетах и СМИ, к тому же она не требует больших финансовых вложений.

Среди жителей г. Владивостока с помощью метода социологического исследования был проведен опрос на тему: «Выявление потребительских предпочтений в русской кухне на рынке услуг питания Владивостока».

Цель социологического опроса состояла в необходимости выявления потребительского предпочтения на рынке услуг питания Владивостока в русской традиционной кухне. Общее число опрошенных составило 100 человек. Опрос местных жителей происходил на центральных улицах города и в оживленных местах, а также в сети Интернет. Респондентам предлагалось ответить на три вопроса. Результаты опроса жителей Владивостока представлены ниже.

Вопрос №1: Любите ли Вы традиционную русскую кухню?

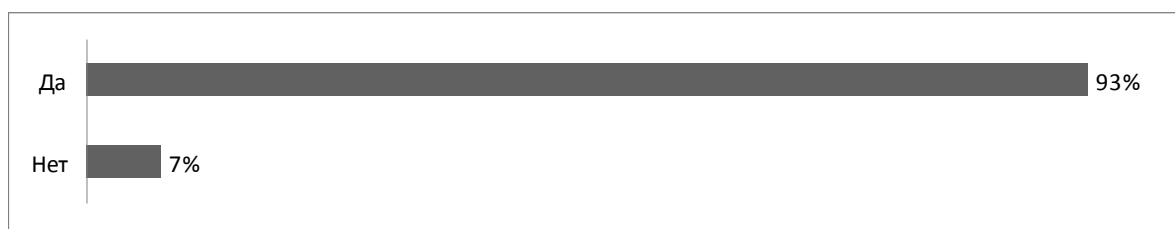


Рис. 2. Вкусовые предпочтения жителей Владивостока в кухне

Большинство опрошенных респондентов относятся к числу тех, кто любит и ценит традиционную русскую кухню, и лишь минимальный процент респондентов относится к ней нейтрально или не любит вовсе.

Таблица 2

Знания респондентов о блюдах традиционной русской кухни

Вопрос №2	Ответы
Какие традиционные блюда русской кухни Вы знаете?	Щи, рассольник, солянка, уха, кулебяка, блины, пельмени, салат «оливье», окрошка, салат «сельдь под шубой», винегрет, соленья, квашеная капуста, холодец, жареный картофель, голубцы, строганина, фаршированная сельдь, карп, утка с яблоками, расстегаи, кундюмы, пряники, варенье, сырники, манник.

Из данных табл. 2 видно, что жители и гости Владивостока знают достаточный ассортимент названий традиционных русских блюд.

Таблица 3

Выбор респондентов предприятий общественного питания с русской кухней г. Владивостока (список по частоте упоминания)

Вопрос №3	Варианты ответа
В каких предприятиях общественного питания г. Владивостока Вы пробовали блюда традиционной русской кухни?	кафе «Ложки-Плошки»; кафе-блинная «Ух, ты, блин!»; кафе «Републик»; ресторан «Охотный двор»; кафе «Сытый Горыныч»; кафе «Студио»; бар «Мумий Тролль»; кафе «Хохлома»; кафе «Хуторок»; столовые г. Владивостока; ресторан «Небесный замок»; ресторан «Огонёк»; бар «Дружба»; кафе «Шоколадница»; кафе «Молоко и Мед»; «готовлю дома»; «не пробовал(а)»; «затрудняюсь ответить».

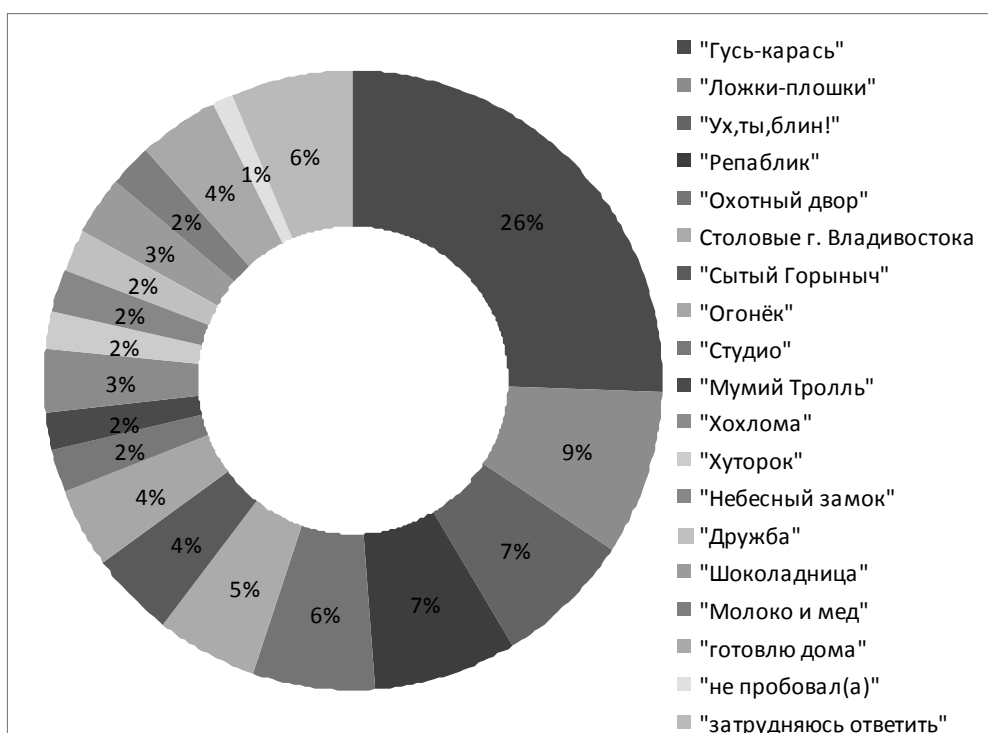


Рис. 3. Рейтинг заведений, где лучше всего реализуется русская кухня в г. Владивостоке, по мнению респондентов

Таким образом, из социологического опроса видно, что жители г. Владивостока любят русскую кухню, они осведомлены о предприятиях общественного питания, специализирующихся на русской кухне. Большинство предприятий предлагают смешанную кухню, включающую

несколько позиций с русскими блюдами. К сожалению, предприятия, которые имеют целевую специализацию на традиционной русской кухне на рынке Владивостока не много. На этом фоне выделяется кафе «Ложки-плошки», появившиеся на рынке услуг питания г. Владивостока два года назад, но уже ставшее популярным и вызывающим интерес у жителей и гостей города.

Стратегия продвижения услуг кафе русской кухни «Ложки-Плошки» через социальную сеть была выбрана на раннем этапе планирования. Данному кафе был разработан и сделан официальный сайт, в котором были представлены меню, фото блюд и интерьера, информация об акциях, месторасположение кафе и т.п.

Анализ сайта показал, что сайт имеет как определенные плюсы, так и минусы.

К положительным сторонам сайта можно отнести:

- простота в оформлении, за основную тему взят белый цвет, вся информация хорошо читается;
- наличие информации о режиме работы, адрес, контактный телефон, о специальных предложениях, акциях;
- при скачивании меню можно посмотреть ассортимент предлагаемых блюд;
- для привлечения новых посетителей размещены яркие и эффектные фотографии главного входа и залов кафе;
- размещено местоположение заведения на карте;
- есть ссылка на TripAdvisor.ru, где желающие могут оставить свой отзыв.

К минусам сайта можно отнести:

- меню не размещается на сайте, его необходимо скачивать отдельным документом;
- мелкий шрифт;
- малое количество фотографий, отсутствие фотографий самих блюд;
- нет печатной информации об акциях и специальных предложениях;
- отсутствует обратная связь для посетителей главного сайта кафе;
- нет раздела поиска на сайте;
- отсутствуют интеграции с социальными сетями;
- нет информации о бронировании столов, количестве посадочных мест;
- отсутствует возможность для слабовидящих людей.

Если суммировать все положительные и отрицательные стороны веб-сайта кафе «Ложки-Плошки» можно утверждать, что сайт удобен и эффективен в использовании, но требует доработок. Даже если сайт креативно разработан, это не значит, что о нем обязательно узнает целевая аудитория, ведь он не будет профессионально оптимизирован. Наличие ошибок во внутренней оптимизации приводит к ряду проблем. Поэтому стоит доработать главную веб-страницу кафе, разработать адаптивную версию сайта (в том числе и для мобильных устройств).

В кафе русской кухни «Ложки-Плошки» применяются различные PR-технологии, которые нацелены на стимулирование сбыта, но фактически используются очень слабо. Например, данное заведение слабо использует возможности распространения рекламы в социальных сетях, редко участвует в гастрономических фестивалях, не публикуется в различных изданиях и т.п. Для того, чтобы дополнить традиционные приемы PR-технологий и снизить существующие затраты на рекламу стоит максимально задействовать сеть Интернет, в частности, социальные сети. Для повышения эффективности виртуальной рекламы стоит провести работу над официальными страницами кафе «Ложки-Плошки» на различных виртуальных площадках.

Также стоит увеличить затраты на PR в сети Интернет. Реклама на виртуальных площадках в сумме обходится гораздо дешевле, чем публикации в различных печатных изданиях. Более того, рекламодателям гораздо легче измерить эффективность рекламной кампании в сети Интернет, через принцип отношения количества кликов на баннер к числу показов. И поскольку большинство респондентов узнали о предоставляемых услугах посредством глобальной сети, имеет смысл увеличить расходы именно на интерактивную рекламу. Исходя из данных статьи, можно сделать вывод о том, что возможности сети Интернет для рекламирования предприятия общественного питания практически безграничны, главное уметь эффективно применять ресурсы социальных сетей в продвижении заведения.

1. Ермолова, Н.А. Продвижение бизнеса в Facebook, Twitter, Google+ / Н.А. Ермолова. М.: Альпина Паблишер, 2017. 358 с.

2. Синяева М.И. Маркетинг для магистров: учебник / М.И. Синяева. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 368 с.

3. Соловьев Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. 336 с.

4. Официальный сайт ресторана «Ложки-Плошки» [Электронный ресурс]. UR: lozkiploshki.ru

5. Онлайн-портал статистики (Германия) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com>

Рубрика: Экономика и управление народным хозяйством

УДК 338.46

ПРОДВИЖЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ГК «AZIMUT ОТЕЛЬ-ВЛАДИВОСТОК»)

Д.М. Булатова

бакалавр

Е.В. Шеметова

ст. преп., кафедра туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

В статье представлены результаты исследования потребителей гостиничных услуг в ГК Azimut Отель-Владивосток, выявлены особенности методов продвижения гостиничных услуг, даны рекомендации о приоритетных направлениях по усовершенствованию и продвижению услуг в данном отеле.

***Ключевые слова и словосочетания:** отель, услуги, гостиничные услуги, потребители, предпочтения, анализ, продвижение.*

PROMOTION OF HOTEL SERVICES (ON THE EXAMPLE OF AZIMUT HOTEL-VLADIVOSTOK)

The article presents the results of a study of consumers of hotel services in AZIMUT Hotel-Vladivostok, identifies features of methods of promotion of hotel services, provides recommendations on priority areas for improvement and promotion of services in this hotel.

***Keywords:** hotel, services, hotel services, consumers, preferences, analysis, promotion*

На сегодняшний день индустрия гостеприимства только начинает активно развиваться в Приморском крае, этому способствуют близлежащие страны АТР и различные программы развития Дальнего Востока, которые привлекают сюда все больше политиков, известных личностей и деятелей. В связи с этим наблюдается увеличение числа мест в коллективных средствах размещения как в целом по России за период с 2010 по 2017 гг. на 72%, так и в Приморском крае на 67% [1].

Всемирная организация по туризму (ЮНВТО) прогнозирует, что до 2020 года в сфере международного туризма будет продолжаться рост в среднем на 4%. Таким образом, российские коллективные средства размещения смогут в перспективе ежегодно обслуживать не менее 70 миллионов иностранных и российских туристов [2].

Так как в последние годы Россия и в частности Приморский край активно участвуют в проведении крупных международных мероприятий, привлечших в регионы много иностранных гостей, увеличилось число иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения, по России в период с 2010 по 2016 гг. рост составил 135%, по Приморскому краю – 164%. Также наблюдается положительная динамика численности российских граждан, размещенных в коллективных средствах размещения, в России рост составил 77%, а в Приморском крае – 35% [1].

Как мы знаем, туризм тесно связан с развитием гостиничного бизнеса, который является одним из наиболее быстро развивающихся секторов экономики, на который приходится около 6% мирового ВВП и около 5 % всех налоговых поступлений [3].

Владивосток все чаще становится центром больших событий и громких мероприятий, а также с каждым годом принимает все больше гостей.

Одним из факторов, способствующих привлекательности туризма, является открытие Интегрированной развлекательной зоны Приморья. По данным администрации края на конец октября 2016 г., TigredeCristal с начала года посетили более 190 тысяч человек. Около 30 % из них составляют иностранные туристы из азиатских стран – КНР и Республики Корея. Поступления в бюджет Приморского края за год работы казино составили 130 млн рублей. Если говорить о статистике, то объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению с 2010 по 2017 гг. в Приморском крае увеличился с 1703,0 до 4217,6 млн. рублей (148%), в целом по России за аналогичный период рост составил 95% [1].

В связи с этим, актуальность данной темы исследования состоит в том, что Приморский край активно развивается, в настоящее время открываются все больше гостиниц с высоким уровнем обслуживания, а также мировые гостиничные сети. Поэтому для удержания лидирующих позиций на рынке, каждой развивающейся гостинице необходимо постоянное совершенствование и грамотное продвижение гостиничных услуг.

Цель исследования – разработка предложений по усовершенствованию и продвижению услуг в ГК «Азимут Отель-Владивосток».

Методологической основой исследования являются анализ, синтез, опрос.

ГК «Азимут Отель-Владивосток» – это один из самых вместительных отелей нашего города, номерной фонд которого состоит из 378 номеров. Отель расположен в самом центре города, поэтому пользуется большой популярностью.

Данный отель имеет концепцию SMART «умный», что означает многофункциональность номеров, удобство и комфорт даже на небольшой площади номера.

Потребители гостиничных услуг отеля представлены на рисунке 1. Исходя из этих данных можно сделать вывод о том, что главными потребителями гостиничных услуг в Азимут-Владивосток являются русские и азиатские гости.



Рис.1. Потребители гостиничных услуг ГК «Азимут Отель Владивосток», 2018 год

В ходе исследования был проведен анализ потребительских предпочтений гостей ГК Азимут «Отель-Владивосток», акций и партнерских программ отеля из которого следуют выводы о том, что данный отель пользуется популярностью у российских гостей, путешествующих по работе, а также азиатских туристов, приезжающих как индивидуально, так и большими туристскими группами.

Анализируя отзывы потребителей гостиничных услуг, можно прийти к выводу, что большинство гостей оценили качество уборки номеров, удобное месторасположение и поставили хорошую оценку работе персонала в целом.

Ярко выражено недовольство гостей по поводу ценовой политики отеля, конкретно – не соответствие цены и качества.

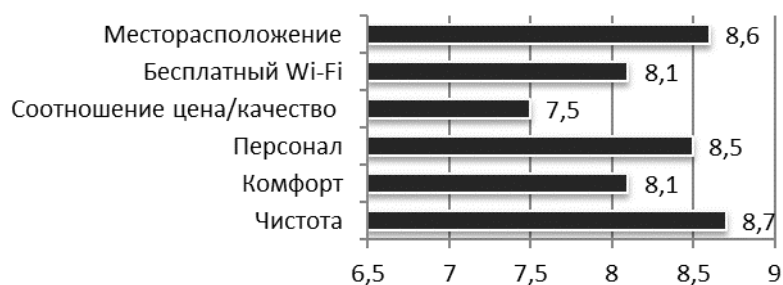


Рис. 2 – Отзывы потребителей гостиничных услуг, в процентах

Для того, чтобы привлечь большее количество индивидуальных гостей Управляющая компания совместно с менеджерами по продажам Азимут-отель Владивосток ведут активную разработку программ по продвижению гостиничных услуг на рынок.

Для этих целей уже разработана программа лояльности «Азимут бонус», действуют привилегии в рамках партнерских программ, а также акции при бронировании через официальный сайт отеля, такие как бесплатный трансфер из аэропорта в отель и бесплатная парковка.

Специальные тарифы для гостей ЛонгСтэй (гости которые долго живут в отеле), созданы для того, чтобы составить конкуренцию более бюджетным отелям нашего города. Гостям приятно получать внимание в виде подобных скидок, в качестве благодарности за выбор данного отеля для долгосрочного проживания. Приятнее жить в комфортных условиях и по приемлемой цене.

Самые распространенные программы по частоте использования – это S7 и Аэрофлот Бонус. Гости предъявляют такую карту при заселении, портье вносит номер карты и ее статус в систему и при каждом визите, при правильном бронировании гостем, ему приходят накопления на карту в виде бонусов, которые он переводит в мили, а также рассчитывается скидка на проживание. Это очень удобно для гостей, часто путешествующих по России и миру. Ведь для своего проживания человек, обладающий такой привилегией, в качестве бонусной карты авиакомпании, вероятнее всего выберет отель, имеющий партнерскую программу с данной авиакомпанией, чтобы использовать все преимущества своего пребывания.

Программа лояльности «Азимут бонус».

2 апреля 2018 года компания Азимут обновила программу лояльности, упразднив выдачу специальных карт лояльности гостям, заменив их виртуальным участием в программе. Тем самым гость может получать скидки и копить баллы за проживание в отелях сети и управлять ими в своем личном кабинете. До момента модернизации гости могли узнать свои накопленные баллы только у сотрудника отеля, который пользовался специальной программой.

После авторизации в программе гость получает доступ к эксклюзивным ценам и предложениям для участников «Азимут бонус».

Для того чтобы как можно больше гостей узнали о преимуществах данной программы, сотрудники отеля при заселении гостей информируют их о новых возможностях и присылают приглашения для вступления в данную программу.

По данным на период с 01.09.18 по 15.11.18 было отправлено 2040 приглашений.

Из них в программу вступили 1513 человек – это составляет 74%. Также за весь период работы обновленной программы всего 20% из участников вступили в программу самостоятельно, а остальные 80% только после приглашения. Это говорит о том, что отель старается активно привлекать гостей к программе лояльности, тем самым продвигая свой продукт на рынке.

Таблица 1

Динамика объема продаж по категориям клиентов

Категории клиентов	За 12 мес. 2017г.	За 12 мес. 2018г.	Изменения (темп роста к предыдущему периоду)	Темп прироста, %
Турфирмы	109 985 644	172 888 410	62 902 766	57,2
Корпоративные клиенты	52 098 936	71 647 585	19 548 649	37,5
Свободное заселение	145 129 462	193 698 110	48 568 648	33,5
Итого	307 214 042	438 234 105	131 020 063	42,6

Из данных таблицы можно прийти к выводу о том, что наблюдается положительная динамика по сравнению исследуемого года к базисному 2017 году. Объем продаж растет, а это значит, что предприятие развивается и движется в правильном направлении. Категория «свободное заселение» занимает лидирующую позицию по продажам, скорее всего из-за того, что цена при индивидуальном бронировании на порядок выше, тарифа турфирм и корпоративных клиентов.

Если не рассматривать нюансы сотрудничества отеля, турфирм и корпоративного сегмента, то на сегодняшний день ситуация следующая.

В нашем городе можно выделить всего два отеля, предоставляющих высокий уровень обслуживания. Это Азимут и Лотте. Мы не берем в расчет отель Тигре де Кристал, так как гости данного отеля преимущественно туристы, желающие играть в казино, это главная услуга данного комплекса, отель уже второстепенная услуга. И плюс ко всему, расположение удаленное от Владивостока.

То есть у ГК Азимут Отель Владивосток на данный момент есть только один конкурент – Лотте. Но как мы знаем, Владивосток активно развивается, в город заходят новые гостиничные сети и конкуренция растет.

Поэтому на наш взгляд, отелю следует пересмотреть уровень предоставляемых услуг и продолжать активно продвигать их на рынок. Продвижение услуг, тесно связано с их совершенствованием, так как продвигать сервис, которого по факту нет – не рентабельно.

Для этого, первое, что нужно сделать – это начать с персонала Фронт деска. Не просто скоординировать правильную работу, а именно выбрать курс на «развитие персонала», возвращать профессионалов своего дела. Данный департамент принимает на себя главный удар, это первые сотрудники, встречающие гостя. Когда при заселении портье, занимаясь оформлением гостя, параллельно общаясь с ним, правой рукой отвечает на звонки, а левой наливает кофе – это создает суету, особенно когда такой гость не один. Такие ситуации происходят и обычно гости этим недовольны. Но это происходит не потому, что портье не умеет работать, а просто на него возложили обязанности колл- центра и бармена.

Координация работы Фронт Деска. Для предоставления услуг более высокого качества, нужно всего два человека на баре, которые предложили бы гостю присесть, пока они ждут очередь на заселение и угостить бесплатными безалкогольными напитками. А также добавить одного человека, который бы находился непосредственно в лобби с гостями и решал их проблемы, отвечал на вопросы и помогал, например с багажом. Это очень актуально в высокий сезон, когда поток людей непрерывен. Такой метод позволит гостям ощутить, что персонал заинтересован в их комфорте и удобстве, даже во время большой загрузки.

Участие и организация благотворительных акций. Данный метод является эффективным, с точки зрения продаж и приобретения новых связей. Данная PR-акция предполагает привлечь различные бренды, известных людей и организовывать в стенах отеля благотворительные акции или мероприятия на актуальные, волнующие общественность темы, например в поддержку Greenpeace.

Также, данный метод решил бы проблему взаимодействия со СМИ, которая, являясь PR – кампанией, важна при продвижении услуг.

Взаимодействие с потенциальными гостями в социальных сетях. Инстаграм, Фэйсбук, Вконтакте – это не только площадки для рекламы. Нужно быть ближе к гостям, устраивать опросы, например, что гости хотели бы улучшить или что им не понравилось вообще. Можно устраивать розыгрыши и акции, например скидка на ужин в ресторане или ночь в отеле. В данных местах гости могут общаться и делиться фотографиями с отдыха или командировки, высказывать свое мнение. Также, хорошая, красивая реклама всегда делает свое дело. Отель должен быть всегда на слуху, к рекламе нужно привлечь известных людей Владивостока, которых узнают. Существует много платформ для размещения рекламного ролика.

Создание в отеле приватной комнаты для переговоров. Так как отель позиционирует себя как бизнес-отель, помимо бизнес-центра в котором гости могут работать, необходимо выделить отдельную приватную зону для проведения переговоров. Многие гости желали бы пользоваться данным преимуществом в отеле, по этому поводу часто поступали заявки от гостей, потому что, не всем удобно проводить деловые переговоры в ресторане или лобби. Создание данной услуги должно положительно отразиться на продвижении гостиничного продукта.

Сенсорный брендинг. Данная технология предполагает контролируемое воздействие на все шесть органов чувств гостя: слух, осязание, зрение, вкус и обоняние и «чувства бренда». Мно-

гие гостиничные сети уже взяли на вооружение этот метод, который вызывает у гостей отелей положительные эмоции и обеспечивает их лояльность.

Таким образом, главной задачей большинства мер, осуществляемых гостиницей, является удержание и поиск новых клиентов. На эффективность и доходность гостиницы влияет множество факторов. Большую роль в этом играет человеческий фактор, поэтому в первую очередь стоит обращать внимание не на количество оказываемых услуг, а на их качество. Поэтому сегодня главной задачей предприятий гостиничной индустрии является необходимость использовать всевозможные доступные пути маркетинговой политики для реализации гостиничных услуг.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что Азимут Отель-Владивосток имеет все условия для удовлетворения предпочтений гостей. Всем известно, что Владивосток с каждым годом принимает все больше и больше гостей, соответственно конкуренция на рынке гостиничных услуг растет с каждым годом, поэтому чтобы держать лидирующие позиции на рынке, необходимо развиваться.

1. Федеральная служба государственной статистики, официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>.
2. ЮНВТО, официальный сайт [Электронный ресурс] / WorldTourismOrganization UNWTO. URL: <http://www2.unwto.org/ru>.
3. Федоров, Р.Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма // Молодой ученый. 2016. №4. С.307-311.
4. Забелина, Т.И. Анализ факторов развития туризма в Приморском крае / Т.И. Забелина, М.А. Реснянская // Фундаментальные исследования. 2018. № 5. С. 47-52
5. Азимут Отель-Владивосток, официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://azimuthhotels.com/>.
6. Surname Database [Elektronnyj resurs]: Režim dostupa: <http://www.surnamedb.com>

Рубрика: Языки народов зарубежных стран Европы, Азии, Африки

УДК 316.344.7

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПАССАЖИРОВ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ ЗДОРОВЬЯ В АО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ ВЛАДИВОСТОК»

Е.В. Бутенко

бакалавр

И.А. Шеромова

д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты совершенствования процесса обслуживания пассажиров с ограничениями здоровья. Основная цель исследования – оценка необходимости и разработка рекомендаций по повышению уровня беспрепятственного обслуживания пассажиров с ограничениями здоровья в аэропорту «Владивосток». В работе выявлены основные направления повышения доступности среды и качества обслуживания пассажиров данной категории.

***Ключевые слова и словосочетания** доступность среды, маломобильные слои населения, пассажиры с ограниченными возможностями здоровья, международный аэропорт.*

IMPROVING THE PROCESS OF SERVING PASSENGERS WITH DISABILITIES AT VLADIVOSTOK INTERNATIONAL AIRPORT

The article discusses the theoretical and practical aspects of improving the process of serving passengers with disabilities. The main study goal is to assess the need and develop recommendations for increasing the level of unhindered passenger service at the airport "Vladivostok". The main direc-

tions of improving the accessibility of the environment and the quality of passenger service in this category were identified.

Keywords: *accessibility of the environment, people with limited mobility, passengers with disabilities, international airport.*

Сервисное обслуживание пассажиров в аэропорту является важным этапом в процессе перевозки. От качества сервисного обслуживания зависит удобство и комфорт пассажира, его безопасность независимо от того, к какой категории он относится.

В соответствии с Конвенцией ООН о правах инвалидов, Конституцией РФ, другими ныне действующими нормативно-правовыми актами, государственными стандартами и техническими регламентами, людям с инвалидностью необходимо обеспечить возможность вести независимый образ жизни и всесторонне участвовать во всех сферах жизни общества, в том числе беспрепятственно пользоваться транспортными услугами, что и обуславливает актуальность исследований в данной области.

Целью данного исследования является определение направлений совершенствования процесса обслуживания пассажиров в международном аэропорту «Владивосток». В соответствии с данной целью были поставлены задачи исследования:

- проанализировать процесс обслуживания пассажиров с ограниченными возможностями;
- раскрыть методы и средства обеспечения доступности среды;
- провести анализ организации наземного обслуживания пассажиров в контексте обеспечения доступности среды в международном аэропорту «Владивосток» и определить направления его совершенствования.

Объектом исследования в данной работе является процесс обслуживания пассажиров, а ее предметом – направления совершенствования процесса обслуживания пассажиров с ограничениями здоровья.

Как уже отмечалось, доступность среды должна быть обеспечена применительно ко всем объектам инфраструктуры, в том числе и транспортной [1]. Основной зоной обслуживания авиапассажиров с ограниченными возможностями, где в первую очередь должна обеспечиваться доступная среда, является территория аэропорта. Обеспечение доступности среды в аэропорту осуществляется, прежде всего, в соответствии с требованиями законодательных и нормативно-правовых документов. Нормативно-правовая база обеспечения доступности среды аэропорта включает в себя:

- Федеральный закон РФ от 3 мая 2012 г. №46-ФЗ «О ратификации конвенции о правах инвалидов»;
- Федеральный закон РФ от от 30 декабря 2009 г. № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» (в части ст. 3, 6, 12, 30);
- Федеральный закон РФ от 19 марта 1997 г. № 60-ФЗ «Воздушный кодекс РФ» (в части ст. 54 (п.7-9), 106 (п.1), ст. 114 (п.4));
- Постановление Правительства РФ от 1 декабря 2015 г. № 1297 «Об утверждении государственной программы РФ «Доступная среда» на 2011-2020 годы»;
- свод правил СП 140.13330.2012 «Здания и сооружения. Общие положения проектирования с учетом доступности для маломобильных групп населения» с изменением № 1, в частности требований к обеспечению условий доступа инвалидов к объектам.

Анализ нормативных требований к обеспечению доступности среды аэропорта и организации процесса обслуживания показал, что при обслуживании пассажиров с инвалидностью и ограничениями жизнедеятельности с учетом имеющихся потребностей должны предоставляться условия для их беспрепятственного доступа к услугам аэропорта. Специальные услуги, предусмотренные аэропортом, предоставляются пассажиру только с его согласия или по запросу.

В воздушном кодексе *Российской Федерации Статьей 106.1. «Особенности обслуживания пассажиров из числа инвалидов и других лиц с ограничениями жизнедеятельности»* установлены следующие общие требования к обслуживанию пассажиров данной категории [4]:

- встреча маломобильного пассажира у транспорта или на входе в аэровокзал;
- предоставление инвалидного кресла-коляски для передвижения по терминалу и для посадки на борт воздушного судна;
- доставка на борт воздушного судна с помощью кресла-коляски или на специальном автобусе, оборудованном пандусом, либо с помощью амбулаторного лифта;
- предоставление информации об ограничениях при перевозке индивидуальных средств передвижения, используемых пассажирами.

Однако проведенный анализ показал, что специальные требования к доступной среде аэропорта в Воздушном кодексе РФ не сформулированы, что позволяет утверждать, что доступность среды в данном случае обеспечивается общепринятыми методами. Анализ специальной литературы позволил установить основные методы и средства обеспечения доступности среды, которые применительно к аэропорту можно классифицировать следующим образом:

1. Конструктивное устройство зданий и сооружений, обеспечивающее доступность среды.
2. Специальные транспортные технические средства.
3. Специальные средства информационного обеспечения.

В рамках проведенного исследования были выявлены обязательные требования по всем группам методов и средств обеспечения доступности среды и рассмотрены инновации в данной области [2].

Анализ процесса обслуживания маломобильных пассажиров позволил определить зоны обслуживания на территории аэропорта, где должна обеспечиваться доступность среды. К таким зонам могут быть отнесены следующие зоны: привокзальная площадь, здание аэровокзала, перрон, зона посадки на воздушное судно.

С учетом результатов теоретического исследования был выполнен анализ процесса обслуживания маломобильных пассажиров в Международном аэропорту «Владивосток». В ходе наблюдения за процессом наземного обслуживания и интервьюирования сотрудников было выявлено, что АО «Международный аэропорт Владивосток» обеспечивает комфортные условия для всех категорий пассажиров, в том числе авиапассажиров с ограниченными возможностями здоровья (ПОВЗ). Аэропорт активно реализует комплексную программу по созданию безбарьерной среды и предлагает широкий спектр услуг для ПОВЗ [3]. Над расширением спектра сервисов для пассажиров с ограниченной подвижностью работает команда профессионалов – специальный отдел по организации обслуживания маломобильных пассажиров, сотрудники которого сопровождают авиапутешественника от транспортного средства, на котором прибыл пассажир в аэропорт до посадки в воздушное судно и обратно.

Основной целью деятельности дежурного по обслуживанию маломобильных пассажиров является оказание необходимых услуг и создание комфортных условий пребывания в аэропорту Владивосток. Обязанности дежурного по обслуживанию маломобильных пассажиров прописаны в должностной инструкции здравпункта аэровокзального комплекса Владивосток.

Информация о встрече либо о прилете пассажиров с ограничениями здоровья указана в компьютерной системе, поэтому сотрудники могут отслеживать, когда необходимо встретить пассажира и заранее предоставить кресло-коляску, амбулифт, либо машину скорой помощи. Также пассажиры могут связаться с сотрудниками уже непосредственно около аэропорта. На случай, если пассажиры с ограниченными возможностями приезжают в аэропорт, не уведомляя сотрудников о своем прибытии, места парковки оборудованы прямой стационарной связью с комнатой маломобильных пассажиров. Воспользовавшись данной услугой, пассажиры могут позвонить в комнату маломобильных пассажиров, сообщив о своем местонахождении, и через несколько минут их встретит сотрудник аэропорта и сопроводит в терминал.

Проведенный анализ позволил выявить ряд недостатков в организации обслуживания маломобильных пассажиров:

- недостаточное количество подготовленного к работе с ПОВЗ обслуживающего персонала;
- неисправность специального оборудования, в том числе инвалидных колясок.

С учетом классификации методов и средств обеспечения доступности среды и выделенных зон обслуживания был выполнен анализ доступности среды Международного аэропорта «Владивосток» для определения имеющихся несоответствий установленным требованиям. Результаты анализа даны в табл. 1.

Таблица 1

Анализ доступности среды Международного аэропорта «Владивосток»

Группа средств и методов обеспечения доступности среды	Зона обслуживания пассажиров	Выявленные несоответствия
1. Конструктивное устройство зданий и сооружений, обеспечивающее доступность среды	Привокзальная площадь	–
	Здание аэровокзала	Отсутствие откидного пандуса в зоне выдачи багажа
	Перрон	–
	Посадка на борт ВС	–

Группа средств и методов обеспечения доступности среды	Зона обслуживания пассажиров	Выявленные несоответствия
2. Специальные транспортные технические средства	Привокзальная площадь	–
	Здание аэровокзала	Отсутствие мобильного подъемника на лестничных маршах
	Перрон	–
	Посадка на борт ВС	–
3. Средства информационного обеспечения	Привокзальная площадь	–
	Здание аэровокзала	В аэровокзале экраны телемониторов размещены напротив окон, поэтому на поверхности информационных экранов появляются блики, которые затрудняют восприятие информации. Отсутствие тактильной информации на поручнях лестниц с рельефным шрифтом Брайля вдоль путей движения Отсутствие тактильной плитки возле препятствий внутри аэропорта
	Перрон	–
	Посадка на борт ВС	–

На основании анализа полученных данных были даны некоторые рекомендации по совершенствованию процесса обслуживания маломобильных пассажиров и повышению доступности среды Международного аэропорта «Владивосток», основными из которых являются следующие:

- необходимо установить новые средства отображения информации для пассажиров, при которых можно изменять яркость изображения в зависимости от наружного освещения;
- **на поручнях лестниц следует применить** тактильные метки с рельефно-точечным шрифтом Брайля;
- необходимо установить тактильные напольные указатели по основным маршрутам следования;
- **установить откидной пандус в зоне выдачи багажа;**
- оснастить лестничный проем мобильным подъемником;
- следует приобрести новые инвалидные коляски;
- необходимо увеличить количество персонала, подготовленного для работы с людьми с ограничениями здоровья.

Таким образом, результаты проведенного исследования могут быть использованы для внедрения вышеперечисленных мероприятий, которые позволят существенно повысить качество обслуживания пассажиров в аэропорту.

1. Государственная программа «Доступная среда» на 2011 – 2015 гг. [Электронный ресурс]. URL: http://www.novreg.ru/social/dost_sreda.pdf.

2. Осиновская, В.Б. Учебно-методическое пособие по нормативно-правовой базе по проектированию, реконструкции и приспособлению объектов социальной сферы для инвалидов и иных групп МГН / сост.: В.Б.Осиновская. М.: Департамент труда и социальной защиты населения города Москвы, 2016. 244 с.

3. Леонтьева, Е.Г. Доступная среда и универсальный дизайн глазами инвалида: учеб. пособие для студ. вузов / Е.Г. Леонтьева. Екатеринбург, ТАТЛИН, 2013. 128 с.

4. Федеральный закон от 19.03.1997 № 60–ФЗ(ред. от 03.08.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 14.08.2018), Воздушный кодекс Российской Федерации.Глава XV Статья 106.1. «Особенности обслуживания пассажиров из числа инвалидов и других лиц с ограничениями жизнедеятельности» [Электронный ресурс]. URL: [http:// legalacts.ru/kodeks/Vozdushnyi-Kodeks-RF](http://legalacts.ru/kodeks/Vozdushnyi-Kodeks-RF).

ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

В.А. Горбатова

бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.
Находка. Россия*

Материал статьи раскрывает основы формирования системы общественного питания с точки зрения значимости данных услуг и системы их основных функций. Предприятия общественного питания – неотъемлемая часть функционирования экономики в современном мире, в то же время общественное питание способно быть основным элементом продвижения гостиничного бизнеса.

Ключевые слова и словосочетания: общественное питание, гостиничный комплекс, услуги, потребление, продвижение.

FOOD ENTERPRISES AS A FACTOR IN THE ATTRACTIVENESS OF THE HOTEL BUSINESS

The material of the article reveals the basis for the formation of a catering system in terms of the significance of these services and the system of their main functions. Public catering enterprises are an integral part of the functioning of the economy in the modern world, at the same time, public catering can be a major element in the promotion of other activities – entertainment, leisure activities and services for temporary accommodation and accommodation.

Keywords: : public catering, hotel complex, population, services, consumption, promotion.

Вопрос взаимосвязи общественного питания и реализации услуг гостиничного комплекса в современном мире актуален с точки зрения сопоставления данных услуг, совмещения и реализации их в комплексе, что будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности предприятия в целом.

Проблематика данного вопроса заключается в том, что руководство современного предприятия в сфере услуг недостаточно уделяют внимание сопоставлению данным услугам и возможности продвижения данных услуг в комплексе.

Цель статьи – проанализировать возможные варианты совокупного продвижения услуг общественного питания и временного проживания в гостиничном комплексе.

Задачи, позволяющие достичь цели – изучить особенности реализации услуг общественного питания, рассмотреть, как сопоставляются услуги питания и временного проживания.

Новизна отражается в предоставлении направления формирования комплекса услуг «питание – проживание».

В качестве методов исследования использовались: сопоставление, сравнение, контент анализ

Важной особенностью коллективного общественного питания является способность создавать условия, необходимые для соблюдения определенного режима восстановления и отдыха с помощью функций, выполняемых этой отраслью.

В целом эксперты выделяют три взаимозависимые функции сектора общественного питания:

- производство кулинарных изделий;
- продажа кулинарных изделий;
- организация потребления кулинарных изделий.

Производственная функция является оригинальной. Характер и уровень производства, его концентрация и кооперация в общественном питании зависят от объема и структуры производ-

ства, его качества и соответствия потребностям обслуживаемого населения. В этом смысле питание можно рассматривать как отрасль производства.

Основное отличие от других отраслей производства заключается в том, что продукция предприятий общественного питания готова к непосредственному потреблению, не выдерживает длительных периодов хранения и транспортировки и требует срочной реализации. В результате производство продукции в сфере общественного питания и организация ее потребления объединяются во времени и пространстве, т. е. как правило, в одном здании. Предприятия общественного питания напрямую связаны с потребителями своей продукции [1, с. 57].

Содержание производственных функций в контексте определенных видов производства глубоко дифференцировано. В процессе производства компании в этой отрасли создают продукты, стоимость которых отличается от стоимости продуктов, используемых в качестве сырья. Таким образом, в процессе производства в компаниях создается новый продукт. Готовые продукты приходят к реализации с новыми потребительскими свойствами и дополнительными затратами. Необходимое условие для соединения непрерывного взаимодействия процесса производства, обмена и потребления в рамках комплексной деятельности предприятий общественного питания является реализацией коммерческой функции (функции реализации), которая подразумевает обмен продукции на деньги.

Оборот товаров в сфере общественного питания проявляется в смене форм стоимости и владельца продуктов. Произведенная продукция обменивается на денежные доходы населения и вводится в личную собственность, вступая в последний этап движения продукта – сферу потребления.

Коммерческая функция развивается под влиянием ряда факторов: содержание и объем этой функции варьируются в зависимости от населения, пользующегося услугами общественного питания; качество его реализации зависит от расширения прогрессивных форм обслуживания клиентов и улучшение качества услуг [5, стр. 308].

Через систему общественного питания население продает значительную часть продуктов питания, большая часть которых перерабатывается в готовые продукты питания. При продаже кулинарных изделий и товаров, приобретенных у потребителей, происходит процесс обмена товаров на денежные поступления от населения. В результате основными показателями, характеризующими эволюцию коллективного питания, являются объем и динамика товарооборота в розничной торговле.

Таким образом, производственная функция является необходимой предпосылкой для функции восстановления, а коммерческая функция характеризуется изменением формы стоимости в терминах товарно-денежных отношений.

Услуги по организации досуга обеспечивают населению рациональное проведение свободного времени. Происходит слияние предприятий общественного питания с развлекательными, торговыми, спортивными учреждениями, в которых сочетаются услуги розничной торговли, общественного питания, оказывается широкий спектр бытовых и культурных услуг [2, с. 187].

Предприятия общественного питания стремятся привлечь потребителей развлекательными программами, трансляцией спортивных матчей, соревнований, художественных фильмов, фэшн-показов, проведением акций, конкурсов, праздничных, тематических мероприятий. Организация досуга является важным фактором в привлечении новых потребителей.

В настоящее время функция организации досуга присуща практически всем типам предприятий общественного питания.

С точки зрения оценки гостиничного бизнеса и сферы общественного питания, важно понимать, что данные сферы тесно взаимосвязаны друг с другом. Гостиничный бизнес подразумевает предоставление услуг временного размещения и проживания, что подразумевает желание посетителя приобрести дополнительную услугу – питание. Сегодня многие гостиничные комплексы предоставляют услуги питания своим посетителям самостоятельно, то есть на базе действующего гостиничного комплекса размещается дополнительное структурное подразделение, которое реализует предоставление услуг общественного питания. Гораздо реже можно встретить предприятия в сфере гостиничного бизнеса, предоставляющего территорию в аренду для того, чтобы иная организация в сфере общественного питания реализовала данные услуги [4, с. 98].

Сегодня актуально рассматривать вопрос предоставления услуг питания как основу развития гостиничного бизнеса и данный факт подразумевает, что предприятия в сфере обществен-

ного питания, привлекая посетителей и клиентов достаточно эффективно могут предлагать и продвигать свои услуги в сфере временного проживания.

Ярким примером сегодня является предоставление номера со скидкой в подарок молодоженам, которые отмечают день бракосочетания в ресторане того или иного гостиничного комплекса.

Данные направления и предложения могут быть использованы не только в рамках проведения свадебных банкетов, важно продумать маркетинговые ходы и обозначить их на рынке услуг. При этом важным элементом будет тот факт, что при приобретении услуг общественного питания, в комплексе предоставляется и иная услуга.

Учитывая рыночные изменения в развитии общественного питания, важно отметить, что общественное питание как отрасль национального хозяйства, специфический вид экономической деятельности по удовлетворению потребностей населения в сфере внедомашнего питания и организации досуга путем производства, реализации и организации потребления продукции собственного производства и покупных товаров, оказания разнообразных услуг населению с целью получения прибыли.

В то же время сфера общественного питания сегодня выступает как основа развития и продвижения гостиничных услуг, при условии, что общественное питание организовано на территории гостиничного комплекса, а маркетинговая политика гостиничного комплекса неотделима от маркетинговой политики предприятия общественного питания.

1. Лойко, О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие / О.Т. Лойко. Томск: Изд-во ТПУ, 2017. 157 с.

2. Мусакин, А.А. Малый отель: С чего начать, как преуспеть: советы владельцам и управляющим / А.А. Мусакин. СПб.и др.: Питер, 2018. 317 с.

3. Исследования рынков [Электронный ресурс] / URL: <<http://marketing.rbc.ru/articles/18/12/2012/562949985355462.shtml> (дата обращения 02.04.19)

4. Салманова, И.П. Особенности формирования и развития социальных гостиниц: диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.05 / И.П. Салманова. М., 2015.171 с.

5. Федоров, Р.Г. Гостиничный бизнес как составляющая современной индустрии туризма / Р.Г. Федоров // Молодой ученый. 2014. №4. С. 307-311. URL <https://moluch.ru/archive/51/6687/> (дата обращения: 07.04.2019).

Рубрика: Экономика и управление народным хозяйством

УДК 656.072.6

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ НЕАВИАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АЭРОПОРТА

А.С. Кириллов

бакалавр

И.А. Слесарчук

доцент, канд. техн. наук, кафедра дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В настоящее время согласно общемировой тенденции большую долю доходов (до 60% от общих доходов) аэропорты получают от неавиационной деятельности. Статья посвящена исследованию влияния внешних и внутренних факторов на развитие неавиационной деятельности аэропорта. Установленные зависимости позволяют обоснованно формировать ассортимент неавиационных услуг на территории аэропорта.

Ключевые слова и словосочетания неавиационная деятельность, бизнес в аэропорту, диверсификация, концессионная торговля.

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF NON-AVIATION AIRPORT ACTIVITIES

Currently, according to the global trend, airports receive a larger share of revenues (up to 60% of total revenues) from non-aviation activities. The article is devoted to the study of the influence of external and internal factors on the development of non-aviation activity of the airport. The established dependencies will allow us to reasonably form a range of non-aviation services at the airport.

Keywords: *non-aviation activity, business at the airport, diversification, concession trade.*

Анализ общемировых тенденций развития неавиационной деятельности аэропорта показал, что аэропорты основную долю доходов могут получать от неавиационной деятельности. Ведущие зарубежные аэропорты на данный момент достигают показателя доходов от неавиационной деятельности 60% от общих доходов. В России, за исключением ведущих аэропортов, неавиационная деятельность не настолько широко развита. Особенно характерно отставание для региональных аэропортов. Многие аэропорты уже пришли к пониманию необходимости развития неавиационной деятельности, однако осуществляют они этот процесс спонтанно, ориентируясь только на экономическую выгоду, не учитывая другие факторы. В связи с этим, целью работы является исследование факторов, влияющих на развитие неавиационной деятельности. Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- Изучить неавиационную деятельность аэропорта как объект исследования;
- Провести анализ неавиационной деятельности российских и зарубежных аэропортов;
- На основе полученных данных выявить основные факторы, влияющие на развитие неавиационной деятельности различных аэропортов.

Неавиационная деятельность аэропорта – это деятельность по развитию наземных услуг, предоставляемых пассажирам на территории аэропортов, как внутри терминала аэропорта, так и за его пределами. С одной стороны, неавиационная деятельность аэропорта способствует максимизации прибыли, с другой стороны, развитая коммерческая инфраструктура повышает качество аэропорта и уровень удовлетворённости клиентов. Таким образом, неавиационная деятельность – это непрофильная деятельность аэропорта, позволяющая улучшить качество обслуживания, максимизировать прибыль и вывести аэропорт на новый уровень. Согласно документу ИКАО [1] неавиационная деятельность аэропорта включает следующие виды:

- торговую инфраструктуру аэропорта;
- объекты первой необходимости (медпункты, химчистки и т.д.);
- услуги хранения, перемещения багажа;
- средства размещения;
- зоны комфортного ожидания;
- развлекательная инфраструктура аэропорта.

Данный перечень отражает стандартный набор неавиационных услуг, характерных для крупных аэропортов. Анализ неавиационной деятельности российских и зарубежных аэропортов показал, что данный перечень услуг может меняться в зависимости от воздействия различных факторов.

Анализ неавиационной деятельности ведущих мировых аэропортов показал, что для всех крупных транспортных узлов характерен расширенный набор стандартных услуг, обусловленный большим пассажиропотоком и транзитным трафиком. Наряду с этим, при анализе неавиационной деятельности южно-корейского аэропорта Инчхон [2] и сингапурского аэропорта Чанги [3] было выявлено значительное влияние территориального фактора. Сеул, Южная Корея и Сингапур являются популярными туристическими направлениями, а также промежуточными пунктами к другим туристическим направлениям. Вследствие этого, среди общего пассажиропотока крупную долю занимают туристы. Таким образом, на территории данных аэропортов располагается большое количество объектов развлекательной инфраструктуры, нацеленных на туристов. К данным объектам относятся:

- полноценные сады в аэропортах;
- экскурсии по окрестностям для транзитных пассажиров
- множество тематических игровых зон для детей разного возраста;
- бассейны;
- казино.

Для подтверждения значимости территориального фактора, был проведён анализ неавиационной деятельности Мюнхенского аэропорта имени Штрауса [4]. Мюнхен является территорией с высокой деловой активностью. Такая специфика отразилась и на неавиационной деятельности мюнхенского аэропорта. Неавиационная инфраструктура данного аэропорта включает большое количество бизнес-центров, залов для переговоров и приёма делегаций. Также рядом с аэропортом располагается значительное число гостиниц с множеством конференц-залов. Таким образом, отчётливо прослеживается влияние территориальной специфики на формирование ассортимента неавиационных услуг.

Анализ ведущих российских аэропортов [5–7] показал, что они идут по пути расширения базового перечня неавиационных услуг, что обусловлено большим пассажиропотоком, вследствие значимости аэропортов как объектов транспортной инфраструктуры. Также на территории московских аэропортов Шереметьево и Домодедово, вследствие удалённости от населённых пунктов и загруженности дорог, располагается большое количество гостиниц. Таким образом, выявлены наиболее значимые факторы, влияющие на формирование неавиационной деятельности данных аэропортов:

- значимость аэропорта как транзитного узла;
- пассажиропоток;
- загруженность столичных дорог и удалённость от населённых пунктов;
- большое количество посетителей;
- плотный трафик на прилёт/вылет.

Российские аэропорты могут успешно использовать территориальный фактор. Ярким примером служит аэропорт Пулково, г. Санкт-Петербург. Поскольку Санкт-Петербург является культурной столицей России, на территории которой расположено множество значимых памятников архитектуры, а в свою очередь, аэропорт Пулково является транзитным узлом, администрация аэропорта создаёт характерную для данной территории услугу. Аэропорт Пулково совместно с компанией НТК Интурист предлагает транзитным пассажирам познакомиться с Северной столицей во время трёхчасовой обзорной автобусной экскурсии по городу. В ходе экскурсии у клиента есть возможность за короткий промежуток времени увидеть достопримечательности, расположенные в разных районах города, независимо от погодных условий.

Анализ неавиационной деятельности региональных аэропортов выявил, что данные аэропорты внедряют стандартный набор неавиационных услуг, ориентируясь в основном на пассажиропоток. В отдельных случаях на территории аэропорта может продаваться знаковая для данного региона продукция. Один из примеров – Международный аэропорт Владивосток [8]. Приморский край имеет ярко выраженный имидж морской территории. Наряду с этим, данный аэропорт является международным, среди пассажиропотока которого наблюдается значительное количество туристов. Этим обусловлено то обстоятельство, что на территории Владивостокского аэропорта функционирует характерный для данного региона магазин морепродуктов «Рыбный островок». Подводя итог, можно сделать вывод, что на развитие неавиационной деятельности АО «Международный аэропорт Владивосток» оказывают влияние следующие наиболее значимые факторы:

- региональный характер аэропорта;
- наличие сети международных отправок;
- значительное расстояние до населённого пункта;
- территория имеет ярко-выраженный бренд;
- незначительный транзитный трафик.

Таким образом, с помощью проведённого анализа мировой практики развития неавиационной деятельности аэропорта удалось выделить основные внутренние и внешние факторы, определяющие вектор развития неавиационной деятельности аэропорта. Внешние факторы – те факторы, которые администрация аэропорта не в силах контролировать. Это связано с влиянием различных факторов глобального масштаба: международных (международные конференции, выставки, мероприятия разных категорий), политических (политическая ситуация в стране и мире, стабильность правительства, степень общественного недовольства, оппозиционные структуры), экономических (доступ к ресурсам, процентные ставки, рыночные отношения, конкурентоспособность), социально-демографических (качество жизни, рост населения, уровень образования, мобильность, тенденции изменения уровня жизни населения), правовых (изучение закона, знание прав и свобод), экологических, природных (оценка ресурсов, отношение к общим запасам, дефицитность ресурсов на рынке), научно-технических (новое оборудо-

вание, инновации), культурных факторов (уровень образования население, развитие культурное, театры, кино, туризм). На внутренние факторы администрация аэропорта может оказывать влияние.

Результаты исследования по выявлению факторов, способных оказать влияние на развитие неавиационной деятельности аэропорта, представлены на рис. 1.

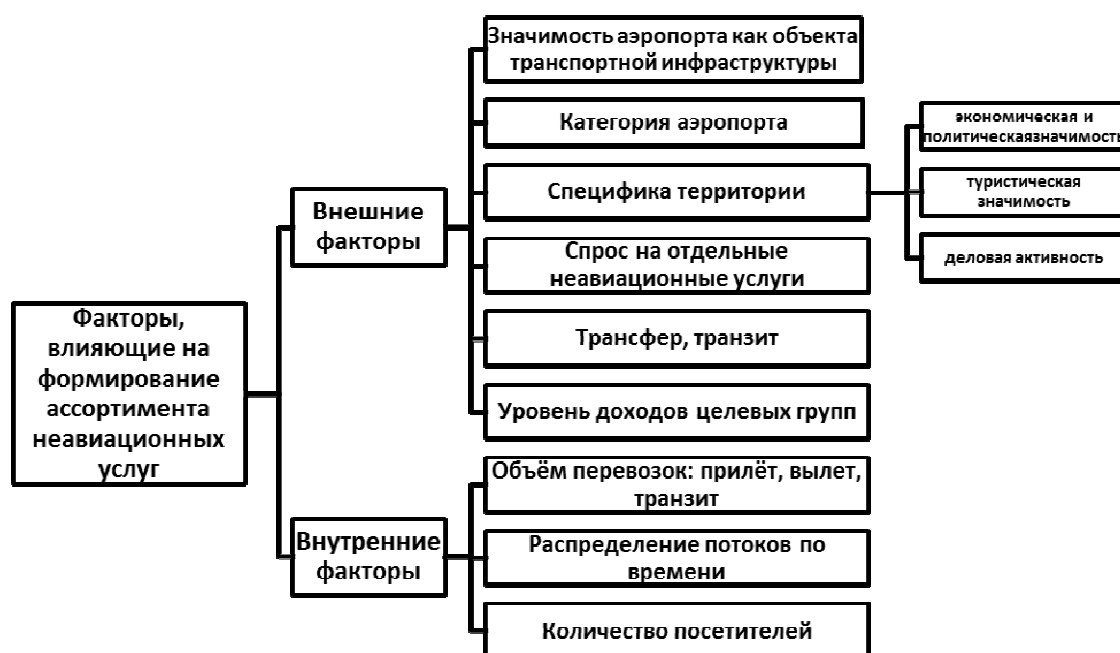


Рис. 1. Факторы, влияющие на развитие неавиационной деятельности аэропорта

Полученные в работе результаты могут быть в дальнейшем использованы конкретными аэропортами для более обоснованного выбора ассортимента неавиационных услуг.

1. Doc 9562. Руководство по экономике аэропортов. Международная организация гражданской авиации. – ИКАО 2013.
2. Singapore airlines [Электронный ресурс]// singaporeair. URL: https://www.singaporeair.com/ru_RU/ru/flying-withus/before-the-flight/changi-airport/
3. Аэропорт Инчхон [Электронный ресурс]// /incheon.aeroport. URL: <https://incheon.aeroport.website>
4. Международный аэропорт Мюнхена [Электронный ресурс]// munich-airport. URL: <http://munich-airport.ru>
5. Международный аэропорт Шереметьево [Электронный ресурс]// svo.aero. URL: <https://www.svo.aero/ru/main>
6. Домодедово международный московский аэропорт [Электронный ресурс]// dme.ru. URL: <https://www.dme.ru/airportguide/special/prm/>
7. Аэропорт Пулково Санкт-Петербург [Электронный ресурс]// pulkovoairport.ru. URL: <https://pulkovoairport.ru>
8. Владивосток международный аэропорт [Электронный ресурс]// vvo.aero. URL: <http://vvo.aero>

Рубрика: Туризм

УДК 379.85

РАЗВИТИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ ПОСРЕДСТВОМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ НАЗЕМНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

А.А. Максяшина, Е.О. Кондратюк, Г.А. Петрова

бакалавры

И.Н. Толстых

канд. ист. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Дальний Восток России имеет огромные возможности для того, чтобы появиться на карте мира как один из ключевых круизных регионов. Чтобы Владивосток стал центром приема круизных лайнеров, путешествующих по всему миру с тысячами туристов на борту, городу необходимо обратить внимание на организацию наземного обслуживания.

Ключевые слова и словосочетания: наземное обслуживание, система, круизный туризм..

DEVELOPMENT OF CRUISE TOURISM IN PRIMORSKY KRAI THROUGH IMPROVEMENT OF GROUND HANDLING SYSTEM

The far East of Russia has great opportunities to appear on the world map as one of the key cruise regions. In order for Vladivostok to become a center for receiving cruise ships traveling around the world with thousands of tourists on Board, the city needs to pay attention to the organization of ground services.

Keywords: ground handling, system, cruise tourism.

Введение. Современный период развития туристского рынка характеризуется возрастанием значимости водного туризма. Тематика статьи определена исходя из значимости и популярности морского круизного туризма на рынке мировых туристских услуг. Рассматривая морской туризм в контексте методологического исследования, многими авторами отмечается достаточно большое количество форм и видов этого понятия, среди которых особенно ярко выделяется морской круизный туризм. Данный вид морского туризма показывает высокую динамику развития на туристских рынках большинства стран с развитыми внутренними водными системами, в том числе и России [5]. Проводимые ежегодно исследования мнений экспонентов и посетителей международной выставки Владивостокского Тихоокеанского туристского форума подтверждают высокую востребованность круизных туров с возможностью посещения двух–трех стран, включая Дальний Восток России.

В связи с быстрыми темпами развития круизного туризма на рынке мировых туристских услуг в научной литературе проанализированы различные подходы, методология, организация, тенденции и т.д. Так, Н. Ястржембская Н.В. Андропова, С.Г. Нездойминова, Р.В. Чударева, С.П. Шпилко раскрывают понятие «круизный туризм», как получение услуги на корабле, при этом в исследованиях не учитывается возможность предоставления туристских услуг круизным пассажирам в порту захода. Для того чтобы улучшить ситуацию в развитии круизного туризма на Дальнем Востоке, необходимо внести изменения в работу предприятий туристического направления и государственных представителей туризма.

Актуальность исследования состоит в возрастающем интересе к городу Владивосток, как круизной дестинации в связи с тем, что идет увеличение судозаходов и турпотока, а также совершенствование инфраструктуры для развития этой отрасли. В связи с этим обусловлена необходимость тщательного изучения круизного туризма, как отдельного вида туризма, для разработки методов по улучшению состояния круизной индустрии и продвижению Дальнего Востока, как круизного центра нашей страны, так как данному региону открыты большие возмож-

ности, благодаря географическому положению, что способствует укреплению связей со странами АТР, развитию экономики и увеличению роста туристских прибытий.

Таким образом, принципиальная новизна – это развитие обслуживания круизных туристов в порту захода, составление пакета туруслуг в условиях рыночной экономики – необходимость расширения форм и методов работы, совершенствование технологий наземного обслуживания.

Цель работы является на основе исследования теоретического и практического материала выявить недостатки в программе круизного обслуживания в порту принимающей страны и наметить рекомендации по совершенствованию программы для круизных пассажиров на территории Приморского края.

Для достижения данной цели были поставлены задачи:

- изучить круизный туризм как специальный вид туризма;
- дать характеристику современного состояния морского туризма в Приморском крае и г. Владивостоке;
- определить место и значение наземного обслуживания круизных пассажиров;
- предложить рекомендации по развитию круизного туризма и увеличению роста туристских прибытий.

Объектом исследования является въездной круизный туризм в Приморском крае.

Предметом исследования является обслуживание круизных туристов в порту судозаходов.

Методы исследования, используемые в работе: анализ научной и методической литературы, метод обобщений, графические методы, методы стратегического прогнозирования.

Круизный туризм стал одним из самых динамичных секторов туристической индустрии. Например, по данным за 2000 и 2015 годы круизные путешествия совершили 12 млн туристов и 21,7 млн туристов соответственно. Подавляющее большинство круизных туристов дает Северная Америка, в основном, в США – 61%. Доля Европы снизилась до 22%, на все остальные регионы приходится лишь 17%. Одним из молодых и быстрорастущих рынков круизного туризма является Япония и другие страны [3].

На рисунке 1 можно увидеть диаграмму распределения круизных пассажиропотоков в процентном соотношении [7].

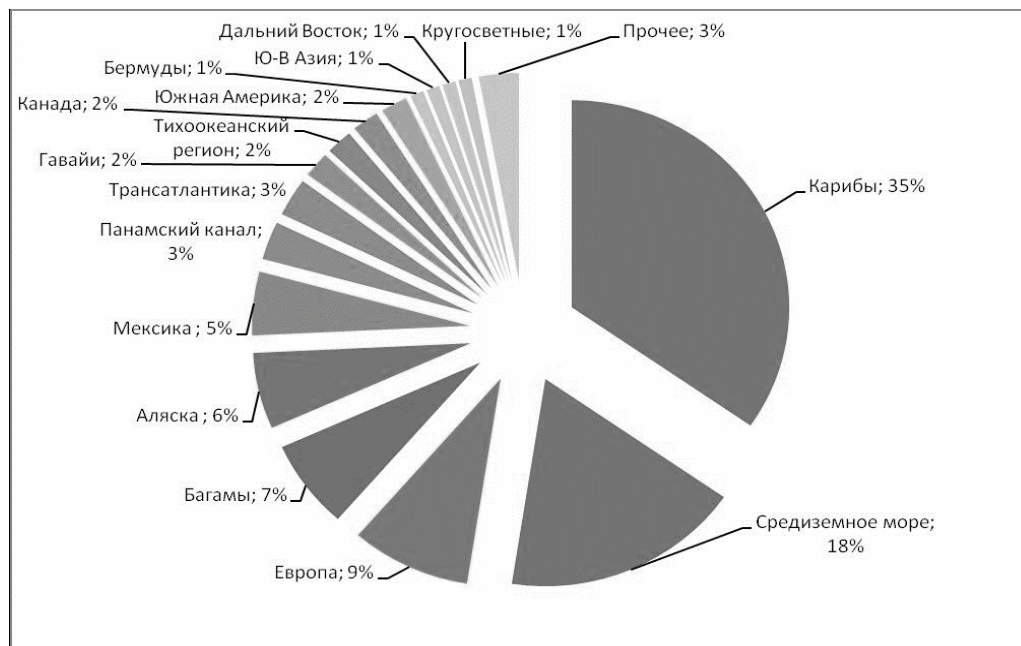


Рис. 1. Географическое распределение круизного пассажиропотока
Разработано автором по [7]

Приморский край имеет самые высокие перспективы по развитию туризма среди субъектов Дальневосточный федеральный округа. Столица Приморского края обладает наиболее благоприятными на Дальнем Востоке России природно-климатическими условиями, территориями и окружающими его акваториями, которые обладают огромным потенциалом для развития морского туризма.

Вступивший в силу от 12 октября 2015 г. Федеральный закон «О свободном порте Владивосток», предоставляет дополнительные возможности для развития круизного туризма на территории ДФО. Согласно закону, на территории порта действует 8-дневный упрощенный визовый въезд в Российскую Федерацию и нахождение в любых регионах страны в течение 8 дней.

Главное направление развития морского туризма специалисты связывают с развитием его круизной отрасли. Круизный потенциал Владивостока оценивается намного выше того, который существует в настоящее время: город находится в АТР, где круизный туризм развивается колоссальными темпами. Считается, что приморскую столицу могут посещать более 100 круизных судов в год. Однако на данный момент, хоть и совершают заходы во Владивосток крупные круизные лайнеры, например, «Costa Fortuna», «Amadea», «Zaandam», «Dawn Princess», «Pacific Venus», «Legend of the Seas», «Diamond Princess», их бывает не более 6-15 в год. По словам директора департамента туризма Приморского края Константина Шестакова во время брифинга, посвященного подготовке к четвертому Тихоокеанскому туристическому форуму, в 2018 году запланировано 25 заходов круизных лайнеров во Владивосток [4].

Статистика судозаходов в Приморский край за последние три года представлена на рис. 2.



Рис. 2. Количественная статистика судозаходов 2016-2018 года [2]
Разработано автором по [2]

Таким образом, мы видим, что количество судозаходов в Приморский край не превышает пятнадцати в год, несмотря на намеченные планы. Также следует отметить, что несмотря на малоизменённый количественный показатель заходов круизных лайнеров, количественный показатель туристов изменился практически вдвое. Если на момент 2016 года, город Владивосток принял 6 круизных лайнеров, и количество туристов составляло 5979 пассажиров, то в 2018 году приморье приняло также 6 круизных лайнеров, но количество пассажиров на нем насчитывает 13487.

В последнее время на действующих азиатских маршрутных линиях наблюдается перераспределение географии туристского трафика, и сейчас основные страны – участницы круизного сегмента туристской отрасли АТР – Республика Корея, Япония и Китай – ищут новые идеи, как разнообразить рынок. И в этом смысле Приморский край партнерам очень интересен.

Все вышесказанное дает нам возможность сделать следующие выводы: во-первых, интерес к столице Приморского края увеличился, и, во-вторых, в Приморский край стали заходить круизные лайнеры с большей пассажировместимостью. Представленные показатели доказывают то, что круизная индустрия развивается беспрецедентными темпами роста.

Основой формирования круизного туристского продукта служит удовлетворение основных потребностей туриста в комфортном и приятном отдыхе [6]. Безусловной привлекательностью для пассажиров круизных лайнеров является то, что у них появляется возможность безвизового посещения нескольких территорий иностранных государств, знакомство с их культурой, посещением мест рекреации. Все это обуславливается уникальной формой круизного туризма. В отношении дестинаций (порта посещения) круизные пассажиры туристами не считаются. Они пользуются возможностью статуса транзитных посетителей и без визы находятся на берегу не более 72 часов. При сходе на берег в экскурсионных целях в транзитном порту пассажир круизного судна получает талон или специальный пропуск (landing card), выдаваемый службой пограничного контроля в обмен на паспорт [1].

Морской туризм как индустрия, относящаяся к сфере услуг, переплетается с экскурсионным обслуживанием. Но в научной литературе отсутствуют работы, направленные на систему наземного обслуживания. Проведение комплекса услуг на берегу порта, принимающей страны является непосредственной частью круизного обслуживания, но в научно-методической литературе практически отсутствуют работы, направленные на изучение данного сегмента обслуживания в круизной туризме, отсутствует анализ особенностей предоставления наземных туристских услуг, отсутствует сама система наземного обслуживания. Отсутствуют также указания и рекомендации по улучшению ситуации в развитии круизного туризма на Дальнем Востоке в работе предприятий туристического направления и государственных представителей туризма.

Наземное обслуживание должно формироваться, как единая система, объединяющая сферу обслуживания туристического сервиса. Сервисная часть наземного обслуживания должна строиться на основе трехэтапной системы, включающей: организационный этап, выход на сушу и оказание услуги. Грамотная организация улучшит комфортность пребывания круизных туристов, что в свою очередь создаст предпосылки для увеличения роста туристских прибытий.

Для того, чтобы эффективно управлять процессом наземного обслуживания круизных туристов мы предлагаем взять во внимание систему, изображенную на рис. 3.

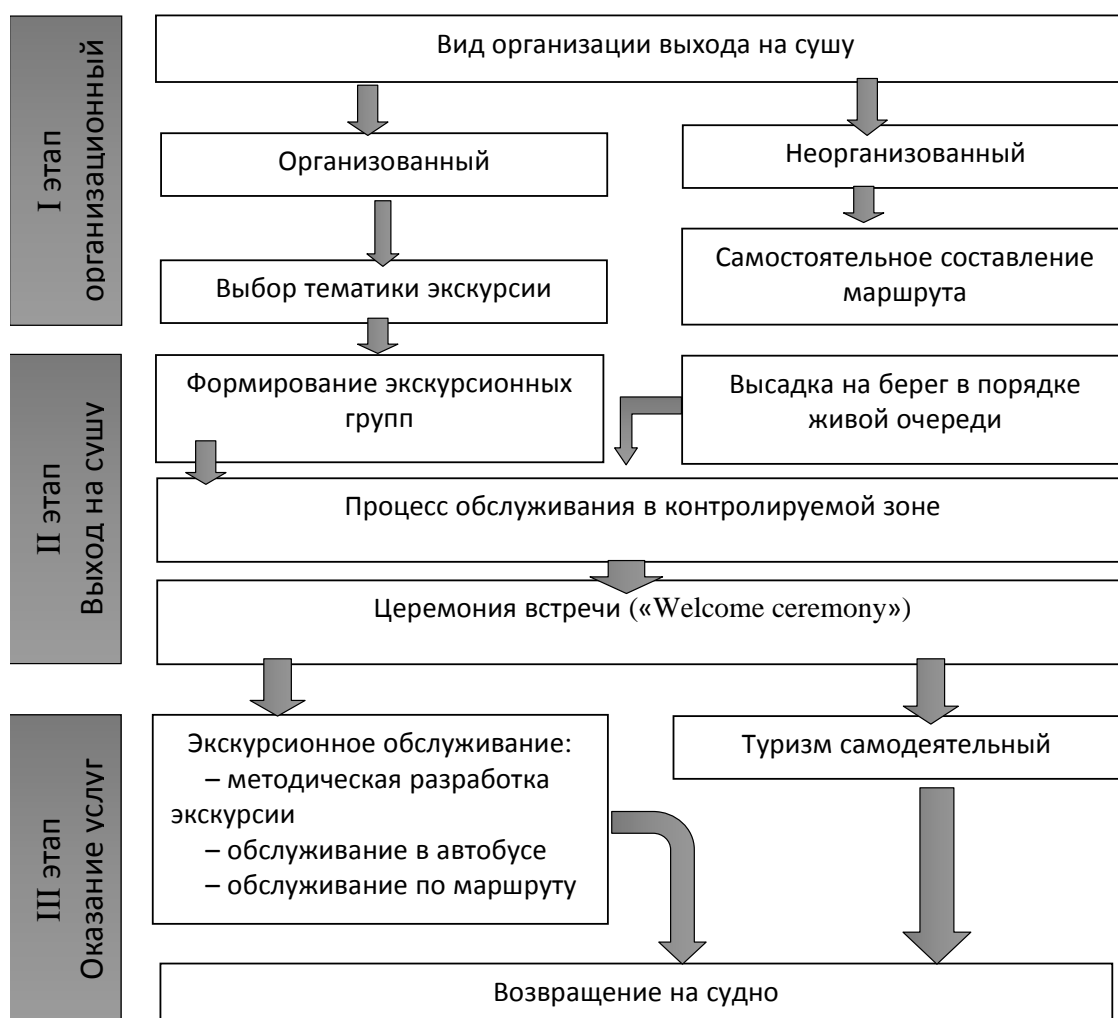


Рис. 3. Система наземного обслуживания круизных туристов.
Разработано автором

К недостаткам системы организации наземного обслуживания можно отнести следующие блоки:

- отсутствует систематизированный портал с единой информацией о туристических услугах, оказываемых на территории страны, принимающего порта;
- процесс обслуживания в контролируемой зоне;
- экскурсионное обслуживание.

Круизные туристы, как правило, являются иностранцами, поэтому экскурсию для них проводят специалисты в области иностранного языка. Переводчики не знают особенностей и тонкости проведения экскурсий, что нарушает или препятствует лучшей усвояемости материала.

Особое значение в свете недостатком системы организации наземного обслуживания приобретает подготовка квалифицированных кадров при обслуживании туристов, их аттестация, а также разработка рекомендаций по приему круизных туристов. Это усовершенствование может стать отправной точкой для популяризации путешествий и отдыха на морских судах и продвижения круизного туризма на общем рынке туристских услуг. Разработка услуги по наземному обслуживанию круизных туристов поможет не только создать положительный имидж туристско-рекреационной территории с морской специализацией, но также удовлетворить потребностям туристов в качественном отдыхе, способствовать увеличению числа захода круизных лайнеров в портовые города.

Подготовка кадров при организации наземного обслуживания морских круизных туристов положительно скажется на имидже территории и увеличении роста туристских прибытий в порт захода круизного судна.

Также существует необходимость создания систематизированного портала о туристических услугах, оказываемых на территории страны, принимающего порта. Это позволит продвигать водный туризм, как на внутреннем, так и на международном рынке туристских услуг. Для продвижения круизного туристического кластера Дальнего Востока это самое эффективное маркетинговое решение. Туристы с лёгкостью смогут получить всю необходимую информацию. Благодаря созданию данного портала планируется увеличение турпотока, что будет способствовать значительным поступлениям в бюджет Владивостока и Дальнего востока в целом.

Таким образом, круизный туризм является одним из наиболее быстро развивающихся видов туризма в Северо-Восточной Азии. С присвоением городу статуса свободного порта существенно возрос поток туристов в Приморский край из сопредельных государств. Принимая международные круизные суда, Владивосток должен доказать свою способность обслуживать круизные лайнеры на высоком профессиональном уровне. Кроме того, город должен предложить в достаточном объеме качественный экскурсионный продукт. Приморский край все чаще попадает в фокус внимания зарубежных круизных операторов как одно из новых и очень перспективных направлений для расширения макрорегиональной маршрутной сетки.

1. Азар, В.И. Экономика и организация туризма: методол.вопросы / В.И. Азар. М.: Экономика, 1972. 184 с.

2. Ефремова, Е.С. Продвижение Санкт-Петербурга на международном рынке круизного туризма / Е.С. Ефремова, А.М. Малышев // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, техно-логии. № 4 (26). 2015. С. 21-24

3. Исмаев, Д.К. Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг: учеб. пособие / Д.К.Исмаев. СПб.: "Питер", 2012. 170 с.

4. Круизный туризм в Приморье: от приема лайнеров до открытия собственных маршрутных линий. Аналитика [Электронный ресурс] //Официальный сайт Администрации Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края. URL: <https://www.primorsky.ru/news/137892/>

5. Нездойминов С.Г. Морской круизный туризм в контексте регионального развития [Электронный ресурс] // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. №3 (43). URL: <http://eee-region.ru/article/4304/>

6. Никифорова, Г.А. Методологические основы идентификации понятия наземного обслуживания морских круизных туристов. [Электронный ресурс] / Г.А. Никифорова, Д.А.Гусева, Г.А. Гомилевская // Нучная элетронная библиотека «КиберЛенинка», 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-osnovy-identifikatsii-ponyatiya-nazemnogo-obsluzhivaniya-morskih-kruiznyh-turistov>

7. Переверзев А.В. Организационно-экономические аспекты управления развитием морского круизного флота России: дис. ... канд. экон. наук / А.В.Переверзев // .М., 2016. С.27

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТРЕБОВАНИЙ К АВИАЦИОННЫМ СПЕЦИАЛИСТАМ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ ВОЗДУШНЫХ СУДОВ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ И МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ

Т.Д. Родина

бакалавр

Е.А. Розанова

канд. техн. наук, доцент кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время осуществляется модернизация отечественной системы подготовки авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов. Данный процесс вызван жизненной необходимостью. При этом наблюдается незавершенность гармонизации с международными требованиями. В статье рассматриваются решения, которые при условии внедрения в образовательный процесс, повысят качество подготовки авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов и обеспечат соответствие мировой практике.

Ключевые слова и словосочетания сетевая форма реализации образовательных программ, эффективность работы авиапредприятий мира, система управления безопасностью полетов, техническое обслуживание и ремонт, воздушное судно, гармонизация, международные требования.

COMPARATIVE ANALYSIS OF REQUIREMENTS FOR AVIATION SPECIALISTS IN AIRCRAFT MAINTENANCE AT THE DOMESTIC AND INTERNATIONAL LEVEL

The relevance of the research topic is due to the fact that the modernization of the domestic system of training aviation specialists in aircraft maintenance is being carried out. This process is a vital necessity. At the same time, there is incomplete harmonization with international requirements. The article discusses solutions that, if implemented in the educational process, will improve the quality of training aviation specialists in aircraft maintenance and ensure compliance with international practice.

Keywords: network form of educational programs, the effectiveness of the world's airlines, flight safety management system, maintenance and repair, aircraft, harmonization, international requirements.

Анализ данных отчетов Международной организации гражданской авиации (ИКАО), показал, что существует устойчивая тенденция роста перевозки грузов и пассажиров авиационным транспортом. Так, в 2018 году российскими авиакомпаниями было перевезено свыше 116 млн. пассажиров (рост по сравнению с 2017-м годом составил 10,6%) [1, с.2-7]. При том, что по прогнозам Boeing, Airbus и Embraer рост пассажирооборота в период с 2010 по 2029 год не должен был превысить 5,3% в год. В таблице 1 приведен прогноз потребности российских авиакомпаний в поставках воздушных судов, рассчитанный в рамках Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года [2].

Формально российский парк судов гражданской авиации включает почти 60% отечественных самолетов, но выполняют они менее 40% от общего объема перевозок.

Несмотря на субсидирование со стороны государства, не удаётся решить проблему отставания отечественной авиатехники от зарубежной (и по технико-экономическим показателям, и по системе послепродажного обслуживания) [3, с.4]. Зарубежный рынок самолетостроения уже предлагает решения с применением зеленых технологий, демонстрирует прогресс в сфере микроэлектроники и цифровых технологий. Вследствие физического и морального устаревания находящихся в составе российского гражданского флота воздушных судов потребуются их замена.

Потребность российских авиакомпаний в поставках воздушных судов гражданской авиации

Категория воздушных судов	Итого	В том числе по временным этапам Транспортной стратегии	
		2010–2015 гг.	2016–2030 гг.
Магистральные пассажирские самолеты	1600	400	1200
Региональные пассажирские самолеты	878	278	600
Грузовые самолеты	415	65	350

Поэтому стратегически важным вопросом развития отечественной гражданской авиации является обновление парка воздушных судов конкурентоспособной авиатехникой, оснащенной современной авионикой.

Приоритетной задачей по обеспечению эффективной и устойчивой работы в области воздушного транспорта и организации воздушного движения может быть признана разработка и утверждение программ подготовки авиационного персонала и укрепление материальной базы авиационных учебных заведений. Для обслуживания таких воздушных судов потребуются авиационные специалисты по обслуживанию воздушных судов, прошедшие обучение в соответствии с международными требованиями. В статье предлагается анализ программ подготовки с учётом гармонизации отечественных требований к персоналу с международными требованиями.

Научная новизна результатов исследования заключается в следующем:

- выполнен сравнительный анализ требований к авиационным специалистам по обслуживанию воздушных судов на отечественном и международном уровне.
- выявлены проблемные аспекты системы подготовки авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов.
- предложены и обоснованы подходы к повышению эффективности действующей на данный момент системы подготовки авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов.

Целью представленного исследования является анализ требований к авиационным специалистам по обслуживанию воздушных судов на отечественном и международном уровне.

Для достижения цели поставлены следующие задачи исследования:

- 1) выявить особенности обучения по обслуживанию отечественных воздушных судов;
- 2) выявить особенности обучения по обслуживанию иностранных воздушных судов;
- 3) определить уровень разобщенности систем обучения по обслуживанию воздушных судов;
- 4) предложить мероприятия по сокращению выявленных проблем.

Гипотеза исследования: система обучения авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов должна быть гармонизирована с зарубежными аналогами.

Проблема подготовки авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов с учетом гармонизации отечественных требований к персоналу с международными требованиями в настоящее время требует особого внимания руководства авиационной отрасли.

Для выявления проблем действующей системы обучения авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов был использован метод экспертного анализа.

В процессе исследования рассмотрены: порядок сбора первичной информации; обработка собранной информации; календарный план исследовательских мероприятий; проведение экспертного анализа; обработка экспертных оценок.

Результаты сравнения российского опыта образовательной системы и европейской показаны в форме конкурентного анализа. Ключевыми критериями для сравнения выступали:

- возможность индивидуального (или самостоятельного) обучения;
- наличие системы качества обучения;
- сформированный комплексный аудит системы обучения;
- квалификационный подход;
- получение сертификата установленного образца, признаваемого на территории стран ЕС.

При оценке конкурентоспособности систем обучения кроме параметров качества учитывались коэффициенты значимости рассматриваемых параметров. Расчёт данных коэффициентов выполнялся методом расстановки приоритетов. Интегральный показатель конкурентоспособности (по качественным характеристикам) приведен в табл. 2. Используются следующие обозначения: a – вес параметра (коэффициент значимости), P_i – величина i -го параметра для анализируемого объекта.

Таблица 2

Анализ конкурентоспособности систем обучения по обслуживанию иностранных воздушных судов в Евросоюзе и в РФ

Параметр	Вес параметра (a)	Система обучения в ЕС		Система обучения в РФ	
		P_0	P_0/P_0*a	P_1	P_1/P_0*a
1. Система качества обучения	0,27	5	0,27	4	0,216
2. Комплексный аудит системы обучения	0,12	5	0,12	3	0,072
3. Возможность индивидуального обучения	0,01	5	0,01	3	0,006
4. Получение сертификата установленного образца	0,30	5	0,30	4	0,24
5. Квалификационный подход	0,30	5	0,30	3	0,18
	$\Sigma=1$	5	1,0	7	0,714

По результатам исследования сформулированы следующие выводы:

– на сегодняшний день вопросы поддержания лётной годности воздушных судов российской гражданской авиации остроактуальны. Экономическая ситуация в стране, а также проблемы санкций со стороны отдельных государств с развитой экономикой, сложные структурные изменения в авиапромышленности, вопросы субсидирования авиапромышленности привели к ряду отрицательных последствий в развитии отечественной гражданской авиации, а именно:

- более 60% парка воздушных судов гражданской авиации может быть признано технически и морально устаревшими;
- наблюдаются изменения в структуре спроса на грузовые и пассажирские авиационные перевозки;
- снижается внимание российских авиакомпаний к безопасности полётов;
- проявляется общее снижение уровня безопасности полётов;
- прогрессирует несоответствие качественных характеристик парка воздушных судов гражданской авиации международным требованиям, которые меняются (в том числе и под воздействием применения новых разработок в мировом авиастроении).

нормативно-правовыми документами, в которых заложены основы гармонизации с международными документами, являются ФАП-145 «Организации по техническому обслуживанию и ремонту авиационной техники», ФАП «Требования к членам экипажа воздушных судов, специалистам по техническому обслуживанию воздушных судов и сотрудникам по обеспечению полетов (полетным диспетчерам) гражданской авиации». Важным нормативным документом, формирующим требования к подготовке авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов, является ИКАО DOC 9868 ИКАО, отражающий результаты разработки в рамках инициативы ИАТА по подготовке и квалификации такого персонала. Как показывает исследование, российская нормативно-правовая база не в полном объеме гармонизирована (приведена в соответствие) с международными требованиями к организациям по техническому обслуживанию и ремонту воздушных судов гражданской авиации, к авиационным специалистам по обслуживанию воздушных судов, к учебным заведениям для подготовки такого персонала [4, с.50–52].

в результате закупки современной авиатехники (в том числе иностранного производства) авиационным специалистам по обслуживанию воздушных судов постоянно требуется осваивать новые техники, методы и процессы. Обучение также должно носить инновационный ха-

рактер. Поэтому предлагается сделать не рекомендуемой, а обязательной модульную систему подготовки в рамках квалификационной системы. Повсеместное внедрение квалификационного подхода позволит повысить качество подготовки авиационных специалистов по обслуживанию воздушных судов и обеспечить соответствие мировой практике [5, с.92]. Таким образом, можно будет включать более эффективные учебные методики (как например: электронное обучение, обучение с использованием средств мультимедиа, тренажерная подготовка современного уровня).

Завершенная гармонизация с международными требованиями в рамках получения базового образования специалистами по обслуживанию воздушных судов позволит российским специалистам после обучения типу воздушных судов и соответствующей стажировки в эксплуатационном предприятии, соответствующем международным требованиям, получить лицензию международного образца и осуществлять самостоятельное техническое обслуживание и ремонт иностранных воздушных судов гражданской авиации.

1. Распоряжение Правительства РФ от 22.11.2008 г. №1734-р «О транспортной стратегии Российской Федерации» (ред. от 12.05.2018 г.);

2. Доклад «Об итогах работы Федерального агентства воздушного транспорта в 2018 году, основанных задачах на 2019 год и среднесрочную перспективу»;

3. Кузнецов, С.В. Подготовка инженерно-технического персонала по технической эксплуатации воздушных судов и их систем с учетом гармонизации с международными требованиями / С.В. Кузнецов // Научный вестник МГТУ ГА. 2014. №201. С.91-95.;

4. Кузнецова, Е.А. Россия сама скупит российские самолёты / Е.А. Кузнецова // Коммерсантъ. 2017. №38. С.4.

5. Чинючин, Ю.М. Профессиональная подготовка и аттестация авиационного персонала ИАС ГА / Ю.М. Чинючин, С.В. Далецкий. М.: МГТУ ГА, 2017. 56 с.

Рубрика: Экономика

УДК 316.344.7

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В ПРОДВИЖЕНИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ: ОСОБЕННОСТИ И СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ

Е.А. Спирина

бакалавр

И.Н. Толстых

канд. ист. наук, доцент кафедры «Туризма и экологии»

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Продвижение и реализация гостиничных продуктов в интерактивной среде через интерактивные маркетинговые инструменты имеет решающее значение в гостиничном бизнесе. В индустрии гостеприимства есть некоторые отличия, которые не характерны для других видов бизнеса, поэтому маркетинговое продвижение гостиничных услуг имеет множество особенностей, особенно в плане их продвижения и реализации в интерактивной среде. В статье проведен теоретический анализ понятия «интернет-маркетинга» с точки зрения продвижения и реализации гостиничных услуг продукта. Определяются задачи, решаемые с помощью инструментов интернет-маркетинга. Обсуждаются вопросы целостного и систематического использования инструментов интернет-маркетинга в продвижении гостиничных услуг путем привлечения целевой аудитории на сайт отеля. А также изучаются возможности использования социальных сетей для продвижения гостиничных услуг. В ходе работы были выявлены преимущества использования социальных сетей и особенности работы с ними.

Ключевые слова и словосочетания интернет-маркетинг, инструменты интернет-маркетинга, мобильный маркетинг, гостиничный бизнес, гостиничный продукт, официальный сайт, социальные сети, целевая аудитория.

INTERNET MARKETING IN THE PROMOTION OF HOTEL SERVICES, FEATURES AND SPECIFIC APPLICATIONS

Promotion and implementation of hotel products in an interactive environment through interactive marketing tools is crucial in the hotel business. In the hospitality industry, there are some differences that are not typical for other types of business, so the marketing promotion of hotel services has many features, especially in terms of their promotion and implementation in an interactive environment. The article presents a theoretical analysis of the concept of "Internet marketing" in terms of promotion and implementation of hotel services product. The tasks solved with the help of Internet marketing tools are determined. The issues of holistic and systematic use of Internet marketing tools in the promotion of hotel services by attracting the target audience to the hotel website are discussed. As well as exploring the possibility of using social networks to promote the services of hotel companies. In the course of the work, the advantages of using social networks and peculiarities of working with them were revealed.

Keywords: *Internet marketing, Internet marketing tools, mobile marketing, hotel business, hotel product, official website, social networks, target audience.*

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.

Информационные технологии охватывают все сферы нашей жизни. Маркетинг не является исключением. Быстрое развитие устройств и гаджетов в любой точке мира и свободный доступ к интернету являются основными факторами, влияющими на формирование будущих маркетинговых тенденций.

Эффективный маркетинг в интернете помогает быстро продвигать услугу или продукт, а также способствует раскрутке сайта и персонального блога. Как следствие, конверсия ресурса повышается, а его владелец получает высокую прибыль. Зачастую данный инструмент используется для повышения процента продаж, осуществляемых через всемирную паутину.

Актуальность и практическая значимость темы исследования определяется тем, что все более определяющим фактором развития гостиничных предприятий становится интернет-маркетинг, а точнее эффективность продвижения и продаж гостиничных услуг.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор.

Разработанностью исследования стали положения и концепции, представленные в работах отечественных и зарубежных авторов, которые раскрывают специфику и особенности продвижения предприятий с помощью инструментов интернет-маркетинга.

Процесс продвижения гостиничных услуг как мероприятия маркетинговой деятельности исследовали в своих работах следующие современные авторы: Адзинба Э.И., Грибова О.В., Белов Н.С., Ульянова В.М., Бычкова О.П., Деркачев А.Н., Колобкова В.А., Суворова Д.С. Коршунов А.Г., Кулишкин Д.Ю. Лебедева Т.Е., Самохина Л.С. Пекарская О.А. Печерица Е.В., Чернов Д.С. Самохина Е.В., Осинкина А.А. Ашманов И., Иванов А. Корнеева Е.Б., Чудаева Е.М. Мухортикова Е.Е. и другие.

Специфике продвижения гостиницы и гостиничных услуг с помощью эффективных средств интернет-маркетинга посвящены работы следующих авторов: Адзинба Э.И., Грибова О.В. Белов Н.С., Ульянова В.М. Печерица Е.В., Чернов Д.С. Корнеева Е.Б., Чудаева Е.М. Мухортикова Е.Е. и других.

Формирование целей статьи (постановка задания). Недостаточная изученность и практическая значимость продвижения гостиницы и гостиничных услуг с помощью эффективных средств интернет-маркетинга определили выбор темы исследования, его содержание, постановку целей и задач.

Целью данного исследования является изучение особенностей инструментов интернет-маркетинга, а также их применение в продвижении услуг гостиничного предприятия.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- определить сущность понятия интернет-маркетинг;
- выявить инструменты интернет-маркетинга, активно используемыми гостиничными предприятиями;
- исследовать специфику применения инструментов интернет-маркетинга в деятельности гостиничного предприятия.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

В научной литературе существуют различные подходы к понятию интернет-маркетинг. Рассмотрим некоторые из них.

И.В. Алексеев рассматривает интернет-маркетинг как раздел маркетинга, направленный на изучение принципов взаимодействия экономических субъектов в сети Интернет с целью разработки универсальных систем для извлечения прибыли и удовлетворения социальных потребностей общества [3, с. 14].

А.А. Векшинский под термином «интернет-маркетинг» понимает теорию и методологию организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета [8, с. 103].

Е.О. Китаева считает, что, интернет-маркетинг часто рассматривается как продвижение каких-либо товаров и услуг в Интернете, рекламу во Всемирной сети, баннерную рекламу [13, с. 66].

А.Д. Баранов отмечает, что обычно, под интернет-маркетингом понимают что-то одно: контекстную рекламу, баннерную рекламу, SEO, SMM или даже e-mail маркетинг [4, с. 17].

М.В. Данилина и Т.В. Дейнекин полагают, что комплексное и системное использование в гостеприимстве инструментов интернет-маркетинга позволяет увеличить продажи гостиничного продукта путём оптимизации затрат на рекламу через привлечение целевой аудитории на сайт гостиницы. Учитывая специфику целевой аудитории, важно также повышать лояльность существующих клиентов и выбирать каналы распространения информации. Тем не менее, для любого отеля наиболее важным является интернет-продвижение, в которое входит: SEO и контекстная реклама; баннерная реклама, SMM маркетинг и т.д. [10, с. 25]

Благодаря сочетанию всех определений, которые мы рассматривали, выявим, что Интернет-маркетинг – это целый комплекс различных маркетинговых приемов, внедряемых в сети интернет, и направленных на привлечение как можно большего числа потребителей к продвигаемой услуге гостиничного предприятия.

Гостиничный бизнес не отстает от других направлений бизнеса и внедряет в свою деятельность множество инноваций. Интернет-продвижение и интернет-реклама для гостиничного бизнеса является важной стратегической задачей.

Используя инструменты интернет-маркетинга, гостиничные компании заинтересованы в решении следующих основных задач [19, с. 90.]:

- повышение популярности отеля и услуг;
- привлечение целевой аудитории на сайт отеля;
- увеличение продаж за счет синергии;
- оптимизация затрат на рекламу, привлечение клиентов;
- повышение лояльности клиентов отеля.

Рассмотрим инструменты интернет-маркетинга, которые активно используются гостиничными предприятиями:

- продвижение с помощью официального сайта гостиницы;
- работа с онлайн туристическими агентствами (OTA), такими как booking.com или trivago.ru;
- работа с сайтом tripadvisor.com;
- реклама гостиницы на сайтах туроператоров;
- контекстная реклама;
- таргетированная реклама;
- работа с социальными сетями («Одноклассники», «ВКонтакте», «Facebook», «Instagram»);
- формирование положительных отзывов об отеле на различных сайтах и активная работа с жалобами в интернете;
- реклама с помощью клиентов (например, хэштеги в социальной сети «Instagram»);
- 3D-экскурсия на официальном сайте гостиничного предприятия;
- мобильный маркетинг, включающий мобильную версию сайта гостиницы и специальные приложения для мобильных устройств;
- событийный маркетинг, а именно освещение предстоящего мероприятия, проводимого в гостинице, в сети Интернет для привлечения целевой аудитории;
- реклама на сайтах различных агентств, связанных с деятельностью отеля (например, агентство по организации свадеб, конференций);
- email-маркетинг (почтовая рассылка).

Таким образом, существует достаточное разнообразие инструментов интернет-маркетинга, которые позволяют расширить доступ к информации об отеле для потенциальных клиентов.

Наиболее известным и эффективным маркетинговым методом является продвижение с помощью интернет-сайта гостиницы.

Сайт является рекламным инструментом, который предназначен для продвижения гостиничных услуг. Чтобы получить максимальную отдачу от сайта, есть много инструментов, наиболее распространенными из которых являются следующие [2, с. 54.]:

- SEO (от англ. search engine optimization) или поисковая оптимизация;
- контекстная реклама;
- Яндекс.Адреса и Google places специальные сервисы поисковых систем;
- SMM (от англ. Social media marketing) – продвижение в социальных сетях;
- тематические рассылки или email-маркетинг;
- тематические площадки тематические блоги, форумы и т.д.

Для достижения максимальных результатов в продвижении гостиничных услуг необходимо использовать максимальное количество этих инструментов.

Сочетание поисковой оптимизации и контекстной рекламы обеспечивает более широкую, производственную и финансово дорогостоящую поисковую и контекстную рекламу, так как с помощью SEO-продвижения и контекста привлекается наиболее ценный трафик. Объем этого трафика составляет порядка 80-90%, т.е. основная часть пользователей приходит на сайт через контекстную рекламу и SEO. Таким образом, использование SEO и поискового продвижения позволяет получать результаты по следующей схеме: медленное накопление эффекта при относительно низкой стоимости трафика. Контекстная реклама работает с точностью до наоборот. Она дает мгновенный приток посетителей, при этом их стоимость достаточно высока [6, с. 457].

Поисковое продвижение. Для оценки эффективности поискового продвижения наиболее показательными будут статистические результаты: каждую неделю почти три миллиарда запросов поступают от огромного количества людей – более 100 миллионов людей. Здесь главный показательный факт – это то, что более чем 95% людей, посещающих конкретный веб-сайт, открыли эту веб-страницу после перенаправления именно с сайтов-поисковиков. Важно отметить, что большое количество пользователей избегает просмотра контекстной рекламы, предпочитая ссылки из органической выдачи. Как показывает статистика, почти половина всех клиентов интернет-магазинов направляется туда через поисковые системы. Кроме того, поисковое продвижение играет значимую роль и для недавно появившихся интернет-проектов: практически половина их посетителей получает информацию о запуске проекта именно через выдачу в поисковой системе. Все эти цифры служат однозначным доказательством эффективности использования поисковой оптимизации как одного из способов продвижения гостиничных услуг. Статистически подтверждено, что увеличение Интернет трафика прямо пропорционально увеличивает и количество потенциальных постояльцев [15, с. 102].

Финансовые возможности компании играют главнейшую роль при разработке целей и планировании будущих результатов, поэтому применяя метод поискового продвижения впервые, предприятие должно учитывать, как первоначальные, так и последующие инвестиции в этот проект. Группа исследователей под названием Compaq установила, что более чем две третьих интернет-пользователей обращают внимание только на первую, выдаваемую в поиске, и только 10% людей изучают информацию на последующих веб-страницах поиска [16, с. 40]. Конечно, эффективность вложений предприятия для закрепления своей ссылки на первой странице очевидна, но здесь важно учитывать, что поток посетителей увеличится только при условии, что запрос может быть назван целевым. Но может возникнуть такая ситуация, когда отмечается значительный рост посетителей веб-страницы, а количество реальных покупателей остается на прежнем уровне. И как следствие, с целью решения данной проблемы нужно четко выделить целевую аудиторию портала гостиницы, составить подробный список ключевых запросов, в полной мере отражающих как особенности потенциальных клиентов, их предпочтения, так и отличительные черты гостиницы, широту спектра услуг и т.п.

Главная задача при разработке или улучшении сайта гостиницы – это закрепить свое место в топ-10 или двадцатке лучших результатов поиска. Очевидно, что не каждый сайт может подняться так высоко и оставаться занимающим позицию в течение длительного времени. Для выполнения этой задачи разработчикам сайта необходимо изучить существующие требования, касающиеся дизайна сайта, простоты использования и так далее [11, с. 75].

Как показывает статистика, клиенты, которые ищут в интернете, выделяют следующие характеристики успешных и привлекательных страниц [1, с. 6]:

- содержание сайта должно быть уникальным, лаконичным и в то же время информативным, хорошо организованным и содержать достоверные и достоверные данные;
- дизайн сайта и согласование тематики вебсайта;
- оптимальная система навигации, эффективный поиск информации, логика при перемещении из раздела в раздел;
- информативная и четко структурированная логическая структура, то есть каждый посетитель хочет увидеть на официальной странице информацию об отеле, о контактах, общие сведения и рекламные предложения.

Таким образом, оптимизация включает в себя широкий спектр задач, направленных на продвижение сайтов через поисковые системы и повышение удобства использования страниц. Другой важной задачей обновления является найти и исправить существующие ошибки и дефекты, которые могут быть идентифицированы методом опроса пользователей сайта. Поисковая оптимизация предоставляет важную возможность найти новые свободные ниши в определенных областях и использовать их для улучшения интернет-проектов и повышения их посещаемости и эффективности.

Поисковые системы выдвигают бесконечный список требований, заставляя владельцев отелей вкладывать много времени и денег, чтобы обеспечить топ-10 сайтов. Однако, высокое положение не является конечным результатом работы. Многие забывают, что в этой десятке присутствуют 9 конкурентов, страницы которых пользователи также будут просматривать. Как правило, на окончательное решение клиента влияют субъективные факторы, которые соответствуют большинству пользователей интернета. Клиент переходит от поиска к определенному интернет-проекту, если получает наиболее полную и содержательную информацию о предлагаемом месте размещения [21, с. 37].

Поисковые системы быстро находят необходимую информацию. Задача SEO-специалистов – создавать и оптимизировать страницы для каждого типа продукта/услуги, а также производить отличный релевантный и уникальный контент.

Сервис Яндекс.Карта позволяет потенциальным клиентам получить всю необходимую информацию об отеле и его услугах, не заходя на сайт отеля. (контакты, ближайшая станция метро, отзывы, фотогалерея, ссылки на социальные страницы, список услуг). Таким образом, у потребителя есть возможность выбрать самый доступный отель и сервис, даже не открывая сайт этого отеля, что дает ему прекрасную возможность сэкономить время. Создание учетной записи в Яндексе.Адрес и Google плейсе – отличное решение для эффективного позиционирования сайта для ключевых потребителей, поэтому данный прием должен стать ключевой областью комплексного интернет-маркетинга.

Контекстная реклама. На сегодняшний день существует особый вид маркетинговых инструментов, отличительной чертой которого является то, что он ориентирован непосредственно на целевую группу потребителей. Когда пользователь вводит запрос, контекстная реклама появляется в верхней или боковой части страницы результатов поиска. Как показывает статистика, процент кликов пользователей по контекстной рекламе значительно превышает частоту переходов на сайты, использующие баннерную рекламу: 40% и 30% соответственно [7, с. 89]. Размещается такая реклама на различных сайтах и в социальных сетях. Место ее размещения большой роли не играет, главное, чтобы она привлекала как можно больше внимания посетителей. Статистически доказано, что контекстная реклама обеспечивает высокую конвертацию пользователей в клиентов [12, с. 31].

Для достижения высокой эффективности при использовании контекстной рекламы необходимо придерживаться следующих правил [18, с. 133.]:

- эффективность выбранных ключевых слов;
- релевантность рекламного текста, ключевых слов;
- регулярно обновлять информацию.

SMM-Одно из самых популярных средств продвижения услуг гостиничного бизнеса – это социальные сети, место, где люди общаются и активно обмениваются информацией. Преимущество социальных сетей – это охват широкой аудитории. На сегодняшний день для российских пользователей самыми популярными являются три социальные сети – это ВКонтакте, с показателем 72 процента населения, далее Facebook одна треть населения, и Одноклассники, которые регулярно используются 28% населения страны. Следует заметить, что социальные

сети характеризуются высоким показателем уровня доверия среди пользователей. SMM – это направление интернет-маркетинга, которое развивается очень быстрыми темпами, выдаст высокие результаты по показателю конверсии и, что более важно, обладает более низкой стоимостью, чем другие направления (в 2-5 раз дешевле, чем реклама в поисковых системах) [9, с. 105].

При выборе социальной сети, в которой создается сообщество, следует учитывать целевую аудиторию отеля. Если основными клиентами являются бизнес-туристы – то подойдет facebook.com. Для хостелов достаточно сообщества Вконтакте. Средний класс, путешествующий по России, обитает в instagram.com. Создавая сообщества во всех доступных социальных сетях, руководство отеля получает максимально полный охват [5, с. 79].

Важной составляющей рекламы в социальных сетях является то, что идеи, акции, специальные предложения, опросы, статьи, фото и видео – все это должно передать дух гостиничного предприятия. Поскольку каждый пользователь социальной сети может быть и потенциальным клиентом гостиницы, очень важно, чтобы ожидания и реальность после посещения страницы совпадали.

Ключевые моменты для рассмотрения:

- 1) взаимодействие сайтов отелей и аккаунтов социальных сетей.
- 2) взаимодействие сотрудников гостиницы с пользователями социальных сетей.
- 3) комментарии в социальных сетях. Очень важно отслеживать и реагировать на любые отзывы, комментарии к социальным сетям.
- 4) использование акций, скидок.

Рекламирывать отель можно не только посредством классических каналов коммуникаций, таких как Интернет, журналы, ТВ, радио. Еще один, не настолько популярный (но порой не менее эффективный) канал коммуникации – использование площадок блогеров или лидеров мнений, которые на своей странице своим подписчикам расскажут о гостиничном предприятии, порекомендуют отдых в нем или деловое мероприятие.

С каждым годом растет список мест, получающих статус instagrammable (тип мест, которые постоянно рекомендуются на фотографиях в сети). Один из этих отелей расположен в Марракеше. В соответствии с условиями договора, гости отеля могут остановиться на одну или три ночи (включая завтрак). Взамен «лидеры мнений» должны предоставить три публикации в социальных сетях и выложить снимок в stories (т.е. фотография, которая хранится 24 часа). Такое сотрудничество касается не только хостела, но и отелей, желающих оживить свою аудиторию, поскольку они являются активными пользователями социальных платформ [17, с. 242].

С целью привлечения внимания потенциальных клиентов в социальных сетях проводят различные конкурсы или размещают любую другую интересную информацию, посты об акциях и скидках – всё, что может привлечь внимание потенциальных клиентов [20].

Социальные сети являются важным инструментом продвижения гостиничных услуг. Грамотное использование этой платформы дает отелю возможность проявить себя и привлечь новых клиентов. С помощью социальных сетей отельеры могут общаться со своими клиентами, отвечая на их запросы. Кроме того, социальные сети идеально подходят для работы с комментариями и отзывами. Это позволяет персоналу быстро реагировать и действовать, чтобы улучшить впечатления гостей об отеле.

Таким образом, очевидно, что социальные сети можно успешно использовать для продвижения гостиничных услуг, повышения их популярности, получения обратной связи от гостей и многое другое.

Тематические форумы и блоги. Целью продвижения на форуме является формирование конкретной целевой аудитории в результате длительного и регулярного общения с постоянными посетителями [22, с. 278]. Основная задача специалистов, использующих тематические форумы и блоги в качестве средства продвижения, заключается в установлении контактов с участниками форума и предоставлении им нерекламной информации, а сообщения с соответствующими рекомендациями или советами. Для достижения эффективности этого маркетингового направления очень важно:

- размещать информацию об отелях, отвечающих потребностям аудитории форума;
- использовать полезные и обоснованные информационные сообщения, которые позиционируются как советы и помощь;
- не применять прямую рекламу [14, с. 13].

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления.

В результате исследования выявлено, что в современных экономических реалиях для достижения успеха и укрепления своих позиций на рынке услуг необходимо донести до потребителей осознание преимуществ услуг гостиничного бизнеса. В этом случае маркетинговая система играет огромную роль в комплексе мер по продвижению услуг, а в условиях жесткой конкуренции необходимо развивать деятельность, которая будет способствовать росту спроса на гостиничные услуги и формированию конкурентной среды и огромную роль в этом следует отводить инструментам Интернет-маркетинга.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что выделено определение интернет-маркетинга, учитывающее особенности деятельности гостиничного предприятия и исследованы инструменты интернет-маркетинга по продвижению гостиничных услуг.

Практическая значимость работы состоит в дальнейшем использовании материалов исследования для проведения лекционных занятий и разработки мер по продвижению гостиничного предприятия, которые будут способствовать повышению уровня знаний в области продвижения гостиничных услуг в Интернете.

1. Адзинба, Э.И. Инструменты Интернет-маркетинга в продвижении гостиничных услуг / Э.И. Адзинба, О.В. Грибова // Наука и бизнес: проблемы и перспективы развития предпринимательской деятельности: сб. ст. международной научно-практической конференции. 2016. С. 5-8.

2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. М.: Дашков и К, 2017. 352 с.

3. Алексеев, И.В. Теоретико-методологические аспекты исследования категории «Интернет-маркетинг» / И.В. Алексеев // Транспортное дело России. 2014. №3. С. 14-18.

4. Баранов, А.Д. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: Настольная книга маркетолога. Взгляд практика / А.Д.Баранов. – М.: ИЦ РИОР, 2017. – 85 с.

5. Белов, Н.С. Актуальные вопросы продвижения гостиничных услуг в сети Интернет / Н.С. Белов, В.М. Ульянова // Туризм как значимый фактор трансграничного сотрудничества стран Балтийского региона материалы международной научно-практической конференции. Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта. 2016. С. 78-81.

6. Булко, Н.М. Интернет-маркетинг в сфере услуг: сущность и специфика / Н.М. Булко // Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. 2018. С. 457-460.

7. Бычкова, О.П. Анализ способов продвижения гостиничных услуг / О.П. Бычкова // Новая наука: современное состояние и пути развития. Материалы Международной (заочной) научно-практической конференции / под общ. ред. А.И. Вострецова. 2017. С. 88-92.

8. Векшинский, А.А. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия / А.А. Векшинский, Л.Ф. Тывин // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2017. №2. С. 103.

9. Владимирова, О.Г. Социальные сети, как инструмент продвижения гостиницы / О.Г. Владимирова, Е.А. Артамонова // Экономика, управление и право: инновационное решение проблем: сб. ст. XI Международной научно-практической конференции: в 2 ч. 2018. С. 105-107.

10. Данилина, М.В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике / М.В. Данилина, Т.В. Дейнекин // Интернет-журнал Науковедение. 2014. № 6. С. 25.

11. Деркачев, А.Н. Перспективные каналы продвижения и реализации гостиничных услуг / А.Н. Деркачев // Туризм и гостеприимство через призму инноваций. Сборник статей научно-практической конференции / под науч. ред. Е.М. Крюковой. 2017. С. 75-77.

12. Дзвиняк, А.И. Продвижение гостиничных услуг средствами интернет-маркетинга / А.И. Дзвиняк // Сервису и туризму – инновационное развитие: материалы X междунар. науч.-практ. конф., 23 марта 2018 г. / отв. ред. проф. Т.С. Комиссарова. СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2018. С. 30-33.

13. Китаева, Е.О. Интернет-маркетинг – инструмент бизнес-пространства Интернета / Е.О. Китаева // Вестник МГУП. 2017. №2. С. 66.

14. Колобкова, В.А. Особенности продвижения гостиничных услуг с использованием современных маркетинговых методов / В.А. Колобкова, Д.С. Суворова // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2017. № 4. С. 12-16.

15. Лесник, А.Л. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж / А.Л. Лесник. М.: КноРус, 2017. 232 с.

16. Морозов, М.А. Международный опыт применения интернет-маркетинга в гостиничном бизнесе и перспективы его развития в России / М.А. Морозов, А.С. Хорев // Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма: сборник статей. УФА: АЭТЕРНА, 2017. С. 39-44.

17. Мухортикова, Е.Е. INSTAGRAM как эффективный инструмент продвижения бренда гостиницы (гостиничного предприятия) на российском и международном рынке / Е.Е. Мухортикова // Актуальные направления научных исследований: перспективы развития сб. материалов IV Международной научно-практической конференции: в 2 т. / под ред. О.Н. Широков [и др.]. – 2017. С. 241-245.

18. Перова, А.А. Интернет-маркетинг: сущность, задачи, преимущества и перспективы развития / А.А. Перов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 9. С. 132-135.

19. Попов, Л.А. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие / Л.А. Попов, А.П. Ковальчук, А.В. Романюк, Е.А. Дедусенко. Казань: ООО «Бук». 2016. 80 с.

20. Современный отель. Привлечение клиентов: оффлайн или онлайн [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hotelexecutive.ru/publ.php?numn=6782> (дата обращения: 23.04.2019).

21. Спиридонова, Г.В. Интернет-маркетинг в коммуникациях эффективного продвижения / Г.В. Спиридонова // Всероссийский журнал научных публикаций. 2017. №2 (17). С. 37.

22. Чипига, К.В. Продвижение гостиничных услуг с помощью инструментов интернет-маркетинга / К.В. Чипига // Синергия Наук. 2018. № 23. С. 277-282.

Рубрика: Качество услуг и технологий в индустрии гостеприимства

УДК 331.104.2:640.61

МЕТОДЫ РЕШЕНИЯ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

Л.И. Черемисина
бакалавр

И.Н. Толстых

канд. ист. наук, доцент кафедры «Туризма и экологии»

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Актуальность выбранной темы заключается в том, что конфликты неизбежны в нашей жизни и поэтому управление конфликтами в организации является одним из важнейших направлений в деятельности руководителя. В данной статье рассмотрен механизм управления конфликтами, применение которого может способствовать повышению эффективности управления гостиницей (на примере ГК «Союз»).

Выявлены основные причины зарождения конфликтов и представлены современные методы по их разрешению.

Ключевые слова и словосочетания гостиничный сервис, конфликт, антиконфликтная модель, услуга, система.

METHODS OF CONFLICT RESOLUTION AT THE ENTERPRISES OF HOTEL SERVICE

The relevance of the chosen topic is that conflicts are inevitable in our lives and therefore conflict management in the organization is one of the most important areas in the activities of the head. This article describes the mechanism of conflict management, the use of which can improve the efficiency of hotel management (on the example of GC "Soyuz"). The main causes of conflicts are identified and modern methods of their resolution are presented.

Keywords: hotel service, conflict, anti-conflict model, service, system..

Цель исследования – проанализировать методы решения конфликтных ситуаций на предприятии гостиничного сервиса.

Для достижения представленной цели был поставлен ряд следующих задач:

- определить степень важности управления конфликтами на предприятии;
- охарактеризовать методы разрешения конфликтных ситуаций на предприятиях гостиничного сервиса;
- исследовать мнение коллектива предприятия гостиничного сервиса.

В современном мире грамотное управление конфликтами на предприятии имеет огромное значение, как никогда раньше. Работа любого предприятия и особенности его функционирования неизменно сопровождаются различного рода конфликтами. Несмотря на существование различных подходов, и взглядов по определению значения, места конфликтов, методов их решения и др., современные исследования показывают, что главным является не дискуссия по поводу того, позитивным или негативным явлением является конфликт, какие меры нужно осуществить, чтобы исключить возможность возникновения конфликтов, а целесообразность формирования эффективной системы управления конфликтами. Ведь, как свидетельствует практика, управления конфликтами часто вообще отсутствует как таковое, в основном являясь элементом управления другими процессами, организацией в целом или несистемным процессом.

Важность выделять управление конфликтами обуславливается абсолютным отличием процесса и состояния конфликта от всех других процессов и состояний организации, а также абсолютно другими подходами и целями этого управления.

Как известно, конфликты влияют на результативность организации, изменяя ее различные показатели, в частности объем производства, объем сбыта, доход. Безусловно, это изменение показателей может быть, как положительным, так и отрицательным, но четко известно, что оно существует, поэтому в любом случае эффективное управление конфликтами способно оптимизировать влияние конфликтов на результативность [3, с. 43].

То есть формирование эффективной системы управления конфликтами призвано способствовать развитию предприятия, делая более эффективной систему управления предприятием в целом, что в свою очередь усилит его конкурентные преимущества. Кроме того, формируя эффективную систему управления конфликтами, есть возможность влиять на конкурентоспособность предприятия, что зависит от количественных и качественных показателей деятельности предприятия, которые, как отмечалось, могут быть изменены под действием конфликтов.

Несмотря на целесообразность существования системы управления конфликтами на практике такая система не полностью сформирована и реализована. Различие теории и практики управления конфликтами требует тщательного исследования этого управления на конкретных предприятиях. Таким выбран Гостиничный комплекс СОЮЗ.

Исследование было выполнено в виде анонимного анкетирования среди начальников отделов, департаментов, других структурных подразделений, их заместителей и руководителей высшего управленческого звена и тому подобное. Выполненное анкетирование преследовало несколько целей. Прежде всего, нужно было выяснить понимание руководителями понятия и значение конфликта, источники его возникновения и особенностей его проявления на предприятии. Важным также было выявить состояние и особенности процесса управления конфликтами на предприятии.

Первое, на что стоит обратить внимание, является однотипность понимания респондентами понятия конфликта. 92% опрошенных так или иначе считают конфликтом отсутствие согласия, противоборство, обострение отношений между определенными субъектами, то есть сочетают конфликт с обособленными сторонами конфликта. Лишь 8% респондентов склоняются к мнению, что конфликт не обязательно должен иметь отдельные стороны, ведь может существовать конфликт целей, технологий, структурных элементов организации, хотя также сомнительно, что эти респонденты имели в виду именно это, давая такой ответ [1, с. 28].

Наряду с вышеуказанным следует отметить такой факт: руководители стараются не замечать конфликтов или, по крайней мере, не расценивать ситуации как конфликтные. Это подтверждается тем, что 87% опрошенных считают конфликт единичным явлением и процессом. Не углубляясь в теорию управления конфликтами и лучше проанализировав деятельность любого предприятия или организации, можно найти подтверждение тому, что конфликт является систематическим процессом и в широком понимании состоянием, в котором постоянно находится хозяйственная единица. Невозможно найти современное предприятие, которое было бы

идеальным по структуре управления, имело бы бесконфликтный коллектив работников и идеальные отношения с внешней средой.

Конфликт не является статичным состоянием и процессом, а постоянно находится в динамике, изменяясь в течение своего развития. Понимание этого помогает в процессе управления конфликтами, которое также должно быть динамичным. Только 50% опрошенных руководителей так понимают конфликт, проблематичным является то, что 10% респондентов считают конфликт исключительно пассивным состоянием и процессом.

В том случае, если причиной возникновения конфликта является поведение работников предприятия, их условно можно разделить на руководителей и подчиненных. В основном руководители не признают того, что их решение или поведение могут быть причиной конфликта, однако в случае руководителей исследуемых предприятий, все 100% опрошенных признают определенную причастность управляющей системы к возникновению конфликтов.

Среди других причин возникновения конфликтов 26,5% опрошенных считают разногласия во взглядах работников. Лишь 7% считают причиной конфликтов изменчивость внутренней и внешней среды. Все другие причины (распределение ресурсов (8,5% опрошенных); стили управления (16,2%); взаимозависимость задач и неправильно поставленные задачи (12%); непонимание подчиненными целей организации и действий руководства (7,7%); распределение прав и полномочий (14,5%); неэффективная структура управления (7,6%)) условно можно объединить в одну группу причин, связанных с действиями руководящего звена предприятия. И хотя 66,5% опрошенных признают, что указанные причины могут на самом деле провоцировать конфликты, есть сомнения относительно того, что руководители будут признавать эти причины как одни из основных. Почему? Указанные причины являются системными и полностью зависят от управленческого звена: руководители занимаются распределением ресурсов, создают структуру управления, распределяют права и полномочия и тому подобное. Устранение такого типа причин будет предусматривать определенные изменения в деятельности самих руководителей и признание неэффективности их деятельности, а это не является простым решением. На эту мысль также наталкивают ответы руководителей в отношении управления конфликтами в организации [2].

Только 36% опрошенных склоняются к тому, что стоит управлять конфликтами, остальные руководители предпочитают их решать и преодолевать. Только 29% респондентов пытаются управлять конфликтами и извлекать из этого выгоду. Остальные 61% являются сторонниками скорости разрешения конфликтов, причем для 14% не важной будет цена такого решения. Это все является следствием узкого понимания конфликта, соотношения конфликта исключительно с человеческим фактором и его психологическим признаком, а также поверхностным подходом к вопросам конфликтов в организации.

Поражает еще один факт: сформулировав по-разному один и тот же вопрос относительно принципов управления конфликтами, были получены различные ответы. И главное, что дело не в невнимательности, а на самом деле опрошенные руководители так думают. В частности на вопрос о сути управления конфликтами 41% опрошенных считают, что это управление является постоянным процессом, а вот на вопрос о принципах управления только 10% респондентов ответили, что на предприятии существует постоянная система управления конфликтами.

Тот же нонсенс можно проследить и на примере ответов на другие вопросы: 46% опрошенных считают, что управление конфликтами продолжается постоянно, если речь идет о прекращении управления конфликтами, хотя к тому же только 10% признают наличие постоянной системы управления конфликтами.

Итак, если брать во внимание ответы на три различных вопроса, которые были идентичными, можно точнее определить, что только 10% руководителей считают (с наименьшим значением), что конфликтами нужно управлять всегда, даже в период их “видимого отсутствия” [5, с. 59].

Слишком важным для процесса управления и, соответственно, для получения максимально эффективных результатов, является осознание руководителями факта начала конфликта, ведь логически можно предположить, что определенные руководители начнут управлять конфликтами только тогда, когда он начался, а таких руководителей среди опрошенных, можно считать, есть большинство, ведь только некоторые являются сторонниками постоянной системы управления конфликтами. Итак, 15% опрошенных сочтут управленческую ситуацию конфликтной только тогда, когда станет очевидным, что ситуация на самом деле конфликтна, 35% будут рассматривать разные ситуации в организации как конфликтные, когда будут созданы предпосыл-

ки для превращения этой ситуации в конфликт. И 50% считают, что, по сути, конфликт зарождается в тот момент, когда зарождаются противоречия, которые являются естественной основой конфликта.

Одним из важнейших признаков эффективности управления конфликтом следует называть преодоление причин конфликта, однако цели управления конфликтами на предприятиях могут различаться. Для одних целью управления конфликтами является его окончания, то есть устранение явных, видимых признаков конфликта, для других важной целью является сохранение или восстановление предконфликтного состояния предприятия и всех взаимосвязей, другие руководствуются принципом – “только бы не навредил” и тому подобное. Однако рядом с этими, безусловно, важными целями, надо помнить, что конфликт не является единичным явлением, и он снова может возникать, причем по той же причине, поэтому преодоление причин, или, по крайней мере, уменьшения их значения относительно возникновения конфликтов, надо ставить как более важную, хотя и не самую важную, цель.

В случае опроса руководителей относительно признаков завершения конфликта стоит отметить такое распределение мнений: 13% респондентов склонны считать, что конфликт закончился в том случае, когда преодолены внешние его проявления; 30% опрошенных будут считать конфликт законченным, когда будет восстановлено первоначальное предконфликтное состояние; 57% респондентов все же рассматривают преодоление причин конфликта, как признак окончания конфликта. С одной стороны, радуется довольно большое количество последних, однако 43% других опрошенных, учитывая свои взгляды относительно завершения конфликта, очевидно, будут пользоваться другими принципами управления конфликтами, которые вряд ли можно назвать эффективными.

Проблемы, которые символизируют неадекватное понимание важности управления конфликтами и осознание влияния конфликтов на результативность предприятия, можно проследить на примере обнаружения целей такого управления. Цели управления конфликтами можно обобщить соответственно критерию “приобретения-потери” от управления конфликтами так [4]:

1. Минимизация негативного влияния и максимально быстрое разрешение конфликта.
2. Максимально быстрое разрешение конфликта любой ценой.
3. Максимизация выгоды от конфликта, попытки управления конфликтом.
4. Конфликт должен быть решен: цена, время, способы и последствия не имеют значения.

Для бесконфликтного взаимодействия руководителей и персонала в ГК «Союз» используются следующие методы и условия:

- происходит стимулирование к добросовестному выполнению своих обязанностей (в основном материальное);
- проводится совместный отдых для снятия психологической напряженности в коллективе (совместное проведение праздников, корпоративных вечеров);
- при возникновении важных проблем, персонал информируется руководителем, если возможно, оказывается помощь при их решении;
- если менеджер ставит перед подчиненными какую-то задачу, то обеспечивает необходимыми средствами для ее выполнения;
- менеджер не ставит перед персоналом задачи, которые не соответствуют их возможностям;
- оценка результатов деятельности сотрудников дается только после достаточного изучения итогов;
- разговор по поводу критики начинается с положительных аспектов деятельности;
- если менеджер допустил ошибки, то старается не винить в этом подчиненных;
- руководство отеля придерживается следующего правила: меньше ошибок – меньше конфликтов, меньше наказаний – меньше проблем.

При разрешении разногласий с подчиненными руководитель использует следующие методы:

- чтобы избежать неверного решения, руководитель в конфликте обязательно выслушивает подчиненного;
- менеджер (директор) не доводит конфликт до его обострения, так как его сложнее разрешить. В результате обострения ухудшаются межличностные отношения, повышается уровень негативных эмоций, снижается степень правоты оппонентов из-за взаимной грубости;

– при разрешении конфликта менеджер (директор) соблюдает дистанцию по отношению к персоналу, то есть обращается на "Вы", обратное является фактическим унижением, и сотрудники отвечают тем же;

– во время конфликта менеджер (директор) не повышает голос на подчиненного, так как грубость считается признаком не владения данной ситуацией собой, а спокойствие менеджера (директора) усиливает в глазах подчиненного справедливость требований;

– если менеджер (директор) не прав в конфликте, то он уступает подчиненному, при этом указывает, что подчиненный также допустил ошибки;

– менеджер (директор) не затягивает конфликты с подчиненными, так как происходит потеря рабочего времени и сил, а также все это чревато взаимными обидами и недомолвками.

Для бесконфликтного взаимодействия персонала с гостями в ГК «Союз» используются следующие способы и правила:

– персонал соблюдает элементарные правила вежливости (здравствуйте, спасибо, пожалуйста, до свидания и т.д.);

– персонал старается удовлетворить потребности в услугах даже самых капризных и придирчивых гостей отеля;

– персонал при взаимодействии с гостями проявляет обходительность и уступчивость.

Выводы. Учитывая предыдущий анализ восприятия конфликта руководящим звеном предприятия, можно с уверенностью утверждать, что реальной целью управления конфликтами является уменьшение негативного влияния и скорейшее разрешение конфликта. Результаты опроса подтверждают это предположение, ведь такое мнение поддерживают 58% опрошенных. Настораживает тот факт, что есть руководители, которые являются сторонниками скорейшего решения конфликта независимо от цены конфликта (2 % респондентов) и решения конфликта независимо от цены, времени, способов его разрешения и последствий такого решения (11 %). Безусловно, такой подход может быть оправдан только в исключительных и критических случаях, однако он является абсолютно нерациональным в контексте формирования эффективной системы управления конфликтами.

Конечно, можно утверждать, что предыдущие цели оправданы в определенных случаях, однако их невозможно обобщить для всех случаев, поэтому целесообразнее утверждать, что, прежде всего конфликтами нужно управлять так, чтобы получить от них максимальную выгоду. Такого мнения придерживаются 29% опрошенных руководителей, что является слишком низким результатом.

1. Балан, В. П. Конфликтология: учебное пособие для вузов / В.П. Балан, А.В. Душкин, В.И. Новосельцев и др. М.: РиС, 2015. 342 с.

2. Ворожейкин, И.Е. Конфликтология: учебник / А.Я. Кибанов, И.Е. Ворожейкин, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова; под ред. А.Я. Кибанов. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 301 с.

3. Руденко, А.М. Конфликтология: учебное пособие для бакалавров / А.М. Руденко, С.И. Самыгин. Ростов-н/Д: Феникс, 2013. 316 с.

4. Сорокина, Е.Г. Конфликтология в социальной работе: учебник для бакалавров / Е.Г. Сорокина, М.В. Вдовина. М.: Дашков и К, 2016. 284 с.

5. Степанов, Е.И. Современная конфликтология: Общие подходы к моделированию, мониторингу и менеджменту социальных конфликтов / Е.И. Степанов. М.: ЛКИ, 2015. 176 с.

Секция. ЭКОЛОГИЯ И БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рубрика: Экология и безопасность жизнедеятельности

УДК 504.054

ОЦЕНКА ЗАПЫЛЕННОСТИ ВОЗДУХА РАБОЧЕЙ ЗОНЫ В ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ

Д.А. Гурова

бакалавр

Е.В. Тарасова

научный руководитель, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В рабочих помещениях в силу особенностей технологического процесса, характера сырьевых материалов и других причин происходит интенсивное образование пыли, которая загрязняет воздух рабочей зоны, это может приводить к различным заболеваниям работников и уменьшению срока службы станков, машин, двигателей и другой техники, что является актуальной проблемой для работников различных специальностей.

Ключевые слова и словосочетания: рабочая зона, запыленность воздуха, заболевания, предельно допустимая концентрация, Еврейская автономная область, санитарная норма.

ASSESSMENT OF POLLUTION OF ATMOSPHERIC AIR IN THE CITIES OF PRIMORSKY KRAI

Due to the peculiarities of the technological process, the nature of raw materials and other reasons, intensive dust formation occurs in the working premises, which pollutes the air of the working area, it can lead to various diseases and reduce the service life of machines, machines, engines and other equipment, which is an urgent problem for workers of various specialties.

Keywords: working area, air dust, diseases, maximum permissible concentration, Jewish Autonomous region, sanitary norm.

Пылью (аэрозолем) принято называть мелкие от 0,25 мкм до 10 мкм частицы твердых веществ, которые витают некоторое время в воздухе. Вследствие малых размеров частиц (пылинок) происходит такое витание под действием движения воздуха. Воздух рабочей зоны в той или иной степени загрязнен множеством видов пыли. Даже в тех помещениях, которые визуально можно считать чистыми, не запыленными, все же, в небольших количествах пыль есть, а иногда видна и невооруженным глазом. Однако, во многих помещениях в силу особенностей технологического процесса, характера сырьевых материалов и других причин, происходит интенсивное образование пыли.

Актуальность работы заключается в исследовании пыли, которая загрязняет воздух рабочей зоны, и может стать причиной профессиональных заболеваний, а также привести к сокращению срока службы станков, машин, двигателей и другой рабочей техники.

Целью настоящей работы является исследование динамики запыленности воздуха рабочей зоны 3 видов помещений на территории Еврейской автономной Области.

Задачи:

- изучить нормативную документацию;
- провести оценку динамики запыленности воздуха рабочей зоны в Еврейской автономной области;
- изучить методику отбора проб на пыль в рабочей зоне.

Объектами исследования стали: 6 стоматологических клиник (пыль керамическая и пыль гипсовая), 2 транспортные компании (транспортная пыль) и 2 предприятия (промышленная пыль) в период с 2016 по 2018 год. Предметом исследования стала пыль в рабочей зоне.

Методика исследования.

Измерение массовых концентраций пыли основано на гравиметрическом (весовом) определении массы пыли, уловленной из измеренного объема исследуемого воздуха.

Контроль содержания пыли в воздухе рабочей зоны проводится путем сравнения измеренных максимальных концентраций с их предельно допустимыми значениями – максимально разовыми.

Отбор проб пыли проводят на фильтры типа АФА-ВП, которые предназначены для определения весовой (массовой) концентрации аэродисперсных примесей. Они изготавливаются в виде дисков из перхлорвинила, устойчивы по отношению к кислотам и щелочам, гидрофобны, растворимы в ацетоне и дихлорэтаноле.

Методика отбора проходит в несколько этапов:

Подготовка эксикатора – для этого на дно эксикатора помещают осушитель – прокаленный хлористый кальций.

Взвешивание фильтров – перед первичным взвешиванием фильтров их необходимо выдержать в условиях комнатной температуры и влажности и затем взвесить на аналитических весах.

Взвешивание фильтров проводилось согласно методике (МУК 4.1.2468-09 Измерение массовых концентраций пыли в воздухе рабочей зоны предприятий горнорудной и нерудной промышленности) на аналитических весах ВЛР-200, сделанных по ГОСТ 24104-80Е.

Отбор проб – отбор проводился с учетом требований ГОСТ 12.1.005-88 "ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны.

По прибытии на место отбора, первоначально фиксировались, температура, относительная влажность и атмосферное давление с помощью метеометра МЭС-200А, после чего производился параллельный отбор проб на 2 фильтра типа АФА с помощью аспиратора ПУ-3Э в течение 20 минут. Общий объем аспирированного воздуха составил 1000 м³. Согласно методике, время отбора проб попадает в интервал от 5 минут до 30 минут, следовательно минимальное количество проб составляет 4 штуки. (табл.1)

Таблица 1

Количество проб в зависимости от длительности отбора одной пробы

Длительность отбора одной пробы	Минимальное число проб
До 10 с	30
От 10 с до 1 мин	20
От 1 до 5 мин	12
От 5 до 30 мин	4
От 30 мин до 1 ч	3
От 1 до 2 ч	2
Более 2 ч	1

После отбора пробы воздуха проводится повторное взвешивание фильтров в лаборатории на тех же весах с выполнением аналогичного порядка действий согласно МУК 4.1.2468-09 Измерение массовых концентраций пыли в воздухе рабочей зоны предприятий горнорудной и нерудной промышленности.

Примечание, фильтры с пылью должны находиться в комнате взвешивания не менее двух часов перед взвешиванием. Если отбор проводился в условиях повышенной влажности, то фильтры перед взвешиванием необходимо осушить в эксикаторе.

Вычисление измерений.

Массовую концентрацию пыли в отдельной пробе рассчитывают по формуле

$$Kn = \frac{(m - m_0) \cdot 1000}{V_{20}}, \quad (1)$$

где K – концентрация всей витающей в воздухе пыли в отдельной пробе, $\text{мг}/\text{м}^3$;

m_0 – масса фильтра до отбора пробы, мг ;

m_1 – масса фильтра после отбора проб, мг ;

V_{20} – объем воздуха, отобранный для анализа и приведенный к стандартным условиям.

Оценка запыленности воздуха рабочей зоны сделана на основе внеплановых проверок Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека Федеральным бюджетным учреждением здравоохранения и центром гигиены и эпидемиологии в Еврейской автономной Области. Нормативный документ на момент отбора ССБТ. ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Нормативный документ на метод испытания, исследования: пыль – МУК № 4.1.2468-09; углерода оксид – руководство по эксплуатации МЭС – 200А. Нормативный документ, регламентирующий значения характеристик, показателей: ГН 2.1.5.1313-03 «Предельно допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в воздухе рабочей зоны».

Результаты исследования запыленности воздуха рабочей зоны таких объектов, как: производящие предприятия, транспортные компании и стоматологии представлены в виде диаграмм (рис. 1–4).

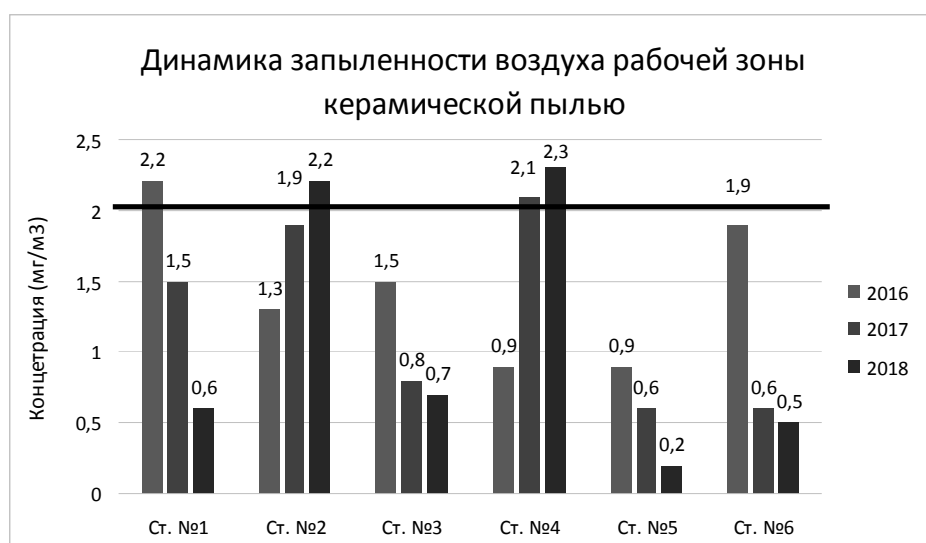


Рис. 1

Превышение концентрации керамической пыли в стоматологиях города Биробиджана (рис. 1) наблюдалось в каждом году в момент исследования. ПДК керамической пыли составляет $2 \text{ мг}/\text{м}^3$. В 2016 году показатели Стоматологии № 1 превысили санитарную норму в 1,1 раз. В 2017 году показатели вернулись в пределы нормы, а в 2018 году снизились до отметки $0,6 \text{ мг}/\text{м}^3$. В Стоматологии № 2 с 2016 по 2018 год наблюдалась противоположная ситуация, концентрация каждый год возрастала. В 2016 году – $1,3 \text{ мг}/\text{м}^3$, 2017 – $1,9 \text{ мг}/\text{м}^3$, а в 2018 возросла до $2,2 \text{ мг}/\text{м}^3$ с превышением санитарной нормы в 1,1 раз. Превышение концентрации керамической пыли, также наблюдалось в Стоматологии №4, и превышения санитарной нормы приходилось на 2017 и 2018 года. В 2017 году ПДК превысилась в 1,05 раз, а 2018 году в 1,15 раз. В стоматологиях: №3, №5 и №6; концентрации керамической пыли, в пределах санитарной нормы. При повышенной концентрации пыли, вследствие проникновения в легкие, слизистую, попадая на кожу человека, пыль способна стать причиной множества серьезных заболеваний. Гипсовая пыль проникает в слизистую оболочку бронхов, приводит к воспалению, кашлю. Это может спровоцировать хронический бронхит или развитие бронхиальной астмы, аллергии. Также, пыль вызывает раздражение слизистой глаза, как следствие – сухость, дискомфорт, конъюнктивит, снижение зрения. При контакте с кожей человека может появиться сыпь, покраснение, в дальнейшем развиваются дерматит, псориаз и другие заболевания кожи.

Превышение концентрации гипсовой пыли в стоматологиях города Биробиджана (рис. 2) было выявлено в каждом из годов исследования. ПДК гипсовой пыли, также, как и керамической, составляет $2 \text{ мг}/\text{м}^3$. Максимальное превышение ПДК наблюдается в 2018 году в Стоматологии №1. Превышение санитарной нормы в 1,25 раз. С 2016 по 2017 года запыленность росла,

но оставалась в границах нормы. В Стоматологии № 2 – обратная ситуация, превышение приходится на 2016 и 2017 года. В 2016 – превышение санитарные нормы в 1,15 раз, а в 2017 – в 1,1 раз. Также превышения ПДК обнаружено в Стоматологии №6 в 2017 году и превышение 1,15 раз. В Стоматологиях: №3, №4, №5; превышений запыленности воздуха рабочей зоны гипсовой пылью выявлено не было.

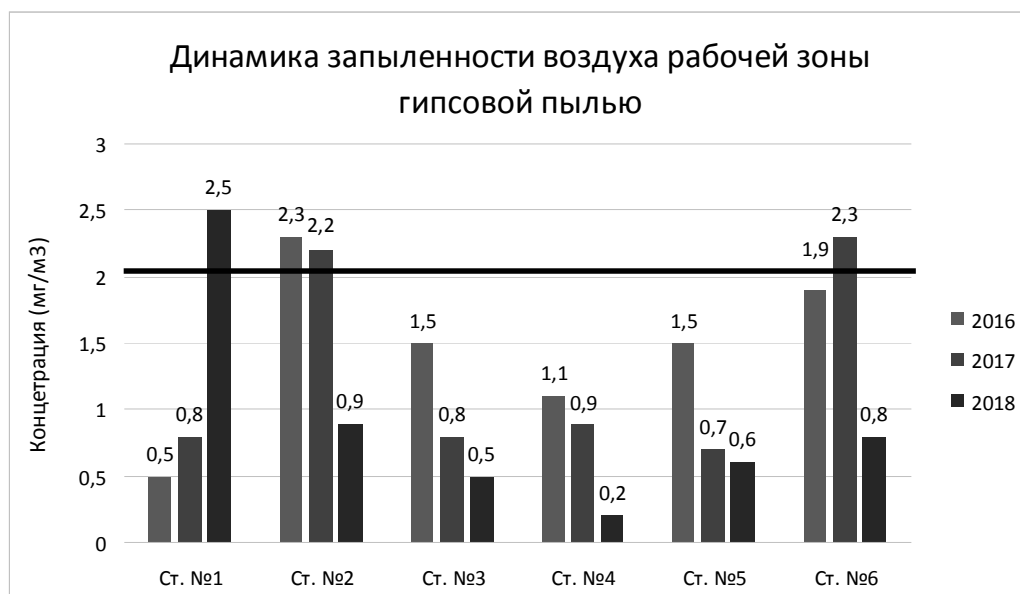


Рис. 2

Зубные техники подвергаются негативному воздействию, вдыхая пыль во время рабочего процесса. По данным исследовательской работы Григорьева Е. Ю. и Сиронина О. А, 53 из 70 зубных техников были поражены пневмокониозом, который мог возникнуть из-за пыли во время обработки стоматологических материалов.

На рисунке 3 представлены показатели запыленности воздуха рабочей зоны Предприятия №1, которое находится в городе Биробиджан и Предприятия №2, находящегося в селе Амурзет Октябрьского района Еврейской автономной области. ПДК производственной пыли равно 4 мг/м^3 . Максимальная концентрация пыли была зафиксирована в 2018 году на Предприятии №1 и составляла $15,4 \text{ мг/м}^3$, это в 3,8 раза выше санитарной нормы.

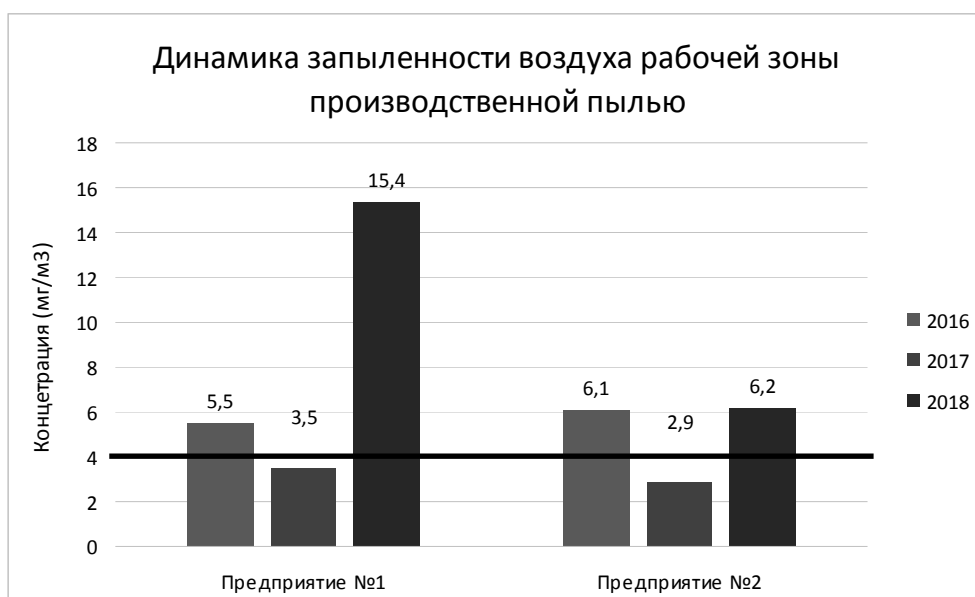


Рис. 3

Также, в 2016 году на Предприятии № 1, запыленность превысила ПДК в 1,375 раз. В 2017 году показатели были в пределах нормы – 3,5 мг/м³. На Предприятии №2 также были обнаружены превышения. В 2016 году превышение нормы в 1,53 раз, а 2018 году – в 1,55 раз, в 2017 году превышений выявлено не было. При превышении концентрации пыли повышается вероятность различных заболеваний. Длительное раздражение слизистых оболочек приводит к хроническому риниту, поражению бронхов и тканей легких, нарушению кровообращения и другие последствия.

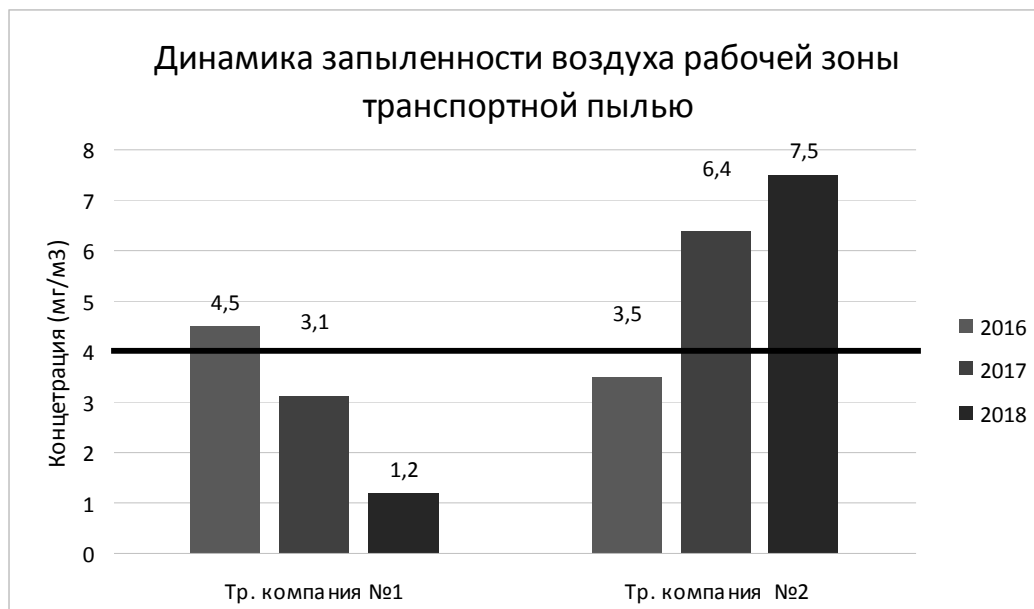


Рис. 4

Превышение концентрации транспортной пыли (рис. 4) были обнаружены в Транспортной компании №1, город Биробиджан и Транспортной компании №2, находящиеся в селе Амурзет Октябрьского района Еврейской автономной области. ПДК транспортной пыли составляет 4 мг/м³. В Транспортной компании №1 превышение санитарной нормы было зафиксировано в 2016 году и составило 0,5 мг/м³. В 2017 и 2018 годах превышений выявлено не было. В Транспортной компании №2 обнаружено превышение ПДК в 2018 году, которое было в 1,87 раз выше санитарной нормы. В 2017 году концентрация пыли рабочей зоны составила 6,4 мг/м³, это в 1,6 раз выше санитарной нормы. В 2016 году превышение концентрации транспортной пыли выявлено не было. Превышение запыленности воздуха на рабочем месте также приводит к заболеваниям дыхательных путей, органов зрения и кожных покровов.

В воздухе рабочей зоны были обнаружены превышения концентрации таких видов пыли, как: керамическая, гипсовая, производственная и транспортная. Исходя из приведенных выше данных можно сделать вывод, что в исследуемых помещениях Еврейской автономной области наблюдалась не стабильная ситуация в период с 2016 по 2018 год, так как максимальные превышения в стоматологиях керамической пылью наблюдались в 2018 году, гипсовой пылью в 2017 году, на предприятиях наибольшее превышение производственной пыли обнаружено в 2018 году, в транспортных компаниях большие превышения были выявлены в 2017 и 2018 году. В 2016 году также были обнаружены превышения. К концу 2018 года концентрация пыли в воздухе рабочей зоны не уменьшилась. В связи с тем, что трудно предсказать дальнейшее увеличение или уменьшение концентрации пыли в воздухе рабочей зоны, требуется более глубокая оценка с учетом всевозможных факторов влияния на запыленность воздуха рабочей зоны. Так как есть объекты исследования, где были отмечены тенденции роста запыленности, этим объектам необходимо принять срочные меры по снижению запыленности, так как наблюдаются критические уровни превышения санитарной нормы, что увеличивает риск появления заболеваемости у работников в разы.

Внеплановые проверки помещений производятся для контроля, ведения мониторинга, отчетности и улучшения состояния воздуха рабочей зоны. Дальнейшими моими целями для

более глубокого изучения проблемы запыленности станут: изучение мер защиты работников от пыли в рабочей зоне и предотвращение повышения концентрации пыли во время рабочего процесса.

1. Данилина, Т.Ф. Анализ общей заболеваемости зубных техников г. Волгограда / Т.Ф. Данилина, Н.И. Латышевская, Е.А. Лаптева // Актуальные вопросы экспериментальной, клинической и профилактической стоматологии: сб. научных трудов Волгоградского государственного медицинского университета. Вып. № 1, Т. № 65. Волгоград: ООО «Бланк», 2008. – 346 с. илл.
2. ССБТ. ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны»
3. Руководство по эксплуатации МЭС – 200А
4. МУК 4.1.2468-09 Измерение массовых концентраций пыли в воздухе рабочей зоны предприятий горнорудной и нерудной промышленности
5. ГН 2.1.5.1313-03 «Предельно допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в воздухе рабочей зоны».

Рубрика: Экология и безопасность жизнедеятельности

УДК 504.054

ЗАГРЯЗНЕНИЕ АТМОСФЕРНОГО ВОЗДУХА ВЗВЕШЕННЫМИ ВЕЩЕСТВАМИ В ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ

В.С. Заводовский

бакалавр

Е.В. Тарасова

научный руководитель, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

Для Еврейской автономной области актуальной проблемой является загрязнение атмосферного воздуха. Учитывая особую важность атмосферного воздуха в процессах, протекающих в биосфере Земли, все государства нормируют поступление загрязняющих веществ в атмосферу. При этом осуществляется контроль за содержанием в воздухе загрязняющих веществ.

Ключевые слова и словосочетания: атмосферный воздух, загрязнение, нормированные выбросы, предельно допустимая концентрация, Еврейская автономная область, загрязняющие вещества

ATMOSPHERIC AIR POLLUTION BY SUSPENDED SUBSTANCES IN THE JEWISH AUTONOMOUS REGION

For the Jewish Autonomous Region, the current problem is air pollution. Taking into account the special importance of atmospheric air in the processes occurring in the Earth's biosphere, all states normalize the entry of pollutants into the atmosphere. At the same time, the content of pollutants in the air is monitored.

Keywords: free air, pollution, rated emissions, maximum permissible concentration, Jewish Autonomous Region, pollutants.

Атмосферный воздух имеет огромное значение во всех процессах земли, на локальном, региональном и планетарном уровнях. Вопросы загрязнения атмосферного воздуха являются актуальными для современного общества, учитывая масштабы антропогенного воздействия на природную среду (развитие технологий, увеличение объема транспортных услуг, высокие темпы развития энергетической промышленности и др.), которые возрастают с невероятной скоростью, что в свою очередь на современном этапе развития человеческого общества требует

повышенного внимания к процессам охраны атмосферного воздуха, потому что состояние атмосферного воздуха напрямую влияет на состояние здоровья не только людей, но и всего живого на нашей планете, а также определяет развитие жизни на Земле.

Актуальность данной работы заключается в установлении экологической безопасности населения в исследованных населенных пунктах, посредством установления предельно-допустимых норм воздействия на окружающую нас природную среду.

Целью настоящей работы является исследование динамики загрязнения атмосферного воздуха взвешенными веществами в Еврейской автономной области.

Задачи:

1. Изучить нормативную документацию;
2. Проанализировать полученную информацию;
3. Провести оценку динамики загрязнения атмосферного воздуха взвешенными веществами в Еврейской автономной области;
4. Изучить методику отбора проб на взвешенные вещества в атмосферном воздухе.
5. Методика отбора проб.

Методика предназначена для определения среднесуточной концентрации взвешенных в атмосферном воздухе частиц в диапазоне 0,4 – 150 мкг/м³ при объеме пробы 1000 м³.

Определение пыли основано на улавливании взвешенных аэрозольных частиц фильтрами ФПП-15-1,5 или АФА-ХП(ВП)-160 при аспирации через них воздуха, высушивании в эксикаторе до постоянной массы и взвешивании на аналитических весах. Содержание пыли определяют по разности масс фильтра после и до экспонирования. Предел обнаружения 0,2 мг.

$$p = \frac{(m_2 - m_1) \cdot 10^3}{V},$$

где m_1 – масса неэкспонированного фильтра, мг;

m_2 – масса экспонированного фильтра, мг;

V – объем воздуха, приведённый к нормальным условиям.

Работа состоит из трёх этапов:

Первый этап – подготовка фильтров;

В свою очередь подготовка фильтров состоит из двух стадий:

Подготовка эксикатора;

Взвешивание фильтров.

Изначально фильтры были помещены в подготовленный эксикатор на двадцать четыре часа, после чего производилось само взвешивание. Взвешивание фильтров типа АФА производилось согласно методике (РД 52.04.186-89. 4.11 Взвешенные частицы (Пыль)) на аналитических весах ВЛР-200 (Приложение В, Рисунок 1 и Рисунок 2), сделанных по ГОСТ 24104-80Е.

Второй этап – производство замеров.

По прибытии на точку замеров первым делом с помощью метеометра МЭС-200А (Приложение В, Рисунок 3) фиксировались температура, относительная влажность воздуха, атмосферное давление и углерод оксид (СО). Параллельно этому на крыше заглушенного автомобиля в течение двадцати минут на два фильтра типа АФА производился отбор проб Аспиратором ПУ-3Э, общий объем аспирированного воздуха составлял 1000 м³ (Приложение В, Рисунок 4).

Третий этап – производство расчетов.

После произведения замеров, по прибытии в лабораторию было произведено взвешивание экспонированных фильтров, согласно методике (РД 52.04.186-89. 4.11 Взвешенные частицы (Пыль)). После взвешивания были произведены расчёты содержания пыли по следующей формуле:

$$p = \frac{(m_2 - m_1) \cdot 10^3}{V},$$

где m_1 – масса неэкспонированного фильтра, мг;

m_2 – масса экспонированного фильтра, мг;

V – объем воздуха, приведённый к нормальным условиям.

Взвешенные вещества – твердые частицы, находящиеся в атмосферном воздухе во взвешенном состоянии. Они относятся к 3 классу опасности (опасный). Среднесуточная ПДК – 0,15 мг/м³, максимально разовая – 0,5 мг/м³. Включают в себя пыль, золу, сажу, дым, сульфаты, нитраты и другие твердые составляющие. В зависимости от состава могут быть как высокоток-

сичными, так и почти безвредными. Взвешенные частицы варьируются в размерах, по составу и природе образования. Это сложное соединение органических и неорганических субстанций.

Источники:

- процессы горения ископаемых и других видов топлива;
- неполное сгорание топлива на транспорте, на тепловых электростанциях;
- предприятия, выпускающие строительные материалы (например бетон, древесина);
- почвенная эрозия, сдув пыли с асфальтных покрытий и др.

В настоящей работе была исследована динамика загрязнения атмосферного воздуха взвешенными веществами в Еврейской автономной области, объектами исследования стали такие населенные пункты как: г. Биробиджан, с. Птичник, с. Валдгейм и посёлок городского типа Теплоозёрск. Для рассмотрения динамики был выбран период с 2014 г. по 2018 г. включительно. Предметом исследования являются взвешенные вещества. Оценка была проведена Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Федеральным бюджетным учреждением здравоохранения «Центр гигиены и эпидемиологии в Еврейской автономной области»

Нормативная документация на метод отбора проб и исследования:

РД 52.04.186-89 «Руководство по контролю загрязнения атмосферы»;

руководство по эксплуатации метеометра МЭС – 200А.

Нормативная документация на объем лабораторных исследований и их оценку:

СанПиН 2.1.6.1032-01 «Гигиенические требования к обеспечению качества атмосферного воздуха населенных мест»;

ГН 2.1.6.3492-17 «Предельно допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в атмосферном воздухе городских и сельских поселений».

Результаты исследования атмосферного воздуха в Еврейской автономной области представлены в виде диаграмм (рис. 1–10).

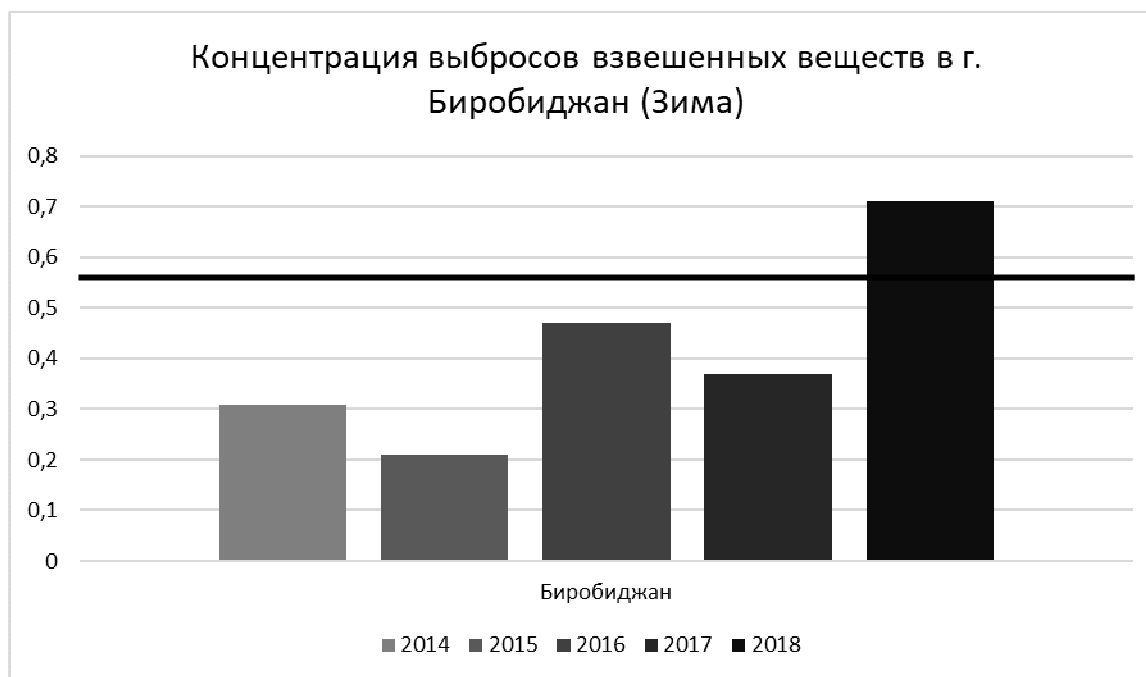


Рис. 1

По рисунку 1 в городе Биробиджан видна тенденция повышения выбросов взвешенных веществ за период с 2014 г. по 2018 г. включительно. Наибольшие выбросы были зафиксированы в 2018 г., наименьшие выбросы были отмечены в 2015 г. Также стоит отметить, что в 2018 г. в Биробиджане было зафиксировано превышение санитарной нормы равной $0,5 \text{ мг/м}^3$ в 1,42 раза. По сравнению с 2017 годом уровень выбросов взвешенных веществ в атмосферный воздух вырос на $0,41 \text{ мг/м}^3$, что практически равно одной единице ПДК. Повышение выбросов взвешенных веществ в атмосферный воздух в г. Биробиджан связано с износом оборудования, критическим состоянием котлов местной ТЭЦ, а также общим повышением количества транспорта в городе. Максимальная амплитуда равна $0,5 \text{ мг/м}^3$ что численно равно единице ПДК.

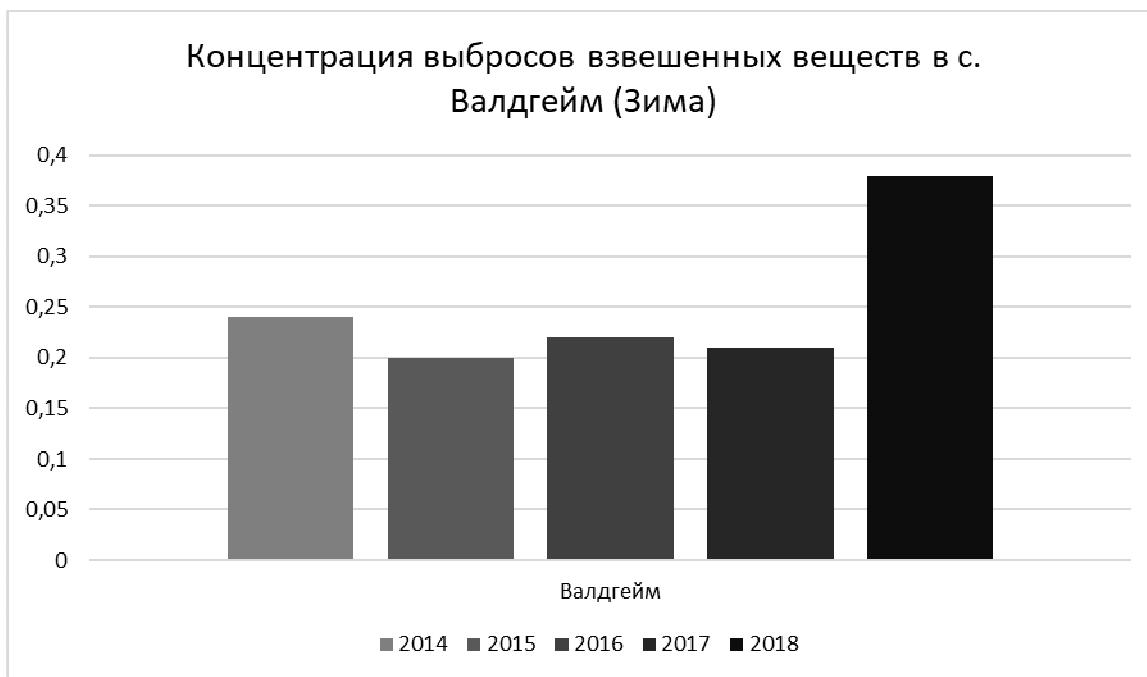


Рис. 2

В селе Валдгейм уровень взвешенных веществ в атмосферном воздухе за период с 2014 г. по 2018 г. держится на одном уровне с минимальными отклонениями, за исключением 2018 г. где произошло резкое увеличение выбросов на $0,17 \text{ мг/м}^3$, несмотря на резкое возрастание выбросов концентрация взвешенных веществ всё еще меньше санитарной нормы равной $0,5 \text{ мг/м}^3$. Могу предположить что увеличение связано с повышением транспортной проходимости а также общим увеличением числа личного транспорта. Наибольший показатель был отмечен в 2018 г, наименьший в 2015. Максимальная амплитуда равна $0,18 \text{ мг/м}^3$.

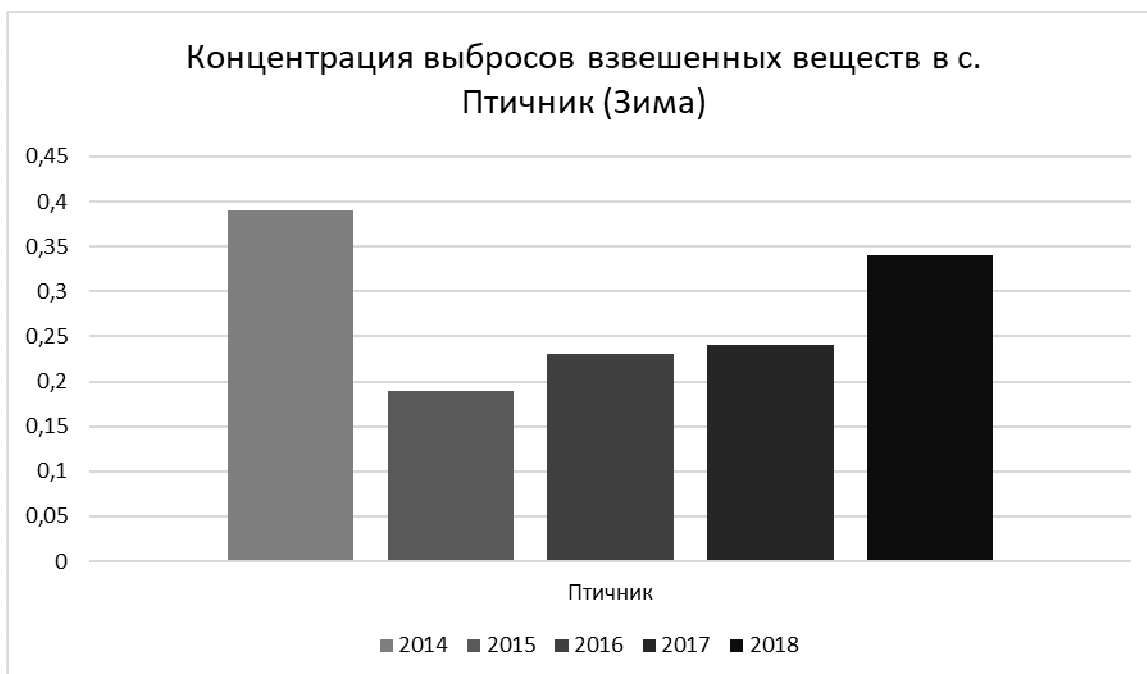


Рис. 3

Для села Птичник отчетливо видна тенденция роста выбросов загрязняющих веществ в период с 2015 по 2018 г. За год в период с 2014 г. по 2015 г. было значительное общее снижение выбросов, выбросы снизились в 2 раза с $0,39 \text{ мг/м}^3$ до $0,19 \text{ мг/м}^3$, после чего стала набирать силу тенденция роста. Максимальная амплитуда выбросов для с. Птичник составила $0,20 \text{ мг/м}^3$

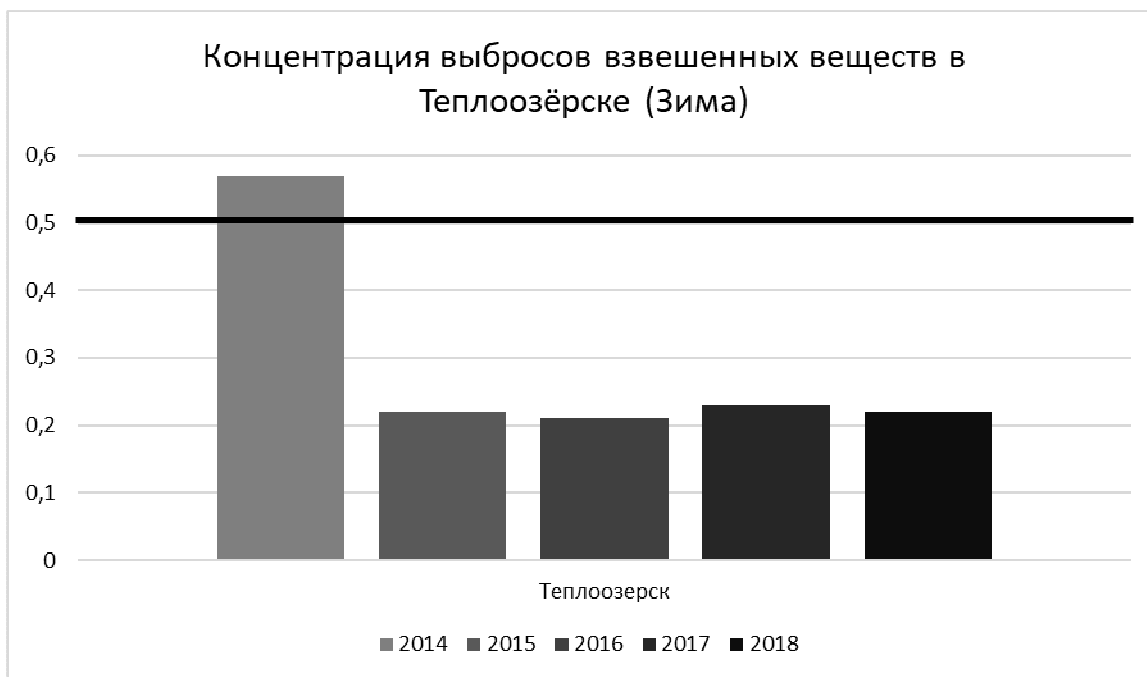


Рис. 4

Что касается Теплоозёрска в 2014 г. были зафиксированы наибольшие выбросы за период с 2014 г. по 2018 г. включительно, которые превышали санитарную норму в 1,14 раз. Наименьшие выбросы были отмечены в 2016 г. и они составили 0,21 мг/м³. С 2014 г. по 2015 г. можно наблюдать значительное снижение выбросов, которое составило 0,35 мг/м³, после снижения выбросов в 2015 г. концентрация взвешенных веществ за период с 2015 г. по 2018 г. держится на одном уровне с минимальными отклонениями в 0,01 мг/м³. Для Теплоозерска максимальная амплитуда за период с 2014 г. по 2018 г. составила 0,36 мг/м³.

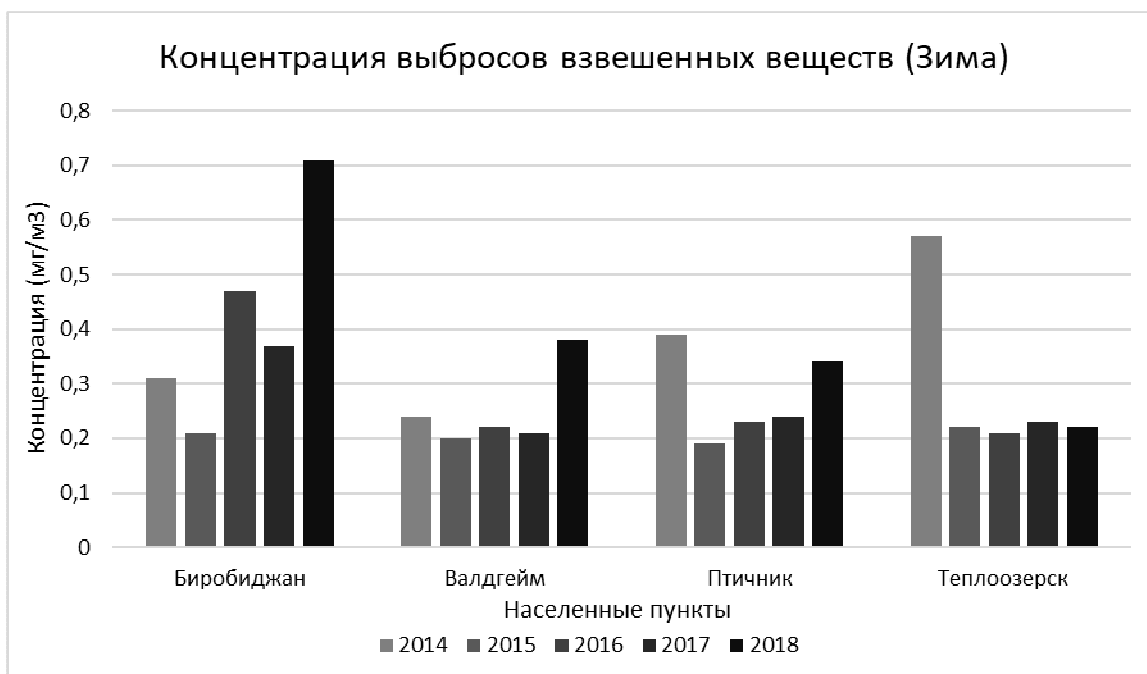


Рис. 5

За период с 2014 г. по 2018 г. среди 4 населенных пунктов, в которых проводился мониторинг было зафиксировано 2 превышения санитарной нормы, что составило 10%. В целом заметна общая тенденция роста выбросов взвешенных веществ в атмосферный воздух, по боль-

шей части причиной которой является увеличение транспортной проходимости через данные населенные пункты и общим повышением количества транспорта на душу населения.

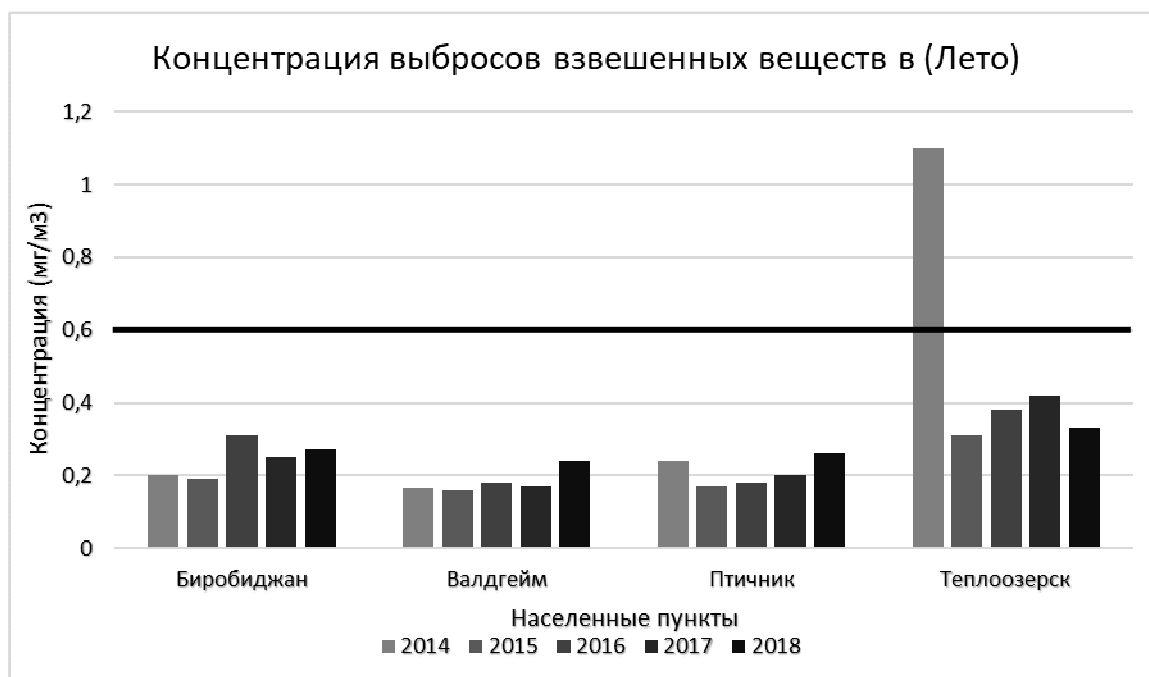


Рис. 6

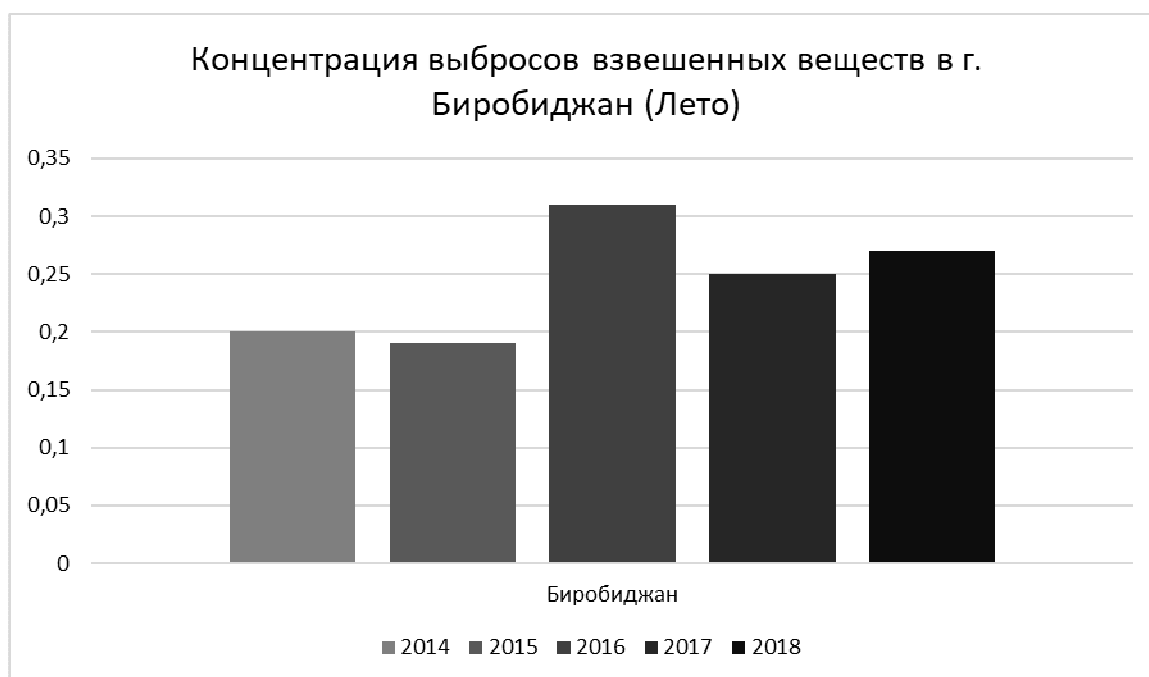


Рис. 7

Исходя из рисунка 6 мы видим совершенно иную картину нежели чем на рисунке 1. Очень сильно изменились показатели в г. Биробиджан, мы отчетливо видим, что за период с 2014 г. по 2018 г. осталась тенденция роста выбросов взвешенных веществ в атмосферный воздух, но в сравнении с зимним периодом, рост минимален и в целом уровень выбросов держится на одном уровне наибольший уровень выбросов в г. Биробиджане отмечен в 2016 г. и составил $0,31 \text{ мг/м}^3$, наименьший уровень выбросов был зафиксирован в также как и в зимний период в 2015 г. Максимальная амплитуда выбросов составила $0,12 \text{ мг/м}^3$, что составляет примерно 20% от единицы ПДК.

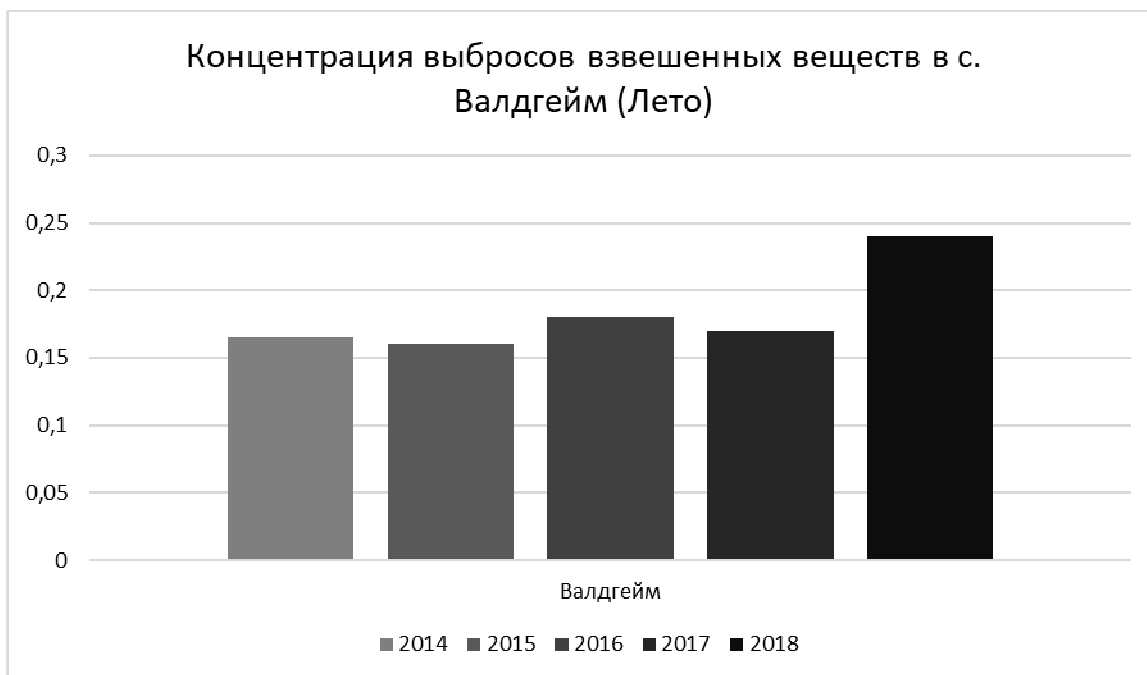


Рис. 8

Для села Валдгейм заметно общее снижение выбросов почти в 2 раза по сравнению с зимним периодом. На протяжении четырех лет концентрация взвешенных веществ держалась на уровне ниже $0,2 \text{ мг/м}^3$. Наибольший уровень выбросов был отмечен в 2018 г. и составил $0,24 \text{ мг/м}^3$. Наименьшие выбросы были зафиксированы в 2015 г.

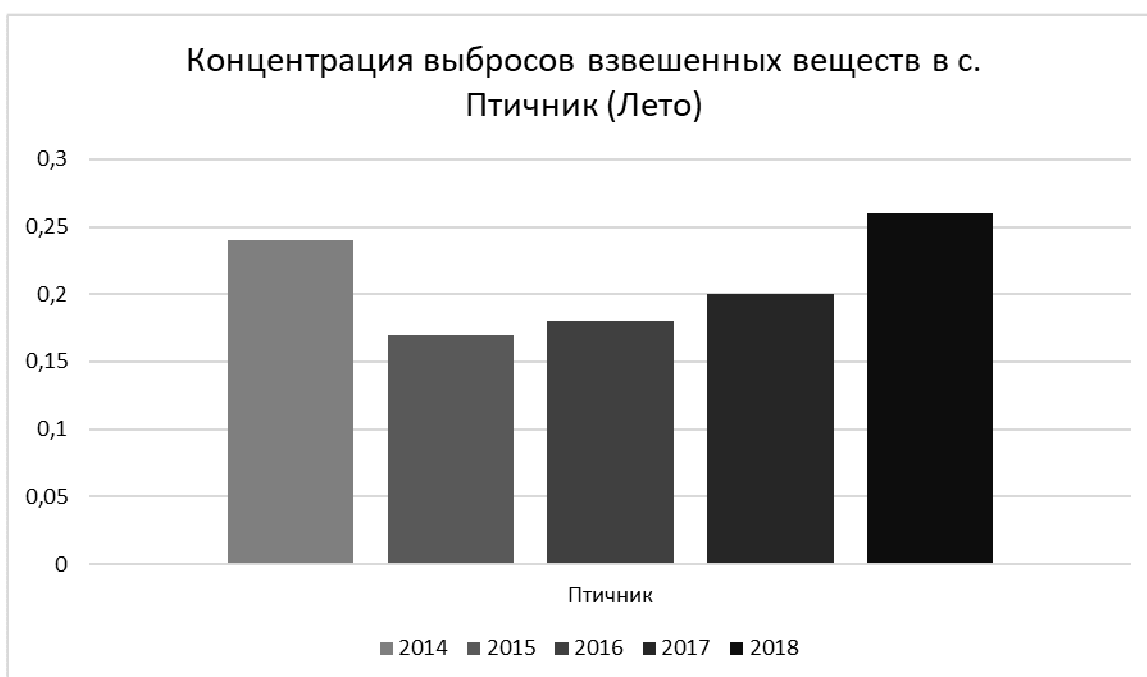


Рис. 9

Для села Птичник хорошо видна тенденция увеличения выбросов взвешенных веществ в атмосферный воздух. Наибольший уровень выбросов был отмечен в 2018 г. и составил $0,26 \text{ мг/м}^3$. Наименьший уровень выбросов был достигнут в 2015 г. Также стоит отметить что выбросы за весь период держались ниже уровня $0,5 \text{ ПДК}$.

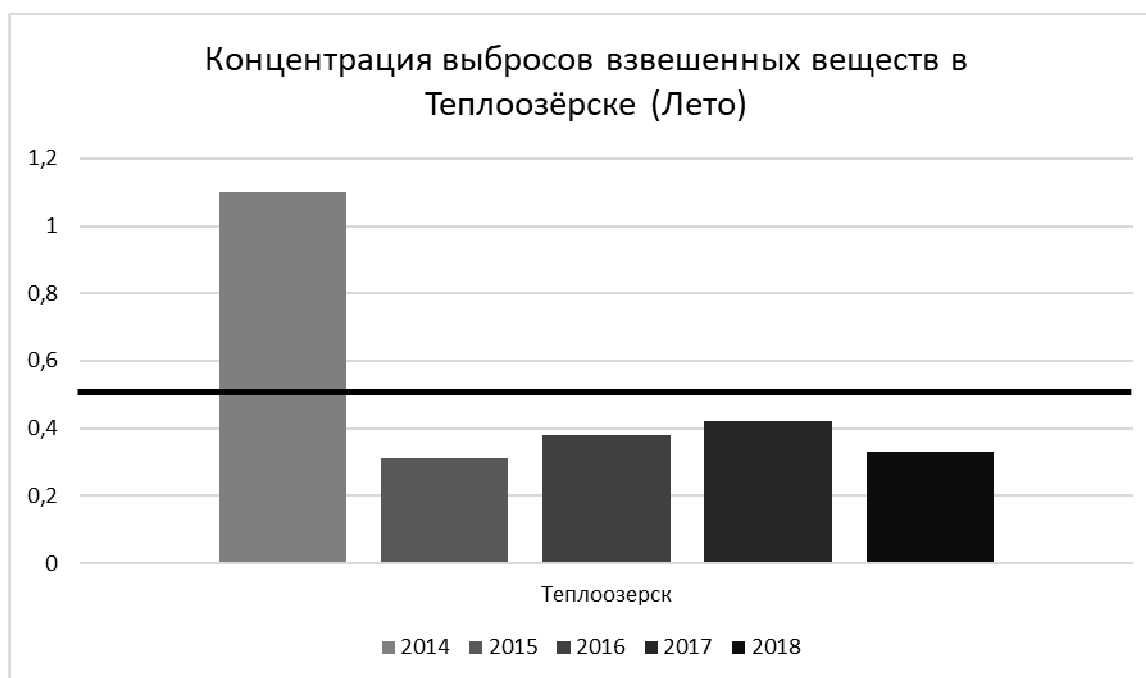


Рис. 10

В Теплоозерске выбросы за 2014 г. достигли отметки $1,1 \text{ мг/м}^3$ что является превышением ПДК в 2,2 раза и свидетельствует о серьезном нарушении нормативных требований. В период с 2014 г. по 2015 г. было резкое снижение выбросов, которое составило $0,79 \text{ мг/м}^3$, после чего наблюдается тенденция роста выбросов взвешенных веществ. Максимальной отметки выбросы достигли в 2014 г. а минимальной в 2015 г.

Исходя из приведенных выше данных можно сделать вывод, что во всех населенных пунктах за период с 2014 г. по 2018 г. наблюдается тенденция роста выбросов взвешенных веществ в атмосферный воздух, что заставляет обратить внимание на сложившуюся ситуацию и постараться максимально остановить или хотя бы затормозить рост выбросов, ведь с каждым годом выбросом в атмосферный воздух будет становиться всё больше и больше, что не может пройти бесследно для здоровья человека. В г. Биробиджан требуется срочное обновление устаревшего и изношенного оборудования для местной ТЭЦ, потому что можно смело сделать вывод что ситуация с каждым годом всё больше и больше ухудшается это и приводит к аварийным выбросам, ТЭЦ в полной мере начинает свою работу по обогреву жилых помещений с наступлением холодов в зимний период и отчетливо видно по диаграммам, что выбросы в зимний период значительно увеличиваются, это особенно актуально в последние года, ведь без должного внимания и подхода к замене и ремонту оборудования сложившаяся ситуация будет только с каждым годом ухудшаться и ухудшаться, после чего с не малой вероятностью можно будет предсказать значительное ухудшение здоровье местного населения и большее развитие лёгочных заболеваний. Вдвойне опаснее ситуация становится из-за расположения местной ТЭЦ и ее санитарно-защитных зон, которые абсолютно не выполняются, жилые дома находятся практически в шаговой доступности от ТЭЦ, поэтому проблема загрязнения атмосферного воздуха взвешенными веществами особенно актуальна для жителей микрорайона ТЭЦ. Было бы правильно демонтировать или остановить работу нынешней ТЭЦ и переместить ее или построить новую за городом с выполнением всех требуемых санитарных норм, для обеспечения экологической безопасности населения.

1. Будыко, М.И. Влияние человека на климат / М.И. Будыко. Л.: Гидрометеорологическое издательство. 1972.
2. РД 52.04.186-89 «Руководство по контролю загрязнения атмосферы».
3. Руководство по эксплуатации метеометра МЭС – 200А.
4. СанПиН 2.1.6.1032-01 «Гигиенические требования к обеспечению качества атмосферного воздуха населенных мест»;
5. ГН 2.1.6.3492-17 «Предельно допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в атмосферном воздухе городских и сельских поселений».

ОСОБЕННОСТИ МИКРОЭЛЕМЕНТНОГО СТАТУСА ПОДРОСТКОВ РАЗНЫХ ЭТНИЧЕСКИХ ГРУПП (НИВХИ И РУССКИЕ), ПРОЖИВАЮЩИХ В СЕЛЬСКИХ УСЛОВИЯХ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

Д.И. Иванников

бакалавр

А.О. Нестеренко

преподаватель

Е.Д. Целых

профессор

*Дальневосточный государственный университет путей сообщения
Хабаровск, Россия*

Проведено эколого-биологическое обследование подростков национальности нивхи (n=25), проживающих в п. Лазарев Николаевского района и пришлого населения (n=25), преимущественно, этнические русские (98%), проживающих в с. Булава Ульчского района Хабаровского края, средний возраст: $14,6 \pm 0,2$ и $16,5 \pm 0,12$ лет, соответственно. В результате анализа во всех обследуемых группах выявлен элементный дисбаланс. Установлены сильные корреляционные связи дисбаланса эссенциальных микроэлементов с избытком Th и U в волосах у русских и нивхов. Также дефицит большинства микроэлементов в биосубстратах обусловлен недостаточным поступлением их с рационом питания.

Ключевые слова и словосочетания: подростки, радиоактивные элементы, волосы, сыворотка крови, рацион питания, металло-лигандный гомеостаз.

FEATURES OF MICROELEMENT STATUS OF ADOLESCENTS OF DIFFERENT ETHNIC GROUPS (NIVKHS AND RUSSIANS), LIVING INRURAL CONDITIONS OF Khabarovsk TERRITORY

The ecologic-biological examination of adolescents of different ethnic groups: Nivkhs (n = 25) and Russians (n= 25) of Khabarovsk Krai, whose average age amounted to $14,6 \pm 0,2$ and $16,5 \pm 0,12$, respectively. Analysis of biosubstrates revealed an elemental imbalance in all ethnic groups. The concentrations of Th and U in biosubstrates of the adolescents were above the upper border of physiological norm and additional factor of disturbance of metal-ligand homeostasis, caused by the presence of radioactive substances in the environment.

Kew words: adolescents; radioactive elements; hair; blood serum; food; Metal-ligand homeostasis.

В последние годы многие ученые особое внимание уделяют изучению воздействия экологических факторов среды на здоровье человека, особенно в условиях возрастания антропогенного пресса на окружающую обстановку [3;5].

Население многих районов Хабаровского края подвергается комплексному воздействию вредных факторов, обусловленных как геохимическими особенностями, так и интенсивным загрязнением объектов окружающей среды выбросами и сбросами действующих предприятий, расположенных выше по течению Амура [6].

Особенно подвержено к действию антропогенных факторов подрастающее поколение, так как адаптационные возможности детского организма значительно ниже, чем у взрослого человека [6], поэтому исследование особенностей микроэлементного статуса подростков обуславливает актуальность данного исследования.

Цель: определить особенности микроэлементного статуса подростков разных национальностей (нивхи и русские), проживающих в сельских условиях Хабаровского края.

Материалы и методы

Проведено эколого-биологическое и клинико-лабораторное обследование подростков разных этнических групп ($n=50$) Хабаровского края: нивхов ($n_{\text{♂}}=17$; $n_{\text{♀}}=8$) и пришлого населения – 98% этнические русские ($n_{\text{♂}}=15$, $n_{\text{♀}}=10$), средний возраст которых составил $14,6\pm 0,2$ и $16,5\pm 0,12$ лет, соответственно. Разрешение Этического комитета Хабаровского филиала ДНЦ ФПД – НИИ ОМиД получено на основании «информированного согласия» родителей обследуемых детей. Забор крови проведен на базе лаборатории «Физиологии человека» Дальневосточного государственного университета путей сообщения (ДВГУПС).

На базе Хабаровского инновационно-аналитического центра Института тектоники и геофизики им. Ю.А. Косыгина ДВО РАН проведено определение содержания микроэлементов в сыворотке крови, волосах: Fe, Cu, Mo, Zn, P, Ca, Co, Se, Mn, Th и U-методом атомно-эмиссионной спектроскопии с индуктивно-связанной плазмой, с анализом образцов на приборе ICP-MS Elan 9000 (Канада).

Анализ среднесуточного рациона питания получен по результатам анкетирования подростков с использованием методики «вчерашнего дня», таблиц клише [8]. Обработка анкет проводилась с помощью программы «CorrectFood 6.5», созданной на основе справочника «Химический состав пищевых продуктов» (под ред. академика АМН А.А. Покровского), одобренной Министерством здравоохранения и социального развития РФ.

В результате анализа рационов питания подростков было определено содержание микроэлементов (Fe, Cu, Mo, Zn, P, Ca, Co, Se, Mn).

При статистическом анализе использованы стандартные методы вариационной статистики: определение достоверности полученных данных в условиях стандартного нормального распределения для независимых выборок по коэффициенту Стьюдента, с учетом «ошибки средней» – $\pm m$; корреляционный анализ – по коэффициенту парной корреляции. Проверка нормальности распределения малых выборок численностью до 50 вариантов проводилась с использованием критерия Шапиро-Уилка (Shapiro-Wilk) [4].

Результаты исследования

Результаты проведенного исследования сыворотки крови и волос подростков национальности нивхи и русские представлены на рисунке.

Определено, что концентрация Fe в сыворотке крови подростков обследуемых групп (русских и нивхов) достоверно выше физиологического норматива в 1,55-3,47 раза ($p\leq 0,001$). Сочетание эссенциальности элемента с его возможной токсичностью предполагает, что нарушения метаболизма Fe могут негативно влиять на жизнедеятельность организма. Причинами увеличения уровня железа в сыворотке крови могут быть его избыточное потребление (например, при повышенном его содержании в питьевой воде).

Исследование концентрации элементов в волосах показало, что избыточное поступление Fe приводит к его аккумуляции в организме. Анализ рационов питания показал, что содержание Fe в рационе подростков находится на верхней границе и выше гигиенического норматива у русских и нивхов, соответственно (табл.).

По результатам анализа сыворотки крови выявлена достоверно низкая концентрация Cu в обследуемых группах: в группе нивхов – 72%, русских – 57% от физиологического норматива ($p\leq 0,001$). Концентрация Cu в волосах в группе подростков-русских составила 83% от нижней границы физиологического норматива ($p\leq 0,05$), а в группе подростков-нивхов – 65% ($p\leq 0,001$).

Анализ среднесуточного рациона питания показал дефицитное поступление Cu в обеих этнических группах. Согласно литературным данным, наиболее часто дефицит меди диагностируется из-за низкого ее поступления с пищей, а также развития заболеваний [7].

Выявлена дизадаптивно низкая концентрация Co в сыворотке крови русских, которая составила менее 10% от физиологического норматива ($p\leq 0,001$), а в группе нивхов – на нижней границе. Определены достоверные этнические различия ($p\leq 0,01$). Анализ твердого биосубстрата (волосы) показал, что в группе русских содержание Co соответствует физиологическому нормативу ($p\leq 0,001$), а в группе нивхов – избыток ($p\leq 0,05$). Поступление Co с пищей в организм подростков выше гигиенического норматива в обеих группах.

Концентрация Mo в сыворотке крови русских менее 10% от физиологической нормы ($p\leq 0,01$), а нивхов – 82%. Определены достоверные этнические различия ($p\leq 0,001$), (Рисунок). Анализ твердого биосубстрата показал, что концентрация Mo у подростков Хабаровского края (русские, нивхи) находится ниже границы нормы – 90% и 70%, соответственно. Дефицит Mo в

биосустратах подростков обеих этнических групп связан с недостаточным поступлением микроэлемента с пищей: 78,57-81,17% от нормы ($p \leq 0,01$).

Концентрация P в сыворотке крови подростков (русские, нивхи) выше физиологического норматива в 1,35-2,82 раза, соответственно. Исследование элементного состава волос выявило дефицит P: в 1,4-1,63 меньше установленного физиологического норматива ($p \leq 0,01$). Определено, что поступление P с рационом питания в обеих обследованных группах дизадаптивно низкое. Согласно данным А.В. Скального, И.А. Рудакова (2004), причинами высокой концентрации P в СК могут быть избыточное употребление консервированных продуктов, газированных напитков [9].

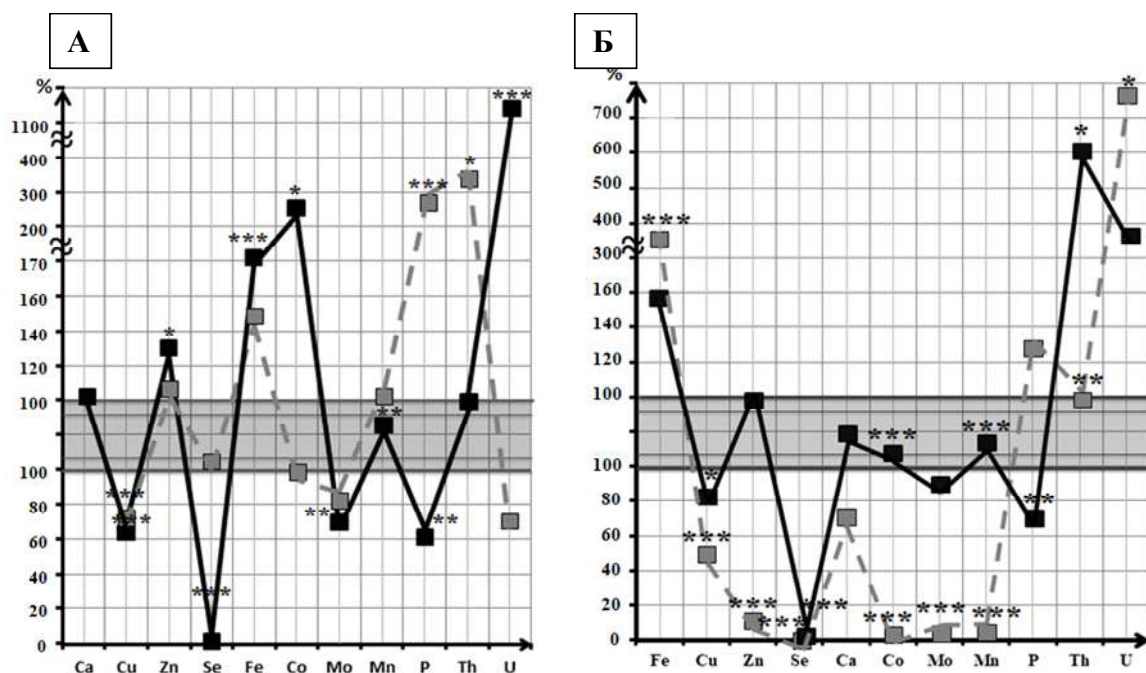


Рис. 1. Элементный состав сыворотки крови ($M \pm m$) и волос: (А) – подростков-нивхов ($n=25$), проживающих в Николаевском районе Хабаровского края; (Б) – подростков-русских ($n=25$), проживающих в Ульчском районе Хабаровского края (в % от физиологического норматива)

Примечание: – совпадение с возрастным физиологическим нормативом (100%); – показатель в сыворотке крови; – показатель в волосах; достоверное различие с границей физиологического норматива показано: при $p \leq 0,05$ (*); при $p \leq 0,01$ (**); при $p \leq 0,001$ (***)

Концентрация Zn в сыворотке крови подростков нивхской национальности не соответствует физиологическому нормативу (Рисунок). У русских выявлено снижение концентрации Zn в сыворотке крови – 11%, ($p \leq 0,001$). Определены достоверные этнические различия ($p \leq 0,001$).

В волосах русских определена концентрация Zn в соответствии с физиологическим возрастным нормативом, в группе нивхов выше физиологического норматива – 134% ($p \leq 0,05$). Определены достоверные этнические различия ($p \leq 0,01$). В рационе – содержание Zn ниже гигиенического норматива в обеих группах – 48% от суточной нормы. Таким образом, наблюдается аккумуляция дефицитного в организме и внешней среде микроэлемента (Zn) в твердом биосустрате.

Концентрация Se в сыворотке крови русских определена как дизадаптивно низкая, менее 10% от физиологического норматива ($p \leq 0,001$), (Рисунок). У подростков-нивхов концентрация Se в сыворотке крови соответствует нижней границе норматива (Рисунок). Определены достоверные этнические различия ($p \leq 0,001$). В волосах подростков обеих групп также определена дизадаптивно низкая концентрация Se (менее 10% от физиологического норматива). Причины дефицита Se достаточно разнообразны и связаны, в первую очередь, как с дефицитом в районе в целом, так и с состоянием здоровья, возможной постоянной интоксикацией организма тяжелыми металлами [1].

Содержание (M±m) некоторых элементов в среднесуточном рационе питания, мкг/сут, детей подростков (нивхи, русские), проживающих в Хабаровском крае (n=50)

Элемент / Норматив	Fe 15-17	Cu 2000	Zn 12	Ca 600-1200	Se 55	Co 20-50	Mo 70	Mn 500-1000	P 1200-1800
нивхи	17,87±	1132,75±	5,79±	403,82±	43,75±	26,59±	56,82±	435,54±	1043,17±
	2,72	282,43 **	5,13	52,46 ***▲	7,20	2,95	9,62	160,40	152,16
русские	16,08±	635,14±	5,75±	655,74±	34,83±	22,48±	55,04±	456,75±	1139,96±
	1,98	114,24 ***	1,01 ***	116,80	6,21 **	4,65	7,83	181,61	167,76

Примечание: Fe, P — по И.М. Скурихину, А.П. Нечаеву (1991); Zn, Mn — по А.В. Скальному, И.А. Рудакову (2004); Mo — по В.Г. Реброву, О.А.Громовой (2008); Cu, Se, Co — по В.И. Смоляр (1991), Н.Ф. Кошелева, В.А. Доценко (1993), Ca — по Г.Х. Битону, Дж.М. Бенгоа (1978), достоверное различие с границей физиологического норматива показано: при $p \leq 0,05$ (*); при $p \leq 0,01$ (**); при $p \leq 0,001$ (***) ; достоверное различие с группой сравнения показано: при $p \leq 0,05$ (▲); при $p \leq 0,01$ (▲▲); при $p \leq 0,001$ (▲▲▲).

Определено, что концентрация Mn в сыворотке крови подростков менее 10% от физиологического норматива ($p \leq 0,001$), а у нивхов на верхней границе норматива. Определены достоверные этнические различия ($p \leq 0,001$).

Исследование концентрации Mn в волосах показало, что поступление элемента в двух группах в пределах норматива ($p \leq 0,001$). Анализ рационов питания показал, что концентрация Mn в рационе питания подростков находится ниже гигиенического норматива – 87–91% от суточной нормы. Дефицит марганца обусловлен психоэмоциональными нагрузками, уменьшением потребления продуктов, богатых марганцем и повышенный прием фосфатов с консервированной пищей. Под влиянием избыточного содержания в организме железа происходит интенсивное выведение марганца [9].

По результатам анализа сыворотки крови выявлена достоверно низкая концентрация Ca – 69% от физиологического норматива ($p \leq 0,01$). В группе нивхов содержание Ca не определяли. Концентрация Ca в волосах в группе русских в пределах норматива, а нивхов на верхней границе норматива.

Анализ рациона питания показал, что в группе русских содержание Ca соответствует гигиеническому нормативу. В группе нивхов ниже границы норматива. Железо может способствовать усвоению кальция. Избыток кальция в организме иногда приводит к дефициту цинка и фосфора [9].

Таким образом, по результатам анкетирования подростков национальности нивхи и русские дисбаланс большинства элементов обусловлен дефицитным поступлением их с рационом питания. Этнические различия в питании не выявлены (кроме кальция, $p \leq 0,05$). Также нарушению элементного баланса может способствовать присутствие избыточных концентраций радиоактивных элементов, способных образовывать комплексные соединения, связываясь с эссенциальными микроэлементами [2].

Концентрация Th и U в СК и волосах превышает физиологический норматив в 1,5–7,5 раза в разных этнических группах ($p \leq 0,001$). Th является малотоксичным элементом, однако как природный радиоактивный элемент может вносить свой вклад в естественный фон облучения организма, способствуя формированию инверсии металло-лигандного гомеостаза, которая формируется уже в подростковом возрасте [2].

Таким образом, результаты исследования свидетельствуют о наличии у подростков элементного дисбаланса, в большей степени выраженного у нивхов.

1. Авцын, А.П. Микроэлементозы человека: этиология, классификация, органопатология / А.П. Авцын, А.А. Жаворонков, М.А. Риш и др. М.: Медицина, 1991. 496 с.

2. Барановская, Н.В. Уран и торий в органах и тканях человека / Н.В. Барановская, Т.Н. Игнатова, Л.П. Рихванов // Вестник Томского государственного университета: 2010 С. 182–188 (339 с.).

3. Ватлина, Т.В. Медико-географическая оценка заболеваемости детей болезнями органов дыхания / Т.В. Ватлина // Смоленский медицинский альманах. 2016. № 1. С. 49–52.
4. Ермолаев, О.Ю. Математическая статистика для психологов / О.Ю. Ермолаев. М.: Московский психол.-соц. ин-т: Из-во Флинт. 2003. С.19-72 (336 с.).
5. Ладнова, Г.Г. Влияние комплекса факторов окружающей среды на формирование здоровья популяции детей школьного возраста / Г.Г. Ладнова, М.Н. Гладских, М.Г. Курочицкая // Вестник Брянского государственного университета. 2011. № 4. С. 190–192.
6. Олейникова, А.Я. Влияние окружающей среды на здоровье населения Хабаровского края / А.Я. Олейникова // «Ученые заметки ТОГУ», 2014 Т. 5. № 3. С. 188–195. (http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles/2014/TGU_5_136.pdf 191)
7. Парахонский, А.П. Роль меди в организме и значение ее дисбаланса (Естественно-гуманитарные исследования) / А.П. Парахонский // Краснодар: Академия знаний. 2015. №10(4). С 72–83.
8. Сабати, Дж. Оценка диеты, сопоставление методов / Дж. Сабати // Клиническая медицина. 1993. 15(100). С. 591-596.
9. Скальный, А.В. Биоэлементы в медицине / А.В.Скальный, И.А. Рудаков. М.: Издательский дом «Оникс 21 век»: Мир, 2004. С. 92, 96, 106, (272 с.).

Рубрика: Экология и безопасность жизнедеятельности

УДК: 334

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «ТРАНСНЕФТЬ» В ВОПРОСЕ СОЗДАНИЯ ДОЧЕРНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ К ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Л.Д. Каданцева
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье представлен опыт ПАО «Транснефть» в вопросе создания дочерних компаний в рамках реализации государственных требований к экологической безопасности. Дочерние предприятия как правило, появляются в отраслях, затрагивающих интересы большей части населения. Поэтому эти отрасли нуждаются в особом внимании и последовательном государственном регулировании, в том числе и экологическом, для поддержания интересов не только самих монополистов, но и всего населения. Руководство дочерних компаний оценивает, что приоритетная позиция, относительно экологического обеспечения производства и энергосбережения является обязательной частью хозяйственного процесса организации. Для развития этой политики разрабатываются целые производственные программы и стратегии.

Ключевые слова и словосочетания: *экологический менеджмент, экологическая безопасность, экологическая политика, государственная экологическая политика, требования, соблюдение экологических требований*

ASSESSMENT OF TRANSNEFT'S ACTIVITY IN THE ISSUE OF ESTABLISHMENT OF SUBSIDIARIES IN THE FRAMEWORK OF THE IMPLEMENTATION OF STATE REQUIREMENTS FOR ENVIRONMENTAL SAFETY

The article presents the experience of Transneft in the creation of subsidiaries in the framework of implementation of state requirements for environmental safety. Subsidiaries usually appear in industries that affect the interests of the majority of the population. Therefore, these industries need special attention and consistent state regulation, including environmental, to maintain the interests of not only

the monopolists themselves, but also the entire population. The management of the subsidiaries assesses that the priority position regarding the environmental provision of production and energy saving is a mandatory part of the economic process of the organization. For the development of this policy are developed by the entire production program and strategy.

Kew words: *environmental management, environmental safety, environmental policy, state environmental policy, requirements, compliance with environmental requirements.*

Экологической опасностью принято называть изменение окружающей среды, которое возникает в результате антропогенных воздействий, приведших к нарушению структуры и функционирования природных систем (ландшафтов), к негативным социальным, экономическим и иным последствиям.

Актуальность данной статьи заключается в том, что дочерние предприятия как правило, появляются в отраслях, затрагивающих интересы большей части населения. Поэтому эти отрасли нуждаются в особом внимании и последовательном государственном регулировании, в том числе и экологическом, для поддержания интересов не только самих монополистов, но и всего населения.

Научная новизна заключается в исследовании реализации государственных требований к экологической безопасности дочерних предприятий естественных монополий.

Цель статьи – определить деятельности ПАО «Транснефть» в вопросе создания дочерних предприятий в рамках реализации государственных требований к экологической безопасности.

Цель достигается решением следующих задач:

- исследовать деятельность ПАО «Транснефть» в вопросе создания дочерних предприятий;
- изучить реализацию государственных требований к экологической безопасности.

Методы исследования, применяемые в данной статье: анализ и наблюдение.

ПАО «Транснефть», выступает одним из ключевых акторов энергетической отрасли РФ. Основные приоритеты данной крупной монополии – это обеспечение безопасности работников на их рабочих местах, повышенный уровень энергосбережения производства, поддержание экологической безопасности в промышленном процессе на всех уровнях производства.

Руководство ПАО «Транснефть» оценивает объёмы и ответственность своей высокотехнологической деятельности вводя инновации на каждом этапе производства. К примеру постоянно реструктуризируются магистральные трубы, вводятся меры предотвращения производственного травматизма, разрабатываются мероприятия по предотвращению аварий на объектах, представляющих производственный риск [1].

Эффективностью вышеназванной политики могут стать действенные принципы ПАО «Транснефть»:

- охрана жизни и здоровья работника, постановка их выше экономических результатов производства;
- энерго-эффективное использование топливных ресурсов;
- прогнозирование возникновения возможных аварий и разработка мероприятий по их предотвращению;
- экологически правильное использование природных ресурсов;
- инициатива экологического обеспечения безопасности от дочерних организаций;
- открытость значимой информации о деятельности в области охраны труда, энергоэффективности, промышленной и экологической безопасности.

ПАО «Транснефть» делает большие ставки на данные пункты стратегии, делая их практически приоритетными. Тем более, что указанные положения отвечают и ожиданиям общества и экономическому развитию компании.

Позицию ПАО «Транснефть» можно назвать как одну из лидирующей в заявленной отрасли государства. Деятельность исследуемой монополии направлена на достижение конечного экономически высокого показателя, достигая который монополия не должна забывать про охрану окружающей среды и обеспечение экологической безопасности территории [2, с.134].

Руководство ПАО «Транснефть» целиком и полностью понимает экологически негативные факторы от своей деятельности, которые влияют на окружающую среду. Именно поэтому компания подключает инновационные механизмы в своей производственной деятельности и развивает новые магистральные эксплуатационные сети, которые соответствовало бы достаточно высоким экологическим стандартам [1].

Следуя принципам экологической безопасности ПАО «Транснефть» разработало систему экологического менеджмента.

Системы экологического менеджмента ПАО «Транснефть»:

- корпоративный (в рамках ПАО «Транснефть») и производственный (в рамках организаций системы «Транснефть») экологический контроль, соблюдение установленного порядка лицензирования, страхования и сертификации объектов трубопроводного транспорта нефти и нефтепродуктов;

- нормирование и контроль качества окружающей среды при осуществлении деятельности по транспортировке, перекачке и хранению нефти и нефтепродуктов, включая систематическую оценку воздействий на окружающую среду;

- повышение энергоэффективности производственных процессов на всех его стадиях;

- принятие комплекса мер по сокращению объема выбросов парниковых газов;

- уменьшение риска возникновения аварийных ситуаций с экологическими последствиями на основе полномасштабной внутритрубной диагностики магистральных трубопроводов и своевременного обследования резервуарного парка;

- поддержание высокого уровня оснащённости ПАО «Транснефть» и организаций системы «Транснефть» техническими средствами для ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов и готовности органов управления, сил и средств реагирования на возникающие экологические угрозы;

- принятие комплекса мер по восстановлению, реабилитации нарушенных территорий;

- результативное финансирование и постоянное совершенствование Системы экологического менеджмента ПАО «Транснефть» в соответствии с международным стандартом ISO 14001:2004 за счет своевременной разработки и актуализации корпоративных регламентов в области управления производственными процессами, охраной окружающей среды и обеспечением экологической безопасности, четкого разграничения прав, обязанностей и ответственности работников за состояние окружающей среды;

- регулярная оценка значимости экологических аспектов деятельности ПАО «Транснефть» и организаций системы «Транснефть»;

- установление, постоянный анализ, последовательная актуализация целевых и плановых экологических показателей (Целей и Задач Системы экологического менеджмента) с целью снижения негативных воздействий на окружающую среду;

- повышение экологической культуры, образовательного и профессионального уровня персонала ПАО «Транснефть» и организаций системы «Транснефть» в области рационального использования природных ресурсов, охраны окружающей среды и экологической безопасности [1].

Как известно, в органах управления ПАО «Транснефть» присутствуют представители органов государственного управления, которые прямым образом влияют на развитие стратегической политики организации, а так же контролируют экономическую деятельность организации. Несмотря на такой кажущийся контроль и полную плановую деятельность, огромное внимание уделяется вопросам экологии. К примеру – созданы специализированные экологические комитеты, директивы которых касаются всех дочерних компаний.

Ярким примером деятельности «дочек» ПАО «Транснефть» в сфере реализации экологической безопасности являются следующие показатели экологической деятельности.

Так деятельность в сфере энергосбережения и поддержания экологии – это приоритетная составляющая ведущих производств мира. Данные составляющие являются приоритетными для ведущих мировых производств мира.

Руководство дочерних компаний оценивает, что приоритетная позиция, относительно экологического обеспечения производства и энергосбережения является обязательной частью хозяйственного процесса организации. Для придерживания этой политики разрабатываются целевые производственные программы и стратегии [3, с. 78].

Так, в политику дочерних компаний внесена идея организации инновационного производства на всех уровнях. В последнее время наблюдается тенденция, что инициатива экологического обеспечения безопасности всё чаще идёт от дочерних организаций. Следуя данной политики, любое структурное подразделение может выступить с экологической инициативой. Опыт подобных инициатив уже принёс компании несколько десятков миллионов рублей экономии [5, с. 32].

Перелом произошёл в 2012 году. Тогда в компании «Транснефть» утвердили Энергетическую политику и стали внедрять энергетический менеджмент в соответствии с международным стандартом ИСО 50001:2011. «Транснефть» стала одной из первых российских компаний, внедрившей стандарт в дочерних обществах. Система энергоменеджмента (СЭнМ) позволила реализовать мероприятия по снижению потребления энергии [1].

Один из основных залогов достижений в экономии – учет и контроль

17 предприятий компании уже прошли аудиты и сертифицированы. В мае, например, завершена сертификация Томского завода электроприводов. Ближайшая цель – внедрение

СЭнМ в компаниях «Транснефть Нефтяные Насосы», «Транснефть – Терминал», «Транснефть-ЭлектросетьСервис», «Транснефть – Диаскан», «НИИ Транснефть», «Гипротрубопровод», «Связьтранснефть».

Наибольшие достижения в экономии энергоресурсов продемонстрировали производственные подразделения холдинга. Программу энергосбережения всегда связывают с энергетиками, но основной эффект – в сфере технологий, в руках специалистов, которые непосредственно занимаются транспортировкой нефти и нефтепродуктов. Своевременная очистка трубопровода, состояние насосных агрегатов, режимы перекачки – вот где максимальная экономия [4, с.28].

Таким образом, картина оценки деятельности ПАО «Транснефть» в вопросе создания дочерних предприятий в рамках реализации государственных требований к экологической безопасности достаточно привлекательная.

Все дочерние компании строго следуют и общегосударственным требованиям и сильной экологической политики ПАО «Транснефть». Так же создание такого ряда дочерних предприятий для столь крупного монополиста как ПАО «Транснефть» даёт возможность регулировать соответствие производственных процессов экологическим требованиям через ответственность органа управления дочернего предприятия. Следовательно, задачи статьи решены, цель достигнута.

1. Устав и внутренние документы ПАО «Транснефть».-Электронный ресурс. URL: <https://www.transneft.ru/information/104/>.-Дата обращения: 29.03.2019

2. Васильева, Е.М.. Российские естественные монополии и федеральные законы / Е.М. Васильева // Экономическая наука современной России. 2016. № 4. С. 100-112.

3. Глухов, В.В. Теоретические аспекты конфликтно – компромиссных решений существующих экономических противоречий / В.В. Глухов // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2017. №3. С. 132-139.

4. Груничев, А.С. Монополистические рынки в России и особенности их государственного регулирования / А.С. Груничев. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 164 с.

5. Груничев, А.С. Факторы и тенденции развития монополизма в России / А.С. Груничев // Экономические науки. 2014. № 108. С. 27–29.

6. Калентьева Н.А. Монополизация как закон-тенденция развития современной экономики / Н.А. Калентьева // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2017. № 10 (27). С. 31-35.

7. Экологическая стратегия ПАО «Транснефть».-Электронный ресурс. URL: https://westernsiberia.transneft.ru/u/section_file/323/Экологическая_strategiya.pdf. (дата обращения: 29.03.2019)

8. Экологическая политика ПАО «Транснефть».-Электронный ресурс. URL: https://finance.transneft.ru/development/ecology/eco_policy/. (дата обращения 29.03.2019).

Рубрика: Экология

УДК 504.4.054

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ВОДОТОКОВ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ВЛАДИВОСТОК ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ МАКРОЗООБЕНТОСА

К.А. Мурашова
магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Состояние российских водотоков, расположенных в урбанистических районах, в последнее время вызывает особую озабоченность. Данная проблема характерна и для г. Владивосток. Для того, чтобы понять масштабы экосистемных изменений в нарушенных водотоках, на некоторых из них, проведена оценка качества вод с помощью методов современного биоассессмента с использованием организмов макрозообентоса

Ключевые слова и словосочетания: городские водотоки, макрозообентос, загрязнение, биоиндикация, Владивосток.

ESTIMATION OF VLADIVOSTOK STREAMS WATER QUALITY USING MACROZOOBENTHOS

The condition of the Russian streams and rivers located in urban areas causes special concern. This problem is very important for Vladivostok also. To understand scales and trends of ecosystem changes in the impacted waterways, the assessment of water quality based on the modern bioassessment methods with use of macrozoobenthos is carried out.

Keywords: urban streams, macrozoobenthos, pollution, bioassessment, Vladivostok

Цель работы: изучение качества вод рек Владивостока по показателям макрозообентоса (с привлечением классических гидрохимических и микробиологических методов) на примере модельных водотоков (рр. Вторая Речка, Чёрная, руч. Академический, Океанский).

Задачи:

1. Оценить качество водотоков на основе стандартных (гидрохимических и микробиологических) и современных методов пресноводного биоассесмента с акцентом на макрозообентос.
2. Собрать имеющуюся информацию о загрязнении городских водотоков на основе изучения опубликованных материалов, отчетов природоохранных организаций, осуществляющих мониторинг и контроль за экологическим состоянием пресных вод Приморского края (такие как: Федеральная служба по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор), Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзора), Приморское управление по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды (УГМС Примгидромет))
3. Выявить основные источники загрязнения на модельных водотоках.
4. Составить карту загрязнений изученных водотоков.
5. Инициировать обсуждение проблем загрязнения городских водотоков с государственными, научными, надзорными и общественными организациями Владивостока для выработки решений по их сохранению и восстановлению

Бентос – совокупность гидробионтов, обитающих в придонном слое водных объектов: на поверхности дна (эпифауна) или в толще грунта (инфауна). Бентос представлен бактериями (бактериобентос), водными грибами (микробентос), растительными (фитобентос) и животными (зообентос) организмами.

По размерному признаку выделяют микрозообентос, мезо(мейо)зообентос и макрозообентос. Микрозообентос. Длина тела не превышает 0,1 мм. В данную группу включают простейших (инфузории и др.), мелкие нематоды, клещи, низшие ракообразные, зародыши различных гидробионтов Мезо(мейо)зообентос. Длина тела от 0,1 до 2,0 мм. В данную группу входят представители класса гидроидных, нематоды, олигохеты, плоские черви, мелкие брюхоногие и жаберные моллюски, мелкоразмерные ракообразные и др. Макрозообентос – длина тела превышает 2,0 мм. Это личинки насекомых, моллюски, кольчатые черви, ракообразные, плоские черви и др. [1].

Для целей экспресс-мониторинга чаще всего используют организмы макрозообентоса, потому что их легко собирать и определять, по крайней мере, до групп организмов, даже в полевых условиях, даже не специалистами (что очень важно при общественном экологическом мониторинге)

Используемые нами методы биоиндикации основываются на американской системе биоассесмента RBP (Rapid Bioassessment Protocols) [2], адаптированной к условиям дальневосточной биоты и гидрологическим особенностям водотоков [3]. В данной работе мы использовали четыре метрики, основанные на качественном и количественном составе чувствительных или толерантных организмов в пробах:

- показатель «Индекс ЕРТ» (индикаторный комплекс личинок амфибиотических насекомых трёх отрядов: подёнок (Ephemeroptera) + веснянок (Plecoptera) и ручейников (Trichoptera);
- показатель «Индекс сенситивных организмов» (СО): рассчитывается общая доля сенситивных организмов в сообществе;
- показатель «Индекс Ch-O» – общая доля численности (или биомассы) личинок двукрылых из семейства хирономид (Chironomidae) и малощетинковых червей – олигохет (Oligochaeta);

– индекс Гутнайта-Уитлея: отношение количества обнаруженных в пробе. [4].

Основные сборы макрозообентоса проводились на р. Вторая Речка, р. Чёрная Речка, на ручьях Лесной и Академический

Исследованные модельные водотоки по степени загрязнения можно расположить в следующем порядке:

1) Ручей Лесной. На основании органолептических показателей и показателей макрозообентоса качество воды оценивается в категории «очень чистая». Ручей расположен на территории, не затронутой антропогенным воздействием, и сохраняет естественный облик.

Таблица 1

Показатели основных индексов для ручья Лесной

Индекс	Показатель индекса	Общая оценка
по индексу FBI	4,12	очень хорошее
по комплексу ЕРТ	27,84	хорошее
по индексу СО	96,05	превосходное
по индексу Скотта	20	хорошее

2) Ручей Академический. На верхних первых двух станциях качество воды оценивается как отличное по химико-микробиологическим показателям и показателям макрозообентоса. Качество воды на станции 3 по показателям макрозообентоса оценивается как удовлетворительное, с признаками начальной деградации сообщества; по гидрохимическим показателям оценивается как «хорошее». На нижних станциях 4 и 5, расположенных в районе коттеджной застройки, открытых сбросов канализации и в сфере влияния железной дороги, качество воды по макрозообентосу оценивается как очень плохое, что подтверждается и гидрохимическими показателями. Здесь отслеживаются высокие показатели общего железа и оксида азота, а бентосное сообщество на станции 5 можно квалифицировать как моносообщество, что происходит в условиях критических загрязнений.

Таблица 2

Оценка качества воды ручья Академического по гидробиологическим показателям

Показатели	Станции				
	По таксономическим показателям				
Общее количество таксонов(NT)	19	12	15	9	4
Количество таксонов ЕРТ	9	7	6	0	0
Кол-во всех таксонов без хиромид(NT-Ch)	17	10	12	4	2
ЕРТ+Ch	11	9	9	5	2
	По показателям численности				
Общее количество экземпляров(N)	1241	534	601	1713	701
Количество экземпляров ЕРТ(ЕРТN)	121	68	25	0	0
ЕРТ N/N	0,1	0,1	0,04	0	0
Ch N/N	0,017	0,005	0,014	0,56	0,98
Ch/ЕРТ N	0,18	0,04	0,36	1,0	1,0
Категория качества воды	I	I	II	III-IV	III-IV

3) Воды р. Чёрная Речка в верхней части соответствуют категории «чистые воды» по показателям макрозообентоса, но по микробиологическим показателям в районе ст. 2 отмечено превышение бактериологических показателей. Качество вод в нижней части русла (ст. 3 и 4) характеризуются резким ухудшением качества воды как по показателям бентоса, так и бактериологическим и характеризуется как «загрязнённые» и «очень грязные» воды. Гидрохимические показатели, из числа использованных нами, показали значительные превышения серы и никеля по всему водотоку – следует провести повторные исследования и выяснить причины этого загрязнения. Отмечено превышение показателей по железу и марганцу – но это может быть также следствием природного явления, характерного для приморских водотоков (повышенная концентрация железа). Для выяснения антропогенной составляющей загрязнения вод реки на основании гидрохимической оценки, следует провести измерения по крайней мере: растворенного кислорода, БПК5 и других показателей, характеризующих наличие органического загрязнения, связанного с антропогенным импактом.

Таблица 3

Показатели основных индексов для р. Чёрная речка

Показатели	Станции							
	1 (верховье, фон)		2 (до коттеджей)		3 (у а/д моста)		4 (устье, у ж-д моста)	
	экз/в пробе	%	экз/в пробе	%	экз/в пробе	%	экз/в пробе	%
Комплекс ЕРТ	156	36,6	157	27,3	1	0,14	0	0
Индекс SO	612	99	236	40,6	1	0,14	0	0
Комплекс OCh	0	0	341	58,7	722	99,1	1232	98,9
Индекс Гутнайта-Уитлея	0/425 *100	0	2/581 *100	0,34	180/730 *100	25	1196/ 1245 *100	96,06
Оценка по индексу Гутнайта-Уитлея	отсутствие загрязнения (класс 1-2)		отсутствие загрязнения (класс 1-2)		отсутствие загрязнения (класс 1-2)		Сильное (класс 5–6)	
Комплексная оценка (по 4-х балльной системе)		I		I		III-IV		IV

Основным источником загрязнения р. Чёрная Речка являются сбросы хозяйственно-бытовых стоков с близлежащих коттеджей, а также регулярные сбросы котельной санатория «Приморье МВД России» (аварийные ситуации регистрируются раз в несколько лет).

4) Река Вторая Речка. По органолептическим показателям (запах, цвет, мутность) вторая половина русла классифицируется как загрязнённая, особенно высоки эти показатели в районе ст. 3. Однако, на ст. 2А (верховье) отмечена самая высокая мутность воды, что связано с нарушениями экологических норм при работе на ближайшем, расположенном в водо-охранной зоне, карьере. Оценивая прозрачность/мутность воды на 4 станции не следует обманываться её прозрачностью – при снижении скорости течения на низовом участке становятся более интенсивны процессы седиментации – взвесь отлагается на дно, формируя подобие «цементированного» субстрата, где минеральные частицы, сине-зелёные водоросли и органические гранулы склеиваются, а очищенная от механических частиц, кажущаяся прозрачной, но плохого качества вода, протекает, не взмучивая плотный субстрат.

Анализ бентосных проб согласуется с химико-микробиологическими данными, однако, на ст. 4 показывает большую степень загрязнения, чем на всех других. Это выражается в крайней степени деградированности сообщества на ст. 4, демонстрирующего экстремальное развитие олигохет как по долевному преимуществу по данным донных сачков (99,2% численности от общего числа организмов), так и по данным проб бентометров – доля в пробе более 50%. Плот-

ность олигохет на квадратный метр (пробы бентометров) на ст. 3 составляет 3072 экз/м², на ст. 4 – уже почти в 30 раз больше – 87600 экз/м² Несмотря на внешние признаки благополучия на ст. 4 – прозрачность воды, отсутствие резкого запаха и следов нефтепродуктов – ситуация здесь просто катастрофическая, по сути – это исключительно хирономид-но-олигохетное сообщество (индекс Ch-O = 98.4%), а по данным донных сачков – моносо-общество (доля олигохет – 99.5%), где доминирует экстратолерантная к загрязнениям (особенно органическим) одна группа организмов.

Таблица 4

Показатели основных индексов для р. Вторая речка (донный сачок)

Показатели	Станции							
	1		2А		3		4	
	экз/м ²	%	экз/м ²	%	экз/м ²	%	экз/м ²	%
Комплекс ЕРТ	245	40	16	3.06	0	0	0	0
Комплекс OCh	2	0.33	457	87.4	3354	99.6	13588	99.8
Индекс SO	612	99,7	66	12.6	2	0.06	-	-
Качество воды (по 4-х балльной системе)		I		IV		IV		IV

Таблица 5

Показатели основных индексов для р. Вторая речка (бентометр)

Показатели	Станции							
	1 (верховье, фон)		2 (Снеговая)		3 (у а/д моста)		4 (устье)	
	экз/в пробе	%	экз/в пробе	%	экз/в пробе	%	экз/в пробе	%
Комплекс ЕРТ	36	29.26	27	6.7	6	1.39	-	-
Комплекс OCh	4	3.25	374	92.8	425	98.38	9992	99.87
Индекс SO	119	96.75	29	7.20	6	1.39	5	0.05
Качество воды (по 4-х балльной системе)		I		IV		IV		IV

В приведённых выше таблицах указаны категории качества воды: I – отличное, III – посредственное, III–IV – плохое, IV – очень плохое

Основным источником загрязнения реки являются незаконные стоки канализаций.

В дальнейшем планируется продолжать мониторинг экологического состояния данных рек: проводить регулярный отбор пробы макрозообентоса, химические и микробиологические пробы воды. Исследование по химическим и микробиологическим показателям будет проводить лаборатория КГУП «Приморский водоканал», о чем была достигнута договоренность при личной встрече с директором предприятия А.А. Осиюком, обещавшим всестороннюю помощь. Кроме того, в мае и июне 2017 года мы встретились с представителями ведомств Приморского края и г. Владивостока, отвечающими за состояние водотоков г. Владивосток. Была получена важная информация, которая в настоящее время находится в обработке – и достигнуто соглашение о сотрудничестве в области дальнейших исследований экологического состояния водотоков агломерации Владивосток и проведении мероприятий по решению проблем их загрязнения.

1. Константинов, А.С. Общая гидробиология: учебник для вузов / А.С. Константинов. М: Высшая школа, 1986. 472 с.

2. Barbour, M.T. Rapid Bioassessment Protocols For Use in Streams and Wadeable Rivers: Peryphiton, Benthic Macroinvertebrates, and Fish / Gerritsen J., Snyder B.D., Stribling J.B. // – Washington, D.C.: U.S. Environmental Protection Agency, Office of Water 1999 – 340 p.

3. Вшивкова, Т.С. Оценка влияния Партизанской ГРЭС на экологическое состояние р. Партизанская и р. Ключ Лозовый / Т.С. Вшивкова // Чтения памяти проф. Владимира Яковлевича Леванидова. Владивосток. 2005. Вып. 3. С. 139–155.

4. Вшивкова, Т.С. Оценка экологического состояния водотоков с использованием водных беспозвоночных: краткое руководство по биомониторингу / Т.С. Вшивкова. Хабаровск: Изд-во Водоканал, 2013. 13 с.

Рубрика: Экология

УДК 504.064.37 (504.453)

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ВОДООХРАННЫХ ЗОН ВОДОТОКОВ ПОЛУОСТРОВА МУРАВЬЁВА-АМУРСКОГО С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРИРОДООХРАННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

М.В. Пекарский
магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Актуальной в последнее время становится проблема сохранения малых водотоков в пригородных зонах, так как в условиях развивающегося и набирающего темпы малоэтажного строительства наблюдается массовое нарушение природоохранных законов в водоохраных зонах. Приводятся результаты оценки нарушенности экологического состояния речных бассейнов, расположенных на территории полуострова Муравьева-Амурский, проведённые на основе анализа космоснимков.

Ключевые слова и словосочетания: водоохраные зоны рек, деградация речных бассейнов, спутниковые снимки, полуостров Муравьева-Амурского, Владивосток.

ECOLOGICAL CONDITION OF WATER PROTECTION ZONES OF MURAVYOV-AMURSKY PENINSULAR STREAMS IN TERMS OF THE NATURE PROTECTION LEGISLATION

A problem of preservation of small water currents located in residential suburbs, in zones with the intensive low building where the numerous violations of nature protection laws are observed, is considered. The results of assessing the disturbance of the ecological state of river basins located on the territory of the Muravyev-Amursky Peninsula are presented; for the analysis, the satellite images were used

Keywords: watercourses protection zones, degradation of river basins, satellite images, Muravyev-Amursky Peninsula, Vladivostok.

Цель работы:

Анализ состояния водоохраных зон основных рек полуострова Муравьёва-Амурского.

Задачи работы:

- Изучить методы оценки и контроля за вырубками и незаконным строительством в водоохраных зонах
- Получить с помощью космических снимков полуострова Муравьёва-Амурского данные о целостности лесных насаждений в водоохраных зонах а также оценить их масштабы.
- Составить карту с отмеченными проблемами в бассейнах основных рек и выявить главные нарушения с точки зрения природоохранного законодательства
- Предложить планы и методы решений замеченных правонарушений с точки зрения Лесного и Водного кодексов.

Для проведения исследования были выбраны картографические данные со спутника Landsat за 20 января 2017 года с сайта организации USGS (Геологическая служба США), выложенные в свободный доступ [1].

Для работы с картографическими материалами было решено использовать программу SasPlanet (Sas.Планета) [2]., так как данная бесплатная лицензионная программа обладает необходимым для исследования функционалом, удобна в использовании и может производить манипуляции с огромным количеством форматов.

Само исследование проводилось в пять этапов.

На **первом этапе** на водоток накладывается путь. Это необходимо для вычисления точной длины водотока и отображения его на карте

На **втором этапе** водоток делится на три равные друг другу по длине и площади водоохранной зоны участка А, В и С. Это позволяет произвести более точный анализ, чем при оценке всей площади водоохранной зоны, так как в верховьях пригородных водотоков зачастую нет нарушений, а нижняя часть русла бывает в плачевном состоянии и при попытке оценить масштабы нарушений применимо ко всей водоохранной территории будет проявляться неточность.

На **третьем этапе** рассчитывается общая площадь водоохранной зоны и площади трех равных зон А В и С. Расчёт производится путём умножения длины водотока в метрах на ширину водоохранной зоны обоих берегов водотока.

Четвёртый этап включает в себя визуальный поиск нарушений в каждой из 3 частей водотока и накладку полигона для вычисления площади нарушения. Измерение проводилось методом полигонов в программе SasPlanet.

В качестве примера можно представить участок реки Чёрная речка.

На полигонах под цифрами 1,2 и 3 присутствуют два типа нарушений – незаконная вырубка деревьев в водоохранной зоне и постройка фундамента для зданий.

На полигоне под цифрой 4 присутствует уже построенный объект, а на полигоне под цифрой 5 присутствует частичная вырубка деревьев и вынесение участка в водоохранную зону.

Полигоны в каждой зоне суммируются, полученная площадь и будет являться площадью нарушений в данном секторе водоохранной зоны водотока. Например, суммарная площадь пяти представленных полигонов составляет 1478 м².

Пятый этап заключается в систематизации полученных данных. Так как в исследовании присутствует 88 водотоков, получается довольно массивный объём информации. Все данные по мере исследования заносятся в таблицу, где систематизируются для последующего анализа.

Одной из главных целей нашей работы была оценка лесных насаждений. Она основана на расчёте целостности древесного покрова водоохранных зон, который было решено разделить на 4 категории по степени интенсивности вырубок и застройки:

- 1 – девственно чистые, вырубки отсутствуют, либо совсем незначительные (менее 1-2%)
- 2 – вырубки менее 30 %
- 3 – вырубки менее 60%
- 4 – высокая антропогенная нагрузка на водоохранную зону, вырубки от 60 до 100%

При данном методе нужно учитывать то, что при анализе данной карты можно зарегистрировать лишь 2 типа нарушений в водоохранных зонах: незаконная вырубка и строительство объектов в водоохранной зоне. В редких случаях также можно увидеть крупные стоки, но в большинстве они со спутника не видны.

Данная работа основана почти всецело на снимках со спутника Landsat, но при оценке космического снимка достаточно легко ошибиться, поэтому на помощь приходит натурное обследование. Обоснованность метода была проверена натурными работами на водотоке Чёрная речка, который расположен в районе станции Океанская.

Данные, которые были получены при натурном обследовании реки Чёрная речка, были использованы для сравнения с данными со спутникового снимка Landsat от 20.01.2017. В результате сравнения было выяснено, что достоверность данных со снимка составляет практически 100%.

В общей сложности было выбрано 88 водотоков, также промерены длины русел. В исследование были также включены 3 самые крупные внутренние реки полуострова Хайндот, Большая и Малая Пионерская. Было учтено, что на полуострове Муравьёва – Амурского подавляющая часть малых водотоков не имеет свои названия. С целью их идентификации были определены координаты устья для каждого водотока.

Также был сделан анализ распределения водотоков по длине русла

То, что большая часть водотоков имеет длину русла от одного до двух километров обусловлено географией полуострова Муравьёва – Амурского, а точнее его небольшими размерами, ведь его ширина в среднем около 12 километров.

В ходе исследования были получены максимальные площади водоохранных зон рек полуострова. По данным результатам общая максимальная площадь водоохранных зон равна 28293016 м², что составляет 5,53 % от суммарной площади полуострова Муравьёва – Амурского, о. Русский и о. Попова, которая составляет 507,6 км².

В исследовании мы исходили из того, что реки полуострова Муравьёва – Амурского можно подразделить на три группы по степени антропогенного воздействия:

1 группа рек – это реки на которые антропогенное воздействие оказывалось с середины двадцатого века (Вторая речка, Первая речка и река Объяснения).

2 группа рек – пригородные водотоки. Самый яркий пример – река Чёрная

3 группа рек – реки, расположенные за границей города, воздействие человека оказывается на них лишь частично.

В **первую группу** входит 5 водотоков, у которых площадь забетонированных участков превышает 10%. Произвести полную оценку рек первой группы не представляется возможным, потому что русла в участках В и С в значительной степени вогнаны в бетон и для них действует особый режим водоохранных зон. Но русла данных рек в зоне А, а также в некоторой части зоны В можно оценить, так как данные реки от истока и на протяжении практически трети своей длины представляют собой водотоки, на которые производится антропогенное воздействие малой интенсивности. Так как ни в одном участке А рек первой группы интенсивность вырубок и застройки не превышает 30%, то по оценке целостности лесного покрова это водоохранные зоны 2 категории. В зоне В только один водоток имеет свыше 50 % нарушенной водоохранной зоны. Это участок 3 категории

Вторая группа включает в себя 16 пригородных водотоков, которые с недавнего времени активно осваиваются. Анализ рек второй группы показал, что в водоохранных зонах этих рек присутствуют многочисленные нарушения во всех трёх участках А, В и С, так как все эти водотоки расположены в активно застраиваемом пригороде.

В целом ситуация с пригородными водотоками оставляет желать лучшего, но даже сейчас ясно, что для принятия каких – либо мер нужно провести натурные обследования данных 16 водотоков. Впрочем уже сейчас есть данные по некоторым из них, в числе которых река Чёрная речка.

В ходе исследования **3 группы** водотоков было выяснено, что в ней присутствуют практически не затронутые хозяйственной деятельностью человека реки и ручьи. Однако то, что при анализе спутниковых снимков не было замечено каких либо нарушений вовсе не означает, что эти реки не нарушены. В данном случае можно лишь утверждать, что вырубки (если они есть) составляют менее 1 – 2%, то есть в данном случае это водоохранные зоны 1 категории.

Также довольно существенное число из третьей группы составляют реки и ручьи с незатронутыми участками А и В и с незначительными (до 30%) нарушениями зоны С. Лишь в одном случае площадь нарушений составляет почти 40%. В данном случае это водоохранные зоны 2 категории.

Водоохранные зоны участков третьей группы водотоков по большей части мало нарушены и относятся ко 2 и 3 категории по целостности лесного покрова, но есть конкретный пример – Ручей без названия_8, где в зоне В площадь нарушений достигла 80%, соответственно данный участок относится к 4 категории.

На участке С водотока Ручей без названия_36 был обнаружен незаконный сток в водоохранной зоне реки. Необходимо отметить, что это единственный сток, обнаруженный при анализе космических снимков.

В результате данного исследования была получена карта полуострова Муравьёва – Амурского со всеми зарегистрированными нарушениями водоохранных территорий. На данной карте обозначены все площади нарушений.

В результате проделанной работы были выявлены многочисленные нарушения водоохранных зон рек всех трёх групп. Все эти нарушения можно квалифицировать по статьям Водного [3], Лесного [4], Административного [5] и Уголовного [6] кодексов Российской Федерации

В ходе исследования водотоков первой группы был принят во внимание тот факт, что значительные участки русел данных рек находятся в бетоне. Соответственно, планируется разработать планы по их реабилитации.

Водоохранные зоны пригородных водотоков второй группы, существенной части водотоков третьей группы, а также верховья рек первой группы нарушены во многих местах. Данные нарушения квалифицированы с точки зрения Водного, Лесного, Административного и Уголовного кодексов.

Для решения выявленных проблем планируется передать материалы исследования в соответствующие ведомства, надзорные и контролирующие органы. К данной проблеме следует привлечь внимание общественности и СМИ регионального и федерального уровней. Что мы и намерены сделать на последующих этапах выполнения нашего проекта. Также весьма немаловажна заинтересованность населения в данной проблеме.

В ходе анализа состояния водотоков третьей группы было выявлено 18 водотоков, в водоохраных зонах которых отсутствовали какие – либо нарушения. В данном случае можно утверждать что площадь нарушений составляет менее 1 – 2%. Планируется провести натурное обследование данных рек и ручьёв для более полного выяснения ситуации. Если данные водотоки действительно не затронуты хозяйственной деятельностью человека, то планируется подготовка документов о переводе этих рек и ручьёв в статус ООПТ.

В результате проделанной работы было проделано следующее:

- оценено состояние водоохраных зон трёх групп водотоков полуострова Муравьёва – Амурского, острова Русский и острова Попова.
- изучены методы оценки и контроля за вырубками и незаконным строительством в водоохраных зонах
- получены данные о целостности лесных насаждений в водоохраных зонах а также оценены их масштабы.
- были обобщены и систематизированы данные о состоянии водных бассейнов полуострова
- составлена карта с отмеченными проблемами в бассейнах основных рек и выявлены главные нарушения с точки зрения природоохранного законодательства
- предложены планы и методы решений замеченных правонарушений с точки зрения Водного, Лесного, Административного и Уголовного кодексов Российской Федерации.
- Планируется осуществление натуральных обследований особо чистых водотоков третьей группы для последующего их перевода в ООПТ.

1. U.S. Geological Survey [Электронный ресурс] // U.S. Geological Survey: официал. сайт организации. URL: <https://www.usgs.gov> (Дата обращения: 29.04.2017)

2. SAS.Планета (SASPlanet) [Электронный ресурс]: Sas.Вики – общие сведения о программе. Дата обновления: 17.11.2017 URL: http://www.sasgis.org/wikiasiya/doku.php/общие_сведения_о_программе. (Дата обращения: 15.05.2017)

3. Водный кодекс Российской Федерации от 03.06.2006 № 74-ФЗ (ред. от 31.10.2016) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60683/ (Дата обращения 20.05.2017)

4. Лесной кодекс Российской Федерации от 04.12.2006 № 200-ФЗ (ред. от 03.07.2016) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64299/. (Дата обращения 20.05.2017)

5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 17.04.2017, с изм. от 23.05.2017) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/. (Дата обращения 21.05.2017)

6. Уголовный кодекс Российской Федерации" от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 17.04.2017) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/. (Дата обращения 21.05.2017)

ЭКОЛОГИЯ АЗИАТСКОГО БАРСУКА (*MELES LEUCURUS*) В УСЛОВИЯХ СИХОТЭ-АЛИНСКОГО ЗАПОВЕДНИКА (ПРИМОРСКИЙ КРАЙ)

А.С. Петрухина

бакалавр

Л.В. Якименко

профессор кафедры туризма и экологии, научный руководитель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

*В данной работе рассматриваются экологические и морфологические особенности барсуков рода *Meles*, в том числе азиатского барсука, обитающего на территории Сихотэ-Алинского заповедника Приморского края. Барсук – хищное животное, относящееся к семейству куньих. Так как барсук является неотъемлемым, составным звеном целого ряда природных сообществ, то на сегодняшний день это достаточно малочисленное животное нуждается в защите и охране.*

Ключевые слова и словосочетания: барсук, экология, этология, биология барсука, Сихотэ-Алинский заповедник.

ECOLOGY OF THE ASIAN BADGER (*MELES LEUCURUS*) IN THE CONDITIONS OF SIKHOTE-ALIN RESERVE (PRIMORSKY KRAI)

*This paper discusses the ecological and morphological features of badgers of the genus *Meles*, including the Asian badger living in the Sikhote-Alin reserve of the Primorsky Krai. Badger is a predatory animal belonging to the marten family. Since the badger is an integral, integral part of a number of natural communities, today it is a fairly small animal in need of protection and protection.*

Keywords: badger, ecology, ethology, badger biology, Sikhote-Alin reserve

Вследствие быстрого темпа экономического роста, в ходе осуществления хозяйственной деятельности, окружающая среда подвергается негативному воздействию, что приводит к ухудшению экологической ситуации в целом. Государство с помощью законодательных норм обязано обеспечить надлежащее качество окружающей среды. Необходима разработка и внедрение ряда мероприятий, способствующих предотвращению экологического кризиса.

В связи с этим возрастает роль таких объектов как заповедники, заказники, дендрологические парки, ботанические сады, а также и обществ, которые реализуют проекты по охране окружающей среды. Ярким примером может служить Сихотэ-Алинский государственный природный биосферный заповедник имени К.Г. Абрамова.

Сихотэ-Алинский государственный природный биосферный заповедник – самый крупный и хорошо охраняемый природный резерват Приморского края. Заповедник расположен на территории трёх районов Приморского края: Тернейского, Красноармейского и Дальнегорского. В 1979 году на форуме ЮНЕСКО заповеднику был присвоен статус биосферного, а в 2001 году заповедник включен в Список территорий Всемирного природного наследия ЮНЕСКО.

Заповедник в своей работе использует различные научные методы для постижения и лучшего понимания мира дикой природы, а также выполняет множество долгосрочных природоохранных программ. Приоритетная задача заповедника на территории России – помочь сохранить природные экосистемы Дальнего Востока России и населяющие их многочисленные виды животных и растений. Но одной из важных задач является сохранение ключевых видов и важных местообитаний, охрана которых позволит сохранить биологическое разнообразие всего региона [3].

Животный мир заповедника богат и разнообразен, здесь обитает 61 вид наземных млекопитающих, среди них краснокнижные виды: горал, амурский тигр, пятнистый олень, гималайский

медведь. Зарегистрировано 390 видов птиц, 7 видов рептилий, 5 видов амфибий, 64 вида рыб. Ведущие позиции в фауне Сихотэ-Алиня занимают виды, ареалы которых простираются в умеренных и субтропических широтах [4].

Среди хищных млекопитающих Среднего Сихотэ-Алиня занимает свое место и семейство куньих. Здесь обитает довольно своеобразный представитель этого семейства – азиатский барсук (*Meles leucurus*). От европейского барсука этот вид отличается очень темной окраской, ослабляющей контрастность рисунка из черных полос на голове животного. В заповеднике азиатский барсук населяет преимущественно дубняки морского побережья и пояс кедрово-широколиственных лесов.

Барсук (лат. *Meles*) – хищное животное, относящееся к семейству куньих (лат. *Mustelidae*). Наряду с росомахой является одним из самых крупных представителей семейства. Населяет почти всю Европу (кроме северных районов Скандинавского полуострова, Финляндии), а именно европейскую часть России, на Урале и на юге Сибири до Забайкалья на восток, на Кавказе, в Приамурье и Приморье. В Японии обитает еще один вид барсука – *Meles anakuma*.

Внешний вид барсука очень узнаваем, и спутать его с каким-либо животным достаточно сложно. Тело широкое, неуклюжее, относительно укороченное. Лохматый хвост, короче головы. У основания хвоста расположены прианальные железы, выделяющие жидкость с едким запахом. Выделяемое пахучее вещество позволяет зверям не только узнавать сородичей, но и в некоторой степени общаться между собой. Голова у большинства форм имеет широкие черные полосы, идущие от конца носа к глазам, ушам и тянущиеся к затылку. Эти полосы контрастно оттенены беловатым лбом и того же цвета щеками. У некоторых видов узор этих полос неясен. Конечности стопоходящие, массивные, довольно высокие. Пальцы не соединены между собою плавательными перепонками. Когти очень велики, тупо закруглены на концах и приспособлены для копания земли.

Род Барсук раньше считался монотипическим, а в последнее время в нем стали выделять три вида. Профессор Огнев С.И. [2], выделил в СССР два подвида европейского барсука: европейский и азиатский. Эти два подвида между собой можно отличить по окраске: у европейского барсука черные полосы проходят от носа через глаза и уши на затылок и шею, а у азиатского барсука характерные черные полосы на морде проходят не через уши, а выше их и теряются на затылке.

Сегодня в роде Барсуков выделяют три вида:

1. Европейский барсук (*Meles meles*) – наиболее крупный из всех видов;
2. Азиатский барсук (*Meles leucurus*) – по размерам ближе к европейскому виду, но несколько мельче;
3. Японский барсук (*Meles anakuma*) – самый мелкий из всех представленных.

Все эти виды хорошо различаются морфологически как особенностями окраски, так и краниологическими признаками. Степень экологической и этологической дифференциации выделенных видов, однако, остается неизвестной, а сравнительных исследований в этой области практически не проводилось.

На территории Сихотэ-Алинского заповедника обитает амурский подвид азиатского барсука (*Meles leucurus amurensis*), при этом подвидовая дифференциация азиатского барсука не изучена. Имеются краткие описания зверей, добытых на территории Приморского края, и в районе северо-восточной части Китая. Как показывают исследования, ареал вида имеет четко выраженные внутренние географические изоляты (зимняя спячка во время ледостава рек Амурского бассейна и значительные водные объемы р. Амур, начиная с верхнего его течения и до устья, препятствуют контактам изолированных популяций барсука). В последнюю сотню лет, практически, считается невозможным наземное сообщение особей приморской популяции с той частью, которая по побережьям озера Ханка переходила на территорию юго-восточной части ареала в Китае и в Корею. Поэтому современный анализ подвидового статуса азиатского барсука, обитающего на территории Амурской области и в Китае, является актуальным.

Амурский барсук имеет очень темную окраску меха, вся область между глазами, и лоб покрыты грязно-серо-бурым мехом разной интенсивности, причем у наиболее темно окрашенных особей интенсивная расцветка лба нередко почти сливается в один тон с черно-бурыми полосами, идущими от носа к глазам и ушам. Несмотря на темноту окраски, сам характер черных полос, как у группы *leptorhynchus*, т.е. каждая полоса проходит над ухом, теряясь в темном цвете затылка. Окраска спины очень интенсивна вследствие обильного развития и ширины черных предтерминальных поясков. Бока лишь едва светлее спины. Характерен цвет оснований волос:

у большинства экземпляров эти основные части рыжевато-белесые с большей или меньшей примесью серого тона [2].

В пределах средних широт нашей страны барсук преимущественно выбирает сухие, овражистые части леса. Его норы можно найти и на краю глубоких, чрезвычайно глухих лесных оврагов, покрытых густым ельником с небольшой примесью березы и осинника, и в сравнительно плоских, но сухих уголках леса, заросших то более густо, то редко деревьями. Барсучьи норы могут находиться и близ лесных опушек, у самого поля, а также в очень разреженном сосняке, где кучи глинистого песка видны уже у входного отверстия в нору [5]. Но все же обычным его местопребыванием нужно считать лес, где барсук находит наиболее надежные защитные условия, близость воды, обильный и разнообразный корм, при этом приуроченности зверя к определенным ассоциациям леса не наблюдается. Для него важнее всего грунтовые условия – возможность устраивать норы в незатопляемых и непромерзающих местах. Также избегает обширных заболоченных пространств. А вот близости человеческого жилья барсук не избегает, лишь бы можно было устроить нору в малопосещаемом месте. Осенью барсук начинает запастись себе в нору много мха и сухой листвы, которые собирает, пятась задом, причем проводит по земле целые дорожки. На зиму барсук собирает много различных кореньев, особенно грибов, которые предварительно сушит, накладывая на ствол какого-нибудь упавшего дерева. Перед тем как залечь, звери замыкают изнутри свои норы.

Поселения барсука контрастно выделяются на фоне открытой местности островками густой травянистой растительности. На границах своих городков барсуки оставляют метки (экскременты), с характерным мускусным запахом, который одинаков у всех членов семьи. С помощью этого запаха барсуки одного семейства узнают друг друга. Барсучьи экскременты оставляются кучками в специально вырытых ямках рядом с тропой в направлении основных «походов» в сторону кормежки. Барсук очень чистоплотное животное, хоть и разграничивает хозяйство фекалиями. Таким образом, зверь показывает чужаку занятость места.

В мае 2016 года зарубежные ученые, работая над проектом «The badger project» доказали, что с помощью особой секреции содержащейся в фекалиях барсуков, животные разделяют свою территорию от чужих семей. Совместно с сотрудниками Сихотэ-Алинского заповедника, мы провели свое исследование. Перед нами стояла цель, изучение такого явления как разграничение территории барсучьими семьями с помощью их особых меток (туалетов).

Исследование проводилось методом картирования нор и «туалетов» в период ранней весны, когда еще не распустившаяся на деревьях листва не мешала просматривать норы и метки. С помощью бланков (форма описания норы) и спутникового GPS, найденные «туалеты» записывались в устройство и затем переносились в программу QGIS. Таким образом, перед нами появилась полная картина проделанной нами работы (рис. 1).

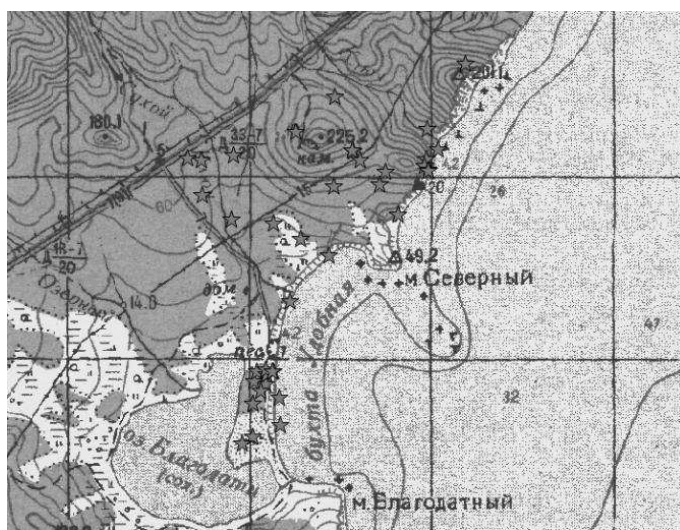


Рис. 1. Расположение «туалетов» азиатского барсука на территории Сихотэ-Алинского заповедника

На данном рисунке четко видна закономерность в расположении «туалетов» барсуков, и действительно можно заметить, как «туалеты» разграничивают территорию практически по периметру местности заповедника.

В условиях холодного климата барсук впадает в зимнюю спячку. Звери перестают появляться на поверхности после выпадения первого снега. В тех краях, где нет суровой зимы, барсук лишь на время может залечь, чтобы скрыться в период холодного ненастья. В Приморье залегание барсука отмечается в конце октября – начале ноября. При наступлении оттепели животные могут просыпаться, чтобы перекусить и справить нужду. Старые самцы залегают быстрее, самки дольше остаются активными, это связано с деторождением и выращиванием молодняка. Весной звери пробуждаются с началом активного снеготаяния, когда среднесуточная температура переходит в нулевую отметку. Просыпаются они обычно в марте-апреле.

С наступлением весны начинается период спаривания. Сроки спаривания растянуты с марта по июль, но чаще всего отмечено, что звери спариваются в мае-июне. В этот период, отмечается усиленное функционирование подхвостовой железы. Все это время у барсуков шерсть под хвостом окрашена в ярко-желтый цвет от обильно выделяющегося секрета, который, в закрытом помещении, распространяет специфический запах. Спаривание может происходить как в норе, так и на поверхности. После продолжительного спаривания, разгоряченный самец, залезает в небольшой водоем и, распластавшись, подолгу находится в нем. Половая активность самцов сохраняется в течение всего весенне-летнего сезона.

Самки становятся половозрелыми с двухлетнего возраста, а самцы с трехлетнего. В семейных отношениях, барсуки моногамны, их пары образуются на несколько лет и даже, возможно, на всю жизнь. Значительно реже встречаются барсуки-одиночки.

У барсука довольно длительный срок беременности. Беременность может длиться от 270 до 450 дней, в зависимости, когда произошло спаривание. При летнем спаривании – 270-284 дня; при ранневесеннем – до 365 дней; во время зимы – 420-450 дней. Беременность обуславливается наличием латентной стадии, во время которой происходит задержка в развитии зародыша. Из-за наличия такой стадии в беременности, барсуки рожают совершенно беспомощных слепых детенышей, весом 70-80 грамм, которые до начала самостоятельной жизни претерпевают длительный период развития (3 месяца).

Продолжительность жизни барсука в дикой природе в среднем составляет 5-6 лет, долгожителями считаются особи, дожившие до 10-12 лет. В неволе барсуки могут прожить дольше, около 16 лет. Четвертая часть рожденных барсуков гибнет прежде, чем покинет нору впервые. Происходит это из-за того, что молодяк не выносит длительной зимней спячки в результате того, что не успел накопить достаточно жировых отложений. Всего лишь треть животных выживает в свои первые три года жизни. Причины гибели могут быть разными. Их убивают сородичи в схватках за территорию, их могут съесть рыси, волки, или же они попадают в руки охотникам. В России охотники ежегодно добывают десятки тысяч барсуков ради целебного жира и меха.

Барсук как представитель семейства Куновых, является типичным эврифагом, т.е. всеядным животным. Это подтверждается некоторыми морфологическими особенностями строения зубной системы, длины кишечника и другими. Кормовой рацион барсука довольно широкий – это млекопитающие (мышевидные грызуны), птицы, пресмыкающиеся, амфибии, насекомые и их личинки (в том числе майский жук, листоеды, личинки усачей и долгоносиков), дождевой червь, плоды, зерно и другие растительные корма. В сутки зверь съедает около 0,5 кг пищи. Как у большинства диких позвоночных в питании барсука имеет место сезонная и годовичная смена кормов, обусловленная численностью и плотностью тех или иных кормовых видов животных, урожайность растений, их плодов и семян. Также можно добавить, что барсуки употребляют различных змей, в том числе и гадюк. Интересно, что яд последних на хищника почти не действует [1].

На поиски пищи барсук выходит обычно в сумерки и ночью, предпочитая безлунную тьму. Только в самых глухих местах он покидает подземное жилище днем, но от него далеко не отходит, обычно просто лежит у входа и греется на солнце. В отличие от большинства диких зверей, барсук при движении не таится, сильно шумит: в засушливое время, когда много высохшей листвы и травы, его слышно обычно за несколько десятков метров. Он производит много шума, громко сопя и ковыряясь в земле в поисках пищи. Вообще в местах, где барсуки не пуганы, они появляются из нор еще при полном свете заходящего солнца. Таким образом, ошибочно считать барсука типично ночным животным [2].

В наше время суточную активность барсука можно изучить с помощью фотоловушек. И доказано, что вопреки классическим представлениям о сумеречно-ночном характере активности вида, барсук может появляться на поверхности и в светлое время суток. Только половина

всех регистраций животных приходится на ночь. Среди возможных причин подобного характера активности рассматриваются особенности климата, а также низкая степень антропогенной нагрузки района исследований.

Что касается практического значения барсука, то зверь приносит много пользы для лесного и сельского хозяйства: уничтожает слизней, гусениц и других личинок насекомых, мышевидных грызунов. Барсук играет важную роль в биоценозах, в их норах часто поселяются другие звери. Животное регулирует количество мелких грызунов и различных насекомых – вредителей леса и поля. Кроме того, разыскивая еду, барсук постоянно взрыхляет лесную подстилку, что очень важно для лесной растительности.

1. Барсук – *Meles meles* – Питание [Электронный ресурс] // Экологический центр «Экосистема»: официал. сайт. URL: <http://ecosystema.ru/08nature/mamm/069.html>
2. Звери Восточной Европы и Северной Азии: в 8 т. Т 2 / авт.: С. И. Огнев.; под ред. Н. Седельников. М.-Л., 1931. 445 с.
3. Природоохранная деятельность заповедника [Электронный ресурс] // Сихотэ-Алинский государственный природный биосферный заповедник: официал. сайт URL: <http://xn--80apblt6f.xn--p1ai/ru/about-reserve/nature-protection-activity>
4. Фауна Сихотэ-Алинского заповедника [Электронный ресурс] // Сихотэ-Алинский государственный природный биосферный заповедник: официал. сайт. URL: <http://sikhotezar.ru/ru/flora-i-fauna/fauna>
5. Чикачев, Р.А. Факторы выбора мест устройства нор азиатского барсука (*MELES LEUCURUS*) [Электронный ресурс] / Р.А. Чикачев, И.С. Таразанова // Вестник Бурятского государственного университета. Биология. География: науч. электрон. журнал. 2015. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vybora-mest-ustroystva-nor-aziatskogo-barsuka-meles-leucurus-na-zeysko-bureinskoj-ravnine>

**Рубрика: Природа. Охрана окружающей среды. Литосферная окружающая среда.
Поддержание баланса природных комплексов в целом. Почва**

УДК 502.521

ВЛИЯНИЕ ДЛИТЕЛЬНОГО ПРИМЕНЕНИЯ УДОБРЕНИЙ НА ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ И АГРОХИМИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ПОЧВ ЮГА ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Ю.А. Попова
аспирант

*Дальневосточный федеральный университе
Владивосток, Россия*

В.И. Голов
д-р биол. наук, главный научный сотрудник сектора биогеохимии

*ФНЦ Биоразнообразия наземной биоты Восточной Азии ДВО РАН
Владивосток, Россия*

Н.В. Иваненко
канд. биол. наук, доцент кафедры экологии и туризма,

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
Владивосток, Россия*

Изучено влияние длительного применения удобрений на агрохимические свойства и экологическое состояние почв юга Дальнего Востока. Рассмотрено содержание гумуса, как главного фактора плодородия, выше в вариантах с совместным использованием органоминеральных удобрений и извести. Отмечена повышенная концентрация микроэлементов в почвах с применением удобрений (Cr, Ni), относительно контроля

Ключевые слова и словосочетания: лугово-бурые почвы Приморского края, лугово-черноземовидные почвы Амурской области, органо-минеральные удобрения, агрохимические свойства почв, загрязнение почв тяжелыми металлами.

INFLUENCE OF PROLONGED APPLICATION OF FERTILIZERS ON THE ECOLOGICAL STATE AND AGROCHEMICAL PROPERTIES OF SOILS OF THE SOUTH OF THE FAR EAST

The influence of long application of fertilizers on agro-chemical properties and ecological state of meadow-and-brown soils of the south of the Far East is determined. The content of humus, as a principal factor in fertility, higher in the variants with the joint use of organo-mineral fertilizers and lime are considered. Elevated concentrations of trace elements in the soil with application of fertilizers (Cr, Ni), relative to control were marked

Keywords: meadow-brown soils of the Primorye region, meadow-chernozem-like soils of the Amur Region, organic-mineral fertilizers, agrochemical properties of the soil, soil contamination with heavy metals

В настоящее время в приморском крае качество земель сельскохозяйственного назначения продолжает ухудшаться. К нарушенным землям отнесены земли, утратившие свою хозяйственную ценность или являющиеся источником отрицательного воздействия на окружающую среду в связи с нарушением почвенного покрова [1].

Важнейшим свойством почвы является ее плодородие, то есть способность обеспечивать рост и развитие растений.

Для повышения плодородия в сельском хозяйстве применяются различные удобрения, минеральные или органические по своему происхождению. Все они, так или иначе, оказывают влияние на агрохимические свойства почв. Поэтому внесение удобрений должно быть рационально, научно обосновано и экологически безопасно для окружающей среды.

В связи с этим, особенно актуальными становятся исследования, направленные на выяснение влияния длительного и систематического применения удобрений на почвы, их экологическое состояние и агрохимические свойства

Целью работы является изучение влияния длительного применения удобрений на экологическое состояние и агрохимические свойства почв юга Дальнего Востока.

Для достижения поставленной цели были выдвинуты следующие задачи:

1. Изучить основные агрохимические свойства лугово-бурых и лугово-черноземовидных почв в условиях длительного применения удобрений;
2. Установить влияние длительного применения удобрений на содержание элементов (Cr, Co, Ni, Cu, Zn, Pb, F) в почвах;
3. Оценить экологическое состояние лугово-бурых и лугово-черноземовидных почв, используемых в сельском хозяйстве.

Научная новизна: разработаны оптимальные условия применения удобрений. Показано, что применение органоминеральных удобрений совместно с известью на лугово-бурых почвах Приморья и применение органо-минеральных удобрений на лугово-черноземовидных почвах Амурской области способствует сохранению плодородия почвы.

Определение количества гумуса проводилось методом мокрого сжигания по Тюрину. Определение обменных катионов проводилось методом их вытеснения раствором уксусно-кислого аммония. Элементный состав определялся рентгенофлуоресцентным методом на приборе EDX 800. Содержание фтора в почве определялось на приборе капиллярного электрофореза «Капель». Проводился сравнительный анализ и обобщение полученных данных [4,5,6].

Объектами исследований служили лугово-бурые почвы, отобранные на многолетнем стационарном полевом опыте Приморского научно-исследовательского института сельского хозяйства (Прим НИИСХ), и луговые-черноземовидные почвы – со стационара Всероссийского научно-исследовательского института сои (ВНИИ сои) [2,3].

Исследуемые образцы почвы отбирались с трех вариантов опытов 1) контроль (без удобрений), 2) минеральные удобрения (МУ): NPK – на лугово-бурых почвах, и NP – на лугово-черноземовидных; 3) органоминеральные удобрения (ОМУ): NPK+навоз+известь на лугово-бурых почвах, и NP+навоз на лугово-черноземовидных.

В лугово-бурых почвах все агрохимические показатели, за исключением калия имеют наибольшую величину в вариантах с использованием органо-минеральных удобрений и извести. Количество поглощенных оснований возрастает с величиной содержания гумуса. Кислотность почв снижается только в варианте с дополнительным внесением извести.

В лугово-черноземовидных почвах все показатели имеют наибольшее значение при применении органоминеральных удобрений.

Содержание гумуса, как главного фактора плодородия, имеет наибольшее значение в варианте с использованием органоминеральных удобрений и извести на лугово-бурых почвах и органоминеральных удобрений на лугово-черноземовидных, из-за дополнительного внесения органического вещества.

Калий является одним из основных элементов питания растения, а его использование растениями из удобрений достигает 70%. Наибольшее значение содержания этого элемента наблюдается в варианте с минеральными удобрениями на лугово-бурых почвах. Оно на 23% выше, чем в контроле. В лугово-черноземовидных почвах содержание калия наибольшее при внесении органоминеральных удобрений

Кальций также оказывает положительное влияние на жизнедеятельность растений. В наших вариантах кальция больше всего при применении органоминеральных удобрений и извести.

Микроэлементы играют важную роль в поддержании нормальной жизнедеятельности организма, но в высоких концентрациях могут быть опасны.

В наших вариантах на лугово-бурых почвах элементы хром и никель имеют значения при применении удобрений выше, чем в контроле. Кроме того, хром превышает кларк в 1,5 раза, а ПДК в 2 раза. Похожая картина у меди. Элементы кобальт, никель и цинк не превышают приведенные показатели. Свинец превышает кларк на контроле.

В пахотном горизонте лугово-черноземовидных почв явное увеличение концентрации на фоне удобрений отмечается для Pb в 2,5 раза, для Zn – в 1,5 раза. Содержание остальных элементов повышается от 3 до 23 %. Необычным оказалось поведение Cr. Внесение удобрений привело к незначительному снижению его содержания. Pb на удобряемых участках лугово-черноземовидной почвы превышает кларк в 3 раза [7].

Фтор занимает особое место среди элементов, так как является самым активным, а в высоких концентрациях токсичен. Поэтому важно следить за его содержанием. В нашем случае значение фтора в варианте с применением органо-минеральных удобрений и извести на лугово-бурых почвах на 53% выше, чем в остальных вариантах. В лугово-черноземовидных почвах содержание фтора при применении минеральных удобрений в 3,5 раза выше, чем в контроле. Все полученные значения не превышают ПДК [7].

На основании проведенных исследований нами были получены следующие результаты:

1. Среднее содержание гумуса в лугово-бурых почвах, используемых в сельском хозяйстве, низкое и составляет 2,5%. В лугово-черноземовидных этот показатель достигает 4,2%. Содержание гумуса, как главного фактора плодородия, выше в вариантах с совместным использованием органо-минеральных удобрений и извести на лугово-бурых почвах и органоминеральных удобрений – на лугово-черноземовидных.

2. Наилучшим вариантом для создания в лугово-бурых почвах удовлетворительных условий для питания растений калием было внесение минеральных удобрений, на лугово-бурых почвах – органоминеральных удобрений. Систематическое внесение органоминеральных удобрений совместно с известью на лугово-бурых и органоминеральных на лугово-черноземовидных почвах способствовало увеличению содержания кальция по сравнению с контролем.

3. В вариантах с использованием удобрений отмечена повышенная концентрация хрома и никеля относительно контроля в лугово-бурых почвах. Значения хрома превышают кларковое для Приморского края в 1,5 раза, меди – в 2 раза, но не превышают уровни ПДК для Приморья. Свинец превышает кларк для России в 3 раза. В пахотном горизонте лугово-черноземовидных почв на фоне удобрений увеличилась концентрация свинца – в 2,5 раза, цинка – в 1,5 раза. Содержание свинца на удобряемых участках лугово-черноземовидной почвы превышает кларк в 3 раза. Медь и кобальт превышают кларк для России, цинк – в варианте с применением удобрений. Хром незначительно превышает ПДК, но находится в пределах кларка. Остальные элементы не имеют превышений ПДК.

4. Полученные значения содержания фтора в лугово-бурых почвах Приморского края и лугово-черноземовидных почв Амурской области не превышают уровень ПДК. В варианте с применением органоминеральных удобрений совместно с известью в лугово-бурых почвах содер-

жание водорастворимых форм фтора практически в 2,5 раза выше, чем в контроле и в варианте с использованием минеральных удобрений. На лугово-черноземовидных почвах в вариантах с использованием минеральных удобрений концентрация водорастворимых форм фтора выше контроля в 3,5 раза.

Таким образом, установлено, что применение органоминеральных удобрений совместно с известью на лугово-бурых почвах Приморья и применение органо-минеральных удобрений на лугово-черноземовидных почвах Амурской области способствует сохранению плодородия почвы. Ситуация по загрязнению почв тяжелыми металлами представляется в настоящее время условно благоприятной, тем не менее при несоблюдении агрономелиоративных требований при возделывании сельскохозяйственных земель возможно повышение уровня концентраций токсичных элементов в почвах.

Для контроля за содержанием этих элементов необходим постоянный мониторинг, поскольку увеличение их концентрации почвах будет сопровождаться избыточным их накоплением в возделываемых культурах.

1. Ускова, Г.В. Управление земельными ресурсами в Приморском крае. [Электронный ресурс] / Г.В. Ускова., О.Л. Кормилицына// Вологдинские чтения. 2006. № 58. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-zemelnymi-resursami-v-primorskom-krae>

2. Грицун, А.Т. Влияние длительного применения удобрений на агрохимические свойства и плодородие лугово-бурой оподзоленной почвы Приморского края / А. . Грицун, А.Д. Васичева // Агрохимия. 1971. № 6. С. 42-48.

3. Куркаев, В.Т. Применение удобрений в Приамурье: учеб. пособие / В.Т. Куркаев. Благовещенск: Изд-во: Хабаровская книга, 1965. 72 с.

4. Аринушкина, Е.В. Руководство по химическому анализу почв: учеб. пособие / Е.В. Аринушкина. М.: Изд-во МГУ, 1970. 487 с.

5. Хавезов, И. Атомно-абсорбционный анализ: учебное пособие / И. Хавезов, Д. Цалиев. Л.: Изд-во Химия, 1983. 144 с.

6. ПНД Ф 14.1:2:4.157-99 Количественный химический анализ вод. Методика выполнения измерений массовых концентраций хлорид-ионов, нитрит-ионов, сульфат-ионов, нитрат-ионов, фторид-ионов и фосфат-ионов в пробах природных, питьевых и очищенных сточных вод с применением системы капиллярного электрофореза «Капель». СПб., 2013. 30 с.

7. Виноградов, А.П. Геохимия редких и рассеянных химических элементов в почвах / А.П. Виноградов. М: АН СССР, 1957. 132 с.

Рубрика: Охрана окружающей среды. Управление качеством окружающей среды

УДК 504.06

ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ ВЫБРОСОВ ЗАГРЯЗНЯЮЩИХ ВЕЩЕСТВ НА АТМОСФЕРНЫЙ ВОЗДУХ НА ПРИМЕРЕ НАХОДКИНСКОГО АТП (ФИЛИАЛА) ОАО «ПРИМОРАВТОТРАНС» г. НАХОДКА (ПРИМОРСКИЙ КРАЙ)

Я.К. Спивак

бакалавр

Н.В. Иваненко

канд. биол. наук, доцент кафедры туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В данной статье рассматривается воздействие выбросов загрязняющих веществ на атмосферный воздух от предприятия – Находкинское автотранспортное подразделение (филиал) ОАО «Приморавтотранс», специализирующееся на ремонте и техническом обслуживании легкового автотранспорта частных лиц и организаций.

Ключевые слова и словосочетания: экология, охрана окружающей среды, загрязнения атмосферного воздуха, выбросы.

EVALUATION OF THE IMPACT OF POLLUTANT EMISSIONS ON ATMOSPHERIC AIR ON THE EXAMPLE OF THE NAKHODKA ATP (BRANCH) OF PRIMORAVTOTRANS OJSC, NAKHODKA (PRIMORSKY KRAI)

This article discusses the impact of emissions of pollutants on the atmospheric air from the enterprise – the Nakhodka motor transport division (branch) of Primoravtotrans OJSC, specializing in the repair and maintenance of passenger vehicles of individuals and organizations.

Keywords: ecology, environmental protection, air pollution, emissions.

В данной статье рассматривается воздействие выбросов загрязняющих веществ на атмосферный воздух от предприятия, основным видом деятельности которого является ремонт и техническое обслуживание легкового автотранспорта. Площадка предприятия расположена по Находкинскому проспекту, 1 в городе Находка на земельном участке площадью 4927,46 м² и насчитывает восемь источников загрязнения атмосферного воздуха.

В ходе инвентаризации выявлено 8 источников, выбрасывающих в атмосферу загрязняющие вещества в количестве 0,285614 т/год. Из них 2 организованных и 6 неорганизованных. Количество загрязняющих веществ – 15 наименований, из них такие вещества как азота диоксид и серы диоксид, соединения свинца и серы диоксид, серы диоксид и серная кислота, серы диоксид и сероводород, серы диоксид фтористый водород обладают эффектом суммации вредного воздействия при совместном присутствии в атмосферном воздухе. Все источники загрязнения условно отнесены к восьми подразделениям, таким как:

Участок ремонта ходовой части

- Сварочный участок
- Труба печи участка по ремонту электроаппаратуры
- Труба печи токарного участка
- Участок ремонта топливной аппаратуры
- Труба печи бытовых помещений
- Склад золы
- Рейсирование автотранспорта по территории предприятия

Участок ремонта ходовой части оборудован ванной для мойки деталей размером 0,3 м². В результате мойки деталей в керосине поступают пары керосина. Загрязняющие вещества из помещения удаляются в атмосферу неорганизованно – через неплотности строительных конструкций, окна, двери. Источники выделения – двигатели автомобилей, ванна для мойки деталей в керосине. Наибольшее количество выброса приходится на пары керосина 0,03514 т/г.

На сварочном участке выполняется сварка глушителей, дисков и поддонов и др. При выполнении ремонтных работ на участке используется газовая сварка кислородно-ацетиленовой смесью, ручная дуговая сварка электродами МР-3, ручная сварка алюминиевых сплавов в среде аргона.

При выполнении сварочных работ в атмосферу неорганизованно поступают: алюминия оксид, оксид железа, соединения марганца, окислы магния, фтористый водород, оксид азота, пыль неорганическая SiO₂ 20-70%. Наибольшее количество выброса приходится на железа оксид 0,00588 т/г.

Для обогрева помещения в зимнее время на участке установлена отопительная печь (буржуйка), работающая на дровах.

Характеристика топлива: зольность топлива, $A^p=0.6\%$; теплосодержание, $Q^p=2447,36$ ккал/кг (10,24 МДж/кг). Наибольшее количество выброса приходится на пары керосина 0,025270 т/г.

В процессе работы печи в атмосферных воздух выделяются: азота оксид, азота диоксид, оксид углерода, бензопирен, взвешенные вещества (зола древесины). Дымовые газы отводятся через дымовую трубу печи. Наибольшее количество выброса приходится на пыль неорганическую, содержащую 70-20% SiO₂ – 0.000001 т/г.

Шиномонтажный участок выполняет работы и ремонт автомобильных камер. Ремонт производится специальными заплатками. При проведении данных работ выбросы в атмосферу отсутствуют.

Зола из всех печей собирается в контейнер и разбирается сотрудниками на удобрения. Контейнер золы – источник поступления в атмосферу пыли неорганической (золы древесины) – неорганизованный источник.

Проезд автотранспорта на территории предприятия учтен как неорганизованный источник выброса загрязняющих веществ. Выделяющиеся вредности: оксид углерода, бензин, керосин, азота оксид, диоксид азота, сажа, диоксид серы. Наибольшее количество выброса приходится на углерод оксид 0,00932 т/г.

Перечень загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу приведен на рис. 1.

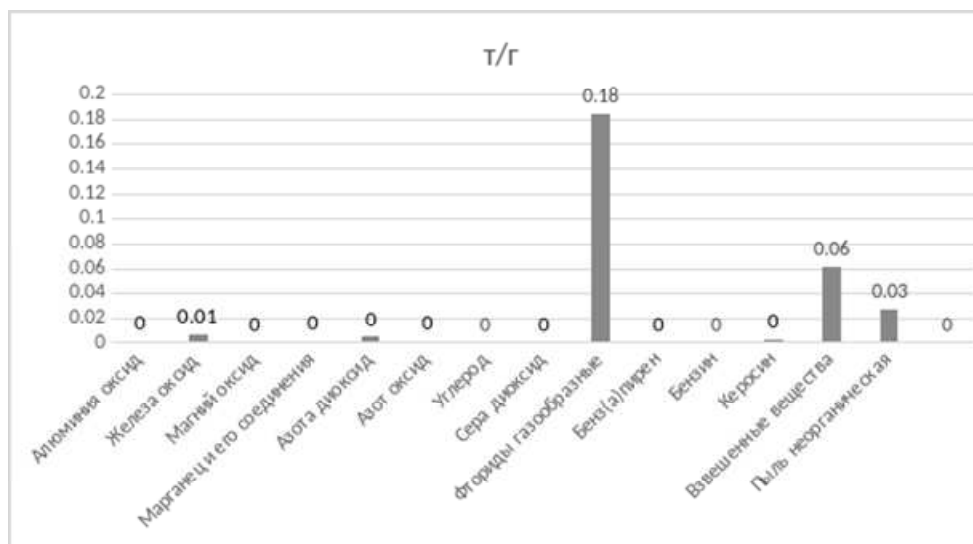


Рис. 1. Перечень загрязняющих веществ, т/г

От источников загрязнения атмосферы данного предприятия выбрасываются вещества всех классов опасности, включая ОБУВ.

Перечень загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу по классам опасности:

I класс опасности: 0703 бенз(а)пирен (3,4 – Бензпирен);

II класс опасности: 0101 алюминия оксид, 0143 марганец и его соединения, 0342 фториды газообразные;

III класс опасности: 0123 железа оксид, 0138 магний оксид, 0301 азота диоксид (азот (IV) оксид), 0304 азот (II) оксид (азота оксид), 0328 углерод (сажа), 0330 сера диоксид, 2902 взвешенные вещества, 2908 пыль неорганическая 70-20% SiO₂;

IV класс опасности: 0337 углерод оксид, 2704 бензин (нефтяной, малосернистый).

ОБУВ: 2732 керосин.

На рисунке 2 представлено, сколько тонн в год выбрасывается веществ по классам опасности.

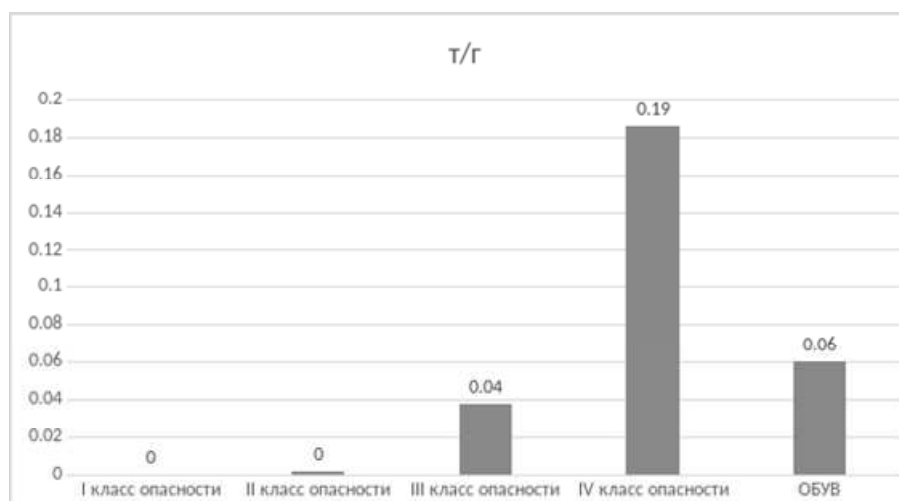


Рис. 2. Количество выбросов по классам опасности, т/г

Всего загрязняющих веществ 15: твердых – 5, жидких/газообразных – 10. Валовый выброс загрязняющих веществ в атмосферу 0,28561 т/г, в том числе: газообразные – 0,25228 т/г, твердые – 0,03333 т/г.

Рассмотрев все вышесказанное, можно сделать вывод, что наибольшее количество выбросов приходится на работу отопительной печи бытовых помещений.

В ближайшие 5 лет расширения предприятия, реконструкция его, влекущих за собой появление дополнительных источников выбросов и увеличение значений выбросов по существующим источникам, не планируется.

В настоящее время на территории предприятия установок по очистке выбрасываемого в атмосферу воздуха нет.

Для уменьшения воздействия на окружающую среду предприятие проводит воздухоохраные мероприятия относятся к разряду проектных и организационных решений. Они обеспечивают снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду без снижения экономической привлекательности производственной деятельности.

Основными воздухоохранными мероприятиями являются:

- Применение систем оперативного управления и контроля
- Внешнее электроснабжение.

После установления для источников выброса предприятия предельно-допустимых выбросов в атмосферу, необходимо осуществлять контроль за соблюдением установленных величин. Контроль осуществляется в соответствии с Законом об охране атмосферного воздуха, ГОСТ 17.2.3.02-87 «Охрана природы. Атмосфера. Правила установления допустимых выбросов вредных веществ промышленными предприятиями» ОНД 86, ч. I, II.

В основу системы контроля положено определение величин выбросов вредных веществ от источников и сопоставление их с величинами ПДВ, принятыми в проекте нормативов ПДВ и согласованными с органами контроля охраны окружающей среды.

1. СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200-03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов» [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 02.03.2017).

2. Федеральный закон об охране окружающей среды [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348 (дата обращения 02.03.2017).

Секция. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Рубрика: Туризм (по отраслям)

УДК 338.48-6.641/642(571.63)

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД ТЕРРИТОРИЙ: ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ г. ВЛАДИВОСТОКА)

К.В. Агапонова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

На сегодняшний день в мире очень популярно такое направление, как гастрономический туризм. В Приморском крае активно и стремительно развивается туризм в целом. Особенно популярен на данной территории гастрономический туризм в г. Владивостоке. Туристический поток с азиатских стран увеличивается с каждым годом. Данный факт позволяет утверждать, что возникает необходимость формирования устойчивого кулинарного бренда на территории города и края, с целью привлечения большего внимания и поддержания интереса к городу со стороны туристов.

Ключевые слова и словосочетания: *кулинария; гастрономический бренд; дальневосточная кухня; туризм; территория.*

GASTRONOMIC BRAND OF TERRITORIES: FEATURES OF FORMATION (ON THE EXAMPLE OF VLADIVOSTOK)

Today such direction as gastronomic tourism is very popular in the world. Tourism in Primorsky Krai develops actively and promptly. Gastronomic tourism is especially popular in Vladivostok. Tourist flow from the Asian countries increases with every year. This fact allows to claim that there is a need in formation of a steady culinary brand for city and the whole territory, for the purpose of attraction of bigger attention and maintaining of interest in the city for tourists.

Keywords: *cookery; gastronomic brand; Far East kitchen; tourism; territory.*

Кулинария является неотъемлемой частью жизни людей, сегодня ей уделяется много внимания: издано большое количество книг и журналов, появляются все новые изысканные рецепты блюд. Кулинария стала настоящей профессией, а создание кулинарных шедевров – настоящим искусством. Каждый уголок мира имеет свой кулинарный гастрономический бренд, который формировался столетиями.

В данной статье рассматривается гастрономический бренд отдельных территорий, как уникальное, формирующееся издревле и зависящее от ряда условий явление. Исследуется формирование гастрономического бренда города Владивостока, как столицы активно развивающегося дальневосточного региона.

Цель настоящего исследования заключается в выявлении принципов и законов формирования гастрономического бренда территорий и анализе становления, развития и формирования гастрономического бренда г. Владивостока.

Были использованы такие методы научного исследования, как: анализ, дедукция, наблюдение, эксперимент.

Учитывая современные тенденции развития Дальнего Востока, государственные программы по развитию дальневосточной территории, а также опыт последних лет – можно наблюдать, что данная территория привлекает большое количество русских и иностранных туристов. В связи с этими условиями и возникшим интересом к Дальнему Востоку появляется необходи-

мость в формировании устойчивого гастрономического бренда Владивостока, как столицы Приморского края.

Как показывает статистика, наиболее посещаемым городом Приморья для туристов из Китая стал Владивосток. За несколько прошедших месяцев 2018 года город посетило около 5,5 тысяч туристов, что в полтора раза больше, чем в 2014 году [2]. Среди иностранных и русских туристов очень популярны гастрономические туры во Владивосток. Признавая традиционную русскую кухню, они отдают предпочтение ресурсам Японского моря и Уссурийской тайги, а также рецептам блюд всех азиатских соседей Приморского края и г. Владивостока.

Кулинарное искусство, как элемент материальной культуры занимает огромное место в жизни людей и является визитной карточкой территории их проживания (бренд территории). Кухня каждого отдельного народа представляет собой определенный микс рецептов, технологий, традиций и пищевых предпочтений, сформировавшихся с течением времени на определенной территории и всегда вызывает сторонний интерес.

Согласно утвержденному пониманию, бренд (англ. brand – клеймо) – это комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя [6]. Бренд является абстрактным названием. Физическими составляющими (носителями) бренда является весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда (слово, словосочетание), логотип с принципами его построения, палитра фирменных цветов, поддерживающая фирменный стиль оригинальная графика, набор фраз, звуки, торговая марка и прочее.

Бренд, как ассоциация в сознании целевой аудитории, символизирует какие-либо определённые качества продукта или характеристики самого производителя продукта. Для этого бренд должен быть узнаваем [1, с. 19]. Брендом территории может являться, например, местная достопримечательность, какое-либо место, где происходили важные события, вошедшие в историю, производитель, который создает продукцию, ассоциирующуюся с конкретной территорией. В то же время бренд территории может быть региональная кухня.

Таким образом, гастрономический бренд – это определенные отличительные признаки кулинарии, которые состоялись исторически и существуют в настоящем времени на определенной географической территории.

Этнографическое своеобразие в питании сохраняется дольше, чем в других сферах бытовой культуры, таких, например, как одежда и жилище. Сегодня в условиях ассимиляции культур и народов, в ритме современной жизни наблюдаются процессы трансформации традиционных пищевых привычек. Являясь отличительной характеристикой региона, в создании его бренда местная кухня должна играть одну из ведущих ролей.

Исторические события, происходящие в разных странах, а также их географическое положение, культура, традиции, национальные особенности и религиозные верования народов оказали большое влияние на национальные кулинарные рецепты и гастрономический бренд территории [8]. Примером могут служить страны, граничащие с морями и океанами, где преобладают блюда из рыбы и морепродуктов (Япония, Латвия, Индия и др.), в национальных кухнях стран, расположенных в лесостепных районах, – блюда из продуктов животноводства и лесных промыслов (русская, марийская, белорусская кухни). Народы, населяющие южные страны, для приготовления национальных блюд используют больше овощей и фруктов (Средняя Азия, Закавказье и др.) [10].

На некоторых территориях гастрономический бренд еще формируется и проходит этапы своего становления. К таким территориям смело можно отнести Приморский край и г. Владивосток.

Приморский край, как и другие территории, имеет свои исторически сложившиеся и устойчивые обычаи и традиции в питании. Вкусовые пристрастия местных жителей напрямую зависят от обычаев проживающих здесь народов. Довольно суровый климат и, связанный с близостью океана тяжёлый труд людей, научили приморский народ относиться к своему питанию очень ответственно [5].

Если говорить о дальневосточной кухне как о гастрономическом феномене, о том, чем отличается Владивостокский гастрономический бренд от других брендов регионов России, то, безусловно, нужно снова обращаться к географии места.

Основопологающую роль в формировании кухни сыграло именно уникальное географическое положение – близость моря и тайги. Именно этот синтез можно назвать кухней, к которой мы привыкли, кухней Дальнего Востока. Дары моря и тайги являются основой этого гастрономического феномена под названием «дальневосточная кухня».

Все морские акватории у Российского побережья Японского моря и юга Охотского моря невероятно богаты промысловыми гидробионтами: тут и двустворчатые моллюски (гребешки, мидии, устрица, анадара, корбикула, спизула), и иглокожие (морские ежи и трепанг), и ракообразные (крабы, креветки), и головоногие – кальмар, осьминог, водоросли – известная всем морская капуста (ламинария) [3].

Следовательно, отличительной особенностью кулинарии Приморского края является добыча морепродуктов. Ввиду этого в большинстве блюд главным ингредиентом выступает именно рыба, рыба икра, креветки, крабы и некоторые виды съедобных водорослей. Кулинарные рецепты этих блюд отличаются тем, что пища, которую потребляют жители сурового Приморского края, в полной мере сохраняет все свои полезные качества. Она не только доставляет удовольствие при её употреблении, но и в большой степени является здоровой пищей.

Местная (дальневосточная) кухня создавалась общностью людей, проживающих на данной территории, общностью свойственных им особенностей вкусовых предпочтений. Дальневосточная специализация уникальна в своем роде и объединяет в себе традиции нескольких стран.

Глубокий след в кулинарном искусстве оставили коренные народы Приморья (удэгейцы, нанайцы, орочи) и жившие здесь многие поколения китайцев, корейцев, японцев. Так, данная территория характеризуется смешением азиатских, паназиатских блюд, а также блюдами из морепродуктов.

Китай, Корея, Япония – эти страны оказали огромное влияние на дальневосточный кулинарный бренд, являясь соседними территориями. Постепенно азиатские блюда заняли достойное место на столе приморцев. Салаты с самым широким использованием морепродуктов и свежей рыбы, рыба быстрой засолки и маринада, строганина – эти блюда стали наиболее любимы в Приморье. Не случайно, сегодня пользуются огромной популярностью у туристов и местных жителей повседневные и недорогие кафе китайской, корейской и японской национальной кухонь, а паназиатские рестораны Владивостока являются законодателями российской гастрономической моды.

В местах общественного питания каждый турист или гость Владивостока сможет найти блюдо на свой вкус, будь то блюдо какой-либо национальной кухни, например, европейской или русской, или же оригинальное блюдо, входящее в сокровищницу кулинарии Приморского края [7].

Таким образом, формирование кулинарных специализаций и гастрономического бренда Владивостока происходит по принципам географического положения, климатических условий, экономического фактора страны и религиозных обычаев. Формирование происходило в течение полутора столетий и в настоящее время территория имеет свои уникальные кулинарные специализации и формирующийся гастрономический бренд.

Дальневосточная кухня – это своеобразный микс, замешанный на особенностях национальных кухонь с одной стороны, а с другой – на местных продуктах – дарах моря и тайги [9]. Именно этот синтез можно назвать кухней, к которой мы привыкли, кухней Дальнего Востока.

Социологический опрос, как метод сбора первичной информации показал, что на вопрос о «любимой кулинарной специализации» большинство жителей Владивостока отвечают, что предпочитают дальневосточную кухню, на втором месте стоит американская кухня и на третьем – китайская.

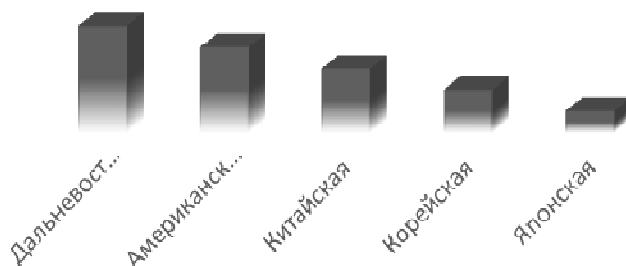


Рис. 1. Результаты опроса

Результаты анкетирования по вопросу «любимого блюда дальневосточной кухни» продемонстрировали, что самым любимым блюдом опрошенных является камчатский краб. На второй и третьей строчке рейтинга находятся такие блюда, как цезарь с креветкой и японская лапша с морепродуктами. Также среди ответов были такие продукты, как: приморский гребешок, роллы и суши, мясо «гобажоу», салат «Харбин», суп «том ям», паровой пирожок «пян-се». Остальные респонденты сделали выбор в пользу других дальневосточных блюд.

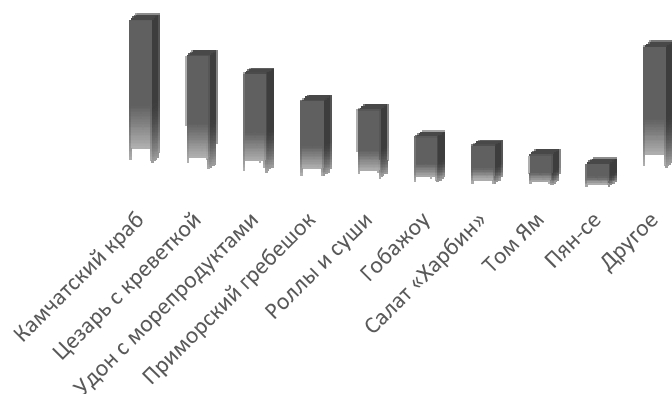


Рис. 2. Результаты опроса

Как гастрономический ресторанный бренд, дальневосточная кухня возникла совсем недавно – 3–4 года назад. Рестораторы, развивающие это направление, находятся в самом начале пути. Каноны кулинарии и рецептуры оригинальных дальневосточных блюд только начали формироваться. Эти рецепты «живут» на кухнях владивостокцев, но нужно обязательно выводить местные гастрономические традиции на ресторанный уровень, завоевывать доверие иностранного туриста и укреплять доверие местного жителя [9].

Не исключено, что для развития этого направления может понадобиться ни один десяток лет. Однако, в качестве примера, можно легко вдохновиться опытом скандинавской нордической кухни, которая была сгенерирована буквально за несколько лет и очень быстро набрала популярность во всем мире. Если перенять этот опыт, все может получиться гораздо быстрее.

В последнее время большое внимание уделяется развитию гастрономического туризма во Владивостоке и Приморском крае. Активно и серьезно развивается гастрономический бренд города, с целью привлечения туристов.

«Раскруткой» кулинарного бренда занимается Департамент туризма Приморского края. Основной целью работы департамента туризма Приморского края является повышение конкурентоспособности российского туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, повышение его качества и доступности. В настоящее время действует государственная программа «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2020 годы, созданная департаментом туризма [11].

Также продвижением гастрономического бренда Приморского края занимается Туристско-информационный центр. Основной его целью является формирование комфортной информационной среды в сфере туризма Приморского края и продвижения региона на внутреннем и международном туристских рынках [12]. В 2017 году Туристско-информационный центр создал гастрономический путеводитель по дальневосточной кухне во Владивостоке. В путеводителе представлены фирменные блюда города и края, история смешения национальных кухонь в единый кулинарный бренд, а также список заведений Владивостока, где можно попробовать то или иное блюдо дальневосточной кухни.

Рассуждая о заведениях дальневосточной кухни во Владивостоке, можно смело сказать, что местные рестораторы серьезно взялись за продвижение гастрономического бренда, внося большой вклад в развитие и формирование гастрономической кухни как уникального явления. Несколько раз в год проходят различные гастрономические фестивали, на которые привлекается большое количество заинтересованных шеф-поваров, туристов и обычных людей. Активно развиваются некоторые паназиатские рестораны Владивостока и популяризируют дальневосточный кулинарный бренд.

Таким образом, можно сделать вывод, что кулинарный «дальневосточный» бренд – это уникальная кухня, которая находится на этапе развития и формирования. Проведенное исследование доказывает, что гастрономический бренд Владивостока неповторим и непохож на другие. Что-то похожее на дальневосточный гастрономический бренд найти в России практически невозможно. Он складывался под влиянием многих эволюционных процессов, исторических событий и интересных особенностей. Современная дальневосточная кухня выражает стремление дальневосточников из сплава разнородных и зачастую противоречивых культур сформировать яркую и независимую идентичность [4, с. 2].

Дальневосточная кухня – направление перспективное, интересное и с большим потенциалом. В крае есть все необходимые ресурсы и внутренняя энергия для того, чтобы дать мощный толчок развитию региону. Кулинария, кухня – это всегда про жизнь и про людей. На мой взгляд, дальневосточная кухня может стать мощной точкой притяжения для туристов со всего мира, и это абсолютно реальная и достижимая цель.

1. Аакер, Д.А. Создание сильных брендов / Д.А. Аакер. М.: Издательский дом «Гребенников», 2003, 2007 (переиздание). 440 с.
2. Владивосток – популярный туристический город. [Электронный ресурс]. URL: <http://turizm25.ru> (дата обращения 10.04.18).
3. История дальневосточной кухни. [Электронный ресурс]. URL: <http://vladivostok.travel> (дата обращения 28.03.18).
4. Заречнева, Т. Гастрономический путеводитель «Pasific Russia Food» / Т. Заречнева. М.: ТИЦ, 2017. 24 с.
5. История Приморского края. [Электронный ресурс]. URL: <http://hosting.vspu.ac.ru> (дата обращения 12.04.18).
6. Карта слов и выражений русского языка. [Электронный ресурс]. URL: <https://kartaslov.ru> (дата обращения 24.03.18).
7. Кулинария Приморского края. [Электронный ресурс]. URL: <http://primkray.ru> (дата обращения 5.04.18).
8. Кухни народов мира. История и традиции. [Электронный ресурс]. URL: <http://kushatrodano.ru> (дата обращения 2.04.18).
9. Медиахолдинг «PrimaMedia». [Электронный ресурс]. URL: <http://primamedia.today> (дата обращения 9.04.18).
10. Национальные кухни разных стран. [Электронный ресурс]. URL: <http://ecodiet.ru> (дата обращения 7.04.18).
11. Официальный сайт Администрации Приморского края. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.primorsky.ru> (дата обращения 3.04.18).
12. Туристско-информационный центр Приморского края. [Электронный ресурс]. URL: <http://tour.primorsky.ru> (дата обращения 10.04.18).

Рубрика: Современные тренды развития туристских дестинаций

УДК 338.48:72

АНАЛИЗ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА С ПОЗИЦИИ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ МАЛОМОБИЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ ГРАЖДАН

Е.К. Гречаная
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Во всем мире сегодня туризм является общепризнанным средством отдыха, оздоровления, познания окружающего мира. Туризм для людей с инвалидностью является сравнительно новым и социально значимым направлением туристической деятельности. Актуальной становится разработка новых средств социальной реабилитации ориентированных на расширение

жизненного пространства лиц с инвалидностью. Одним из наиболее эффективных средств расширения жизненного пространства является туризм.

Ключевые слова и словосочетания: маломобильные граждане, паратуризм, доступная среда, безбарьерная городская среда.

ANALYSIS OF THE INFRASTRUCTURE OF THE CITY OF VLADIVOSTOK, IN TERMS OF ACCESSIBILITY FOR PEOPLE WITH LIMITED MOBILITY

All over the world today, tourism is a recognized means of recreation, recreation, knowledge of the world. Tourism for people with disabilities is a relatively new and socially significant area of tourism. The development of new means of social rehabilitation aimed at expanding the living space of persons with disabilities is becoming urgent. One of the most effective means of expanding living space is tourism.

Keywords: low-mobility citizens, preterism, accessible environment, barrier-free urban environment.

В работе исследуется инфраструктура города Владивостока, с позиции доступности для маломобильных категорий граждан.

Тема данной работы актуальна в связи с тем, что сфера обслуживания туристов с ограниченными возможностями, помогает адаптироваться в социальную среду, и для тех людей, чьи возможности ограничены, является сравнительно современным и динамично развивающимся направлением досуга.

Целью работы является анализ инфраструктуры города Владивостока, с позиции доступности для маломобильных категорий граждан.

Инвалидность и старение населения являются в последнее время темами исследований в контексте изучения современного состояния и развития туризма. Эти характеристики населения оказывают прямое воздействие на спрос и предложение на туристском рынке. Анализ работ последних лет показывает, что безбарьерная среда и доступный туризм – это растущая область туристских исследований и туристской практики. Так же, как и другие сегменты туризма, данный сегмент носит междисциплинарный и многофакторный характер, испытывая в своем развитии влияние географического, демографического, политического, экономического, социального, психологического, организационного плана, и такие науки, как менеджмент, психология, социальная психология, медицина, архитектура, инженерное дело, культурология постмодернизма, участвуют в исследовании и решении проблем доступного (или безбарьерного) туризма.

Исследование доступности городской среды для людей с повышенными потребностями приобретает особый интерес на почве эволюции российских городов, которая в значительной степени расходится с законами развития городов Европы и Америки. Весь советский период конструирования городского пространства пренебрегал вопросами доступности города для инвалидов и качества их жизни в повседневной действительности. В градостроительной политике культивировалась идея обслуживания предприятий, экономики, обороны, а практика «гуманизации» окружающей среды, которая подчеркивала бы ее значение для инвалида, не была популярна [3].

В российских городах лишь недавно начали осознавать необходимость приспособления инфраструктуры для людей с ограниченными возможностями. Несмотря на наличие ряда интересных проектов и нормативно-методической документации по проектированию зданий, доступных для инвалидов, решение задач адаптации среды носит зачастую случайный характер, зависящий от уровня компетенции специалиста, взявшегося за разработку проекта [4]. Среда жизнедеятельности, доступная для инвалидов – это обычная среда, дооборудованная с учетом потребностей, возникающих в связи с инвалидностью и позволяющая инвалидам вести независимый образ жизни.

В Приморском крае с 2016 года начата реализация третьего этапа программы «Доступная среда». Эта программа создана для того, чтобы обеспечить возможность комфортного передвижения маломобильным группам населения. Чтобы инвалиды могли свободно пользоваться общественными благами, «Доступная среда» постоянно развивается и улучшает качество их жизни.

«Магазины имеют парковочные места для инвалидов и удобные лифты. Доступны сейчас Приморский театр оперы и балета, океанариум на Русском острове, кампус ДВФУ. Все отделения Сбербанка обустроены идеально: пандусы, широкие двери, хорошее обслуживание. При-

морский край может похвастаться адаптированными железнодорожными вокзалами. Самые удобные станции находятся во Владивостоке, в Ружино и Сибирцево. Они хорошо отоплены, оснащены пандусами, есть кнопки вызова персонала.

Также доступен для маломобильных групп людей аэропорт Кневичи. Там всегда есть свободные коляски. Персонал выполняет свою работу без нареканий. При посадке в самолет инвалидов погружают первыми, при высадке – последними. На данный момент доступным является кинотеатр города Владивостока «Океан». В поликлиниках столицы Приморского края слажена работа при вызове врача на дом. Хорошо обстоят дела с доступностью таких спорткомплексов Владивостока, как «Чемпион-2» и «Олимпиец».

В Приморском крае ежегодно проводятся культурные и развлекательные мероприятия для инвалидов, а также совместные мероприятия для инвалидов и людей без инвалидности. Проведение совместных мероприятий инвалидов и их сверстников, проведение творческих встреч, таких как «Территория творчества», – это путь познания обществом проблем инвалидов и роли инвалидов в обществе.

Регулярными являются выставки художественных работ и декоративно-прикладного творчества, посвященные Всероссийской декаде инвалидов.

Стал популярным краевой смотр самодеятельности «Надежда. Вдохновение. Талант» среди воспитанников детских домов, школ-интернатов и детей-инвалидов. В 2016 году по его итогам состоялись краевой фестиваль и выставка декоративно-прикладного творчества «Я талантлив!».

В 2017 году прошел фестиваль КВН для молодежи с ограниченными возможностями здоровья.

Для любителей путешествий на данный момент реализуются мероприятия по развитию туризма среди инвалидов. На сайте приморского туризма создана специальная рубрика «Формирование доступной среды для объектов туристского показа». Она содержит список рекомендованных мероприятий для туристских организаций по формированию доступной среды для инвалидов.

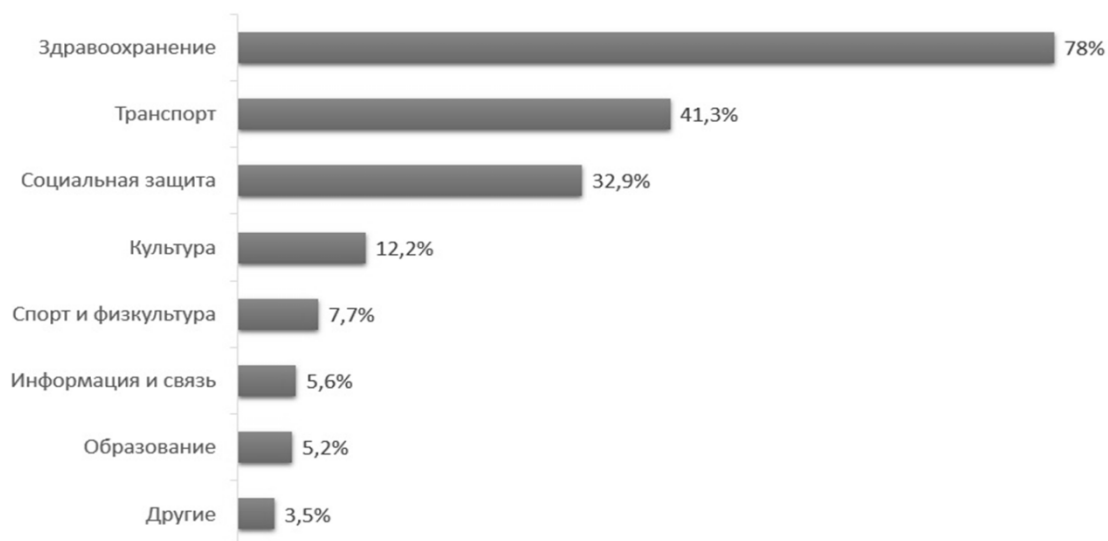
Сами же люди с инвалидностью не очень положительно оценивают динамику приспособления городской инфраструктуры для своего удобства. По данным Приморского научно-исследовательского центра социологии 38 % опрошенных не заметили повышения состояния доступности объектов ни в одной из сфер.

В каких сферах жизнедеятельности Вы отметили повышение состояния доступности объектов и услуг для инвалидов за последний год?



Также, в рамках исследования, респондентам предлагалось выделить от одного до нескольких вариантов наиболее важных для них сфер жизнедеятельности.

В каких сферах жизнедеятельности проблемы доступности для Вас являются наиболее важными?



Из результатов мы видим, что конечно, важнейшей сферой является здравоохранение. И речь идет не только о квалифицированных специалистах, оснащенности медучреждений, но и о самой возможности безбарьерного доступа к этим медучреждениям.

Еще одной наиболее проблемной зоной для инвалидов остается общественный транспорт – более половины опрошенных утверждают, что инвалидам крайне сложно использовать эти необходимые в повседневной жизни объекты.

Несмотря на то, что город Владивосток обладает огромным природным и историко-культурным потенциалом, который следует раскрывать для людей с ограниченными возможностями, так как это крупный сегмент потребителя, уровень развития туризма для лиц с ограниченными возможностями очень низок. В нашей стране туризм в данном направлении пока находится в стадии зарождения.

Приморский край, и в частности Владивосток, пока не может похвастаться большими достижениями в сфере доступности инфраструктуры для маломобильных групп населения, но нельзя отрицать, что изменения в лучшую сторону, пусть и небольшие, но все же есть. Важно осознать необходимость этих изменений, и приложить максимум усилий для создания комфортной, а главное доступной среды для лиц с инвалидностью.

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер.закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ(с изм. от 03 июля 2012). [Электронный ресурс] // Консультант плюс.

2. О туризме и туристской деятельности на территории Приморского края: закон Приморского края от 10 февраля 2014 года №355-КЗ [Электронный ресурс] // Консультант плюс.

3. Ларионов, М. Доступная среда. URL: http://www.invalife.ru/publ/normativnye_akty/dostupnaja_sreda/.

4. Бавельский, А.Д. Доступная среда как фактор развития и безопасности безбарьерного туризма / А.Д. Бавельский, И.В. Зорин, А.И. Сесёлкин. URL: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=480>.

5. Никандрова, Н. Реабилитация через туризм / Н. Никандрова, Т. Никандрова // Спорт в школе Первое сентября. 2017. № 17. С. 18–20.

6. Бугаец, Н.А. Адаптация туристских услуг для людей с ограниченными возможностями / Н.А. Бугаец, В.О. Иванова // Материалы VII Международной Интернет-конференции. 2018. С. 227-231.

ПРОБЛЕМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

М.А. Григорян
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье рассмотрены теоретические аспекты событийного мероприятия, представлены результаты анализа современного состояния событийных мероприятий в мире, России и Приморском крае. На основе изучения всех аспектов организации событийных мероприятий, выявленных проблем, была предложена разработка фестиваля национальных культур. В заключении работы была рассмотрена прогнозируемая эффективность от предложенного мероприятия.

Ключевые слова и словосочетания: туризм, событийный туризм, событийное мероприятие, фестиваль национальных культур, фестиваль.

PROBLEMS IN ORGANIZING EVENTS IN PRIMORSKY KRAI

The article discusses the theoretical aspects of the event, presents the results of the analysis of the current state of the event in the world, Russia and Primorsky Krai. Based on the study of all aspects of the organization of events, identify problems, the development of a festival of national cultures was proposed. In conclusion, I reviewed the projected effectiveness of the proposed activity.

Keywords: tourism, event tourism, event, festival of national cultures, festival.

Одним из наиболее перспективных, многообещающих и активно развивающихся направлений в туризме считается событийный туризм, часть которого в секторе туристических услуг каждый год возрастает. Нынешних туристов, ровно, как и любых иных «потребителей территорий», все больше интересуют не только классические достопримечательности и интересные места, сколько то, чем живет территория, какие действия и события на ней совершаются, какой её образ и темп существования.

Событийный туризм – направление весьма увлекательное. Данный вид туризма даёт возможность опытным путешественникам стать живыми очевидцами самых великих событий в мире культуры, спорта и искусства. Основной характерный признак событийных мероприятий – огромное число красочных и эксклюзивных моментов [1, с. 22].

Актуальность данной статьи заключается в том, на сегодняшний день событийные мероприятия динамично и активно выходят на рынок, занимают важное место в туристской отрасли, и привлекают туристов из разных городов, регионов и даже стран. В данной работе сделан упор на фестиваль национальных культур, так как, необходимо показать, что, несмотря на национальную принадлежность, различия в вероисповедания, культуре и языке, мы все – единое целое, и объединяет нас именно любовь к творчеству, дружеское и теплое отношение друг к другу, стремление жить в гармонии и каждый раз что-то открывать новое.

Научная новизна статьи заключается в разработке событийного мероприятия: фестиваля национальных культур в городе Находке. Проведение такого фестиваля необходимо, так как людям нужно привить почтение к народам различных национальностей и вероисповеданий, показать, что у всех разные традиции и культура. Также предложенный фестиваль поможет увеличить турпоток в город Находка.

Цель данной статьи заключается в выявлении проблем и развитии событийных мероприятий в Приморском крае, при помощи разработки фестиваля национальных культур в городе Находка.

Цель достигается решением следующих задач: изучение теоретических аспектов и анализ проведенных событийных мероприятий, выявление проблем и разработка событийного фестиваля национальных культур.

Методы исследования, которые были использованы при выполнении данной статьи:

- изучение и анализ литературы и журналов;
- изучение специализированных сайтов по событийному туризму и мероприятий, а также организации фестивалей национальных культур.

Во время проведения мероприятий существенно активизируется все объекты туристической индустрии. При этом представляется, что совершенно необходимым элементом событийного туризма является страхование интересов участников туристической деятельности.

Главными достоинствами событийного туризма считается его высокая прибыльность и всесезонность. К его преимуществам следует добавить то, что он регулярно дополняется новейшими событийными мероприятиями и турами, а туристы, посещающие этот регион с целью принять участие в определенном событии, считаются одновременно потенциальными потребителями иных туристических продуктов в регионе.

Проблемами, препятствующими развитию событийного туризма в Приморском крае, являются: плохо развитая туристская инфраструктура; слабая гостиничная база; дефицит дипломированных и квалифицированных кадров в области туризма; малый интерес властей к событийному туризму на своих территориях; невысокая инвестиционная и деловая динамичность местного населения при формировании событийных мероприятий, которые способны заинтересовать отечественных и иностранных туристов; туристская инфраструктура в Приморском крае слабо выработана, в том числе инфраструктура, специализированная для формирования событийного туризма; дефицит сведений об осуществлении событийных мероприятий в Приморском крае; низменная результативность систем продвижения продукта событийного туризма.

В минувшие годы наметились тенденции формирования данного вида туризма: стремительное увеличение числа событий, их глобализация, клонирование в различных странах, перемена имиджа совместно с повышением технологичности, а также явная положительная значимость в формировании развития дестинаций [2, с. 104].

Таким образом, для преодоления вышеперечисленных негативных факторов следует принять необходимые меры по развитию событийного туризма в Приморском крае:

- ввести мероприятия по развитию, продвижению и осуществлению регионального турпродукта на основе событийного туризма в стратегические документы формирования туризма, в том числе в областные целевые программы развития туризма;
- учитывать в рамках программ финансирование строительства туристской инфраструктуры, направленной и на развитие событийного туризма;
- содействовать формированию условий для разработки новейших продуктов событийного туризма с учетом исторических и этнокультурных отличительных черт регионов, расширению диапазона туристских услуг для различных групп туристов, а также интегрированного турпродукта совместно с иными российскими регионами;
- проявлять содействие в разработке инвестиционных проектов в сфере событийного туризма, формировании подходящего климата и применении всего потенциала;
- формирование конвеншн-бюро на принципах государственно-частного партнерства с целью развития здания общего информационного пространства и продвижения туристских событий;
- создание единого календаря событийных мероприятий национального масштаба;
- осуществление разработки необыкновенных турпоездок;
- повышение масштаба имеющихся мероприятий;
- государственная помощь и поддержка приоритетных общественно-значимых событийных мероприятий и вовлечение частного капитала;
- сформировать и применять стратегию результативного продвижения турпродукта, созданного на основе событийного туризма.

Важнейшими отличительными чертами событийного туризма являются следующие:

- индивидуальность события, которая придаёт особую значимость и неповторимость событийным турам;
- относительно небольшой период событийных мероприятий;
- прерывность и цикличность во времени и предполагаемый характер программ;
- локализация событийных мероприятий в определённых точках – центрах событий;
- высокая стоимость туров.

В настоящий период в Приморском крае сформировался крайне обширный календарь обычно проводимых мероприятий, многочисленные из которых выходят на уровень межрегио-

нальных, всероссийских и международных: международного кинофестиваля стран АТР «Меридианы Тихого», международный джазовый фестиваль, международный дальневосточный фестиваль «Мариинский», международный дальневосточный фестиваль «Мариинский», межрегиональный парусный фестиваль «Кубок Семь футов» и другие [3].

Событийные мероприятия в Приморском крае могут предоставить отличные возможности для продвижения территории и повышения ее туристской привлекательности.

Главными мотивами событийных туров являются [4, с. 74]:

- посещение музыкальных, кинематографических, театральных, фольклорно-этнографических и других фестивалей, конкурсов искусств, выступлений и народных торжеств;
- посещение крупных спортивных состязаний международной и государственной степени;
- посещение международных и региональных выставок, ярмарок, экономических и общественно-политических форумов, семинаров, конгрессов и так далее;
- участие в праздниках, которые приурочены к юбилейным историческим датам мировой истории, истории городов и стран, а также выдающихся личностей.

Приверженцы событийного туризма находят положительных эмоций, наслаждения и удовольствия от развлечений, употребления гастрономических изысков и получения сувениров и так далее.

Точно таким же образом спортивные болельщики жаждут выброса адреналина, что и совершается на масштабных спортивных соревнованиях, где царствует обстановка высокой эмоциональности. Высокая эмоциональность сопутствует музыкальным фестивалям, рок-концертам и иным мероприятиям, куда поклонники различных исполнителей и коллективов стараются с не меньшей активностью, чем спортивные болельщики.

На выбор событийных мероприятий большое влияние оказывает круг увлечений и интересов – увлечение спортом, театральным, музыкальным, изобразительным искусством и т.п. Многих захватывает индустрия развлечений как таковая. Знаменитая с давних времен мотивация на удовлетворение собственных амбиций и самоутверждения посредством участия в существенных престижных событиях стремительно функционирует на популяризацию событийного туризма.

Ряд специалистов склоняются к тому, что в ближайшее время количество участников событийных туров догонит, но есть и вероятность затмить число участников классических экскурсионных туров.

На стадии проектирования праздника нужно, прежде всего, сформировать четкую и конкретную программу действий. На наш взгляд, она должна содержать следующие позиции:

- определение круга заинтересованных в проведении событийного мероприятия сторон;
- формирование организационного комитета мероприятия и подбор его наименования;
- определение источников финансирования и разработка символики торжества;
- подбор специалистов из различных областей для осуществления мероприятия;
- подготовка и утверждение программы и сметы мероприятия;
- организация маркетинговой кампании на внутреннем рынке.

Таким образом, событийный туризм должен сыграть немаловажную значимость в решении социально-экономических задач территориального развития Приморского края.

Фестиваль национальных культур – это традиционный фестиваль, который проводится с целью повышения культуры межнациональных и межэтнических отношений у всего поколения, приобщения людей к традициям национальных культур через творчество народов, населяющих г. Находка.

Для разработки фестиваля, был проведен опрос-анкетирование. Цель анкетирования – выявить, нуждаются ли жители и гости города Находка в фестивале национальных культур и что именно они хотят там видеть.

В результате анализа было выяснено, что фестиваль национальных культур «Народный калейдоскоп» нужен в городе Находке, так как все отвечающие хотели бы принять участие на фестивале. Продолжительность этого фестиваля не более дня.

Проведение фестиваля национальных культур даст возможность жителям города познакомиться с культурой разных национальностей, проживающих в Находкинском городском округе.

Цели фестиваля национальных культур «Народный калейдоскоп»:

- привлечение как можно больше внимания целевой аудитории к различным национальностям, проживающих на территории города Находка, узнать культуру, традиции;
- формирование развития культуры межнационального общения;
- привлечение туристов, которых может заинтересовать данный фестиваль.

Задачи данного фестиваля:

- воспитание у гостей чувства уважения к культурным и национальным традициям народов, проживающих на территории города Находка;
- создание условий, способствующих закреплению дружеских отношений внутри детского коллектива и семей и воспитания толерантного отношения к народам России.

Для организации данного фестиваля необходимо было определиться с местом его проведения, и была выбрана площадка Сити-центра.

Так же, немаловажную роль играют мероприятия по продвижению фестиваля «Народный калейдоскоп». Чтобы окружающие узнали о фестивале, нужно как можно больше охватить источников информирования.

Чтобы набрать участников фестиваля национальных культур нужно оставить буклеты и заявку-анкету на участие у представителя каждой диаспоры. Так же, чтобы как можно было больше привлечь зрителей, за 3 дня можно раздавать буклеты на самом Сити-центре.

Таким образом, можно сделать следующий вывод, что благодаря предложенному фестивалю национальных культур «Народный калейдоскоп» можно развить турпоток в Находкинский городской округ из других городов Приморья, России, а также из стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

-
1. Сирченко, А.А. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации / А.А. Сирченко. М.: «Туризм: право и экономика», 2016. 59 с.
 2. Косолапов, А.Б. География российского внутреннего туризма / А.Б. Косолапов. М.: КноРус, 2015. 224 с.
 3. Новости Приморского края [Электронный ресурс]. URL: <https://primamedia.ru/news/313263> (Дата обращения: 27.03.2019).
 4. Сулова, И.А. Событийный туризм: тенденции регионального развития / И.А. Сулова. М.: «Издательский дом Герда», 2016. 106 с.

Рубрика: Туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока как перспективная модель развития территории

УДК 338.48

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРОФОРИЕНТАЦИОННЫХ ЭКСКУРСИЙ ДЛЯ СТУДЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ ВГУЭС, г. ВЛАДИВОСТОК)

О.А. Гринько

бакалавр

А.Ю. Кононов

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В современном мире всё больше набирает популярность использование современных технологий при проведении экскурсий. Как правило основным инструментом для помощи экскурсантам в изучении объектов «природного наследия» является личный смартфон. В текущем параграфе рассмотрены основные технологии, используемые для самостоятельного изучения объектов на территориях экскурсионных троп.

Ключевые слова и словосочетания: Профориентационная работа, Приморский край, исследования, туристическая компания, экскурсия.

ORGANIZATION AND CONDUCT OF VOCATIONAL GUIDANCE EXCURSIONS FOR STUDENTS (ON THE EXAMPLE OF VSUES, VLADIVOSTOK)

Career-guidance activities conducted by the Vladivostok State University of Economics and Service are considered, and as a result of the student survey, the main career-guidance activities are identified. The main tourist companies that are actively completing and implementing career-oriented guided tours are identified, the most popular tours are indicated. A program of vocational guidance activities for students.

Keywords: Vocational guidance work, Primorsky Krai, research, travel company, excursion.

Актуальность

Целенаправленной профориентационной работе обучающихся необходимо уделять огромное внимание. Так, согласно данным исследования Российской академии народного хозяйства и госслужбы в 2018 году 28-30% российской молодежи работают не по профессии и только три четверти выпускников находят работу. При этом вопросы профориентации в Приморском крае раскрывают сразу две региональные программы – «Развитие образования Приморского края» и «Содействие занятости населения Приморского края», в результате чего в 2017 году в Приморском крае численность граждан, получивших услуги по профориентации составила уже 35 428 человек.

Цели и задачи

Целью данного исследования является разработка на основе изучения потребностей студентов ВГУЭС и анализа проводимых в вузе профориентационных работ программы профориентационных мероприятий.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

Определить профориентационные работы, проводимые во ВГУЭС;

Провести анализ востребованности профориентационных работ при помощи анкетирования студентов;

Разработать программу профориентационных мероприятий.

Практическая значимость

Результатом исследования стала разработка программы профориентационных мероприятий, включающая в себя встречи в рамках проекта «Приглашенный спикер» и профориентационные экскурсии.

Методы исследования

В процессе работы использовались общенаучные методы исследования: анализ, синтез, сравнение, экономико-статистические методы, что позволило обеспечить достоверность результатов исследования и обоснованность выводов.

Профориентационная работа в вузе занимает значительное место. Она организуется и ведется в рамках обеспечения непрерывности ступеней образования, для привлечения абитуриентов в вуз. Ее роль для вуза возрастает с позиции поиска новых возможностей по привлечению слушателей [1, с. 70].

Также, как и любой университет, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса проводит профориентационные работы как с абитуриентами, так и со студентами.

ВГУЭС занимается следующими видами профориентационных работ:

работы, направленные на привлечение абитуриентов. Данной работой занимается центр «Абитуриент». Центр «Абитуриент» проводит следующие работы: ярмарка учебных мест, день открытых дверей, профтестирование школьников.

профориентационная работа с целью профессионального самоопределения студентов. Данной работой один из занимается региональный центр «Старт-карьера».

Приходя в центр, студенты и выпускники могут получить: сведения о ближайших семинарах, тренингах, мастер-классах работодателей, экскурсиях в организации города и края; информацию о сроках проведения «Ярмарки вакансий», «Ночи карьеры»; интересные предложения о вакансиях и подработке в крупных российских, международных компаниях и в нашем университете; возможность прохождения практики для студентов четвертого курса, а для выпускников – возможность удачно трудоустроиться;

Также ВГУЭС осуществляет следующие проекты, в рамках профориентационных работ: work-кастинг; консультации по трудоустройству; деловой Клуб ВГУЭС; приглашенный спикер; день профессии.

После определения методов профориентационных работ, проводящихся ВГУЭС, необходимо определить приоритетные профориентационные мероприятия. За основу были взяты следующие мероприятия: экскурсии на предприятие; проект «приглашенный спикер»; профориентационные игры, тренинги; день открытых дверей.

Для подтверждения актуальности проведения профориентационной работы важно знать мнение студентов ВГУЭС. Для этого было проведено анкетирование студентов [2, с.47].

Анкета создана при помощи «Google Forms» и была распространена при помощи социальных сетей. Анкета для студентов представлена десятью вопросами, присутствуют как закрытые, так и открытые вопросы. Было опрошено 62 студента ВГУЭС.

Вводные вопросы анкеты, характеризующие личность анкетированного, были посвящены однородности исследуемой группы по полу, возрасту и уровню образования.

Основными вопросами анкеты стали восемь следующих вопросов:

- «имели ли вы представления о своей будущей профессии до поступления в университет?». Большинство опрошенных (54,8%) до поступления в университет не имели представлений кем они хотят быть в будущем.

- «понимаете ли вы, кем можете стать после окончания университета?». Большинство опрошенных (77,4%), понимают кем они могут быть после окончания университета.

- «ваш мотив поступления на выбранную специализацию (например, отсрочка от армии, пожелания родителей)». В данном вопросе мнения студентов разделились и давали следующие варианты: собственное желание, бюджетное место, получение высшего образования.

- «совпадают ли ваша специальность в университете с вашей желаемой будущей профессией?». У большинства опрошенных (54,8%) желаемая будущая профессия не совпадает со специальностью в университете.

- «как вы думаете почему у вас нет возможности учиться на том направлении, которому вы в большей степени отдаете предпочтение?». Данный вопрос отражает причину предыдущего утверждения. Большинство опрошенных действительно обучаются не на том направлении, которое в большей степени нравится.

Студенты на данный вопрос дают следующие ответы: недобор баллов ЕГЭ, отсутствие бюджета, нет финансовой возможности, нет точного понимания «кем хочу быть», желание родителей и нет направления подготовки во ВГУЭС; «какие из перечисленных профориентационных мероприятий, вам было бы интересно посетить?». Данные представлены на рис. 1

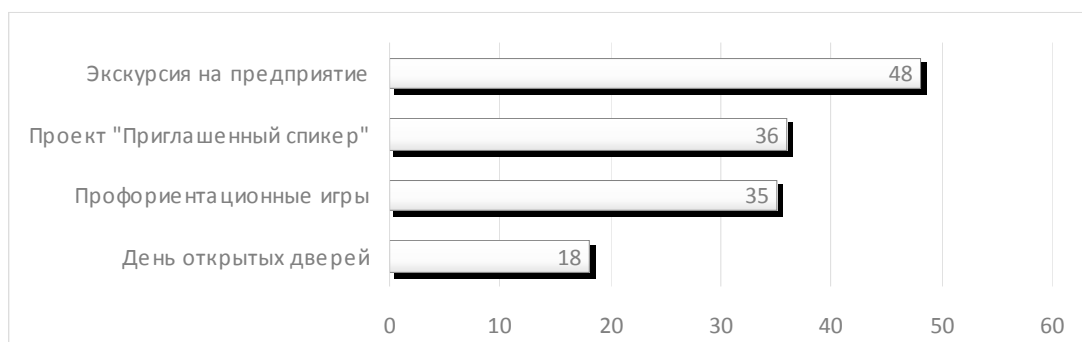


Рис. 1. Количество студентов, желающих посетить профориентационные мероприятия, проводимые во ВГУЭС

В результате, можно сделать вывод, что экскурсию на предприятие хотели бы посетить 36 студентов из 62. Также студентам было бы интересно посетить проект «приглашенный спикер». Данный проект направлен на формирование представления о специфике будущей деятельности студентов, на мотивацию к изучению своей специальности, а также на выработку необходимых компетенций, востребованных на рынке труда.

«хотели бы вы поближе познакомиться со своей специальностью и посетить экскурсию на производство и предприятие?». Большинству опрошенных (77,4%) было бы интересно посетить экскурсию на предприятие.

По результатам проведенного анкетирования было выявлено, что студенты ВГУЭС еще не все имеют представления о своей будущей профессии и большинству опрошенных было бы интересно посетить экскурсию на предприятие.

Поэтому, необходимо проведение исследования туристических компаний города Владивостока на наличие производственных экскурсий с целью дальнейшего проведения профориентационных экскурсий для школьников и студентов Приморского края [3, с. 25].

Для исследования на наличие производственных экскурсий был проведен анализ туристических компаний города Владивостока. Выявлено 6 туристических компаний активно предоставляющие экскурсии на предприятия.

На рисунке 2 представлено количество производственных экскурсий у туристических компаний г. Владивостока (в %), в 2019 году.

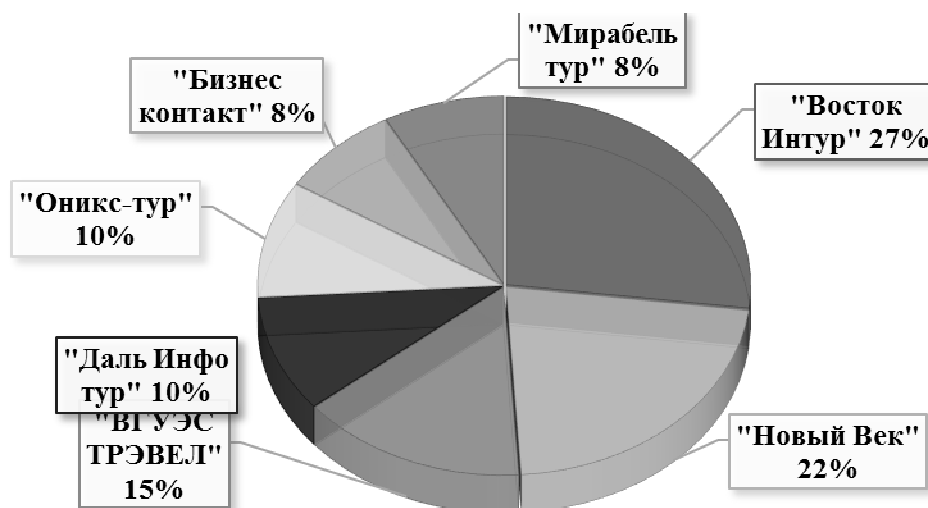


Рис. 2. Количество производственных экскурсий у туристических компаний г. Владивостока (в %)

Согласно данному рисунку можно сделать вывод, что большее число производственных экскурсий реализуют турфирмы «Восток Интур», «Новый Век», «Вгуэс Трэвел». Компании располагают собственным транспортом («Восток Интур»), активно сотрудничают с образовательными учреждениями города и неоднократно становились лидерами туристической индустрии края [4, с. 132].

Суммируя вышесказанное можно сказать, что всего на рынке экскурсионных услуг города Владивостока предлагается около 35 производственных экскурсий. Самые распространенные производственные экскурсии представлены на рис. 3.

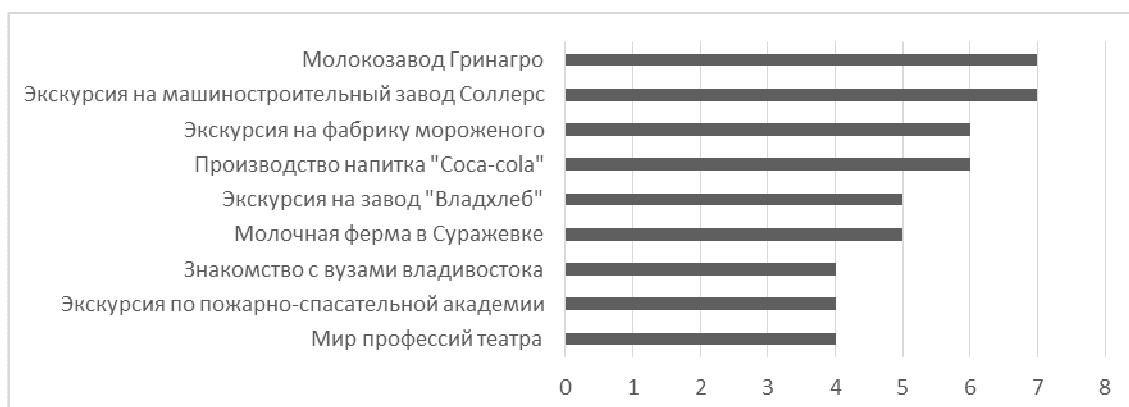


Рис. 3. Самые распространенные производственные экскурсии у туристических компаний г. Владивостока

Согласно данному рисунку можно сделать вывод, что самыми распространёнными производственными экскурсиями являются «Молокозавод Гринагро» и машиностроительный завод «Соллерс».

В результате полученных исследований можно организовать и провести профориентационную работу для студентов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. На организационном этапе была разработана и подготовлена анкета, которая будет осуществляться до и после проведения профориентационного мероприятия для выявления полученных знаний. А также составлена программа по проведению профориентационного мероприятия, представленная в табл. 1.

Таблица 1

Программа профориентационного мероприятия

Время	Приглашенные спикеры	Время	Экскурсии на предприятия
22.04.2019 13:00	Координатор проектов по ООПГ Амурского филиала wwf Барма А.Ю.	24.04.2019 11:00	Посещение земля Леопарда
29.04.2019 13:30	Представитель ТИЦ	8.05.2019 17:00	Экскурсия от общества изучения Амурского края
06.05.2019 14:00	Представитель тур. компании «Катюша» Павлов Д.Ю.	16.05.2019 12:00	Посещение развлекательного комплекса «Tigre De Cristal»
18.05.2019 13:00	Представитель Гостиницы «Маяк»	23.05.2019 12:00	Посещение Гостиницы «Маяк»

Профориентационная работа будет проводиться в несколько этапов:

Использование анкетирования

Проведение на базе ВГУЭС проекта «Приглашенный спикер» – проект предназначен для студентов 2 курса и направлен на формирование представления о специфике их будущей деятельности, на мотивацию студента к изучению своей специальности, а также на выработку необходимых компетенций, востребованных на рынке труда.

Проведение профориентационной экскурсии на предприятие. Данная экскурсия будет проведена при помощи туристической компании ООО «ДальИнфоТур»

Подведение итогов, проведение дополнительного анкетирования на выявление полученных знаний в ходе проведения профориентационного мероприятия [5, с.18].

Выводы

В результате полученных данных можно сделать вывод, что ВГУЭС, как и любой университет проводит профориентационные работы, которые пользуются спросом и помогают с профессиональной ориентацией в будущем. После проведения анкетирования студентов ВГУЭС были выявлены приоритетные направления профориентационных работ – это производственные экскурсии и проект «Приглашенный спикер». В результате были проанализированы туристические компании на наличие экскурсий на производство и выявлены самые распространенные экскурсии на предприятие.

Была разработана анкета и программа профориентационного мероприятия, было предложено провести мероприятия в рамках проекта «Приглашенный спикер» и экскурсии на предприятие для студентов ВГУЭС при помощи туристической компанией ООО «ДальИнфоТур».

1. Добринина, Н.А. Экскурсоведение: учеб. пособие / Н.А. Добринина. 3-е изд., испр. и доп. М: ФЛИНТА, 2013. 288 с.

2. Маслюкова, Т.А. Экскурсоведение. Методика подготовки и проведения экскурсий. учебное пособие / Т.А. Маслюкова. – Шахты: ЮРГУЭС, 2013. – 68 с.

3. Ефимова, Е.Н. Профориентационная экскурсия как одна из эффективных форм профессионального просвещения обучающихся / Е.Н. Ефимова. М.: Молодой ученый, 2016. 863 с.

4. Григорьева, Л.Н. Экскурсия как одна из эффективных форм развития социальной компетенции и профориентационной работы с обучающимися / Л.Н. Григорьева. М.: ФЛИНТА, 2017. 35 с.

5. Пилюгина, Е.И. Актуальность профориентационной работы в образовательных учреждениях / Е.И. Пилюгина, М.Д. Иванова. М.: Молодой ученый, 2017. 623 с.

Рубрика: Туризм

УДК 338.984

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ НА ПРИМЕРЕ АО «СПАССКЦЕМЕНТ»

Е.П. Дац, И.С. Михина
бакалавры

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Рассмотрена разработка программы продвижения производственной экскурсии на примере АО «Спасскцемент», которая значительно усилит экономический потенциал региона, увеличит поток «внутренних туристов» и повысит конкурентоспособность предприятия АО «Спасскцемент».

Ключевые слова и словосочетания: Программа продвижения, этапы разработки, производственная экскурсия..

DEVELOPMENT OF THE PROGRAM OF PROMOTION OF INDUSTRIAL EXCURSION ON THE EXAMPLE OF JSC " SPASSKCEMENT"

Development of the program of promotion of industrial excursion on the example of JSC Spassk-cement which will considerably strengthen economic potential of the region, will increase a stream of "internal tourists" and will increase competitiveness of the JSC Spasskcement enterprise is considered.

Keywords: promotion program, stages of development, production tour.

Производственные экскурсии – наиболее часто используемая форма профориентационной работы. Они имеют большое образовательное, политехническое и воспитательное значение. Производственная экскурсия служит формой наглядного ознакомления с техникой и технологией, организацией производства, содержанием труда, условиями труда и пр. [1].

В основном производственные экскурсии рассматриваются как средство формирования и развития интереса к различным профессиям, так как основная цель производственной экскурсии – расширение политехнического образования учащихся. Производственные экскурсии предусматриваются и учебными программами, главным образом по предметам естественнонаучного цикла.

Программа продвижения -это совокупность инструментов продвижения, используемых фирмой (реклама, стимулирование сбыта, персональные продажи и связи с общественностью). Например Ф. Котлер рассматривает продвижение как компонент комплекса маркетинга, который представляет собой «набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую реакцию со стороны целевого рынка». А Е.В. Попов определяет продвижение в контексте коммуникаций как любую форму сообщений, которые организация может использовать для убеждения, информированности и напоминания о предлагаемых ею товарах и услугах. [2]

Таким образом, под программой продвижения понимается подробный список мероприятий, которые должны быть осуществлены в рамках продвижения товара либо услуги на рынок.

Рассмотрев определение программы продвижения, перейдем к изучению ее этапов.

Этапы разработки продвижения производственной экскурсии на примере АО «Спасск Цемент»

Первый этап начинается со сбор данных, необходимых для разработки программы продвижения. А именно нам нужно узнать информация о характеристиках потребителей продвигаемой производственной экскурсии. Это играет ключевую роль в разработке программы продвижения, так как от этого зависит как содержание и форма обращения, так и каналы, которые будут использоваться для продвижения экскурсии. Перед началом разработки программы про-

движения нужно выяснить социально-демографический портрет наших потребителей, а именно:

- пол: преимущественно мужской
- возраст: от 12 до 22 лет
- уровень дохода: средний
- место проживания: Приморский край
- мотив приобретения экскурсии: Любознательность, а именно желания попробовать или узнать что-то новое; Авторитет – АО « Спасск Цемент» является одним из гигантов российской промышленности строительных материалов.

Следующий этап заключается в том, что нужно установить цели продвижения. Необходимо понять, для чего нужна эта программа. Программа продвижения на территории завода АО «Спасск Цемент» необходима для того, чтобы проинформировать потребителей о производственной экскурсии и стимулировать спрос на нее, также рассказать о товаре, компании и привлечь новых сотрудников, так как предприятие испытывает кадровый голод.

Определив цели продвижения, перейдем на следующий этап, на котором определяется целевая аудитория.

Целевая аудитория – группы старшеклассников, а также студенты вузов и колледжей. Ядро целевой аудитории – преимущественно мужской пол, учащиеся на технических направлениях. Целевая аудитория представлена в табл. 1.

Таблица 1

Целевая аудитория

Корпоративные потребители	Бизнес организации
Индивидуальные потребители: География проживания Демографические характеристики	Приморский край Пол: преимущественно мужской Возраст: от 12 до 22
Социально-экономические характеристики	Уровень достатка: средний
Характеристика целевой аудитории	Учащиеся общеобразовательных школ и других учебных заведений, которые нуждаются в выборе будущей профессии и хотят поближе познакомиться с различными профессиями.

Источник: составлено автором на основе анализа производственной экскурсии.

Выяснив целевую аудиторию, переступим к следующему этапу – определение формы и содержания сообщения. Для этого нам нужно, разработать список предложений. Здесь следует составить список всего, что можно предложить потребителю, а именно: – увлекательная и познавательная производственная экскурсия; – проведение профагитационной работы; – посещение экскурсии с целью дальнейшего устройства на предприятие. И рассказать кратко об экскурсии, не перегружая текст лишними и не понятными словами. Определив, каким должно быть сообщение, сформируем его: Приглашаем школьников 5-11 классов, студентов и взрослых на экскурсию на один из гигантов российской промышленности строительных материалов. "Спасский цементный завод". На ней вы узнаете как производится цемент, посмотрите на процесс изготовления в живую и пообедаете в местной столовой. Экскурсия проводится бесплатно.

После утверждения формы и содержания сообщения, приступим к формированию бюджета на проведение программы продвижения производственной экскурсии.

Стоит отметить, что основное продвижение будет за счет личных продаж, а именно встреч с руководителями вузов и школ. Следовательно, размещения контекстной рекламы проекта планируется осуществлять на таких сайтах как, как Яндекс. Директ, GoogleAdWords и Бегун.

Затраты на рекламу определялись методом фиксированного процента от прибыли, было принято решение взять примерно 0,003% от средней выручки предприятия за последний год. Это сумма очень маленькая и является вполне доступной и выгодной для предприятия. Основные рекламные носители: наружная реклама, печатная реклама, интернет-реклама.

Следующим этапом идет составление программы продвижения. Рассмотрим список мероприятий, которые должны быть осуществлены в рамках продвижения услуги. Ниже представлена табл. 2.

Таблица 2

Инструменты для продвижения производственной экскурсии

Онлайн инструменты	Офлайн инструменты
1. Тематический сайт в сети Internet 2. Instagram (известное всему миру приложение для бесплатного обмена фотографиями и видеозаписями) 3. Google AdWords (контекстная реклама- это реклама, содержание которой зависит от интересов пользователя) 4. VL.ru (сайт Владивостока) 5. Farpost.ru (доска объявлений)	1. Личные продажи (это непосредственный контакт представителей предприятия с потребителем с целью предложения ему услуг) 2. Наружная реклама (графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений)

Источник: составлено автором

Основным инструментом являются личные продажи, а именно необходимо связаться со учебными заведениями. Для этого предлагается, предприятию АО «Спасскцемент» выделить менеджера по привлечению на экскурсию, который будет работать со школами и колледжами, не только Спасска-Дальнего, но и всего Приморского края. Так же, следует сказать что, производственная экскурсия рассчитана на профессиональную ориентации подростков, оказания помощи учащимся общеобразовательных школ в выборе ими будущей профессии. Подобные экскурсии посвящены подробному знакомству с различными профессиями. В процессе общения с представителями учебных заведений, следует представить экскурсию учителям и школьникам. Также необходимо показать фотографии, чтобы заинтересовать ребят. Также стоит отметить, что на сегодняшний день предприятие АО «Спасск Цемент» активно сотрудничает с ВГУЭС, а именно с кафедрой туризма и ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ», и с местным техникумом. Чтобы развить производственную экскурсию и подобрать профессиональных кадров, необходимо расширить связи с помощью договоренностей с ведущими университетами Приморского края, а именно: ДВФУ, МГУ, ДАЛЬРЫБВТУЗ и другими учебными заведениями. В перспективе возможен бизнес-завтрак с вузами и туристическими фирмами. На котором будет происходить обсуждение экскурсий. Этот вариант продвижения, будет самым эффективным, так как будет охватывать большую часть целевой аудитории. Кроме личных продаж будет использоваться наружная реклама, которая считается одним из наиболее древних видов рекламы. Она является достаточно эффективным средством для распространения информации о туруслугах, поскольку рассчитана на восприятие широкими слоями населения. Будет использоваться в месте продаж (указатели, фирменные вывески, оформление интерьеров офисов, спецодежда персонала).

Далее рассмотрим следующий, наиболее инновационный способ на современном этапе – это продвижение посредством социальных сетей. Вряд ли кто-то станет отрицать, что бизнес в сети открывает большое количество возможностей. Данное направление маркетинга сформировалось недавно, тем не менее пользуется большой популярностью в силу технологической доступности, а также относительной дешевизны.

Продвижение экскурсий на ОАО «Спасскцемент» в социальных сетях охватывает сразу два маркетинговых инструмента, таких как пиар и реклама. Помимо прямой рекламы, активное присутствие в социальных сетях способствует созданию благоприятного имиджа предприятия. Большой популярностью пользуется такая сеть, как Инстаграм. Известное всему миру приложение для бесплатного обмена фотографиями и видеозаписями – Instagram – появилось в 2010 году. Грамотное ведение страницы в Instagram способствует формированию имиджа предприятия как современного и модного.

Страница в социальной сети Instagram, где будет вестись активный профиль экскурсии. Название страницы целесообразно сделать: work and travel Спасск, что переводится как работа и путешествие. Чтобы развить страницу в Instagram нужно, довести информацию до потребителя

с помощью познавательного контента. Показать фотографии, сделать интересное видео, также предлагаем периодически устраивать конкурсы на странице, которые будут привлекать внимание подписчиков. Конкурсы, за победу в которых предлагается подарок от АО «Спасскцемент», либо бесплатная экскурсия. Этот инструмент можно использовать, чтобы привлечь дополнительных подписчиков и получить отклик аудитории. Также для подписчиков страницы, можно предложить какие-нибудь приятные бонусы при посещении экскурсии, например бесплатный обед в столовой на территории завода или оригинальную ручку с надписью ОА «Спасскцемент». Такие не сложные методы сделают страницу в инстаграм популярной и интересной, что будет привлекать молодежь.

Кроме того можно использовать онлайн рекламу в виде таких сайтов как Владмама, VL.ru, Farpost.ru. Для этого нам необходимо разместить информацию на семейном портале Владмама. Так как для мам, важно, чтобы их дети посещали экскурсии, где они могут узнать много нового интересного и главное полезного. И в будущем выбрали для себя хорошую и востребованную профессию. Далее размещаем на Farposte.ru-объявления от частных лиц и компаний.

Преимущества продвижения туристских услуг в социальных сетях:

1) Большая аудитория пользователей (так, к примеру, ежедневная аудитория «ВКонтакте» насчитывает более 35 миллионов пользователей)

2) пользователи социальных сетей тесно связаны друг с другом: новости, друзья, статусы, видео, фотографии. Таким образом, при продвижении в социальных сетях возникает эффект вирусного маркетинга, который, как известно, может иметь высокую эффективность;

3) коммуникация с пользователями осуществляется через удобные, понятные и привычные всем интерфейсы социальных сетей.

После разработки программы продвижения, переходим к завершающему этапу, а именно к оценке результатов.

Будем использовать наиболее доступные методы оценки эффективности. Метод анкетирования, используемый практически повсеместно, – обращение к клиентам с вопросом «Откуда вы о нас узнали?». Также можно сравнить объем реализации товаров / услуг (предположим, в неделю) до и после выхода рекламы, проведения акций по стимулированию сбыта. Еще один способ оценки эффективности продвижения – проведение телефонного опроса потребителей, который позволит узнать, какое отношение у потребителей к нашей экскурсии.

Если количество клиентов компании возросло, то рекламная компания была эффективна.

Таким образом, в данном исследовании были обозначены сущность и цели и этапы программы продвижения производственной экскурсии, изучения которых не составит нынешних предпринимателей задуматься о том, насколько верна их маркетинговая политика по отношению к своим потенциальным клиентам.

Можно сделать вывод, что перспективы развития промышленного туризма в Приморском крае есть, заключаются они в увеличении интереса к экскурсиям среди населения и налаживании сотрудничества между турфирмами и предприятиями. Производственные экскурсии могут принести не только прямой, но и косвенный доход предприятиям в виде предпочтения приобретения их продукции потребителями, что окажет положительное влияние на экономику региона.

1. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение / Б.В. Емельянов. М.: Советский спорт, 2016. 128 с.

2. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 316 с.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ТИПОВ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА С ПРИМЕНЕНИЕМ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА)

К.Н. Кикоть

бакалавр

В.И. Суржиков

ст. преп. кафедры туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

На сегодняшний день актуальной является проблема количества и общего состояния парков и скверов в городе Владивосток, так как данные пространства необходимы для рекреации местных жителей и туристов. В данной статье были идентифицированы озелененные территории общего пользования города для установления степени соблюдения норм градостроительства.

Ключевые слова и словосочетания: туристско-рекреационное пространство, туризм, озелененные территории общего пользования, ГИС-технологии, рекреация, парки

IDENTIFICATION OF CERTAIN TYPES OF TOURIST AND RECREATIONAL SPACE OF THE CITY USING GIS TECHNOLOGY (FOR EXAMPLE, THE CITY OF VLADIVOSTOK)

Today, there is an urgent problem of the number and general condition of parks and squares in the city of Vladivostok, since these spaces are necessary for the recreation of local residents and tourists. This article identified the green areas of the general use of the city to establish the degree of compliance with urban planning.

Keywords: tourist and recreational space, tourism, green areas of common use, GIS technology, recreation, parks.

Право на отдых закреплено в Конституции Российской Федерации. Полноценный отдых, прежде всего, способствует улучшению психоэмоционального состояния человека и повышает его работоспособность. Предназначение озелененных территорий общего пользования (в которые входят парки, скверы, набережные и т. д.) – предоставлять жителям и гостям города место для отдыха. Это одна из причин заниматься их развитием как количественным, так и качественным. Вторая – это влияние данных территорий на визуальное восприятие города как местными жителями, так и приезжими русскими и иностранными туристами.

Для качественного развития указанных пространств необходимо их подробно изучить. Для данного процесса использовалась система «QGIS 2.18 Las Palmas». QGIS – это свободная географическая информационная система, в которой с помощью специальных встроенных инструментов и удобного интерфейса можно исследовать пространственные данные и создавать карты [1].

С помощью данной геоинформационной системы были выделены 55 объектов на территории города Владивостока, определена их площадь. Установленный дополнительно модуль QuickMapServices позволил подгрузить GoogleMaps к текущей работе и, опираясь на полученные данные, определить количество и местонахождение всех парков, скверов и набережных. Каждому из парков присуждалось имя, соответствующее его реальному названию. Далее с помощью функции «Определить объекты» был изучен каждый из 55 выделенных объектов. Возможности программы позволили ей самостоятельно вычислить площадь и районов города, и каждого объекта. Показатели были просуммированы по отдельно взятым регионам и по всему городу в целом. Владивосток территориально-административно делится на пять районов (Со-

ветский, Первореченский, Фрунзенский, Первомайский и Ленинский). В таблице показано наличие и количество парков, скверов и набережных в каждом районе.

Таблица 1

Соотношение площади озелененных территории общего пользования к площади и населению районов города Владивостока [2]

Владивосток					
Район	Население района	Плотность населения (чел/км ²)	Площадь района км ²	Объекты	Площадь объектов (км ²)
Советский	92563	270	342,454	Ботанический сад ДВО РАН	6,040
				Парк культуры и отдыха им. Сергея Лазо	0,065
				Сквер Магнитогорский	0,012
				Сквер Русской Славы	0,006
				Сквер им. Кутузова	0,003
				Аллея им. Дениса Давыдова	0,017
				Парк культуры и отдыха «Солнышко»	0,011
				Депутатская аллея	0,010
				Сквер памяти	0,007
Итого общая площадь объектов в районе:					6,171
Первореченский	136297	3029	45,004	Парк Победы	0,012
				Сквер им. Рихарда Зорге	0,003
				Сквер веры и надежды	0,008
				Сквер Ветеранов	0,005
				Курсантский сквер	0,012
				Сквер Некрасовский	0,003
				Писательский сквер	0,010
				Сквер им. Острякова	0,010
Итого общая площадь объектов в районе:					0,073
Фрунзенский	57950	347	166,802	Сквер им. Игнатъева	0,014
				Кунгасный парк	0,015
				Покровский парк	0,116
				Сквер почетных граждан	0,006
				Спортивная набережная	0,079
				Сквер городов-побратимов	0,006
				Сквер им. Семенова	0,007
				Сквер им. Адмирала Макарова	0,005
				Сквер Чеховский	0,006
				Сквер им. Ленина	0,009
				Сквер им. Михаила Федорова	0,004
				Сквер Юнг Российского флота	0,012
				Сквер Энергетиков	0,007
Сквер им. А. И. Щетининой	0,004				

Владивосток					
Район	Население района	Плотность населения (чел/км ²)	Площадь района км ²	Объекты	Площадь объектов (км ²)
				Набережная ДВФУ	0,036
				Парк ДВФУ	0,722
				Итого общая площадь объектов в районе:	
Первомайский	153351	2668	57,475	Сквер Рыбацкой Славы	0,016
				Сквер «Надибаидзе»	0,005
				Сквер «Чайка»	0,006
				Итого общая площадь объектов в районе:	
Ленинский	151873	3048	49,811	Парк «Минный городок»	0,500
				Гайдамакский сквер	0,015
				Нагорный парк	0,028
				Сквер дружбы	0,008
				Сквер «Дальзаводской»	0,009
				Жариковский сквер	0,009
				Сквер Комсомольцев	0,003
				Набережная Цесаревича	0,087
				Матросский сквер	0,011
				Сквер Политехников	0,003
				Сквер им. Невельского	0,008
				Голубиная падь	0,006
				Сквер им. Муравьева-Амурского	0,010
				Корабельная набережная	0,010
				Театральный сквер	0,007
				Адмиральский сквер	0,034
				Сквер «Центральный»	0,005
				Сквер им. Суханова	0,017
Сквер «Октябрьский»	0,008				
Итого общая площадь объектов в районе:		0,778			
Итого общая площадь объектов в городе Владивостоке:					8,097

Исходя из приведенных данных, можно посчитать процентное соотношение площадей парков, скверов и набережных к общей площади районов и города в целом, поделив площадь, занимаемую интересующими нас объектами на общую площадь района (в последнем случае города).

Советский район: всего 1,8% территории района занимают озелененные территории общего пользования

Первореченский район: 0,16% территории района занимают озелененные территории общего пользования

Фрунзенский район: 0,43% территории района занимают озелененные территории общего пользования

Первомайский район: 0,04% территории района занимают озелененные территории общего пользования

Ленинский район: 1,5% территории района занимают озелененные территории общего пользования

От общей площади города парки, скверы и набережные составляют всего лишь 1%.

Так же была вычислена и занесена в приведенную Таблицу 1 плотность населения каждого района. Для этого количество проживающих в районе человек было поделено на общую площадь района.

Согласно СП 42.13330.2011 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» в крупных городах (от 500 тыс. жителей) на одного жителя должно приходиться не менее 16 м² суммарной площади озелененных территорий общего пользования [3]. Используя данные, приведенные в таблице и несложные расчеты, выясняем, что:

Советский район: ~66,7 м² на 1 человека;

Первореченский район: ~0,5 м² на 1 человека;

Фрунзенский район: ~18 м² на 1 человека;

Первомайский район: ~0,2 м² на 1 человека;

Ленинский район: ~5,1 м² на 1 человека;

По всему Владивостоку: ~12,8 м² на 1 человека.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В трех из пяти районов города Владивостока не соблюдается требование, прописанное в стандарте градостроительства. В Ленинском районе показатель площади озелененных территорий общего пользования на одного человека меньше примерно в 3 раза минимально допустимой нормы. В Первореченском районе этот показатель в 32 раза меньше минимально допустимой нормы. Но хуже всего обстоят дела в Первомайском районе: всего три сквера, которые на одного жителя района предоставляют 0,2 м², вместо 16 м² минимально требуемых. Это в 80 раз меньше нормы. Из этого следует необходимость создавать новые многофункциональные туристско-рекреационные пространства, которые отвечали бы разнообразным потребностям посетителей. Для создания новых туристско-рекреационных пространств, а также эффективного развития и обустройства уже имеющихся необходимо использовать современные методы архитектурно-планировочной организации и ландшафтного проектирования, а также очень важно учитывать общественное мнение при решении вопросов, касающихся улучшения условий городского отдыха.

QGIS: знакомство [Электронный ресурс] // QGIS: официал. сайт организации. URL: <https://qgis.org/ru/site/about/index.html>;

Численность населения приморского края в разрезе населенных пунктов [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю: официал. сайт URL: <http://primstat.gks.ru>;

СП 42.13330.2011 «Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200084712>.

Рубрика: Современные тренды в развитии туристских дестинаций

УДК 004.78:681.139.3

ФОРМИРОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ПРИГОДНОСТИ ТЕРРИТОРИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА

М.А. Ковязина

бакалавр

И.Н. Толстых

канд. ист. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Рассмотрены подходы к оценке пригодности территории Приморского края для развития экстремального туризма. Определены основные туристические компании, активно комплекующие и реализующие экстремальные программы, обозначены наиболее востребованные

маршруты. Предложено введение инноваций для расширения поля деятельности экстремального туризма и повышения его конкурентоспособности.

Ключевые слова и словосочетания: Экстремальный туризм, Приморский край, исследования, туристский маршрут, оценка территории.

FORMATION OF APPROACHES TO ASSESSING THE SUITABILITY OF THE TERRITORY OF PRIMORSKY REGION FOR THE DEVELOPMENT OF EXTREME TOURISM

Approaches to assessing the suitability of the territory of Primorsky region for the development of extreme tourism are considered. The main tourist companies that are actively completing and implementing extreme programs are identified, and the most popular routes are indicated. It is proposed to introduce innovations to expand the field of activity of extreme tourism and increase its competitiveness.

Keywords: Extreme tourism, Primorsky region, research, tourist route, assessment of the territory.

Актуальность

В настоящее время актуальность экстремального туризма как сферы услуг не вызывает сомнения и играет важную роль в рыночной экономике. Эффективное развитие экстремального туризма позволяет значительно увеличить поток иностранных туристов в страну, обеспечить рост валютных и налоговых поступлений в бюджет, развитие смежных сервисных отраслей экономики и повышение занятости населения.

Цели и задачи

Целью работы является формирование подходов к оценке пригодности территории Приморского края для развития экстремального туризма.

В результате возможно решение следующих задач:

Провести анализ территорий, активно реализующих услуги экстремального туризма;

Определить наиболее востребованные виды экстремального туризма в Приморском крае;

Предложить SWOT-анализ туристского потенциала Приморского края в сфере экстремального туризма.

Научная новизна

Предложены наиболее перспективные территории для экстремального туризма в Приморском крае.

Методы исследования

В процессе работы использовались общенаучные методы исследования: анализ, синтез, сравнение, экономико-статистические методы, что позволило обеспечить достоверность результатов исследования и обоснованность выводов.

По оценкам специалистов, здесь имеется более 520 укромных таежных урочищ и разнообразных природных объектов (озера, водопады, древние потухшие вулканы, пещеры и др.), которые уникальны в научном, познавательном и эстетическом отношении. Особенно красивы ландшафты морских побережий с обширными открытыми пространствами в окружении леса с опушками живописных очертаний с далекими перспективами, которые открывают морские дали. [1, с. 5]

Край обладает мощным туристским потенциалом, правильное и полное использование которого способно вывести на качественно новый уровень развитие внутреннего и въездного туризма в Приморье. Развитие туризма и увеличение турпотока стало первостепенной задачей в настоящее время и является одним из приоритетных направлений в экономике региона. В Стратегии развития региона туризм определен как сектор возможной специализации региональной экономики, что способствует успешному повышению качества жизни населения, социально-экономическому развитию Приморского края. Анализируя туристский потенциал Приморского края, следует отметить, что под туристским потенциалом понимается совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности территории.

Необходимо заметить, что туристский потенциал Приморского края охватывает туристские ресурсы и туристскую инфраструктуру. По уровню развития туристской инфраструктуры и

концентрации культурно–исторических объектов Приморский край занимает первое место в Дальневосточном Федеральном округе (ДФО). [2, с. 313]

Самые популярные районы Приморского края в плане экстремального туризма – Шкотовский, Партизанский, Лазовский и Красноармейский. Подобные маршруты прокладываются вдали от городов и поселений, чтобы турист-экстремал мог увидеть чистый и нетронутый лес. Но их отдаленность от развитой инфраструктуры значительно тормозит развитие этой сферы туризма.

Остаются нерешенными и некоторые другие проблемы, например, недостаток профессиональных проводников, хорошо знающих иностранный язык, что препятствует полноценной работе экстремальных маршрутов, которые ориентированы на гостей из-за рубежа.

Следует отметить, что сосредоточение уникальных природных ресурсов в Приморском крае увеличивает его туристскую привлекательность.

С точки зрения экстремального туризма природное разнообразие Приморья дает огромное преимущество перед большинством других регионов для любителей экстремального отдыха. Разнообразие природных ресурсов дает возможность для развития всех видов экстремального туризма. [3, с. 135.]

Количество высот, гор, холмов, сопок представляет собой раздолье для любителей походов, покорителей новых вершин, виды, открывающиеся с каждой, потрясают сознание и вызывают желание продолжить изучать новые высоты.

Водные виды экстремального туризма, так же каждый есть возможность опробовать на территории Приморского края, множество горных рек приведет в восторг ценителей сплавов различных категорий сложности. Море и акватория смогут удивить своим разнообразием любителей дайвинга, виндсерфинга, вейкбординга и т.д.

Определенным препятствием для иностранных туристов при выборе экстремального тура является отсутствие достойного сервиса. Иностранцы, как правило, привыкли к очень комфортным условиям.

В целом, организовать экстрим-тур достаточно сложно, но можно. И экстремальный туризм в Приморском крае есть, но он не носит массовый характер. Самыми популярными маршрутами являются подъемы на сопки Пидан и Фалаза.

Обычно их предпочитают российские туристы, но случаются и иностранцы. В Приморском крае нет экстрим-туров мирового уровня, хотя сам регион для иностранцев иногда могут оставить впечатление непрерывного приключения: дороги, сервис, медицина, связь и т.п. С другой стороны, корейские туристы, например, даже однодневный сплав воспринимают как сверхэкстремальный.

В Приморском крае большое количество рек, которые отлично подойдут для популяризации водных видов экстремального туризма. Самые популярные из них Уссури, Самарга, Кема, Милоградовка и Арму. В летний период в акватории заливов Петра Великого и Уссурийского туристы занимаются дайвингом, а любителям рыбалки ночью предлагают «охоту» на кальмара. Небольшой популярностью пользуются вэйкбординг, водные лыжи, скайсерфинг из-за того, что снаряжение для этих видов экстремального отдыха стоит дорого, а их полноценной рекламы просто нет.

Для экстремальных походов используются как рафты, так и лодки с двигателями – все зависит от конкретной реки.

Спелеотуристам отлично подходят пещеры Сихотэ-Алиня, которые состоят из нескольких десятков пещер, относящихся к самым разным уровням сложности. Туристам уже хорошо известны и пещеры, расположенные в Партизанском и Шкотовском районах.

В Арсеньеве уже давно работает клуб парашютистов, позволяющий любому желающему прыгнуть с парашютом.

Для начинающих прыжки выполняются в паре с инструктором. В районе Уссурийска клиентам предлагается выполнение полетов на воздушном шаре, примерная стоимость за час на двоих человек – около двадцати тысяч рублей.

Приморскими туристическими агентствами выполняются индивидуальные и групповые туры.

Трудно развивать альпинизм, потому что в Приморском крае нет подходящих горных вершин, или серфинг, из-за того, что нет подходящих по высоте волн.

Остальные виды экстремального туризма полностью подходят для развития в Приморском регионе.

К факторам, благоприятствующим развитию экстремального вида туризма, можно отнести обилие природных ресурсов в Приморском крае, благоприятный климат, возможность выхода к морю.

К факторам, ограничивающим развитие экстремального туризма, можно отнести: недостаточную поддержку государством экстремального туризма, неразвитость инфраструктуры; недостаточную пропаганду экстремальных видов спорта и, как следствие, слабую информированность и недостаточную заинтересованность населения в потреблении данного турпродукта.

В рамках исследуемой темы нами был проведен SWOT-анализ туристского потенциала Приморского края в сфере экстремального туризма, результаты которого отображены в табл. 1.

Таблица 1

SWOT-анализ туристского потенциала Приморского края

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие разнообразного природного, культурно-исторического и социально-экономического потенциала; Близость к странам Азиатско-Тихоокеанского региона; Развитие Приморского края как крупного центра внутренних и внешних пассажиропотоков; Наличие компетентных специалистов в сфере туризма и гостеприимства; Проведение крупных международных и региональных культурных, развлекательных мероприятий и спортивных соревнований; Наличие большого количества мест нетронутой природы в Приморском крае.	Недостаточный уровень развития дорожной и инженерной инфраструктуры; Низкий уровень использования рекреационного и историко-культурного потенциала Приморского края в туристской деятельности; Недостаточная маркетинговая политика продвижения туристских продуктов; Частое несоответствие цены и качества туристских услуг; Недостаток компетентных специалистов и инструкторов в сфере экстремального туризма.
Возможности	Угрозы
Формирование конкурентоспособных туристских продуктов для экстремального туризма; Ускоренная интеграция Приморского края в азиатско-тихоокеанский туристский рынок; Формирование привлекательности Приморского края для туристов; Развитие в Приморском крае делового, событийного и экстремального туризма международного уровня; Привлечение для финансирования сферы экстремального туризма не только российских, но и иностранных инвесторов.	Спад туристской привлекательности Приморского края; Снижение эффективности развития экстремального туризма в Приморском крае; Уменьшение рентабельности туристской деятельности из-за социально-экономических, политических, экологических и других причин.

Таким образом, экстремальный туризм – один из самых его перспективных видов для Приморья. В крае постоянно появляются новые места для активного отдыха, как искусственные, так и созданные самой природой, причем для большинства турагентств, рекламирующих экстремальные маршруты, данный вид деятельности является основной статьей дохода.

Выводы

В результате проведенных исследований были выявлены наиболее перспективные территории Приморского края для реализации экстремального туризма. Выявлены основные проблемы территории Приморского края, препятствующие развитию экстремального туризма в регионе. Предложен комплекс мер для улучшения условий для развития экстремального вида туризма.

1. Палтусова, А.Р. Влияние государственной программы Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013–2017 г. на инвестиционную привлекательность / А.Р. Палтусова // Молодой ученый. 2015. №13. С. 442-444.

2. Простакишина, Н.П. Ресурсный потенциал Приморского края как фактор развития внутреннего и въездного туризма / Н.П. Простакишина, Е.С. Зенкина // Молодой ученый. 2015. №4. С. 313-318. URL <https://moluch.ru/archive/84/15525/>

3. Туризм и туристские ресурсы в Приморском крае. 2013: стат. сб. Владивосток: Приморскстат, 2010. 135 с.

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ВНУТРИФИРМЕННОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Л.Э. Кодаченко
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка, Россия*

В статье представлен анализ методов обучения и рекомендации по совершенствованию внутрифирменного обучения персонала. Приведены способы выявления потребности в обучении персонала, план профессионального развития персонала. Проанализированы виды, методы и рекомендации по обучению персонала. Результаты исследования могут быть применены для внутрифирменного обучения персонала и улучшения эффективности, для какой либо фирмы.

Ключевые слова и словосочетания: персонал, обучение, профессиональная подготовка, внутрифирменное обучение, эффективность.

ANALYSIS OF TRAINING METHODS AND RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING INHOUSE STAFF TRAINING

The article presents an analysis of teaching methods and recommendations for improving in-house personnel training. There are ways to identify the need for staff training, a plan for professional development of staff. Analyzed the types, methods and recommendations for staff training. The results of the study can be applied for in-house personnel training and improving efficiency for any company.

Keywords: personnel, training, training, in house training, efficiency.

Потребность в обучении персонала, какой либо фирмы, определяется в основе анализа и стратегического плана данной организации, результаты оценки и аттестации персонала, изменения состояния человеческих ресурсов.

На основании проведенного анализа, заявок на обучение персонала от структурных подразделений, приоритетности направлений обучения и развития сотрудников менеджеров по персоналу формирует проект годового плана и бюджета обучения на следующий календарный год, предварительно проводя мониторинг рынка образовательных услуг с целью подбора наиболее эффективных учебных программ с учетом финансовых возможностей предприятия. В базовое обучение персонала проводится по нескольким направлениям в зависимости от его категории:

- повышение уровня квалификации для руководящих должностей;
- переподготовка линейного персонала.

Внутреннее обучение проходит вне рабочее время для персонала, проводятся семинары и курсы, профессиональные игры, по окончании курсов пишется тест, каждым участником данной процедуры.

Профессиональная подготовка персонала предприятия производится в трех формах организации учебного процесса: первое это – дополнительное профессиональное образование, второе – дополнительная профессиональная подготовка и третье – это курсы целевого назначения.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день, каждая организация нуждается в внутрифирменном обучении персонала и в повышении квалификации своих сотрудников.

Научная новизна заключается в исследовании рекомендаций по внутрифирменному обучению персонала.

Цель статьи – проанализировать методы обучения и рекомендации по совершенствованию внутрифирменного обучения персонала.

Цель достигается решением следующих задач: определение сущности и содержания обучения в организациях, выявление новых методов обучения персонала, разработка плана профессионального развития персонала.

Методы исследования, применяемые в данной статье: анализ и синтез.

В дополнительное профессиональное образование входит: профессиональная переподготовка сотрудников, повышения квалификации персонала данной фирмы и так же стажировки в других заведениях [1, с.156].

Дополнительное образование может быть получено в таких образовательных учреждениях как: академиях профессиональной переподготовки и повышения квалификации, институтах профессиональной переподготовки (высшая школа) и повышения квалификации, региональных межотраслевых центрах профессиональной переподготовки и повышения квалификации, на курсах повышения квалификации, учебных центрах профессиональной переподготовки и повышения квалификации (центрах обучения сотрудников на производстве), в других образовательных учреждениях, которые реализуют дополнительные образовательные программы дополнительного профессионального образования.

Дополнительное образование направлено на повышение квалификации и профессиональную переподготовку лиц, имеющих высшее или среднее профессиональное образование.

Сотрудники предприятия имеют право на профессиональную переподготовку, стажировку за счет средств предприятия один раз в пять лет в размере не менее 72 часов в соответствии с дополнительными образовательными программами, которые предоставляются руководством предприятия [2, с.254].

Руководство предприятия вправе организовывать и осуществлять профессиональную переподготовку, повышение квалификации или стажировку персонала в большем объеме.

Профессиональное обучение в форме наставничества характерно для категорий работников «другие служащие» и «рабочие». Способы выявления потребности в обучении:

- анализ результатов деятельности персонала в период адаптации;
- анализ результатов деятельности персонала в рамках оценочных процедур, в том числе по стандартам предприятия;
- анкетирование и диагностика персонала;
- анализ внутренних изменений в обществе.

В планировании внутрифирменного обучения персонала в очередной учебный год, руководители структурных подразделений до первого декабря предшествующего года отправляют в отдел кадров заявку с информацией о тех кадрах, у которых есть необходимость внутрифирменного обучения персонала с обязательным документом в котором прописаны фамилия, имя и отчество обучаемых людей. На основании заявок на обучение от структурных подразделений и приоритетных направлений развития отдел кадров формирует проект «Плана профессионального развития персонала» на следующий учебный год [3, с.349].

Заместитель начальника отдела кадров проводит мониторинг внешней и внутренней образовательной среды с целью подбора наиболее эффективных учебных программ, форм и методов обучения, преподавательского состава, с учетом выделенного лимита финансовых средств на профессиональное развитие персонала.

Проект согласовывается с руководителями служб и утверждается генеральным директором до 15 декабря текущего года. Внутрифирменное обучение предусматривает три основных раздела – обучение в специализированных учебных заведениях(внешнее), обязательное обучение в рамках требований законодательства РФ (промышленная безопасность, допуски к работе с промышленным оборудованием, гражданская оборона, мобилизационная подготовка и пр.) и обучение на территории предприятия [4, с.207]. План профессионального развития персонала содержит следующую информацию:

- фамилия, имя, отчество, должность обучаемого или группы;
- предыдущее обучение (тематика, дата, место);
- планируемое обучение (тематика, дата, место проведения, стоимость).

При выборе элементов внешней образовательной среды приоритетными считаются государственные образовательные учреждения, а так же коммерческие организации, имеющие государственную аккредитацию. В течение учебного года в план профессионального развития персонала могут вноситься дополнения и корректировки. Основанием является заявка руководителя структурного подразделения, оформленная в произвольной форме, согласованная с руководителем службы и утвержденная генеральным директором.

Заявка предоставляется в отдел кадров не позднее 30 дней при организации учебных процессов в системе внутрифирменного обучения без отрыва от производства и не позднее 15 дней при организации профессионального развития персонала в системе внешнего обучения с отрывом от производства.

Обучение с привлечением внешней образовательной среды организуется исключительно отделом кадров предприятия в рамках утвержденного Плана профессионального развития персонала (дополнений к нему). Предусматривается в двух формах – с отрывом от производства (с выездом к месту проведения учебных занятий) и без отрыва от производства (в течении основного рабочего времени на учебной базе предприятия). В рамках организации внешнего обучения заместитель начальника отдела кадров обязан заблаговременно, за 2 недели до начала учебных мероприятий, организовать взаимодействие с обучающей средой по следующим вопросам: точная дата проведения занятий, место и время проведения занятий, порядок регистрации, схема проезда к месту проведения занятий, необходимые для учебного процесса материалы, информация, особенности работы с учетно–отчетными документами [5, с.328].

Все виды платного обучения оформляются на основании договора между образовательной средой (учебным заведением, учебным центром) и предприятием. Бесплатные занятия, курсы подготовки и пр. проводятся и организуются на основании официальных писем, заявок, подтверждений. Для организации внутрифирменного обучения в качестве учебных площадок используются штатные помещения: актовый зал (емкость – до 40 человек) и кабинет заместителя генерального директора по персоналу и протоколу (емкость – 12 человек), а также специально создаваемые учебные площадки и учебные рабочие места в инфраструктуре предприятия.

Важное значение в управлении персоналом играет, и система оценки работников предприятия ведь только квалифицированный персонал способствует достижению организацией своих поставленных целей. Оценка работников управления направлена на:

- определение оптимальной пригодности работника, его перспектив развития и продвижение по службе;
- определение основных недостатков, требующих исправления;
- определения содержания повышения квалификации;
- определение оптимальной пригодности работника для разработки и использования системы оплаты и стимулирования труда.

Внедряя мероприятия по повышению надежности персонала, кадровый менеджмент должен уделять внимание таким критериям его оценки, как профессиональность, компетентность, надежность, стабильность, наличие потенциала, способность успешно осваивать новые направления и технологии.

Отдел кадров, руководствуясь отмеченными требованиями, должен организовать работу с персоналом на основе плана стратегического развития предприятия, комплексно, сосредоточивая основные усилия на решение данных проблем: создание более оптимального кадрового подразделения, которое будет достойно справляться с изменением условий среды на предприятии, в которой производится хозяйственная деятельность, организация перераспределения определенных обязанностей на предприятии, обеспечение взаимопонимания и взаимодействия между ними, повышение профессионального уровня персонала, введение системы мотивации персонала, введение аттестации персонала, комплектование вакантных должностей профессионально подготовленными работниками с наличием достаточного опыта работы и профессиональных знаний, создание позитивной и морально легкой атмосферы в коллективе.

Важной составляющей трудового потенциала и главным условием карьерного роста является образование. Уровень образования обуславливается требованиями производства, научно – техническим и культурным уровнем. Образование должно осуществляться непрерывно. Обучение персонала – это основной путь получения профессионального образования.

Различают три вида обучения: подготовка, переподготовка кадров и повышение квалификации. Обучение может осуществляться на рабочем месте и вне его.

Обучение персонала на данном предприятии дает некие преимущества: план обучения персонала составляется с учетом специфики предприятия, передача знаний осуществляется простым и наглядным способом, результат легко контролируется.

Внепроизводственное обучение квалифицированных кадров проводится опытными преподавателями в широком диапазоне их опыта, однако потребности предприятия при этом не всегда учитываются в достаточной мере. Руководитель подразделения выясняет потребность каж-

дого своего подчиненного в учебе и подает заявки на учебу лицу, ответственному за этот процесс на фирме. Дальнейшие шаги – все потребности систематизируют. Если заявка отклоняется, то ответственный за учебу на фирме должен сообщить или руководителю подразделения, или персонально сотруднику об этом решении. Могут быть использованы и другие формы определения потребностей в учебе. Эти потребности формулируются в результате обработки и анализа результатов контрольных тестирований, а также бесед в ходе тестирования.

Таким образом, проведенное исследование помогло указать на те составные обучения, которые необходимо усовершенствовать с целью повышения его эффективности.

1. Семенов, Б.Д. Профессиональное развитие персонала: учебно–практическое пособие / Б.Д. Семенов. М., 2018 С. 156.
2. Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р.А. Браймер; пер. с английского. М.: Аспект-Пресс, 2015 С.254.
3. Кибанов, А.Я. Управление персоналом организации: учебник / А.Я. Кибанов. М.: Инфра-М, 2017. С.349.
4. Лукичева, Л.И. Управление организацией: учебное пособие / Л.И. Лукичева. М.: Омега-Л, 2016. С.217.
5. Шепеленко, Г.И. Управление производством и персоналом / Г.И. Шепеленко. Ростов-на-Дону.: МарТ, 2017 С.328.

Рубрика: Туризм

УДК 338

ТРАДИЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КОРЕННЫХ НАРОДОВ ПРИМОРСКОГО КРАЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

И.А. Колесникова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье рассмотрены теоретические аспекты этнографического туризма, элементы традиционной культуры, представлено разнообразие этносов Приморского края. На основе рассмотрения всех аспектов, была предложена разработка этнотура в места компактного проживания этноса. В заключении работы рассмотрена прогнозируемая эффективность от предложенного этнотура.

Ключевые слова и словосочетания: туризм, этнографический туризм, традиционная культура, коренные народности, этнос, традиции, этнотур.

INDIGENOUS COMMUNITIES TRADITIONAL CULTURE AS A DEVELOPMENT FACTOR FOR ETHNOGRAPHIC TOURISM IN PRIMORSKY KRAI

The article considers the theoretical aspects of ethnographic tourism, focusing on the elements of the traditional culture and ethnic diversity in Primorsky krai, Russia. As a result of the analysis, the ethnotour project to the places of compact habitation of these people has been developed. Besides, the possible effectiveness of the ethnotour has been analyzed.

Keywords: tourism, ethnographic tourism, traditional culture, indigenous communities, ethnos, traditions, ethnotour..

Во всём мире особенности традиционной культуры разных этносов привлекают туристов своей уникальностью, а это в свою очередь влияет на развитие туристической индустрии. Путешествуя по различным регионам, туристы стремятся познакомиться с местным населением, с их бытом, традициями и многие разработчики туристических продуктов учитывают это обстоятельство.

Приморский край, в своем составе насчитывает более десяти представителей малочисленных коренных народностей, самые многочисленные из них – это удэгейцы, тазы, нанайцы, оро-чи. [1]

Имея такой этноразнообразный ресурс, богатую природу, уникальные ландшафты край может и должен привлекать туристов в наш регион.

Актуальность данной статьи обусловлена необходимостью максимального использования этнографического потенциала нашего края, основанного на любопытстве туристов к традиционной культуре, образу жизни и укладу. Только путешествуя можно своими глазами увидеть другой мир, другую традиционную культуру, при этом духовно обогатиться, научить детей толерантному отношению к проявлениям других традиций и обычаев.

Научная новизна данной статьи заключается в проектировании этнографического тура, который сможет расширить туристское предложение на рынке Приморского края. Проектируя новые уникальные туры в места проживания этносов, мы будем способствовать развитию туризма, а также создавать рабочие места для коренного населения, путём привлечения их в туристскую деятельность. Также данный тур может привлечь поток туристов на территорию края из других регионов и иностранных туристов.

Цель данной статьи – рассмотреть традиционную культуру коренных народов Приморского края, как фактор развития туризма.

Методы исследования, применяемые в данной статье: изучение и анализ научно-методической литературы, обобщение и синтез полученной информации; проектный метод.

Цель достигается решением следующих задач: изучением теоретических аспектов, анализом ресурсной базы этнографического туризма в Приморском крае, технологией разработки увлекательного этнотура в места компактного проживания этноса.

Повышение узнаваемости Приморья на международных туристских рынках и рост туристской привлекательности края – одна из первоочередных задач, департамента по туризму, а уникальные этносы со своей традиционной культурой могут стать изюминкой на культурной карте Приморского края.

Характерной чертой этнографического туризма служит то, что он привлекателен для всех групп населения, в том числе для лиц с ограниченными возможностями, для детей, для возрастной группы туристов, а также для гостей региона и для иностранцев.

Важным фактором развития этнографического туризма является разработка анимационных программ, с участием коренного населения, желающего заниматься привлечением туристов, путём раскрытия культуры и национальных традиций. [2]

Этот вид туризма будет востребован в связи с его уникальностью и неповторимостью.

С развитием этнографического туризма на территории Приморского края решаются также вопросы – защита исконной среды обитания и традиционного образа жизни малочисленных народов; сохранение и развитие самобытной культуры; сохранение на территориях традиционного природопользования биологического разнообразия.

Правительство и местная администрация работает в этом направлении создавая ООПТ и национальные парки. Ежегодно проводится конгресс народов Приморья. Почти на каждое масштабное культурное мероприятие приглашаются фольклорные коллективы, проводится экспозиция быта, народного творчества и традиционных промыслов, что создаёт хорошую базу для развития этнографического туризма.

Всё вышесказанное свидетельствует о том, этнографический туризм и его уникальность являются колоритным сегментом для развития туризма в Приморском крае.

Чтобы продвигать данный вид туризма, нужно разрабатывать этнографические туры, главная задача при создании – ярко и творчески представить этническое наследие, традиционную культуру. Для популяризации этнографического направления нужно создавать и постоянно развивать уникальные туры, с увлекательными анимационными программами.

Край обладает культурно-историческими ресурсами к которым относятся и национальные села коренных народов с сохранившимися традициями и самобытной культурой. [3]

Нами предлагается трёхдневный маршрут протяженностью 650 километров в национальный Парк «Бикин». Этнотур планируется провести в летнее время. Во время доставки людей в место назначения планируется экскурсионная программа, где будет рассказано об истории Приморского края и о народностях, населяющих край, проведена викторина о Приморском крае и о коренных жителях.

В месте назначения туристам будут представлены гостевые домики, кухня (меню) по рецептам удэгейцев. Силами местных жителей будет проведена анимационная программа, желающие могут посетить музей, где представлены реальные предметы быта удэгейцев.

Отдельно может быть организована охота в национальном парке или рыбалка на реке Бикин с предоставлением снаряжения и лодки, туриста будет сопровождать опытный проводник из состава местного населения. А также для желающих может быть организована прогулка по специально организованным экологическим тропам.

Продвижению этнографического туризма будет способствовать освещение в СМИ, создание сайтов в социальных сетях ВКонтакте и Instagram. Планируется проведение презентаций и семинаров на площадке Музейно- выставочного центра города, где периодически проходят мероприятия этнической направленности.

Будут реализовываться и дополнительные рекламные ходы – участие в выставках, ярмарках, посещение культурных мероприятий в городе, где можно распространять брошюры с информацией о туре, а также купоны для покупки тура со скидкой.

Хорошей рекламой будет служить почтовая рассылка в офисы и на предприятия города, с информацией о туре. Также планируется распространение буклетов и листовок в местах большого скопления людей – это торговые центры, места где проходят массовые культурные мероприятия.

Эффективность предложенного этнотура проявляется в следующих положительных тенденциях:

- у туриста формируется уважительное отношение к представителям этноса, повышается интерес к истории страны в целом и отдельного этноса в частности;
- положительные тенденции для экономического развития территории;
- при развитии этнографического туризма создаются рабочие места для коренного населения, а это в свою очередь влияет на качество их жизни; [4]
- этнокультура способствует сохранению наследия, воспроизводству традиционной культуры, и осознанию уникальности этноса;
- традиционная культура удэгейцев может стать туристической особенностью Приморского края, изюминкой, помогающей повысить узнаваемость края и привлечь поток туристов.
- возможно повышение потока прибывающих иностранных граждан.

Как известно, большая часть иностранных туристов в Приморском крае граждане КНР, Японии и Республики Корея, наше близкое пограничное соседство переплетается с историческими событиями края, вызывая немалый интерес к этнографическому туризму у представителей этих стран.

Таким образом, в связи с глобализацией и расширением горизонтов, люди все больше стремятся к самопознанию и саморазвитию, и путешествие как ничто лучше раскрывает и дает возможность окунуться в другой мир. Традиционная культура определённого народа, культурно-исторические объекты, посещаемые туристами, способствуют их духовному обогащению и воспитывают ценностное отношение к истории и культуре страны в целом. Поэтому у этнографического туризма существуют реальные перспективы развития.

1. Розов, В.М. Доклад о деятельности Уполномоченного по правам человека в Приморском крае в 2017 году. / В.М. Розов, Уполномоченный по правам человека в Приморском крае. г. Владивосток

2. Воронкова, Л.П. Современное состояние и перспективы развития этнографического туризма / Л.П. Воронкова . М.: МАКС Пресс, 2011. 76 с.

3. Ким, Т.М. Анализ историко-культурных ресурсов этнографического туризма в приморском крае / Т.М. Ким., Е.В. Пономаренко // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 4-1.; URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=12656> (дата обращения: 08.04.2019).

4. Попков, Ю.В. Концепция устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ / Ю.В. Попков // ЭКО. 2011. № 9. С. 71-88.

МОДЕРНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. НАХОДКА

А.О. Колмынина
бакалавр,

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье рассмотрены понятия модернизации и конкурентоспособности в сфере услуг. Изучены виды модернизации гостиничного комплекса. Проведен анализ негативных отзывов и комментариев потребителей ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. Находка об удовлетворенности их потребностей. На основании данного анализа ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. Находка, был предложен проект по модернизации гостиничного фонда ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. Находка. В заключение работы представлена предполагаемая эффективность от предложенных мероприятий, как средство повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова и словосочетания: виды модернизации, гостиница, гостиничный комплекс, гостиничное предприятие, конкурентоспособность, модернизация, модернизация гостиничного комплекса, модернизация гостиничного предприятия

MODERNIZATION OF THE HOTEL ENTERPRISE, AS A MEANS OF INCREASING ITS COMPETITIVENESS ON THE EXAMPLE OF LLC HOTEL COMPLEX "MERCURY», G. NAKHODKA

The article deals with the concept of modernization and competitiveness in the service sector. The types of modernization of the hotel complex are studied. The analysis of negative reviews and comments of consumers of LLC HOTEL COMPLEX "MERCURY", Nakhodka about satisfaction of their needs is carried out. Based on this analysis of the HOTEL COMPLEX "MERCURY", the Find was a proposed project for the modernization of hotel Fund, LLC HOTEL COMPLEX "MERCURY", the Find. In conclusion, the paper presents the proposed effectiveness of the pro-posed activities as a means of improving competitiveness.

Keywords: types of modernization, hotel, hotel complex, hotel enterprise, competitiveness, modernization, modernization of the hotel complex, modernization of the hotel enterprise.

Одной из главных задач управления организацией сферы сервиса и туризма является определение целей, ради достижения которых она создается и функционирует и которые представляют собой субъективное отражение реальностей, характеризующих данную организацию, таких как ее роль в обществе, характер производственного и кадрового потенциала [1, с. 108].

Термин «модернизация» в переводе с английского означает современный, передовой, обновленный и обозначает обновление объекта, приведение его в соответствие с новыми требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества.

Актуальность данной темы заключается в том, что на сегодняшний день очень высокая конкурентоспособность предприятий в гостиничной индустрии, для того чтобы оставаться на высоких позициях спроса необходимо повышать качество обслуживания, а также внедрять инновационные проекты и модернизировать недостатки, которые отмечают посетители.

Научная новизна статьи состоит в модернизации ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. Находка с целью повышения его конкурентоспособности. Это необходимо как непосредственно для управления гостиничного предприятия и его сотрудников, так и для города Находка в целом, для привлечения туристских потоков в наш город.

Цель статьи – повышение конкурентоспособности ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. Находка при помощи модернизации.

Цель достигается с помощью: изучения теоретических основ гостиничного предприятия, а именно понятия модернизации и конкурентоспособности в сфере услуг. Изучения видов модернизации в сфере услуг. Анализа негативных отзывов и комментариев потребителей ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ», г. Находка.

Методы исследования: изучение теоретической части с помощью литературы, проведение анализа, анализ сайтов бронирования номеров для выявления негативных отзывов потребителя, метод анкетирования.

Модернизация в сфере услуг – это обновление существующих форм и методов хозяйствования, реализация новых возможностей предприятий в рамках предсказуемых ограничений. Модернизация в сфере услуг определяется решительностью, квалификацией и эффективностью руководства и персонала, их видением долговременных целей и направлений развития.

Важнейшей составляющей процесса модернизации в сфере услуг являются внешние и внутренние факторы, непосредственно влияющие на преобразование услуг.

Внешние факторы: информационные; социально-демографические; финансово-экономические; научно-технические; инновационные; инвестиционные; правовые; природно-экологические; институциональные; внешнеэкономические.

Внутренние факторы: квалификационные качества руководства и персонала; система стратегического управления; финансово-экономическая и ценовая политика; ресурсный и технологический потенциал; система учета и мониторинга; маркетинговая стратегия; рекламная деятельность [2].

Модернизация предприятия – одна из вариантов подготовки к экономическому росту в будущем. Любое гостиничное предприятие требует вложения финансов для удержания на рынке своей конкурентоспособности. Для того, чтобы оставаться на верхних строчках потребительского спроса, необходимо снижать себестоимость производства, осваивать новые виды услуг, повышать технические характеристики своего предприятия, искать новые пути усовершенствования производства, внедрять новые технологии.

Существуют виды модернизации предприятий в сфере услуг: производственная, управленческая и информационная.

Производственный вид модернизации подразумевает под собой – техническую модернизацию, технологическую модернизацию и реконструкцию предприятия.

Техническая модернизация включает в себя:

- замену устаревшего либо износившегося оборудования на более новое современное;
- техническое перевооружение мощностей;
- установку современного оборудования (коммуникационные системы, системы кондиционирования, различные телевизионные системы).

Технологическая модернизация представляет:

- изменение процесса обслуживания, поиск новых технологий;
- производство преобразуется на основе научно-технических достижений;
- реорганизация труда.

Реконструкция предприятия:

- планировка помещений для увеличения площади гостиничных номеров;
- расширение площадей, которые необходимы для производства новых услуг (сауны, бани, бильярдные, фитнес-центры, бизнес-центры, прокат оборудования).

Второй вид модернизации делится на модернизацию управления предприятием и модернизацию маркетинго-сбытовой системы предприятия.

Модернизация управления предприятием включает в себя:

- изменение условий работы всей инфраструктуры предприятия;
- изменение подходов к управлению предприятием;
- изменение подхода к организации труда, элементами которого являются материальное поощрение, высокие требования к качеству труда и трудовой дисциплине, ненормированный рабочий день.

Модернизация маркетинго-сбытовой системы предприятия включает поиск нетрадиционных решений, а именно активизацию продвижения своей продукции и поиск новых ниш на рынке. Заключительным видом модернизации в сфере услуг является информационный вид.

Информационно-технологическая модернизация представляет собой:

- поиск новых ресурсов;
- внедрение новых информационных технологий в предприятие.

Модернизация предполагает ее подтягивание до современных стандартов, которые задаются странами-лидерами.

Модернизация необходима для решения задач:

- обеспечение стратегической устойчивости гостиничного бизнеса;
- повышение качества гостиничных услуг;
- повышение конкурентоспособности услуг.

Важнейшей составляющей модернизации предприятий сферы гостиничного сервиса является конкурентоспособность услуг, под которой, в первую очередь, понимается способность выдерживать сравнение с аналогичными услугами на данном рынке.

Конкурентоспособность в сфере гостиничного сервиса представляет способность предприятий по предоставлению услуг выдержать сопоставление с аналогичными организациями при сохранении среднерыночной цены и существенной поддержке производителей со стороны государства [3].

Р.А. Фатхутдинов дает следующее определение: «Конкурентоспособность – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке». Автор подчеркивает, что товар или услуга являются конкурентоспособными или неконкурентоспособными на конкретном рынке [4, с. 29].

Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: экономических, финансовых, инвестиционных, кадровых, имиджевых.

В любой отрасли, конкуренция определяется:

- угрозой появления новых конкурентов;
- угрозой появления услуг-заменителей;
- рыночной властью поставщиков;
- рыночной властью потребителей;
- соперничеством конкурентов одной отрасли;

Значение каждой из пяти сил меняется и предопределяет, в конечном счете, результативность.

Конкуренция выполняет следующие важнейшие функции:

- утверждение суверенитета потребителей;
- постоянная адаптация производства к изменяющимся условиям рынка;
- стимулирование товаропроизводителей и потребителей;
- обеспечение экономической свободы товаропроизводителей;
- саморегулирование товаропроизводителей;
- дифференциация товаропроизводителей;
- распределение ресурсов среди товаропроизводителей.

Осуществление функций конкуренции приводит к необходимости создания в экономике конкурентной среды как в интересах организаций, оказывающих коммерческие услуги, так и потребителей, также связывает функции конкуренции с конкурентоспособными преимуществами и конкурентоспособностью организации и услуг.

Наиболее детально освещенный вопрос, который представлен выше, рассмотрен на примере ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ».

ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» сотрудничает с крупнейшими компаниями и туристическими фирмами города Находка. К услугам проживающих бесплатный WI-FI, максимальная и междугородная связь, тренажерный зал, сауна, бар и многое другое. Девиз: «Мы создаем приятный отдых и уют для Вас! Мы работаем, Вы отдыхаете!».

Гостиничный комплекс предлагает своим гостям уютную, домашнюю атмосферу, которая благоприятствует спокойному и комфортабельному отдыху.

В состав гостиничного комплекса входит: гостиница, ресторан, парикмахерская. В гостиничном комплексе 47 просторных номеров с элегантными интерьерами.

Гостиничный комплекс оснащен системой кондиционирования и автономным горячим водоснабжением. В каждом номере гостиницы имеется спутниковое телевидение, теле-фон, мини-бар, ЖК-телевизор. В ванной комнате – ванная/душ, фен, тапочки, халат и косметические наборы.

Для анализа негативных отзывов посетителей ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» были использованы два сайта: TripAdvisor.ru и Booking.com. Данные сайты располагают информацией о ГОСТИНИЧНОМ КОМПЛЕКСЕ «МЕРКУРИЙ», также на этих сайтах можно ознакомиться с номерами, их стоимостью, основными и дополнительными услугами, забронировать номер.

Для анализа негативных отзывов были выбраны отзывы посетителей 2018 года и 2019 года.

Из всех проанализированных отзывов удалось сделать вывод, что посетителей ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» не устраивает:

- плохая связь WiFi;
- отсутствие косметического ремонта на первом этаже, а именно на стойке администратора и в административной части крыла;
- устаревшие предметы личной гигиены (полотенца, халаты);
- неудобный матрас.

Больше всего негативных отзывов пришлось на «неудобный матрас».

Для выявления более подробного качества услуг было проведено онлайн-анкетирование, в котором приняли участие 69 человек.

В анкете задавались вопросы о качестве услуг ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» и предлагалось три оценки – хорошо, удовлетворительно, плохо. Опрос подразделялся на блоки: служба приема; номер; ресторан. А также в заключение представлен вопрос: «Получили ли вы удовольствие от пребывания в ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ».

На первом месте по удовлетворительности обслуживания анкетизируемыми была выбрана служба приема. Где 89 процентов ответили о дружественном приеме и эффективности обслуживания – «хорошо», а 11 процентов указали на ответ – «удовлетворительно». Но следует заметить, что «плохо» не указал ни один из респондентов.

Второе место занимает блок «ресторан». Посетителей ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» очаровала атмосфера ресторана, качество приготовления, а также 90 процентов респондентов оценили уровень цены и обслуживания – «хорошо».

Третье место досталось блоку «номер». К сожалению самый основной блок не удовлетворил потребности посетителей. Наименьшее количество процентов набрали такие критерии, как тишина, удобная кровать, ванная комната. Пояснили это тем, что на одном этаже находились шумные соседи и не давали посетителям отдыхать после комендантского часа. Минусы в удобстве кровати заключаются в износе матраса и маленьком размере двуспальной кровати. Минусы ванной комнаты – это устаревшие полотенца и халаты, требуется ремонт душевой кабины. Но в данном блоке высшие оценки набрали позиции: комфорт, чистота, температура, цена.

Таким образом, из анализа негативных отзывов и анкетирования посетителей, можно сделать вывод, что для повышения конкурентоспособности ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» требуется модернизация номерного фонда.

Для модернизации номерного фонда в целях повышения конкурентоспособности были предложены мероприятия:

- замена матрасов во всех 47 номерах;
- разделение этажей для гостей в деловых поездках и для гостей с развлекательной целью для того чтобы не было конфликта интересов;
- закупка новых текстильных материалов для пошива мягких и комфортных полотенец и халатов для гостей.

Помимо вышеизложенных мероприятий по модернизации ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» на основании негативных отзывов и проведенного анкетирования, был предложен проект – «Экологический номер».

Данный проект предполагает трансформацию номерного фонда на пятом этаже с экологическим уклоном, а именно в каждом экологическом номере будут находиться настоящие растения, цветы и деревья, другими словами можно себя ощутить как в ботаническом саду. Гигиенические ванны принадлежности будут из биоразлагаемого материала, питьевая вода будет именно в данных номерах из приморской минеральной скважины. В общем все, для того чтобы ощутить себя в экологически чистом и свежем месте, будет учтено в этом номере.

Эффективность от предложенных мероприятий на основании негативных отзывов и анкетирования посетителей следующая:

- удовлетворение потребностей клиентов;

- создание еще большего комфорта во время пребывания в гостиничном комплексе;
- создание хорошего настроения на период пребывания в гостиничном комплексе и остаток положительных впечатлений после выезда гостя.

Все вышеперечисленное поможет ООО ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «МЕРКУРИЙ» выйти на новый уровень конкурентоспособности, благодаря положительным отзывам новые клиенты будут приходить за такими же впечатлениями, что и постоянные. При стабильном качественном предоставлении полного цикла обслуживания гость будет возвращаться снова и станет постоянным.

Но не стоит забывать о том, что нужно соответствовать не только всем стандартам обслуживания, но и технологическим, техническим и инновационным требованиям, именно все это поможет предприятию быть модернизированным и быть уверенным в своей конкурентоспособности.

1. Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме / А.Э. Саак. СПб.: Питер, 2017. 512 с.
2. Маницкая, Л.Н. Модернизация предприятий сферы услуг: концептуальная модель и инструментальные средства / Л.Н. Маницкая // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 3. С. 47.
3. Афасижев, Т.И. Направления модернизации российского гостиничного бизнеса в контексте повышения его конкурентоспособности [Электронный ресурс] / Т.И. Афасижев. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-modern..> (Дата обращения: 10.04.2019).
4. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. М.: Издательство Эксмо, 2015. 544 с.

Рубрика: Туризм

УДК 338

РАЗРАБОТКА ИСТОРИЧЕСКОЙ ЭКСКУРСИИ «ПЕРВЫЕ ПЕРЕСЕЛЕНЦЫ В ПОСЕЛОК ЛИВАДИЯ», ПОСЕЛОК ЛИВАДИЯ, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ

Е.Е. Коновалова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье представлен экскурсионный маршрут исторической экскурсии «Первые переселенцы в поселок Ливадия», п. Ливадия, Приморский край. Рассмотрены понятия экскурсии рассматриваются различными авторами учебников и нормативно-техническими документами, классификация экскурсии является порядком предметов, разрядам в зависимости от их общих показателей, экскурсионный рынок г. Находка и проблемы развития экскурсионной деятельности, разработана экскурсионная программа экскурсионного маршрута исторической экскурсии «Первые переселенцы в посёлок Ливадия».

Ключевые слова и словосочетания: *экскурсия, историческая экскурсия, экскурсионный рынок, проблемы развития экскурсионной деятельности*

DEVELOPMENT OF THE HISTORICAL TOUR «THE FIRST SETTLERS IN THE VILLAGE OF LIVADIA», THE VILLAGE OF LIVADIA, PRIMORSKY KRAI

The article presents the excursion route of the historical tour «the First settlers in the village of Livadia», p. Livadia, Primorsky Krai. The concepts of the tour are considered by various authors of textbooks and normative-technical documents, the classification of the tour is the order of subjects, categories, depending on their General indicators, the excursion market of Nakhodka and the prob-

lems of the development of excursion activities, the excursion program of the excursion route of the historical tour «the First settlers in the village of Livadia» is developed.

Keywords: excursion, historical excursion, excursion market, problems of excursion activity development.

На сегодняшний день экскурсия – одна из составляющих туристско-экскурсионного обслуживания. Основа экскурсии заключается в форме существующего вокруг нас познания мира, состоит из двух главных компонентов: показа заранее подобранных объектов и рассказа о них.

Актуальность выбранной темы работы направлена на разработку экскурсионного маршрута, позволяющая экскурсантам узнать об исторической значимости п. Ливадия.

Научная новизна заключается в разработке новой экскурсии на рынке экскурсионных услуг.

Цель статьи – рассмотреть предпосылки выявления развития экскурсионной деятельности и разработать экскурсионный маршрут исторической экскурсии «Первые переселенцы в поселке Ливадия», п. Ливадия Приморский край.

Цель достигается решением следующих задач: определение понятий и классификация экскурсий, определение экскурсионного рынка в Приморском крае, разработать историческую экскурсию «Первые переселенцы в поселке Ливадия», п. Ливадия Приморский край.

Методы исследования, применяемые в данной статье: анализ.

Понятие экскурсии рассматривается некоторыми авторами книги нормативно-техническими документами. В понятие «экскурсия» в различные эпохи вкладывалось разное содержание и смысла. Первые методисты экскурсионного дела сводили суть экскурсии к показу объектов и рассказ в передвижении.

По мнению Н.П. Анциферова, «экскурсия прогулкой, предпринято целью исследования определенной темы на материале, доступном наблюдению при помощи обхода» [1, с 9].

Классификация экскурсии является распределением предметов, явлений, понятий по классам, отделам, разрядам в зависимости от их общих показателей.

Экскурсионное обслуживание является как самостоятельной деятельностью, так и частью комплекса туристских услуг (в туристских фирмах) [2].

В таблице 1 представлена классификация экскурсии по содержанию.

Таблица 1

Классификация экскурсий по содержанию

По содержанию экскурсии				
Наименование	Виды			
Тематические экскурсии	1 Исторические: - историко-краеведческие; - археологические; - этнографические; - военно-исторические; - историко-биографические.	2 Производственные: - производственно-исторические; - производственно-экономические; - производственно-технические.	3 Искусствоведческие: - историко-театральные; - историко-музыкальные; - по народным художественным промыслам; - по местам жизни и творчества деятелей культуры.	4 Литературные: - литературно-биографические; - историко-литературные; - литературно-художественные.
Обзорные экскурсии				

Важно отметить, что тематические экскурсии на определенную тематику или же иного вида редко существуют отдельно друг от друга. Например, исторический материал используется во множествах экскурсиях в качестве подтемы; составляющие природоведческих экскурсий находят место экскурсиях каждой группы направленных на определенную тематику экскурсий.

Историческая экскурсия – это наглядное ознакомление с вещественными памятниками истории и культуры, расположенными в исторически сложившейся или искусственной (музейная экспозиция) среде, в целях изучения прошлого человеческого общества, проходящее по определенному маршруту, под руководством подготовленного лица.

На основе анализа экскурсионного рынка Приморского края, город Находка. Были выявлены проблемы:

1. В Приморском крае слабо развита экскурсионная деятельность, для решения проблемы во Владивостоке проводятся множество мероприятий по вопросам развития.

2. Недостаточная популярность туристских ресурсов Находкинского городского округа, для решения требуется создание единого отраслевого интернет-портала, а так же мобильных приложений в сфере туризма.

3. Низкая представленность туристских продуктов Находкинского городского округа, для решения требуется активное участие на краевых, российских, международных туристических выставках, конференциях, совещаниях, семинарах, форумах.

4. Жители Приморского края, а так же туристы не информированны о туристских предложениях города Находки [3].

Рассмотрев турфирмы города Находки на сайте Ростуризма, можно выделить 6 турфирм, которые проводят экскурсии: обзорные – 83,3 процента, религиозные – 50 процентов, экскурсионные – 100 процентов, производственные – 66,6 процентов, исторические – 66,6 процентов, экологические – 66,6 процента.

На основе проведенного анализа. при помощи анкетирования выявила востребованность экскурсионного маршрута исторической экскурсии «Первые переселенцы в посёлке Ливадия», Ливадия Приморский край, в котором принимало участие 58 человек.

Цель анкеты – выявить, необходимость в исторической экскурсии «Первые переселенцы в поселке Ливадия».

На основе проведенного опроса было выявлено, большая часть опрошиваемых людей 71 процент согласны, на проведение исторической экскурсии «Первые переселенцы в поселке Ливадия», но если будет интересная программа.

Краткая программа экскурсионного маршрута исторической экскурсии «Первые переселенцы в посёлке Ливадия», Ливадия Приморский край.

Маршрут ведется по типу радиальный (возвращение к начальной точке по тому же пути). Начинается с г. Находка протяженность 70 км., остановки бухта Гайдамак, рыбколхоз «Тихий Океан» – первые постройки – ул. Заречная 2.

В таблице 2 представлена экскурсионная программа экскурсионного маршрута исторической экскурсии «Первые переселенцы в посёлок Ливадия», Ливадия Приморский край.

Таблица 2

Экскурсионная программа экскурсионного маршрута исторической экскурсии «Первые переселенцы в посёлок Ливадия», Ливадия Приморский край

Маршрут	Бухта Гайдамак, территория рыбколхоза «Тихий Океан» – первые постройки – ул. Заречная 2
Остановка	Проездом Остановка рыбколхоз «Тихий Океан»
Объекты показа	Бухта Гайдамак и рыбколхоз «Тихий Океан», первые постройки, музей «Залив Восток»
Время	3 часа
Наименование подтем и перечень основных вопросов	Подтема I: Первые переселенцы в поселок Ливадия 1. Открытие бухты Гайдамак 2. Рыбколхоз «Тихий Океан» 3. Первые переселенцы 4. Место рождения поэта 5. Экскурсия в музее «Залив Восток»

Организационные указания	Рассказ ведется при замедленном движении автобуса Группу вывести из автобуса, подвести к бухте Гайдамак, рассказать об истории основания поселка, рассказ об рядом расположенном рыбколхоза «Тихий Океан». Затем подвести к первым постройкам, рассказать о переселенцах. Отправится в музей «Залив Восток» выставка «Предметы быта первопоселенцев на чала 20 века»
Методические указания	1. Использовать прием рассказа обзорное представление о том куда клипер «Гайдамак» под командованием А. Пещурова в 1861 году вошел в залив Восток, где им была открыта бухта Гайдамак, немного истории поселка. Соблюдать синхронность рассказа.
	2. Рассказать об истории рыбколхоза «Тихий Океан». 3. Рассказать о первых переселенцах из Финляндии 4. Рассказать о первых постройках в поселке Ливадия, затронуть наименования улиц. 5. Экскурсия в музее «Залив Восток» выставка «Предметы быта первопоселенцев начала 20 века»

Итак, из таблицы видно экскурсионный маршрут исторической экскурсии «Первые переселенцы в поселок Ливадия» включает в себя 35 км автомобильной дороги и пешком 350 метров. Протяженность маршрута составляет 70 км, продолжительность маршрута составляет 3 часа.

Таблица 3

Калькуляция экскурсионного маршрута исторической экскурсии «Первые переселенцы в посёлок Ливадия», Ливадия Приморский край.

Наименование калькуляционных статей	В стоимости выражении	
	на группу (10 чел.), руб.	на 1 человека, руб.
1 Транспортное обслуживание	2400	240
2 Экскурсионное обслуживание	2100	210
3 Отчисление во внебюджетные фонды	210	2,1
4 Страхование	500	50
5 Итого постоянных затрат	5210	521
6 Прочие расходы	521	52,1
7 Полная себестоимость	5731	573,1
8 Планируемая прибыль	573,1	57,3
9 Доход	6304,1	630,4
10 НДС	1134,7	113,4
11 Продажная цена	7438,8	743,9

Итак, изучая таблицу можно заметить, что себестоимость экскурсии является не высокой, поэтому продажная цена составляет менее 1000 рублей.

1. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: учебник / под редакцией профессора Е.И. Богданова. М.: Высшее образование; ИНФРА-М, 2012. 384 с.

2. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение [Электронный курс] / Б.В Емельянов. М: Советский спорт, 2012. 216 с. URL: http://tourlib.net/books_tourism/ekskurs.htm

3. Об утверждении муниципальной программы «Развитие туризма в Находкинском городском округе на 2018 – 2020 годы: постановление от 22.11.2017 № 1635 (ред. от 28.03.2018) [Электронный курс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru/>

4. Сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://www.russiatourism.ru/>

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ В ЭКОТУРИСТСКОМ ПРОСВЕЩЕНИИ ШКОЛЬНИКОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГАВАНЬ-ТУРЦЕНТР» г. ВЛАДИВОСТОКА

М.В. Коняева
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Школьный экологический туризм имеет принципиальное значение для оздоровления, обучения и формирования чувства патриотизма у детей, способствует их социальной адаптации и профессиональной ориентации. Патриотическое воспитание подрастающего поколения, приобщение его к духовно-нравственным, в том числе экологическим, ценностям российского общества является одним из основных приоритетов внутренней государственной политики Российской Федерации.

Ключевые слова и словосочетания: экологический туризм, экотуристское просвещение, интерактивные формы, экологические игры, Приморский край, ООО «Гавань-турцентр».

INTERACTIVE FORMS IN ECOTOURISM EDUCATION OF SCHOOLCHILDREN ON THE EXAMPLE OF «GAVAN-TOURCENTER» LLC IN VLADIVOSTOK

School ecotourism is of fundamental importance for health improvement, education and formation of patriotism in children, their social adaptation and professional orientation. The patriotic education of the younger generation, its introduction to the spiritual and moral, including environmental, values of Russian society is one of the main priorities of the internal state policy of the Russian Federation.

Keywords: ecological tourism, ecotourism education, interactive forms, ecological games, Primorsky Krai, «Gavan-Turcentr» LLC.

В работе исследуются интерактивные формы в экотуристском просвещении школьников на примере ООО «Гавань-турцентр».

В наше время экотуризм становится одним из наиболее популярных туристических направлений, основная причина этому такова: необходимость беречь природу и ее ресурсы, и экотуризм как способ просвещения экологии школьников.

Целью работы является анализ интерактивных форм в экотуристском просвещении школьников г. Владивостока на примере ООО «Гавань-турцентр».

Поставленная цель диктует следующие задачи:

- раскрыть сущность школьного экологического туризма;
- проанализировать деятельность ООО «Гавань-турцентр» в экотуристском просвещении школьников г. Владивостока.

Экологическое образование – процесс обучения, воспитания, самообразования, накопления опыта и развития личности, направленный на формирование ценностных ориентации, поведенческих норм и получение специальных знаний по охране окружающей среды и природопользованию, реализуемых в экологически грамотной деятельности [1].

Использование интерактивной модели обучения предусматривает моделирование жизненных ситуаций, использование ролевых игр, совместное решение проблем. Исключается доминирование какого-либо участника учебного процесса или какой-либо идеи. Из объекта воздействия ученик становится субъектом взаимодействия, он сам активно участвует в процессе обучения, следуя своим индивидуальным маршрутом [2].

В рамках Муниципальной программы «Охрана окружающей среды города Владивостока» на 2019-2024 годы управления охраны окружающей среды и природопользования Администра-

ции г. Владивостока туроператор «Гавань-турцентр», реализовывает следующие мероприятия, экологического воспитания и просвещения школьников Приморского края, целями которой являются [3]:

- создание условий, способствующих приобретению экологических знаний и выработке практических навыков созидательного и эффективного участия в предупреждении и решении экологических проблем, стабилизации и улучшении состояния окружающей среды на территории г. Владивостока;
- повышение экологической культуры и ответственности молодого поколения г. Владивостока за состояние окружающей среды;
- формирование единого информационного пространства в сфере экологического образования и просвещения.

Таблица 1

**Мероприятия, реализуемые для экотуристского просвещения школьников,
ООО «Гавань-Турцентр», 2019-2024 гг.**

Интерактивная форма	Возрастная категория участников	Метод обучения
Экологические игры «Мир вокруг нас!»	с 8 по 11 классы	Интерактивный/ активный метод
Экскурсии на предприятия	с 9 по 11 классы	Интерактивный/ активный метод
Экологические турниры «Что? Где? Когда?»	с 8 по 11 классы	Интерактивный/ пассивный метод
Акции по сбору мусора	с 1 по 11 классы	Эко-воспитательная работа
Экологические уроки на тему: «Мусора нет – есть ценное сырье!», «Планета без пакета!»	с 1 по 5 классы	Эко-просветительская программа
	с 6 по 11 классы	
Молодёжная тематическая конференция «Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов – новый взгляд!»	с 8 по 11 классы	Научно-исследовательская работа

Согласно данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что в младших классах, когда изучение окружающего мира осуществляется преимущественно визуально-тактильным методом, необходимо применение эко-просветительской программы: туристических походов, экологических уроков и туристских соревнований. Одной из самых распространенных форм экотуристской деятельности является экскурсия. Методика данного блока направлена на зрительное восприятие и поиск заинтересованности в проблемах экологии и защиты окружающей среды.

Учащиеся старшей школы, при условии грамотного применения программы младших классов, принимают активное участие в эколого-воспитательной работе, научных конференциях, а так же интеллектуальных играх на экологическую тематику.

В мероприятиях интерактивной формы просвещения, за период осуществления муниципальной программы с 2017 по 2019 годы, приняло участие 4290 человек, среди которых учащиеся школ, гимназий и лицеев г. Владивостока, а также студенты высших учебных заведений. Так с 2017 года количество участников интерактивных мероприятий возросло на 22 % (рис. 1).

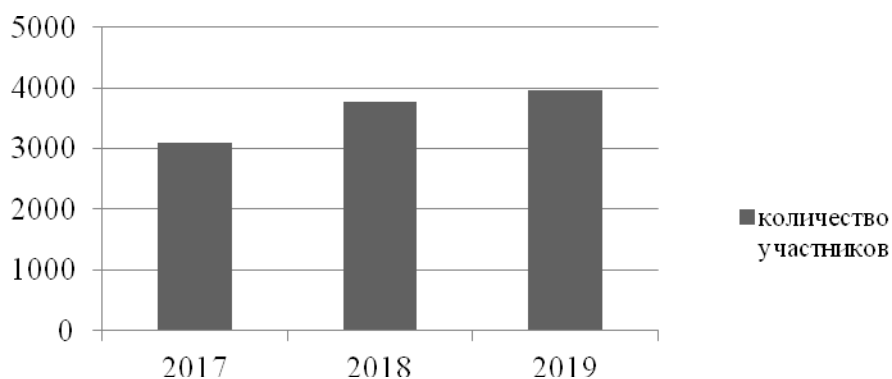


Рис. 1. Динамика участников муниципальной программы в период 2017-2019 гг.

Экологические игры «Мир вокруг нас!» имеют цель: привлечение молодого поколения к участию в решении проблем экологии на территории города Владивостока, расширения кругозора учащихся и получения новых знаний в сфере окружающей среды.

В ходе 4 экологических игр участники получают возможность продемонстрировать свои знания по экологии, биологии, краеведению и переработке отходов, а также навыки командной работы с помощью нового формата интеллектуальной игры.

Исходя из данных рисунка 2, следует сказать, что новый интерактивный формат экологических игр «Мир вокруг нас!» за время реализации данной Муниципальной программы, в период за 2017-2019 годы заметно улучшился на 21 %.



Рис. 2. Динамика школ-участниц экологических игр «Мир вокруг нас!» в период 2017-2019 гг.

Исходя из данных рисунка 2, следует сказать, что новый интерактивный формат экологических игр «Мир вокруг нас!» за время реализации данной Муниципальной программы, в период за 2017–2019 годы заметно улучшился на 21 %.

Игра заключается в прохождении командами десяти тематических площадок. Перед началом игры команды получают маршрутный лист с описанием площадок. На каждой площадке команда получает задание, по истечении времени выполнения которого, переходит на другую. Каждая игра состоит из трех викторин; пяти конкурсов; практических занятий по темам обращения с отходами, экологического поведения на отдыхе, санитарной очистке территории, организации раздельного сбора твёрдых бытовых отходов.

Следующим мероприятием, реализуемым, ООО «Гавань-турцентр» на территории города Владивостока, в рамках программы, проводятся тематических экскурсий для учащихся старших классов (9, 10, 11 классов), студентов и представителей общественных организаций на экологические предприятия, осуществляющие сбор, утилизацию, обработку, обезвреживание, размещение различных видов отходов (табл. 2).

Площадки проведения тематических экскурсий для школьников (2017 г.)

Наименование предприятия	Адрес	Сфера деятельности	Кол-во проведенных экскурсий	Кол-во участников, чел
МУПВ «Спецзавод № 1»	ул. Холмистая, 1	переработка и утилизация ТБО	7	140
ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»	ул. 2-я Шоссейная, 1	производство питьевых, безалкогольных	10	200
КГУП «Приморский водоканал»	комплекс очистных сооружений «Северный» (п. Де-фриз); очистные сооружения о. Русский	очистка канализационных и сточных вод г. Владивостока	3	60

Вниманию экскурсантов представляются новые очистные сооружения, рассказывается о современных технологиях очистки вод, которые используются на сооружениях, а также о системе обращения с отходами на предприятии.

Всего было проведено 20 тематических экскурсий с участием 400 человек: студентов ВУЗов, учащихся старших классов образовательных учреждений и представителей общественных организаций г. Владивостока.

Участниками экологических турниров «Что? Где? Когда?» являются учащиеся старших классов общеобразовательных учреждений города Владивостока. В программу турниров входит три районных и один городской (финальный). Продолжительность каждого районного турнира 2,5 часа. Турнир проходит в 2 раунда, по 9 вопросов в каждом раунде. Тематика вопросов: «Естественные науки», «Система обращения с отходами», «Решение экологических проблем», «Краеведение». В задачи мероприятия входит расширение кругозора и получение новых знаний в сфере охраны окружающей среды, природопользования, обращения с отходами производства и потребления [4].

Целью экологических игр «Мир вокруг нас!» является привлечение молодого поколения к участию в решении проблем экологии на территории города Владивостока, расширения кругозора учащихся и получения новых знаний в сфере окружающей среды.

В ходе 4 экологических игр участники получают возможность продемонстрировать свои знания по экологии, биологии, краеведению и переработке отходов, а также навыки командной работы с помощью нового формата интеллектуальной игры (рисунок 3).

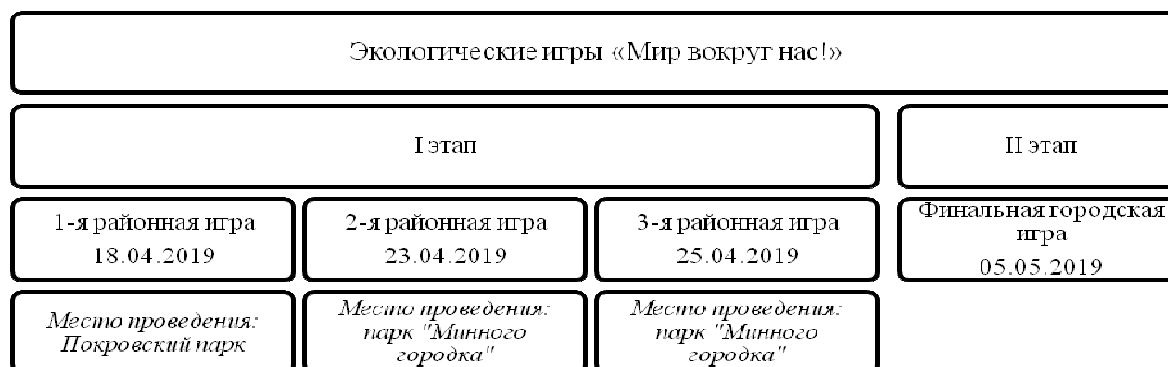


Рис. 3. Схема проведения экологических игр «Мир вокруг нас!», 2019 год

В рамках муниципального контракта по заказу управления охраны окружающей среды и природопользования администрации г. Владивостока в 2018 году, компанией «Гавань-турцентр» были организованы и проведены 80 экологических уроков, в том числе:

40 экологических уроков на тему «Долой полиэтиленовые пакеты!» для учащихся 1-5 классов общеобразовательных учебных заведений;

40 экологических уроков на тему «Отходы – сырьё третьего тысячелетия!» для учащихся средних и старших классов общеобразовательных учебных заведений.

На уроках школьники узнали о развитии системы обращения с отходами на протяжении истории человечества. Был просмотрен видеоролик на тему использования отходов в качестве

сырья. А также проводилась интерактивная игра, в ходе которой школьникам необходимо придумать наибольшее количество способов использования отходов как сырья на основе проведенного урока и просмотренного видео-ролика.

Всего было проведено 80 экологических уроков в 40 общеобразовательных учебных заведениях г. Владивостока, участниками стали 2240 человек.

Проводя мероприятия данного типа, ООО «Гавань-турцентр» посредством различных интерактивных форм мероприятий проводит экотуристское просвещение школьников общеобразовательных учреждений и учреждений дополнительного образования города Владивостока. Учащиеся не только приобретают новые теоретические знания, но и отрабатывают их на практике, а так же посредством интерактивных игр в группах развивают коммуникативные навыки со своими сверстниками.

Таким образом, учебный процесс, опирающийся на использование интерактивных методов обучения, организуется с учетом включенности в процесс познания всех обучающихся группы без исключения. ООО «Гавань-турцентр» посредством различных интерактивных форм мероприятий проводит экотуристское просвещение школьников общеобразовательных учреждений и учреждений дополнительного образования города Владивостока. Совершенствование системы экологического воспитания школьников может быть осуществлено средствами экотуристской деятельности, направленными на достижение экологической грамотности населения.

1. Ветошкина, Т.А. Активные и интерактивные методы обучения: метод. пособие / Т.А. Ветошкина, Н.В. Шнайдер. Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2016. 156 с.

2. Современные образовательные технологии: учебное пособие / под ред. Н.В.Бордовской и др. М.: КНОРУС, 2015. 432с.

3. Официальный сайт ООО «Гавань-турцентр» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.russiantour.net/ru/>

4. Постановление от 14 сентября 2018 года № 2517 об утверждении муниципальной программы «Организация мероприятий по охране окружающей среды, экологическому просвещению, образованию и информированию населения города Владивостока» на 2019 – 2024 годы (с изменениями на 25 декабря 2018 года).

Рубрика: Туризм

УДК 338.48

АНАЛИЗ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ВЕДУЩИХ ТУРАГЕНТСТВ (г. ВЛАДИВОСТОК)

С.П. Кутявина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Программы лояльности – долгосрочные программы взаимовыгодного сотрудничества между туристом и компанией, которые дают возможность подобрать для каждого клиента индивидуальные меры для развития взаимоотношений и удержания данных туристов в базе. Мероприятия по удержанию потребителя способствуют повышению эффективности деятельности туристской фирмы, и являются одним из способов обеспечения информационной открытости компании.

Ключевые слова и словосочетания: *потребительская лояльность, программа лояльности, удержание клиентов, стимулирование продаж, туристское агентство, г.Владивосток. .*

ANALYSIS OF LOYALTY PROGRAMS LEADING TRAVEL AGENCIES IN VLADIVOSTOK

Loyalty programs are long-term programs of mutually beneficial cooperation between the tourist and the company, which give the opportunity to choose for each client their own way to develop rela-

tionships and keep these tourists in the database. Consumer retention measures contribute to increasing the efficiency of a travel company, and are one of the ways to ensure informational transparency of the company.

Keywords: customer loyalty, loyalty programs, customer retention, sales promotion, travel agency, Vladivostok.

В работе исследуются методы формирования потребительской приверженности, на примере существующих программ лояльности туристских агентств России и г. Владивостока, в частности.

Актуальность выбранной темы исследования заключается в необходимости внедрения в деятельность туристских компаний программ лояльности для клиентов, которые дают возможность компании выделяться из спектра аналогичных распространителей услуг, тем самым привлекая клиентов и формируя в их сознании положительный образ своему предприятию, что в свою очередь способствует долгосрочному сотрудничеству.

Цель работы заключается в изучении технологий разработки программ лояльности путем анализа существующих мер по формированию приверженности клиентов на территории Российской Федерации и, в частности, на туристском рынке города Владивосток.

В ходе работы выделены следующие задачи:

- охарактеризовать особенности формирования политики лояльности в сфере туризма;
- провести анализ существующих программ лояльности турагентств на российском рынке;
- выделить существующие меры политики лояльности в туристских фирмах города Владивосток.

В настоящее время у потребителей обширный выбор туристских компаний, в которых можно приобрести аналогичный товар. Подвести клиента к покупке товара\услуги именно своей компании довольно сложно. В связи с чем, туристские компании озабочены тем, чтобы не просто привлечь покупателя, а сделать его лояльным. Таким образом, для малого бизнеса в сфере туристских услуг работа по развитию лояльности потребителей значительно перспективней, чем вложения в маркетинговые коммуникации.

Лояльность клиентов – это желание клиентов покупать или работать с брендом снова и снова, что является результатом положительного опыта клиентов, их удовлетворенности и ценности продуктов или услуг, которые покупатель получает в процессе сотрудничества [1].

В свою очередь, под программой повышения лояльности потребителей подразумевается набор действий, организованных таким образом, чтобы стимулировать потребителей и отвечать их требованиям, а также, чтобы свести к минимуму потери, а именно потери в количестве потребителей, и увеличить количество продаж [2].

Основным мотивом программ лояльности является предоставление покупателям выгод: материальных, эмоциональных, психологических.

В ходе работы были проанализированы опции программ лояльности российских туристских агентств, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Ранжирование мероприятий по привлечению клиентов в рамках включенности в программы лояльности

№	Туристское агентство	Тип программы	Начисление баллов	Фиксированная скидка	Привилегии за новых клиентов	Призы и розыгрыши	Акции в праздничные дни	Рассылка	Персональные предложения
1	Меридиан Трэвел	Дисконтная карта							
2	Ереван Тревел	Дисконтная карта							

№	Туристское агентство	Тип программы	Начисление баллов	Фиксированная скидка	Привилегии за новых клиентов	Призы и розыгрыши	Акции в праздничные дни	Рассылка	Персональные предложения
3	Горизонт без границ	Бонусная карта							
4	Турцентр «Ярославский»	Бонусная карта + Дисконтная карта							
5	Турсфера	Бонусная карта							
...									
20	Сеть «Coral Travel»	Бонусная карта							
	Итого		8	11	6	3	3	12	19

Разработано автором

На основе представленных данных можно заключить, что большинство изученных компаний предлагают фиксированную скидку на услуги, что является актуальным в связи с возможностями турагентов. Агентства, не приуроченные к франшизе туроператора, имеют не такой большой процент комиссии, в сравнение с франчайзинговыми агентствами (7-10% против 17%). Следовательно, предоставление фиксированной скидки в 2-3% дает возможность эффективной работы такого агентства. В свою очередь, представителями бонусной программы лояльности являются, в большинстве своем, агентства, приуроченные к туроператору, размер комиссии которых позволяет сделать единовременную скидку на тур в размере до 10% [3].

Четверть изученных компаний предлагают привилегии за привлечение новых клиентов в компанию. Так, например, – начисление определенного количества баллов за каждого клиента или процент с приобретенного таким туристом тура.

Минимальное число компаний предлагает участие в розыгрышах и акциях турагентств. Примерами таких мероприятий является возможность выиграть бесплатный тур / получить существенную скидку / сопутствующую услугу в подарок, также возможность получить некий подарок от компаний-партнеров.

Агентства также предлагают акции, приуроченные к праздничным датам, примером такой акции выступает турагентство Меридиан Трэвел, которое делает персональную скидку в 10%, при условии, если даты поездки будут приурочены ко дню рождения туриста.

Подавляющее число компаний делают акцент на нематериальном поощрении клиентов. Они предлагают персональные предложения для туристов, смысл которых заключается в предоставлении туров, актуальных в данный отрезок времени. Например, для категории «Семья» актуальны рассылки рекламы туров на период детских каникул.

Таким образом, в процессе анализа турагентств Российской Федерации, можно сделать следующий вывод, компании ориентированы в большинстве своем на предоставление фиксированной скидки от 1000 до 3000 рублей, также в настоящее время развитие получили нематериальные программы лояльности, которые фиксируют уникальность туристского агентства.

Владивосток – крупнейший российский город на Дальнем Востоке, столица Приморского края, важный промышленный, транспортный, научный и культурный центр Дальнего Востока. Интенсивно развивающиеся турфирмы Владивостока сделали город также крупным дальневосточным центром туристической индустрии, насчитывающим более 170 турагентств[4].

Широкий выбор турфирм Владивостока рождает определенную проблему для туриста. Очень часто, единственным аргументом убеждения менеджера турагентства является скидка. Действительно, демпинг в туризме развит широко, некоторые агентства дают скидки от 2% до

10%, а иногда и больше. И большинство туристов после того, как им подобрали тур, просят сделать скидку.

Автором было исследовано 50 популярных агентств города Владивосток. На основе изучения можно составить следующие выводы (рис. 1).

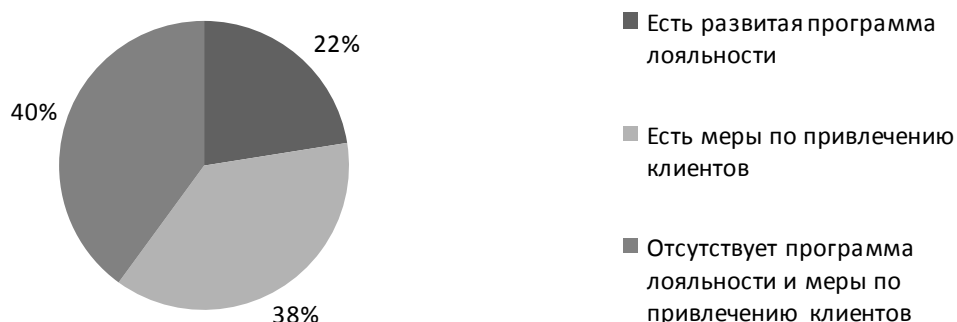


Рис. 1. Ранжирование турагентств г. Владивостока по наличию программ лояльности

Разработано автором

Таким образом, из 50 изученных турагентств, 22 – не имеет программы лояльностей потребителей, 18 компаний также не имеют разработанной программы лояльности, но в практику введены меры по привлечению постоянных клиентов, и только 10 турфирм из исследованных ввели в эксплуатацию программы по удержанию туристов.

В ходе дальнейшего анализа были выделены компании реализующие меры по привлечению постоянных клиентов, в процессе работы было проведено исследование по используемым мероприятиям (рис. 2).

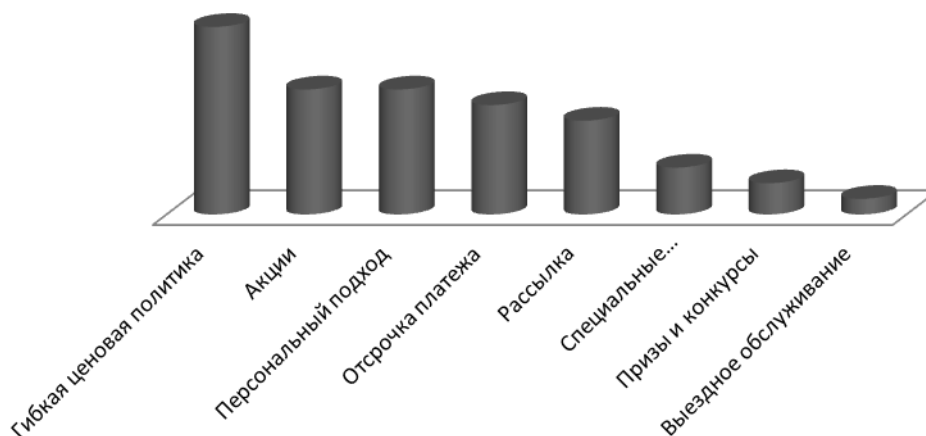


Рис. 2. Меры по удержанию клиентов в турагентствах г. Владивостока

Разработано автором

На основе представленных данных можно заключить, что основным подходом к привлечению постоянных клиентов является гибкая ценовая политика компании (24,5%), которая заключается в предоставлении определенной скидки при приобретении тура. Следующим по популярности являются наличие акций (16,3%) и персональный подход к туристу (16,3%). Под акциями подразумевается соблюдение определенных условий, при которых турист получит скидку, например, компания ООО «Тур Бар Жара» – сеть франчайзинговых агентств «Апex tour» и «Coral travel» – практикует акцию «Рассрочка за наш счет» (Рассрочка оформляется путем предоставления агентством скидки заказчику на сумму равную переплате по процентам за пользование денежными средствами банка). На третьем месте – отсрочка платежа (14,3%), которая подразумевает возможность оплатить путешествие в рассрочку или кредит, путем со-

трудничества с банками-партнерами. Такой вариант предлагают крупные компании, как правило, приуроченные к туроператору, чьими партнерами и являются банки. Рассылку специальных предложений и акций использует 12,2% исследуемых компаний. Используется два варианта: рассылки по E-mail и рассылка по WhatsApp. Наименее востребованными мероприятиями являются выдача призов и конкурсные мероприятия, а также центры информирования туристов, турфирмы реализующие данные предложения занимают по 6% в общем рейтинге.

Также были рассмотрены существующие программы лояльности, которые используются компаниями Владивостока, здесь можно выделить следующие виды: накопительная бонусная система, фиксированная скидка, также некоторые компании предлагают неценовую систему, подробней соотношение каждого вида политики лояльности можно рассмотреть на рис. 3.

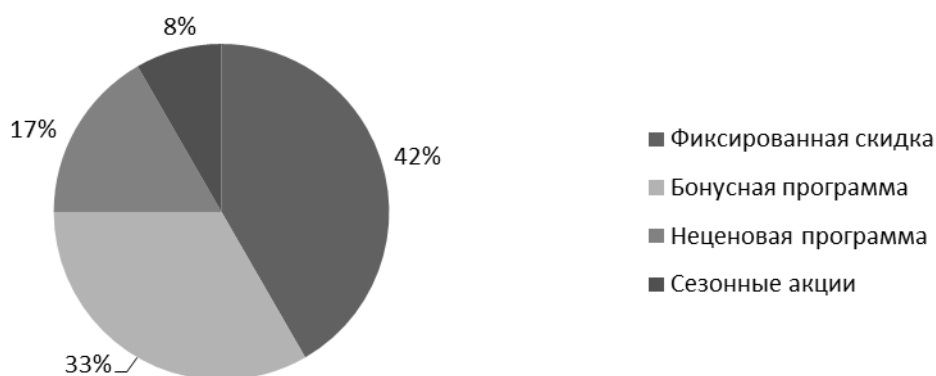


Рис. 3. Ранжирование программ лояльности по их типу

Разработано автором

Таким образом, наибольшей востребованностью во Владивостоке пользуются дисконтные программы лояльности (42%) с фиксированной скидкой. Мероприятия такой программы предполагают получение клиентом, при совершении определенного количества повторных покупок, карты турагентства, при предъявлении которой турист получит скидку, как правило, от 2 до 5 процентов. Минусом такого подхода является то, что при предложении большей скидки от конкурента, турист с большей вероятностью сменит компании. В связи с чем, фирмы, совместно с дисконтной программой проводят мероприятия по формированию эмоциональной привязанности, к которым относятся: индивидуальный и вдумчивый подход к каждому клиенту, возможность отсрочки платежа, рассылка специальных предложений компании.

Следующей по популярности является бонусная программа (33%), на которую при покупке тура, начисляются бонусы в размере определенном компанией, как правило, от двух до пяти процентов от стоимости тура. Полученные бонусы можно впоследствии потратить на приобретение сопутствующих туру услуг или на оплату части стоимости тура (турагенты предлагают оплатить не больше 10%). Минусом такого подхода являются большие убытки в комиссии от туроператора, из которой и складываются подобные скидки. Организаторами таких программ лояльности являются франчайзинговые агентства, у которых комиссия на порядок выше, и которые не понесут значительные расходы. Мелкие компании подобную программу лояльности не предлагают.

Еще один используемый и перспективный в развитии вариант – неценовые программы лояльности (17%) нацеленные на эмоциональную привязку туриста. Здесь компании используют такие методы как политика выездного обслуживания (1 компании), а также предоставление туристу возможности давать рекомендации другим покупателям – поместить информацию об опыте путешествия на сайте компании. Также турагентства предпринимают попытки к созданию Клуба путешественников («Клуб Путешественников Алладин»).

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что программы лояльности подразумевают не разовые акции, а постоянно продолжающийся и развивающийся процесс. Главное, в итоге работы таких программ и всех мероприятий по улучшению качества обслуживания, с ту-

ристом складываются такие отношения, ради продолжения которых он останется с компанией даже при наличии более выгодного рыночного предложения.

1. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Б. Сафронова, Е.И. Корнеева. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2017. 296 с.
2. Шальнова, О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле: монография / О.А. Шальнова, М.В. Зинцова, Н.В. Ребрикова, ред. О.А.Шальнова. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014. 107 с.
3. Нехаенко, Е.В. Программа лояльности: современное содержание, типология и методы реализации на рынке / Е.В. Нехаенко // Траектория науки. 2015. № 4 (1). С. 28-34.
4. Туризм в Приморье [Электронный ресурс]: сайт Департамента международного сотрудничества и туризма Администрации Приморского края. Владивосток. 2018. URL: <https://www.primorsky.ru>

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 379.85

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Я.В. Лупачёва
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье представлен анализ гастрономического туризма. Выявлены факторы тормозящие формирование гастрономического туризма в Приморском крае, а так же предложены рекомендации по развитию гастрономического туризма. Выявлены перспективы развития гастрономического туризма в Приморском крае. Результаты исследования могут быть применены для устранения тормозящих факторов и развития гастрономического туризма в Приморском крае.

Ключевые слова и словосочетания: *гастрономический туризм, национальная кухня, гастрономический фестиваль, тормозящие факторы, перспективы развития.*

STAFF SALARIES IN THE MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM IN ORGANIZATIONS

The article presents an analysis of gastronomic tourism. The factors inhibiting the formation of gastronomic tourism in the Primorsky Territory, as well as recommendations for the development of gastronomic tourism are identified. The prospects for the development of gastronomic tourism in Primorsky Krai are revealed. The results of the study can be applied to eliminate inhibiting factors and the development of gastronomic tourism in the Primorsky Territory.

Keywords: *gastronomic tourism, national cuisine, gastronomic festival, inhibiting factors, development prospects.*

На сегодняшний день важной составляющей индустрии туризма является питание гостей. Знакомясь с достопримечательностями города, экскурсанты одновременно хотят знать об особенностях национальной кухни. Гастрономия является значимым ресурсом территории, источником формирования ее идентичности.

Гастрономический туризм – это путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюдо или продукт [1].

Питание в туризме является важнейшей отраслью, которая оказывает существенное влияние на социальное и экономическое развитие страны. Важно поддержание и продвижение раз-

личных вариантов питания, что позволяет сохранить региональную идентичность территории и повысить ее туристскую привлекательность.

Актуальность выбранной темы работы обусловлена тем, что на сегодняшний день, гастрономия является значимым ресурсом территории, источником формирования ее идентичности и может оказывать существенное влияние на социальное и экономическое развитие страны.

Научная новизна заключается в исследовании перспектив развития гастрономического туризма в Приморском крае.

Цель статьи – выявить перспективы развития гастрономического туризма в Приморском крае. Цель достигается решением следующих задач: определение сущности гастрономического туризма, выявление особенностей и перспектив гастрономического туризма в Приморском крае.

Методы исследования, применяемые в данной статье: анализ.

Гастрономический туризм в мире приобретает большую популярность. Люди покупают специальные гастрономические туры с целью глубоко познакомиться с кухней какой-либо страны.

Цель гастрономических туров – насладиться особенностями национальной кухни той или иной страны. При этом данная цель не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или перепробовать бесчисленное количество кушаний. Важно насладиться местной рецептурой, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи. Еда приоткрывает тайну духа народа, помогает понять его менталитет [2, с.56].

Однако гастрономический тур как услуга – это нечто большее, чем просто путешествие, поскольку он является хорошо продуманным комплексом мероприятий для дегустации традиционных в определенной местности блюд, а также отдельных ингредиентов, не встречающихся больше нигде в мире, имеющих особый вкус.

Приморский край – один из самых необычайно богатых национальным колоритом регионов России, объединивший десятки народов и вобравший в себя всё разнообразие традиций гостеприимства, обычаев и неповторимость национальных кухонь.

Приморский край обладает свойственными только ему рекреационными, природными, культурными и этническими кулинарными ресурсами, что позволяет использовать морские биоресурсы и таежные дикоросы, которые встречаются исключительно на этих территориях.

Приморский край, это морской край, который славится своим разнообразием морепродуктов, необычными сладостями из агар-агара, уникальными конфетами «Птичье молоко», а также шоколадными плитками с добавлением морской соли и водорослей, который можно приобрести только в Приморском кондитере.

Уникальной чертой гастрономического туризма является то, что все страны и регионы имеют большой потенциал для его развития, так как в каждой стране существуют свои собственные традиции в приготовлении блюд, а так же просто уникальные продукты, блюда и напитки.

Из-за большой конкуренции в туризме, каждый регион или страна в целом стараются найти свой собственный особенный, уникальный продукт, который идентифицирует их от других, что увеличивает спрос на данный продукт.

Помимо ресторанов и предприятий по производству различных продуктов питания, большой вклад в развитие гастрономического туризма вносят фестивали гастрономической направленности.

Гастрономический фестиваль – это массовое мероприятие, которое включает в себя множество кулинарных мероприятий, а именно продажу, демонстрацию, дегустацию продуктов, напитков и готовых блюд. Местная кухня так же позволяет узнать кулинарные особенности народа, погрузиться в образ их жизни. Не удивительно, что количество туристов, стремящихся почувствовать разнообразие мира через его уникальные кулинарные традиции, стремительно растет.

Фестивали гастрономической направленности считаются одной из форм гастрономического туризма и представляют большую значимость в знакомстве туристов с национальными традициями, предоставляя вероятность ощутить настоящий образ жизни местных жителей в приятной атмосфере. В течение многочисленных веков гастрономия содержала в себе, не только кулинарный, но и социокультурный компонент [3, с.106-120].

Приморский туристско-информационный центр определил лучшие фестивали гастрономической направленности в Приморье в 2018 году. Это такие фестивали как:

- фестиваль зимней рыбы. Он посвящен последнему улову. Во время фестиваля в ресторанах и кафе Приморья разрабатывают специальное меню из зимней рыбы по одинаковой цене;

- «Масленичные гуляния» во Владивостоке. Этот фестиваль направлен на прощание с зимой, главным блюдом этого фестиваля являются блины с различными начинками. Во время фестиваля проходят народные игры, сожжение чучела и загадки на масленичную тему;

- «Фестиваль мидий» во Владивостоке и Находке, данный фестиваль носит тематику своего названия. Во время фестиваля гости могут продегустировать различные блюда из мидий, так же данный фестиваль называют «Мидийный пикник»;

- «Клубничная столица Приморья» в городе Спасск-Дальний. Помимо дегустации ягоды и десертов с клубникой, на фестивале проходит ряд мероприятий: конкурс на самый большой урожай, фотоконкурс «Я люблю клубнику» и т.д.;

- «На гребне», Владивосток. Это летний фестиваль гребешка на котором гребешок подавался прямиком из аквариума за определенную цену, ниже обычной;

- фольклорный праздник «Медовый Спас» в поселке Кавалерово. Данный фестиваль представляет собой ярмарку меда и сувениров народного промысла, все это сопровождается яркой анимационной программой;

- «Арбузы против кукурузы» в Шкотовском районе. Представляет собой праздник урожая, на котором главным мероприятием является боулинг арбузами и конкурс на скорость поедания арбузов и кукурузы. Данный фестиваль предлагает к дегустации арбузные фреши и коктейли, а также кукурузное мороженное;

- «Золотая пчела Приморья» в Лучегорске. Это фестиваль меда, на котором презентуются различные виды меда, а так же сладости с его участием. На данном фестивале проходят мастер-классы по созданию свечи и народной куклы;

- «Держи краба» фестиваль во Владивостоке и других приморских городах. Во время фестиваля камчатский краб продается по специальной цене, на фестивале гостям предлагают блюда исключительно из краба с различными оригинальными соусами;

- «Фестиваль тайги» во Владивостоке. На время проведения данного фестиваля рестораны и кафе разрабатывают специальное меню, в которое включены блюда из даров уссурийской тайги;

- «Лаваш», фестиваль уличной еды во Владивостоке. Все популярные кафе и рестораны во время фестиваля готовят известные блюда Владивостокского стритфуда. Также на фестивале рассказывают о появлении стритфуда в Приморье;

- «Попробуй Тоттори на вкус» во Владивостоке. Данный фестиваль посвящен японской еде, лучшие шеф-повара города на протяжении недели демонстрируют блюда с продуктами из Японии;

- «На улице Дальнего Востока», Владивосток, остров Русский. На данном фестивале шеф-повара с огромным опытом демонстрируют особенности своей кухни. К данному фестивалю были разработаны безалкогольные коктейли из шиповника и дикоросов. Так же на данном фестивале присутствует продукция «Приморского кондитера»;

- «Сагди дава. Большая рыба» во Владивостоке. Данный фестиваль представляет собой праздник малочисленных народов Приморья. На фестивале можно попробовать их национальную еду, посетить выставку предметов быта и их жилищ;

- «О, да! Еда!» во Владивостоке. Это самый крупный фестиваль в Приморье. Он проходит в течение двух дней. Для данного фестиваля разрабатывается уникальное фестивальное меню, так же можно посетить гастрономический театр, поучаствовать в мастер-классах и послушать лекции профессиональных шеф-поваров [4].

Несмотря на необычайно многогранную кухню, существуют факторы тормозящие формирование гастрономического туризма в Приморском крае, как отдельных в чистом виде туров. К указанным факторам, можно отнести:

- недостаточный опыт в организации гастрономических поездок у российских и местных туроператоров;

- отсутствие развитой инфраструктуры для посещения отдаленных уголков Приморского края;

- низкая информированность населения о гастрономических возможностях региона;

- отсутствие опыта у местных туристских операторов в организации гастрономических туров;

- высокие тарифные цены.

На сегодняшний день Приморский край открывает широкие возможности для развития гастрономического туризма. Регион имеет большие перспективы стать успешным гастрономическим продуктом.

В качестве рекомендации по развитию гастрономического туризма в Приморском крае можно предложить разработку гастрономических путеводителей, в которых будут указаны интересные гастрономические места региона.

Развивать гастрономический туризм в Приморском крае необходимо с помощью проведения различных мероприятий: гастрономических фестивалей национальной еды, ярмарок, выставок.

Так же, можно предложить создание сайта гастрономических услуг в Приморском крае и общей базы данных по гастрономическому туризму, которая будет содержать в себе всю необходимую информацию о гастрономических турах по Приморью, маршрутах и интересных объектах.

Для Приморского края важность гастрономического туризма является то, что он может стать важным ключом дополнительного, а иногда и основного дохода для населения в отдаленных и не особо развитых территориях края. Развитие гастрономического туризма внесёт существенный вклад в решение целого комплекса проблем Приморского края, положительно отразится на конкурентоспособности районов и будет способствовать обеспечению занятости населения. Реализация рекомендаций внесет значимый вклад в развитие гастрономического туризма в Приморском крае.

Перспективным направлением организации и развития гастрономического туризма на территории Приморского края с целью повышения интереса туристов к уникальным ресурсам, традиционной региональной кухне, отличающейся оригинальными блюдами из местных продуктов питания.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что развитие гастрономического туризма в различных его направлениях внесёт большой вклад в решение целого комплекса проблем Приморского края, а также положительно отразится на конкурентоспособности районов и будет способствовать обеспечению занятости населения.

1. Что такое гастрономический туризм [Электронный ресурс] // гастрономический туризм в России: официальный сайт. URL: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiy-turizm/chto-takoe-gastroturizm>

2. Буценко, Е.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме / Е.Д. Буценко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. Т. 33. С. 56-60. URL: <http://e-koncept.ru/2015/95396.htm>

3. Дедова, М.О. Гастрономические фестивали: виды, отличительные особенности и значение для брендинга туристской дестинации / М.О. Дедова // Научно-методический электронный журнал «Концепт» в 2016 г. 2016. № 7. С. 106–120.

4. Гастрономические события в Приморье в 2018 году [Электронный ресурс] // Официальный сайт администрации Приморского края. URL: <https://www.primorsky.ru/news/140297/>

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 336

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.Д. Малютина
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

Статья посвящена теоретическим вопросам, связанным с определением понятия «организационная культура предприятия» и анализом его содержания. При этом данная категория исследуется в условиях реальной жизни анализируются пути совершенствования системы общих ценностей, правил и норм поведения, принимаемых членами современных отечественных

предприятий социокультурного сервиса. Также в статье описывается влияние организационной культуры на формирование конкурентных преимуществ компании

Ключевые слова и словосочетания: *культура организации, социокультурный сервис, конкурентоспособность, развитие конкурентоспособных позиций, рынок социокультурных услуг*

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF ORGANIZATIONAL CULTURE ON IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE SERVICE ENTERPRISE

The article is devoted to theoretical issues related to the definition of the concept "organizational culture of the enterprise" and the analysis of its content. At the same time, this category is investigated in real life, the ways of improving the system of common values, rules and norms of behavior adopted by members of modern domestic enterprises of socio-cultural service are analyzed. The article also describes the influence of organizational culture on the formation of competitive advantages of the company.

Keywords: *culture of the organization, social and cultural service, competitiveness, development of competitive positions, market of social and cultural services*

Современная организация, действующая в условиях рынка должна быть максимально конкурентоспособна. Всё чаще фактором, влияющим на особенность конкурентоспособности, становится существующая и действующая организационная культура. В одних организациях она отличается стабильностью и постоянным развитием. В других приходится говорить только о её становлении.

Для любой организации должны быть сложены те качественные условия, опираясь на которые, организация будет достигать своей цели, решать поставленные задачи. Одной из предпосылок достижения такой цели может стать чётко выстроенная и явно направленная организационная культура. Для организации сервиса развитие такой культуры должно стать не просто обязательным процессом, а ориентиром на результат. Именно вышеназванные факторы и обусловили актуальность данной статьи.

Цель данной статьи- определить оценку влияния организационной культуры на повышение конкурентоспособности сервисного предприятия.

Объект исследования – факторы повышения конкурентоспособности.

Предмет исследования – факторы повышения конкурентоспособности сервисного предприятия.

Исходя из цели, определим задачи исследования:

- рассмотреть факторы повышения конкурентоспособности сервисного предприятия;
- предопределить роль организационной культуры в процессе повышения конкурентоспособности сервисного предприятия.

Методы, используемые при написании данной статьи: анализ и научное познание.

Современные организации сервиса ведут свою хозяйственную деятельность в очень жёстких условиях и это не только условия естественной внешней среды, но и влияние рыночных и конкурентных требований.

Чтобы удержать свои конкурентные позиции организация должна не только грамотно планировать свою стратегию, но и обращать повышенное внимание на составляющие своего существования. Грамотный менеджмент современных организаций социокультурного сервиса должен сводиться не только к антикризисным механизмам управлению и получению планируемой прибыли и занятию конкурентных позиций, менеджмент должен затрагивать и организационную культуру тоже.

Такие положительные тенденции, к огромному сожалению, совершенно не свойственны для отечественного бизнеса. А причина здесь в том, что владельцы предприятий вовсе не считают такое явление как организационная культура обязательным не только для развития, но и для внедрения. Именно отсутствие организационной культуры и отбрасывает современные организации далеко назад от западных коллег по бизнесу.

Начнём исследование с того, что организации социокультурного сервиса – это особенная организация, по специфике своей чётко отличная от других форм ведения хозяйственной деятельности. Именно для организаций такого типа характерны качественные отличительные осо-

бенности в вопросах разграничения компетенций и наделения функциональных обязанностей, а так же занятия позиции конкурентоспособности. Для организации данного сегмента характерна очень чёткая иерархия и наличие системы скоординированного подчинения [1, с.33].

В организациях сервиса выделяют отдельные, особенные подразделения, за которыми закреплены профильные специалисты, несущие только свои, чётко выделенные функции. Как залог успеха управления такой организацией выступает не смешение компетентностных составляющих и явно выраженные административные внутренние функции. Стоит понимать, что чем жёстче соблюдается данное правило, тем выше уровень оказания или предоставления услуг и тем выше конкурентоспособность предприятия.

Для предприятий социально-культурного сервиса характерна так называемая звеньевая структура управления (гостиница, отель, гостевой дом). Такая система удобна именно с той точки зрения, что все звенья не только находятся в прямой зависимости, но и чётко подчинены. К примеру, администратор более высокого уровня менеджмента должен довести управленческое решение до нижестоящего персонала [2, с.4].

Процессы конкурентоспособности предоставления сервисных продуктов определяются и особенностями компаний, которые эти продукты продают и представляют. Причём это подкреплено ещё и теми обстоятельствами, что вне зависимости от величины предприятия социокультурного сервиса на выходе всё равно получается одноимённый продукт. Опять же, относительно не крупные компании могут представлять на рынке достаточно востребованные и качественные сервисные услуги [3, с.22].

Ранее в тексте было указано то, что в сфере социокультурного сервиса могут быть представлены абсолютно разноимённые конкурентоспособные предприятия, но организационная структура и особенности управления будут свойственны и однообразны для каждого из субъектов социокультурного бизнеса.

В случае если компания социокультурной направленности примет решение о разрастании в контексте повышения конкурентоспособности это возможно благодаря увеличению структурных подразделений и росту предоставляемых услуг. Помочь в этом могут либо инвесторы, либо все возможные старт-ап проекты.

Исследуя компанию социокультурного сервиса, как объект управления, необходимо понимать, что форма собственности может быть абсолютно любая, но предприятие будет не только активным субъектом рынка, но и потенциально интересным инвестиционным моментом [4, с.7].

Кадровая политика строится по следующим конкурентоспособным направлениям:

- сохранение основного состава квалифицированных рабочих;
- привлечение квалифицированных специалистов;
- привлечение и подготовка молодых кадров.

Так менеджмент организации социокультурного сервиса несёт на себе ещё черты того, что подразделениям могут быть даны полномочия управлять ресурсами в том формате, который удобен и применим на том или ином этапе. Следовательно, если подразделение ориентировано на результат, то вполне могут быть внедрены административные указания именно внутри отдельного подразделения [5, с.54]

Процедура становления и формирования организационной культуры предприятия социокультурного сервиса отличается, прежде всего, тем, что в первую очередь устанавливается тесная связь между сотрудниками предприятия, ведётся поиск оптимальных путей сотрудничества. Именно на этой ступени организационная культура зарождает и формирует новые установки, внедряет поведенческие модели, устанавливает правила поведения, которые способны повлиять на конкурентоспособность предприятия как в позитивном, так и в негативном ключе [6, с.7].

Организации социокультурного сервиса, как и любое развивающееся конкурентоспособное предприятие, владеет рядом ресурсов, собственником которых оно выступает. Чаще всего это так называемые материальные ресурсы. Их тоже должны касаться механизмы менеджмента организации. Так как управление ресурсами является обязательным видом распределения экономического потенциала компании.

Рассмотрим возможность влияния организационной культуры на конкурентоспособность предприятия социокультурного сервиса на примере ~~конкретно взятой~~ ООО «Эстер». Для организационной культуры предприятия социокультурного сервиса ООО «Эстер» характерны следующие черты: сотрудники ООО «Эстер» понимают, что клиента можно привлечь и оставить в

числе постоянных только повышенным вниманием, вежливостью и соблюдением нормам гостевого этикета и в своем поведении демонстрируют вежливость по отношению к посетителям, особое внимание уделяя корректному поведению и такту; персонал.

Управление в ООО «Эстер» представляет собой чётко скоординированную деятельность, которая направлена на распределение по разным уровням принятия и реализации управленческих решений. Так же механизмы менеджмента в ООО «Эстер» завязаны и на внутренние процессы хозяйственного ведения. Очень чётко координируется процедура управления конкурентными преимуществами организации ООО «Эстер»:

- маркетинговым потенциалом,
- рыночным потенциалом,
- инновационным потенциалом,
- творческим потенциалом,
- ресурсным потенциалом.

Конкурентные преимущества – это ключевые сильные стороны компании, позиционирующие ее на рынке. Большинство основных конкурентных преимуществ являются характеристиками предприятия, с помощью которых оно заявляет о себе клиентам и которые делают предприятие и его продукцию уникальными.

Так у персонала ООО «Эстер» стараются развить инновационное и креативное мышление, которое направлено, прежде всего, на понимание, поддержание и развитие существующей организационной культуры. Так как, именно последняя указывает на идентичность персонала организации.

Примером правильной и чётко выверенной организационной культуры является поведение персонала ООО «Эстер» при встрече гостя на жилых этажах. Персонал проявляет необходимую готовность отреагировать на любую просьбу и пожелание гостя об услуги. Такое поведение продиктовано действующим типом организационной культуры.

Тем не менее, у исследуемой базы отдыха можно выделить следующие слабые стороны в стратегии конкурентоспособности:

- появление новых конкурентов и высокий уровень цен ухудшит конкурентную позицию;
- непродуманность рекламной кампании снизит спрос;
- изменения в предпочтениях потребителей повлияет на прибыль базы отдыха;
- потребность в обновлении некоторых объектов;
- неудовлетворительное владение обслуживающим персоналом иностранными языками;
- значительная нагрузка на одного специалиста;
- влияние фактора сезонности на прибыль.

Для решения проблем необходимо:

- учитывать пожелания клиентов и прогнозировать развитие рынка, иначе не избежать финансовых и экономических проблем;
- расширить ассортимент услуг для разных категорий потребителей;
- привлечь новых партнеров, а также квалифицированных специалистов;
- выйти на новые рынки путем расширения спектра предоставляемых услуг;
- внедрять инновации в области технологии предоставления услуг, привлекая новых клиентов.

Исследование показывает, что факторы конкурентоспособности именно для организации социокультурного сервиса тесно связаны с организационной культурой.

От качества обслуживания гостя зависит не только удовлетворение его потребностей в размещении, питании, но и конкурентоспособность самой организации. Стилевое единство высокого уровня обслуживания гостей распространяется на весь персонал контактной зоны приводимой в пример организации ООО «Эстер».

Главный потенциал организационной культуры ООО «Эстер» заключен в кадрах. Без нужных квалифицированных работников ни одна организация не может достичь целей и выжить в конкурентной борьбе.

1. Бойко, В.В. Социально-психологический климат коллектива и личность / В.В. Бойко, А.Г. Ковалёв, В.И. Панфёров. М.: Мысль, 2014. 207 с.

2. Научно-техническая революция и социальная психология: Материалы междугородней конференции / отв. ред. Б.Д. Парыгин. М.: Наука, 2014. 159 с.

3. Волков, И.П. Руководитель о человеческом факторе: Социально-психологический фактор / И.П. Волков. М.: Крона, 2014. 222 с.
4. Гришина, Н.В. Я и другие: общение в трудовом коллективе/ Н.В. Гришина. М.: Знак, 2015. 174 с.
5. Донцов, А.И. Психология коллектива / А.И. Донцов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2015. 208 с.
6. Авдулова, Т.Л. Психология менеджмента / Т.Л. Авдулова. М.: Изд-ий Центр Академия, 2015. 256 с.

Рубрика: Туризм

УДК :338

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ МОЛОДЁЖНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

А.Э. Мардоян
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье представлен обзор видов организации молодёжного туризма в Приморском крае. Приведены ресурсы природного потенциала и инфраструктуры края. Рассмотрены направления молодёжного туризма, которые наиболее развиты в Приморском крае. Также, были выявлены самые перспективные районы для развития туризма в целом.

Ключевые слова и словосочетания: туризм, молодёжный туризм, экстремальный туризм, активный отдых, Приморский край.

EXPERIENCE IN ORGANIZING YOUTH TOURISM IN PRIMORSKY KRAI

The article presents an analysis of the organization of youth tourism in Primorsky Krai. A study of the natural potential and infrastructure of the region. The directions of youth tourism, which are most developed in the Primorsky Territory, are considered. Also, the most promising areas for the development of tourism in general were identified..

Keywords: tourism, youth tourism, extreme tourism, active recreation, Primorsky Krai

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в Приморском крае молодёжный туризм находится только на начальной стадии развития, но который будет способствовать повышению занятости населения, его оздоровлению и повышению культурного и образовательного уровня молодых людей.

Научная новизна работы заключается в обзоре теоретического и практического опыта организации молодёжного туризма в Приморском крае.

Цель исследования – изучить опыт организации молодёжного туризма в Приморском крае. Цель достигается решением следующих задач: дать определение понятию «молодёжный туризм», изучить основные виды его организации, направления и перспективы развития в Приморском крае.

Методы исследования, применяемые в работе: анализ практического и теоретического материала.

Молодёжный туризм – это вид туристической деятельности, направленный на социализацию и социальную адаптацию молодёжи в современном обществе при подготовке туристических маршрутов и в процессе их проведения [1, с. 7].

Молодёжный туризм отличается от других видов туризма, прежде всего интересом к активному отдыху. Молодёжь всегда стремится быть самостоятельной и подвижной

В Приморском крае молодёжный туризм является сектором для возможного развития региональной экономики. И на данный момент поставлена задача формирования инфраструктуры туризма, которая будет соответствовать мировым стандартам.

Приморский край – один из самых интересных регионов на Дальнем Востоке, который обладает огромным туристским потенциалом. Край расположен на самом юге Дальнего Востока, в юго-восточной части Российской Федерации. Природа Приморья – это уникальное сочетание высокогорий и низин, рек, озёр и морских пляжей, потрясающих водопадов и таинственных карстовых пещер. Морское побережье Приморья располагает множеством морских бухт, заливов, островов, гротов и кекуров. Именно в Приморском крае находится единственный в мире Морской заповедник с уникальными морскими обитателями и нетронутой природой.

Богатое природное разнообразие и нетронутая цивилизация являются главными факторами для развития молодёжного туризма. По сравнению с другими регионами Российской Федерации Приморский край обладает уникальными природными ресурсами, которые служат условием для развития туризма в целом.

Благодаря природным возможностям, всё большую популярность набирает экстремальный отдых:

- сёрфинг;
- парашютизм;
- парапланеризм;
- дайвинг;
- каякинг;
- сноуборд;
- горные лыжи;
- конный спорт;
- спелеотуризм.

Сёрфинг – это катание по волнам на серфборде, который представляет собой специальную доску, изготовленную из определенного материала.

Заниматься сёрфингом во Владивостоке можно как на островах, так и в черте города. Единственная проблема заключается в том, что приходится долгое время ожидать большие волны. Об их появлении можно узнать максимум за неделю. И не факт, что прогноз сбудется. Но дождавшись, волны могут быть подобны океаническим. Некоторых туристов привлекает этот «ритуал» ожидания. Им нравится следить за погодой и прогнозом. И когда волна приходит, она воспринимается как «трофей».

Качество волн в Приморье, по словам профессиональных сёрферов, не уступает мировым стандартам. Им соответствует шейп (форма волны), гладкость стенки, правильные точки старта, красота подачи. Волны приходят под разные направления: и правые, и левые. Форм дна в черте Владивостока достаточно, чтобы найти волну по навыкам и желанию [2].

Популярные места для сёрфинга в городе Владивосток:

- городской пляж Патрокл (бухта Соболев);
- песчаный пляж Шамора (бухта Лазурная);
- островные пляжи в бухтах Алехтишева и Чернышёва.

Также в Приморье можно отправиться за волнами в Находку – это портовый город в 170 километрах от Владивостока. Катаются здесь в живописной бухте Триозёрье, с белым песком, прозрачной голубой водой, и в бухте Шепалово. Но надо быть готовым к тому, что в августе на этих пляжах отдыхает множество туристов со всего Дальнего Востока, и пляж заставлен палатками. Отличные волны приходят в бухту Зеркальная Кавалеровского района и на небольшой пляж близ посёлка Зарубино Хасанского района [2].

Для желающих увидеть самые красивые места и покататься на лучших волнах края, можно отправиться в сёрф-тур по краю. Стоимость таких туров зависит от конкретных целей и времени путешествия.

Особую популярность в Приморье приобрёл такой вид экстремального отдыха, как парашютизм.

Профессиональные скайдайверы имеют парашютную книжку и лицензию — они позволяют прыгать с любой высоты и разных летательных аппаратов. Чтобы получить лицензию на прыжки с любой высоты и разных летательных аппаратов, нужно пройти специальный курс обучения. В Приморье преподают одну из методик, классическую. В крае есть два аэроклуба – АТСК «Арсеньев» и «Пятый океан» в Шкотовском районе, однако первый временно не работает из-за переезда [3].

Пройти полное обучение можно только в Арсеневе. Обучение включает в себя изучение теории и сдачу экзаменов. И только после сдачи экзаменов на «отлично», ребят допускают в

небо. Большой популярностью во всём мире пользуется курс обучения свободному падению AFF. Курс состоит из восьми прыжков, где парашютисты в небе выполняют различные задания.

Парапланеризм (параглайдинг) – вид спорта, в котором состязания проводят с использованием параплана (сверхлегкого (5-7 кг) безмоторного летательного аппарата). Параплан представляет собой крыло из воздухонепроницаемой ткани (скайтекса, гелвенора и т.д.), состоящее из двух оболочек, между которыми натянуты специальные перегородки (невюры), снабженные отверстиями для более равномерного распределения воздуха внутри летательного аппарата.

Сезон полетов приморские парапланеристы открывают на майские праздники. Самой популярной точкой стала бухта Табунная в Хасанском районе Приморья.

Бухта Табунная – место массового паломничества туристов в летние месяцы, однако парапланеристы приезжают сюда и весной. Дело в том, что рельеф бухты, позволяет проводить удачные полеты под крылом. Бухта расположена на западном побережье залива Петра Великого, близ поселка Безверхово, на полуострове Янковского [4].

Ещё одним захватывающим видом экстремального туризма является дайвинг (под-водное погружение, ныряние). Японское море, которое славится своим многообразием богатством морской флоры и фауны, представляет собой настоящую находку, для развития этого вида туризма.

Сезон дайвинга обычно совпадает с датами открытия и закрытия морской навигации для маломерных судов, с мая по ноябрь. Но для многих сезон продолжается круглый год.

Рельеф и глубины залива Петра Великого идеально подходят для погружений, как новичков, так и опытных «водолазов». Дайвинг во Владивостоке можно разделить на две категории: погружения с берега и погружения с катера. Любители располагают массой мест для погружений. А с тех пор, как появился мост на о. Русский, этих мест стало еще больше. Основными местами для погружений с берега являются Токаревская кошка, бухта Новик и мыс Вятлина на Русском острове. Занимаясь погружениями с берега нельзя забывать о безопасности, тем более в зоне активного судоходства. По правилам, необходимо совершать погружения только с напарником, а на берегу обязательно должен быть еще один человек [5].

Некоторые дайверы предпочитают погружения с катера. Такие погружения позволяют вдоволь насладиться красотами моря и их таинственными обитателями. Для погружений с катера доступны все острова и бухты архипелага Императрицы Евгении (за исключением тех, в которых плавание запрещено).

Самые излюбленные места для дайвинга в Приморском крае:

- Остров Шкота;
- Остров Карамзина;
- Камень Льва;
- Остров Верховского.

Каякинг – вид активного судна с использованием лодки, которая называется каяк. Несмотря на свою многолетнюю историю во Владивосток этот вид туризма пришёл недавно.

Акватория вблизи Владивостока отлично подходит для морского каякинга. Изрезанная береговая линия, спокойное и теплое море, богатый животный мир. Морские ежи, звезды, актинии, различные виды крабов, птиц, рыб. На близлежащих островах находятся лежбища тюлений-ларг. Весной и осенью в залив Петра Великого приходят киты, и встретить их можно в городской черте. Каяк позволяет двигаться по самой кромке воды, а его тихий ход не спугнет даже самых осторожных обитателей [6].

Основные места для занятия каякингом:

- побережье острова Русского;
- архипелаг Императрицы Евгении.

Также в Приморье стремительно развивается горнолыжный отдых и сноубординг. Сноубординг – спуск по снегу с горных склонов на специально оборудованной доске. Это более агрессивный, активный и экстремальный вид, нежели горные лыжи.

Основные зоны катания на горных лыжах и сноубордах:

- Центр отдыха Комета (Владивосток);
- Горнолыжная база Arsgora (Арсеньев);
- Снежная Горнолыжная База (Шкотовский район);
- Медвежья Долина (Светлогорье).

Также в Приморье начинает проявлять себя такой вид туризма, как конный спорт. Низкая заселённость и нетронутая природа являются главными факторами его развития. Это очень молодой и ещё не освоенный для жителей края вид туризма. Развитие конного спорта превратит

некоторые недостатки края в достоинства. Такой вид отдыха относится к экологи-ческому туризму и его никак нельзя отнести к массовым видам туризма. Конный туризм является очень перспективным, но еще перспективен туризм, связанный с индустрией развлечений, взаимодействующих с конным спортом.

Если сравнивать преимущества развития конного туризма в Приморском крае с другими регионами и соседними странами АТР, то у Приморского края значительно больше шансов. Такие страны как Корея, Китай, Япония не могут себе позволить содержание пастбищ для выращивания таких крупных животных, каждый клочок земли на учете.

Сегодня, житель Приморского края, даже со средним достатком, может позволить себе не только увлечение конным спортом, но и содержание собственной лошади. Но специалисты советуют сначала научиться ездить верхом, а потом уже приобретать собственную лошадь.

Центром развития конного туризма является город Владивосток. На сегодняшний день в Приморском крае имеются все возможности для развития конного туризма.

Нельзя не отметить тот факт, что в Приморье развивается такой вид туризма как спелеотуризм. Спелеотуризм – разновидность спортивного туризма, смысл заключается в путешествиях по естественным подземным пещерам и преодолением в них различных препятствий (сифоны, колодцы) с использованием различного специального снаряжения (акваланги, карабины, верёвки, крючья, индивидуальные страховочные системы и пр.)

В Приморском крае существует множество районов, которые являются привлекательными для спелеотуризма. Необычайная красота местной флоры и фауны сочетается с изобилием пригодных для спелеотуризма пещер. Во многих районах уже осуществляются экскурсии и маршруты.

Основные районы развития спелеотуризма:

– пещера Кабарга, расположенная в известковом массиве горы Константинополь, на правом борту реки Левая Муладза (Алексеевка);

– пещера Бездонная находится в 4 километрах поселка Новицкое, по правому борту пади Прямой;

– пещера Летучая мышь находится на правом берегу реки Сучан 11 километрах южнее города Партизанск;

– пещера Маленькая находится на седловине хребтика, который отделяет карстовую котловину от западного склона;

– пещера Блинец находится на окончании восточного отрога хребта Чандалаз;

– пещера Дальняя находится в южной части хребта, в верхней части восточного склона;

– пещера Нежная;

– пещера – Понор Ледяная Малютк находится в районе посёлка Дальнегорск, и многие другие пещеры.

Таким образом, проведя обзор по видам организации молодёжного туризма в Приморском крае, можно прийти к выводу, что в крае есть ресурсы и прочие факторы, дальнейшего его развития. На данный момент, ускоренными темпам развивается такой подвид молодёжного туризма, как экстремальный туризм.

1. Каменец, А.В., Организация социально-культурной деятельности, Молодёжный туризм. / А.В. Каменец. М.: Издательство Юрайт. 2018. 162 с.

2. Новости Дальнего Востока. 2015.- [Электронный ресурс] // Официальный сайт г. Владивосток. URL: <https://dv.land/spec/na-volne>

3. Приморская газета. [Электронный ресурс] // Официальная Приморская газета. URL: <http://primgazeta.ru/news/parachuting-in-primorye-how-not-to-be-scared-the-first-jump-and-keep-control-of-the-skies>

4. Бардеева, А. Приморский параплан. Туристический портал «Квакша». [Электронный ресурс] / А. Бардеева // Официальный туристический портал «Квакша». URL: <http://www.treefrog.ru/loveyourcountry/item/92-paraplan-primorye>

5. Кондратюк, А. Сокровища Японского моря: дайвинг в Приморье. [Электронный ресурс] / А. Кондратюк // Интернет-журнал «Yourlife.pro». URL: <https://yourlife.pro/сокровища-японского-моря-дайвинг-в-пр/>

6. Терентьев, А. Морской каякинг/ А. Терентьев [Электронный ресурс] // НКО «Тихоокеанский туристический союз». URL: <http://vladivostok.travel/todo/sea-kayaking/>

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ВОДНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Н.В. Медведева

бакалавр

Л.Л. Руденко

канд. техн. наук, доцент

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье представлены особенности организации водного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Рассмотрены виды подготовки лиц с ограниченными возможностями здоровья, этапы подготовки водного туристского маршрута, особенности организации сплава по реке и морской акватории, дайвинга, особенности адаптивной физической культуры для детей с расстройством аутистического спектра, проблемы в организации адаптивного туризма.

Ключевые слова и словосочетания: *водный туризм, лица с ограниченными возможностями здоровья, адаптивный туризм, адаптивная физическая культура, сплав по реке, морской туризм.*

FEATURES OF ORGANIZE OF WATER TOURISM FOR PEOPLE WITH DISABILITIES

The article presents a feature of organize of water tourism for people with disabilities. The article presents the types of training people with disabilities, the preparation stages of the water tourist route, especially the organization of river rafting and the sea, diving, especially adaptive physical culture for children with autism spectrum disorder, problems in the organization of adaptive tourism.

Keywords: *water tourism, people with disabilities, adaptive tourism, adaptive physical culture, river rafting, sea tourism.*

Туризм для лиц с ограниченными возможностями здоровья (адаптивный туризм) – это социально значимое направление в туризме. Организация подобных мероприятий должна осуществляться с учетом определенных требований для комфортного и безопасного отдыха, что включает не только адаптированные маршруты и оборудование, но и специфику работы с людьми с различными группами ограничения здоровья.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что разработка туристских маршрутов для лиц с ограниченными возможностями здоровья имеет свои специфические особенности, которые необходимо учитывать и применять.

Научная новизна заключается в изучении особенностей организации водного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья, участия в разных видах туристских мероприятий.

Цель статьи – раскрыть особенности организации водного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья в разных видах водного туризма.

Цель достигается решением следующих задач: рассмотрение видов подготовки туристов перед проведением туристского мероприятия, этапов подготовки к проведению водного маршрута, особенностей организации адаптивного подводного плавания, выявлении проблем, стоящих перед организацией и развитием адаптивного туризма.

Методы исследования, применяемые в данной статье: аналитический обзор практического и теоретического опыта.

Адаптивный туризм может быть направлен на создание оптимальных условий для самореализации лиц с ограниченными возможностями здоровья в социальной среде. Включенность в социум способствует повышению работоспособности, расширению кругозора и самопознанию [1, С. 26].

В целях социальной адаптации и физической реабилитации одним из направлений устранения ограничений жизнедеятельности являются реабилитация и адаптивная физическая культура и спорт [2].

Подготовка туристов с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) подразделяется на несколько видов:

- физическая (тренировки и специальные упражнения);
- теоретическая (получение необходимой информации);
- техническая (отработка и закрепление навыков);
- тактическая (изучение способов организации передвижения по маршруту);
- психологическая;
- специальная (подготовка волонтеров) [3].

Такая подготовка требует времени, но при этом приобретаются навыки и знания, необходимые для успешного проведения туристского мероприятия.

Необходимо учитывать, что вид туризма должен подбираться в зависимости от нарушенных функций и быть безопасным. Большое значение имеет взаимоотношение с другими людьми для преодоления социальных барьеров.

Водный туризм включает в себя много видов, и каждый из них можно адаптировать под человека с определённым видом ограничения организма. Этот вид туризма разнообразен. Это и водноспортивный туризм, представляющий собой разновидность спортивного туризма, экстремальный туризм – путешествия, связанные с риском для жизни и здоровья туристов-участников, активный отдых – предполагает физическую активность туристов, не вызывающую утомления, является кратковременным. Активный отдых на воде может быть как самостоятельным видом отдыха, так и входить в состав водных туров.

Водные виды адаптивной физической культуры включают:

- активность на поверхности воды;
- непосредственно в воде;
- под водой.

Большое количество адаптивной рекреации подразумевает использование приспособлений и средств на поверхности воды, например, прогулки на яхтах, парусной доске, байдарках, каяках и др. [4]. Одним из наиболее привлекательных направлений для лиц с ОВЗ является подводное плавание. Это способствует восстановлению и приобретению новых физических возможностей [5].

При организации адаптивного водного маршрута для лиц с ОВЗ необходимо придерживаться плана, представленного в табл. 1.

Таблица 1

Этапы организации адаптивного водного маршрута для лиц с ОВЗ

№ п/п	Перечень этапов	Основные инструкции
1	разработать маршрут;	- составление территории по маршруту, описание маршрута, график движения, карты-схемы, справочные материалы по маршруту;
2	привлечь специалистов; (инструкторов, медработников), волонтеров;	- сопровождение и оказание помощи на маршруте;
3	приобрести спортивно-туристский инвентарь;	- сплавсредства, туристский инвентарь и снаряжение;
4	закупить или специализированное оборудование;	- установить в сплавсредства специальные удерживающие кресла и крепления для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата;
5	подготовить маршрут;	- адаптировать маршрут для лиц с ОВЗ;
6	произвести обкатку готового маршрута;	- пробная обкатка маршрута без пассажиров, внесение изменений в схему маршрута;
7	организовать доставку участников к месту начала сплава;	- доставка участников осуществляется на автотранспорте (автобусы, личные автомобили);
8	подготовка к сплаву;	- провести инструктаж, оказать помощь с личным снаряжением и посадкой в сплавсредство;
9	проведение сплава;	- во время сплава организовать питание, медицинское сопровождение, безопасность, досуговые мероприятия;
10	организовать доставку участников обратно	- доставка участников к месту жительства (сбора)

Данная технология организации туристского маршрута применима к различным сплавам (рафты, каяки, байдарки и др.).

Очень важную роль в организации похода или сплава для людей с ОВЗ играет специальное оборудование. Для того, чтобы у инвалидов-колясочников во время водного похода была возможность купаться, применяется специальный водный трап. Для того, чтобы пересадить человека с коляски на катамаран и обратно используется переносной подъемник. Для лиц со значительными нарушениями опорно-двигательного аппарата и центральной нервной системы есть специальные спасательные жилеты, которые обеспечивают переворот на спину из любого положения [6].

Организация сплава по реке или по морским акваториям для людей с ОВЗ имеет свою специфику, что значительно усложняет процесс проведения данного мероприятия. Обычно такие сплавы организуются самостоятельными туристами, общественными организациями. Туристские группы формируются таким образом, чтобы в ней присутствовали как люди с ОВЗ, так и обычные взрослые или дети. Такой подход способствует эффективной интеграции людей с ОВЗ в общество, помогает расширить круг общения, найти новых друзей, обрести уверенность в себе и собственных возможностях.

Сплав по морской акватории – это возможность людей с инвалидностью путешествовать, социально адаптироваться, получать положительные эмоции, а также улучшить самочувствие, так как морской сплав является одним из видов туристской рекреации. Адаптивный морской туризм достаточно развит за рубежом. В европейских странах осуществляют свою деятельность туроператоры, специализирующиеся на турах для лиц с ОВЗ. Самые популярные направления: парусный спорт и яхтинг, подводное плавание, а также вейкбординг и серфинг для людей с нарушением опорно-двигательного аппарата. Реализуются программы, фестивали для лиц с ОВЗ, работают школы яхтинга, где участники учатся управлять судном и повышать навыки общения в команде.

Если рассматривать дайвинг для людей с ОВЗ, то можно сказать, что занятия подводным плаванием позволяют расширить кругозор, способствуют их социальной интеграции и физической реабилитации. Происходит восстановление нормальных функций организма и трудоспособности.

Организация подводного плавания для лиц с ОВЗ включает в себя следующие этапы:

- ознакомление с основами теории подводного плавания для людей с ОВЗ;
- адаптация инвалидов (с распределением по возрастным группам) к водному пространству в закрытом водоеме (бассейне);
- практические занятия в закрытом и открытом водоемах;
- создание маршрутов с практическими подводными погружениями;
- разработка и создание мобильных конструкций для оборудования пляжей и подходов к воде;
- привлечение инвалидов для погружений, а также организация подводных туров [7].

Дайвинг для людей со слабым или полностью утраченным зрением тоже не помеха. Специфика погружения незрячих заключается в необходимости напарника все время держать инвалида за руку и общаться с ним при помощи набора специфических движений и пожатий, т.к. если обычные дайверы обмениваются знаками, то человек с ослабленным зрением или незрячий их не увидит [8].

SUP-серфинг можно также рассматривать как вид двигательной водной активности для детей и взрослых с ОВЗ. Принять участие в сплаве на доске могут и люди с нарушением опорно-двигательного аппарата, тогда на доску прикрепляется удерживающее кресло.

Адаптированная к особенностям детей с расстройством аутистического спектра физическая культура очень важна, так как двигательная активность стимулирует физическое и моторное развитие, являясь средством социальной адаптации.

Специфика работы с аутичными детьми представлена в табл. 2.

Таблица 2

Особенности организации туризма с аутичными детьми

Сложно регулировать произвольные двигательные реакции, поэтому адаптивная физическая культура направлена на:	Основными проблемами в организации водного адаптивного туризма являются:
- развитие способности подражать;	- неразвитость инфраструктуры;
- заинтересованность в выполнении задач;	- непроработанная законодательная база, слабая поддержка государства
- выработка навыков произвольных двигательных реакций;	- отсутствие специального оборудования и снаряжения;
- улучшение коммуникативных способностей и взаимодействие в коллективе	- нехватка специализированных кадров по работе с людьми с ОВЗ

Плохо проработанная законодательная база или ее отсутствие в области туризма для лиц с ОВЗ становится одной из главных проблем осуществления и развития адаптивного водного туризма. Необходима адаптация объектов инфраструктуры, транспорта для маломобильных групп населения, финансирование таких социальных проектов. Во время каждого туристского мероприятия группы должны сопровождать опытные инструкторы и медицинские работники. Инструкторов необходимо предварительно подготовить к работе с людьми, имеющими различную степень инвалидности. Также необходима помощь волонтеров для сопровождения взрослых и детей с ОВЗ.

В заключении, можно сделать вывод, что организация адаптивного водного туризма возможна на любом сплаве для человека с любым видом ограничения функций организма. Даже подводное плавание – не помеха, а даже является полезными физическими нагрузками. В каждом виде водного туризма свои особенности организации туристского мероприятия для лиц с ОВЗ, но есть общие черты. Сопровождать детей и взрослых с ОВЗ во время сплавов должны только опытные инструкторы, обученные и имеющие опыт проведения и участия в подобных мероприятиях. Необходимо наличие специализированного снаряжения для лиц с ОВЗ, которое поможет сделать участие детей и взрослых с инвалидностью наиболее безопасным и комфортным для них самих.

1. Абдурасулов, Д.А. Возможности внутреннего туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья / Д.А. Абдурасулов // Сервис plus. 2013. №3. С. 23–28.
2. О физической культуре и спорте в Российской Федерации: федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 27.12.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/.
3. Туризм в системе реабилитации и социальной интеграции пожилых и людей с ограниченными возможностями [Электронный ресурс]. URL: http://www.invalife.ru/_ld/1/135_turizm_v_sistem.pdf.
4. Водные виды адаптивной двигательной рекреации [Электронный ресурс]. URL: <https://ppt-online.org/205847>.
5. Программа спортивной подготовки по виду спорта «Адаптивное подводное плавание» [Электронный ресурс]. URL: http://www.csi-ugra.ru/upload/iblock/dce/dayving_poda.pdf.
6. Программа «Мир открытый для всех» [Электронный ресурс]. URL: <http://sonko.ru/praktiks/6272>.
7. Дайвинг для инвалидов [Электронный ресурс]. URL: <https://divevmf.ru/diving/dajving-dlya-invalidov>.
8. Зачем незрячему дайвинг [Электронный ресурс]. URL: <http://aqua-globus.ru/inklyuzivnyj-dajving/zachem-nezryachemu-dajving.html>.
9. Некоторые аспекты работы с детьми, страдающими аутизмом [Электронный ресурс]. URL: http://mgo-voi.ru/files/aspekty_raboty.pdf.

Рубрика: Рекреация и туризм

УДК 640.438

КЕЙТЕРИНГОВЫЕ УСЛУГИ Г. ВЛАДИВОСТОКА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТРЕБНОСТИ РЫНКА

В.С. Мироненко
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Актуальность выбранной темы заключается в том, что на современном рынке услуг общественного питания кейтеринговое обслуживание является одним из перспективных направлений развития ресторанного бизнеса, так как сочетание стационарного и выездного обслуживания способствует повышению рентабельности предприятия питания.

Ключевые слова и словосочетания: кейтеринг, выездное обслуживание, общественное питание, организация кейтеринга, сервис.

CATERING SERVICES IN VLADIVOSTOK: CURRENT STATUS AND MARKET NEEDS

The relevance of the chosen topic is that catering service is one of the perspective industry of the restaurant business in the modern market of catering services, as the combination of stationary and field service contributes to the profitability of the food company.

Keywords: catering, field service, catering organization, service.

Цель данной работы – анализ рынка кейтеринговых услуг в г. Владивостоке.

В соответствии с поставленной целью необходимо выполнить следующие задачи:

- дать определение кейтерингу;
- рассмотреть мировой и отечественный опыт в организации кейтеринговых услуг;
- изучить рынок г. Владивостока, выявить компании, предоставляющие услуги кейтеринга;
- проанализировать организацию кейтеринга владивостокскими компаниями;
- выявить проблемы развития данного вида услуг на рынке г. Владивостока.

В ходе работы были использованы научные методы: сбор информации, анализ литературы и интернет ресурсов, систематизация информации.

Сфера общественного питания является одной из наиболее важных отраслей на рынке услуг. Предприятия общественного питания осуществляют производство и реализацию пищевой продукции, а также организацию ее потребления. На сегодняшний день рынок общественного питания достаточно насыщен и характеризуется высокими темпами развития. Ресторанный бизнес, как составляющая общественного питания, является одним из наиболее перспективных направлений развития экономики.

Одним из направлений ресторанного бизнеса как сферы обслуживания различных слоев населения выступает кейтеринг. Кейтеринг представляет относительно новое направление в сфере обслуживания.

Термин «кейтеринг» пришёл из английского языка и происходит от слова cater, что значит «поставлять провизию». А само слово «catering» в переводе с английского значит – «общественное питание» [3].

Предприятие по оказанию услуг кейтеринга (кейтеринговая компания, организация) – это предприятие общественного питания (индустрии питания), оказывающее услуги по организации питания по месторасположению, выбранному сторонними организациями и физическими лицами, включая организацию выездного обслуживания мероприятий различного назначения и розничную продажу продукции общественного питания [5].

Несмотря на то, что рынок кейтеринговых услуг в России возник несколько позже, чем в других странах, он, как мировой рынок, характеризуется высокими темпами роста и развития.

В настоящее время объём мирового рынка услуг выездного обслуживания составляет 70 млрд. долларов США. Объём российского рынка кейтеринга – более 250 млн. долларов США. При этом потенциальная емкость российского рынка корпоративного питания оценивается экспертами в 10 млрд. долларов США.

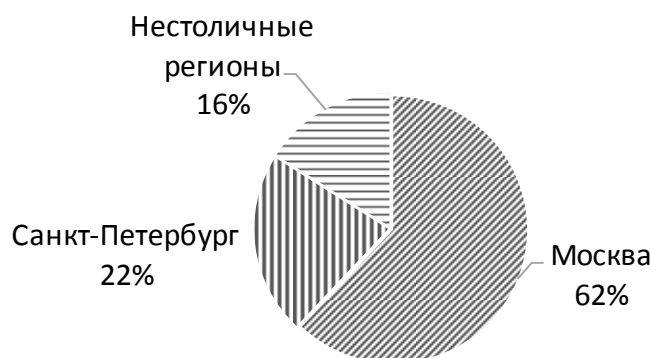


Рис. 1. Концентрация услуг корпоративного питания по регионам

В Европе доля кейтеринг-индустрии в обороте общественного питания превышает 30%. Доля российского рынка кейтеринга от совокупного оборота общественного питания РФ соста-

вила 2,2%. О потенциале российского рынка кейтеринга свидетельствует, в частности, тот факт, что лишь около 30% российских компаний сегодня передают на аутсорсинг вопросы организации питания, тогда как, например, в США этот показатель составляет 97% [2].

На рынке кейтеринговых услуг г. Владивостока представлено сравнительно небольшое количество компаний, занимающихся услугами выездного обслуживания. Лидеры рынка Владивостока представлены в таблице.

Таблица 1

Лидеры рынка кейтеринга Владивостока

Название компании	Услуги	Мощность компании	Средний чек (руб.)	Портфолио
Ресторан «Праздник вкуса»	- банкет; - фуршет; - кофе-брейк; - семейные и корпоративные мероприятия; - доставка обедов в офис; - аренда посуды и сервировочного инвентаря, аренда шатра.	Опыт организации банкета на 850 персон	1000	
Кейтеринговая компания «Экватор»	- банкет; - фуршет; - авиа и морской кейтеринг; - кофе-брейк; - барбекю; - доставка заказов.	Предоставляют заказчикам залы вместимостью до 100 персон. Трехпалубное судно пассажироместимостью 75 персон.	1200-1500	
Выездной ресторан «BSB Catering»	- гала-ужин; - кофе-брейк; - барбекю; - фуршет; - банкет; - коктейль; - выездной бар.	Опыт организации банкета на 1200 персон	2500	Организация питания на саммите АТЭС 2012; гала-ужин на Восточном экономическом форуме.
Владфуршет	- банкет; - фуршет; - кофе-брейк.	Потенциальная мощность до 2000 персон	1000-1200	Благотворительный забег в защиту амурского тигра и дальневосточного леопарда в 2016-2017 гг.
Zuma кейтеринг	- банкет; - фуршет; - гала-ужин; - корпоративные встречи; - кейтеринг авиации; - кофе-брейк.	Более 1000 персон	3000	Саммит АТЭС 2012; закрытие X международного кинофестиваля “Меридианы Тихого”; Восточный Экономический Форум.
Iz Brasserie	- банкеты; - фуршеты; - кофе-брейки; - корпоративные мероприятия; - авиа-кейтеринг.	Как небольшие мероприятия до 200 человек, так и крупные на 1000 человек и более	2500	Организация кейтеринга на Восточном экономическом форуме

Составлено автором по [1]

Чтобы дать детальное представление о состоянии услуг выездного ресторанного обслуживания во Владивостоке, необходимо рассмотреть различные характеристики отрасли.

Вначале рассмотрим ценовую сегментацию рынка. Необходимо выделить ценовые сегменты и определить их границы. В качестве характеристики границы ценового сегмента возьмем средний чек на одну персону при организации банкета.

Таблица 2

Ценовые сегменты рынка кейтеринга Владивостока

Наименование сегмента	Стоимость услуг на персону (руб.)
Высокий	Более 1500
Средний	От 1000 до 1500
Низкий	До 1000

Рассматриваемая отрасль предлагает услуги заказчику в среднем и высоком ценовом сегменте в равных долях. Фактически, такой показатель как средний чек на персону достаточно субъективен, так как любая кейтеринговая фирма с легкостью может подстроиться под желания заказчика и предоставить свои услуги, основываясь на его уровне дохода и сумме, которую он готов потратить на услугу.

Цены на рынке кейтеринга Владивостока зависят от формата и бюджета проекта. Основными факторами, влияющими на средний чек на одну персону при калькуляции мероприятия, являются:

- количество гостей
- продолжительность мероприятия
- формат обслуживания

Кейтеринговые компании Владивостока различаются по видам предоставляемых услуг. На рынке города предоставляются услуги по организации банкета любого вида, доставка готовых блюд, авиационный кейтеринг.

Для более детального анализа кейтеринговых услуг Владивостока необходимо определить, в каких видах выездного обслуживания заказчики нуждаются больше всего и какие из их наиболее популярны на рынке города.

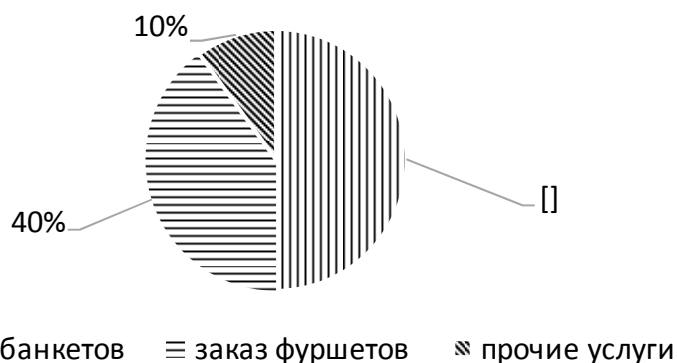


Рис. 2. Структура спроса на услуги кейтеринговых фирм

На рынке кейтеринга Владивостока наибольший спрос зафиксирован на такие виды выездного ресторанного обслуживания как банкеты и фуршеты. 50% всех заказов составляют банкеты, почти такая же доля приходится на фуршеты – 40% всех заказов. Прочие виды выездного обслуживания составляют 10% от общего спроса на услуги.

Важнейшим этапом анализа рынка кейтеринга является рассмотрение колебаний спроса на услуги. В кейтеринговом бизнесе довольно ярко выражена сезонность спроса. В ресторанах имеет место более или менее равномерная посещаемость, в то время как в кейтеринге можно выделить несколько сезонных пиков.

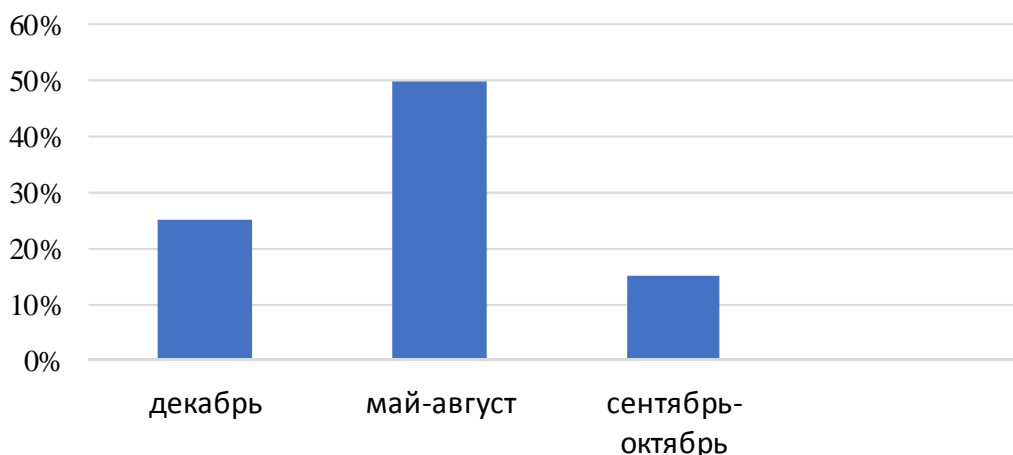


Рис. 3. Пиковые сезоны спроса на кейтеринговые услуги во Владивостоке

Первым и прибыльным сезонным пиком является декабрь. В это время, организуется множество мероприятий в преддверии нового года. Растет спрос корпоративных клиентов на организацию новогодних мероприятий для сотрудников компаний. Формат, в котором чаще всего проводится мероприятие – банкет. Именно на декабрь и январь приходится 25 – 30% всех годовых заказов.

Следующим пиком является май и летние месяцы, когда стабильно поступают заказы. Мероприятий достаточно много. Это связано с выпускными в школах, пиком свадебного сезона, началом сезона для выезда на природу, что позволяет крупным фирмам организовывать корпоративные вечера на открытом воздухе. На этот сезон приходится 50% всех обще годовых заказов.

Осенью, когда рабочий период в самом разгаре, кейтеринговые услуги востребованы во время проведения презентаций, форумов, тренингов, семинаров, пресс конференций. Форматы кейтеринга в данном случае: кофе – брейк, фуршет. На этот период приходится около 15 процентов всех годовых заказов [4].

По данным статистики 25% предприятий общественного питания Владивостока занимаются доставкой готовой еды. Рынок города недостаточно насыщен специализированными предприятиями выездного обслуживания. Основной упор делается на корпоративного клиента. На них приходится 70% всей прибыли предприятия. В связи с этим предприятиям города необходимо охватить рыночный сегмент частных заказов, что тем самым позволит сбалансировать сезонные перепады спроса. Частные заказы помогут компании оставаться на плаву в не сезон. Стоит уделить внимание развитию новых видов кейтеринга, внедрять услуги в организацию питания на транспорте, сотрудничать с авиаперевозчиками. Кроме того, необходимо увеличивать мощность предприятий, чтобы быть более конкурентоспособными на рынке города, так как зачастую для крупных мероприятий в город приглашаются компании из Москвы и Санкт-Петербурга.

Заключение

Кейтеринг – перспективное направление услуг на рынке общественного питания Владивостока. На рынке города больше всего развит событийный кейтеринг – это обслуживание любого рода мероприятий, в то время как остальные виды кейтеринговых услуг недостаточно развиты: социальный кейтеринг, авиа и морской кейтеринг, VIP кейтеринг. В целом, рынок кейтеринга во Владивостоке не заполнен, находится на стадии становления и формирования, а темпы развития только набирают обороты. Потребительские предпочтения еще не до конца сформированы, и конкурентная среда выглядит весьма размыто. На одном поле работают и крупные кейтеринговые компании, и компании, ориентированные на средний ценовой сегмент. Ввиду незаполненности рынка весьма перспективно развитие различных сегментов кейтеринга во Владивостоке. С быстрым темпом жизни этот сегмент будет развиваться достаточно быстро.

1. Информационный портал VL.RU [Электронный ресурс]. URL <https://www.vl.ru>

2. Первый в России и СНГ профессиональный портал кейтеринг индустрии – Кейтеринг Консалтинг [Электронный ресурс]. URL <http://www.cateringconsulting.ru>

3. Погодин, К.С. Кейтеринг. Практическое руководство для владельцев и управляющих / К.С. Погодин. М.: Ресторанные ведомости, 2014. 77 с.

4. Тимофеева, Г.В. Кейтеринг как дополнительный бизнес ресторана / В.В. Тимофеева, А.А.Маймурунова // Научное сообщество студентов XXI столетия. экономические науки: сб. ст. по мат. XXXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(31).

Фоминых, И.Л. Технология и организация услуг питания: банкетные услуги: учебное пособие / И.Л. Фоминых, Л.Л. Руденко. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. 188 с.

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 338

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ СФЕРЫ СЕРВИСА

Е.В. Попкова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

Актуальность темы статьи связана с увеличением количества предприятий в сфере услуг и торговли, и ужесточением конкуренции на Российском рынке общественного питания. На сегодняшний день конкурентная борьба приобрела такой размах, что уже недостаточно просто открыть предприятие, необходимо обеспечить высокое качество обслуживания, а также постоянное его совершенствование. Понятие «качество» включает в себя несколько составляющих, исполнение и реализация которых для многих предприятий общественного питания связана с определенными трудностями. Выявлены составляющие качества и способы его улучшения на предприятиях общественного питания.

Ключевые слова и словосочетания: сфера сервиса, качество обслуживания, стандарты качества, ожидания потребителя, управление качеством услуг, оценочные критерии.

IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES PROVIDED AT THE ENTERPRISE OF SERVICE

The relevance of the topic of the article is associated with an increase in the number of enterprises in the sphere of services and trade, and increased competition in the Russian public catering market. Today, competition has acquired such scope that it is not enough just to open an enterprise, it is necessary to ensure high quality of service, as well as its continuous improvement. The concept of «quality» includes several components, the execution and implementation of which for many catering enterprises is associated with certain difficulties. The components of quality and ways of its improvement at catering enterprises are revealed.

Keywords: of service, quality of service, quality standards, customer expectations, service quality management, evaluation criteria

Качество обслуживания представляет собой совокупность полезных свойств услуги, самого процесса обслуживания, благодаря которым удовлетворяются потребности клиентов в соответствии установленных требований. Полезные свойства услуги выражаются в её характеристиках, проявляемых при её потреблении, отвечающих стандартам, а также нуждам и ожиданиям потребителей.

Понятие качества обслуживания сложное и состоит из нескольких категорий:

- эстетика интерьера;
- создание комфортных и безопасных условий обслуживания;
- соответствие этическим нормам обслуживания;
- знание и соблюдение правил, устанавливающих порядок обслуживания гостей;
- знание специальных правил отпуска различных блюд и напитков, а также приемов их подачи [1].

На предприятиях сферы сервиса зачастую можно встретить такие недостатки как:

- низкий уровень обслуживания клиентов;
- недостаток на предприятиях квалифицированных кадров;
- нехватка основных знаний у работников в области ценообразования,
- несоответствие цены и качества предоставляемой услуги.

Мировая статистика показывает, что около 65 процентов клиентов стараются не пользоваться повторно услугами того предприятия сферы сервиса, в котором прослеживалось низкое качество обслуживания. Для России эта проблема наиболее актуальна, однако она же может помочь каждому конкретному предприятию выгодно выделиться на фоне своих конкурентов, за счет более высокого уровня обслуживания [2].

Поэтому для выхода на более высокий уровень качества обслуживания потребителей, предприятиям общественного питания необходимо постоянное совершенствование, подразумевающее разработку новых подходов к управлению качеством услуг и переход от количественных показателей деятельности к показателям качества.

В сфере предоставления услуг, на примере обслуживания в кафе, одним из важнейших факторов является первое впечатление клиента. Исходя из этого, атмосфера в заведении и комфорт являются довольно весомым аргументом для последующей перспективной работы кафе.

При рассмотрении вопроса качества обслуживания на предприятиях общественного питания особое внимание следует уделить тесной взаимосвязи концепций сервиса и персонала. Уровень первого и второго должен рассматриваться как единое целое. Именно уровень квалификации персонала при реализации стандартов обслуживания конкретного предприятия питания формирует высокий уровень всего качества сервиса в целом. То, что сотрудники представляют собой часть предлагаемого предприятием комплекса товаров и услуг является отличительной чертой отрасли общественного питания.

Одним из способов работы с персоналом и инструментом улучшения качества обслуживания посетителей является создание стандартов обслуживания клиентов, отвечающих современным требованиям. При этом стоит знать, что так данные стандарты должны содержать не только принципы качественного обслуживания, но и правила отношения персонала к клиентам и своей работе в целом.

Чем успешнее предприятие, тем более высоких стандартов обслуживания оно придерживается. В рамках данных стандартов следует включать все, вплоть до нормирования времени приготовления заказа и подачи его на стол. Для этого необходимо на высшем уровне организовать работу заведения, рассчитать необходимое количество персонала, максимальную производительную мощность и производственное оснащение заведения.

Суть высокого уровня культуры сервиса состоит в том, что это должно быть обслуживание, при котором способность удовлетворить желание гостя становятся приоритетными для работников, этого можно добиться с помощью внедрения стандартов обслуживания клиентов. Разработка и использование стандартов обслуживания является одним из наиболее эффективных способов обеспечить необходимый уровень качества услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания. Одним из основных инструментов оценки качества являются стандарты обслуживания, они позволяют оптимизировать рабочий процесс, делая его более понятным для работников, минимизировать время необходимое для адаптации новых сотрудников и повышают мотивацию персонала за счет понимания критериев оценки работы. Стандарты каждого предприятия меняются в соответствии с новыми целями компании [3].

Функции стандартов обслуживания:

- создание порядка. Клиенту не приходится сталкиваться с проблемами, а значит, он уверен, что все без исключения работники мастера своего дела;
- контроль. Сложно проконтролировать работу каждого сотрудника, если критерии оценки отсутствуют или слишком размыты, выполнение плана продаж не может в полной мере являться параметром оценки, необходимо знать, придерживается ли работник стандартов обслуживания клиентов, принятых в данной организации;
- адаптация. Кроме прочего, наличие определенных стандартов упрощает саму процедуру обслуживания. Работник знает как необходимо вести себя в различных ситуациях.

Эффективными стандарты обслуживания можно назвать только в том случае, если клиент не видит разницы между работой нескольких сотрудников, обслуживание должно быть всегда одинаковым, вне зависимости от внешних факторов и обстоятельств. Обслуживание, соответствующее стандартам, предполагает владение персоналом навыками поведения в обществе,

культуры речи, общения, знание тонкостей профессионального этикета. Успех в деле напрямую зависит от умения этим пользоваться.

Созданные на основе аналитических исследований, проверенные на практике стандарты позволят привлечь новых клиентов и увеличить прибыль, то есть повысить конкурентоспособность.

Для успешного совершенствования обслуживания необходимо заниматься непрерывным мониторингом удовлетворенности потребителей уровнем сервиса и заведением в целом. Инструментами мониторинга могут послужить анкетирования и опросы. Результаты мониторинга должны отражаться как в стандартах качества, так и непосредственно в работе персонала. Уровень сервиса в заведении будет высоко оценен лишь в том случае, если гости будут полностью удовлетворены, необходимо искать возможность реализации всевозможных дополнительных услуг. Как следствие увеличится посещаемость данного заведения. А грамотное стимулирование персонала переведет потребности отдельного работника в мотивы предприятия, таким образом, возрастет его конкурентоспособность и экономическая эффективность.

Чтобы достичь поставленных целей по повышению качества услуг на предприятии сферы сервиса, в том числе и предприятии питания, необходимо постоянно контролировать соответствие этих целей и внутренних стандартов, осведомленность персонала о политике предприятия в области качества и следование ей.

Это позволит предприятию:

- постепенно повышать качество услуг;
- производить корректирующие действия, если клиентом выявлены несоответствия в предоставлении услуги;
- избегать расхождения между ожиданиями потребителя и воспринятым им качеством услуги;
- создать методику по оценке качества предоставляемых услуг, содержащую оценочные критерии [4].

1. Тётушкин, В.А. Сервисная деятельность: основные понятия и современные проблемы (региональный аспект) / В.А. Тётушкин. М: ТГТУ, 2015. 125 с. 230

2. Как это работает [Электронный ресурс] URL: http://elank.ru/index.php?route=information/information&information_id=9 (дата обращения: 10.04.2019).

3. Толстова, Е.Г. Безопасность как основа качества услуг общественного питания / Е.Г. Толстова // Вопросы экономики и управления. 2016. № 1. С. 54–56.

4. Буйленко, В.Ф. Сервисная деятельность: организационные, этические и психологические аспекты / В. Ф. Буйленко. Ростов н / Д.: Феникс, 2011. – 156 с.

Рубрика: Современные тренды развития туристских дестинаций

УДК 379.85

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПИТАНИЯ В СЕГМЕНТЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ТУРИСТОВ

М.А. Пушкарь
бакалавр

А.Ю. Кононов

канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

На сегодняшний день индустрия общественного питания в России представляет собой огромное количество предприятий с различным уровнем обслуживания, качеством продукции, разнообразием используемого оборудования. Статья посвящена стимулированию продаж на предприятиях питания в сегменте посетителей туристов. Рассмотрены проблемы и перспективы развития предприятий общественного питания.

Ключевые слова и словосочетания: туристы, продажи, сервис, акции, общественное питание.

THE TREND OF PROMOTION OF THE TOURIST PRODUCT ON THE INTERNET

Nowadays the catering industry in Russia is a big variety of companies with different level of service, goods quality and different types of equipment. The article reviews sales stimulation on the catering companies and tourist customers. Problems and tendencies of the catering development observed in this article.

Keywords: *tourists, sales, service, promotion, catering.*

На сегодняшний день индустрия общественного питания в России представляет собой огромное количество предприятий с различным уровнем обслуживания, качеством продукции, разнообразием используемого оборудования. Общественное питание сейчас – быстро развивающееся направление пищевой отрасли. Растет не только число самих предприятий общепита, но заметно расширяется их диапазон.

Общественное питание (общепит) – отрасль народного хозяйства, которая занимается производством и реализацией готовых продуктов питания или полуфабрикатов. К таким предприятиям относятся столовые, кофейни, бары, кондитерские цеха, пиццерии, «фаст-фуды», рестораны, пельменные и многие другие предприятия [1]. Другими словами, также можно сказать, что это все предприятия, которые оказывают услуги питания, а также изготавливают кулинарную продукцию или полуфабрикаты.

Составляющей индустрии туризма является питание гостей. Знакомясь с достопримечательностями города, экскурсанты одновременно хотят знать об особенностях национальной кухни. Гастрономия является значимым ресурсом территории, источником формирования ее идентичности.

Гастрономический туризм представляет собой достаточно молодое и только развивающееся направление. Однако уже сегодня есть большое количество желающих отправиться в другую страну, чтобы не просто полежать на пляже и устроить шоппинг, а узнать кулинарные привычки и традиции того или иного общества. При этом данная цель не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то редкое, экзотическое блюдо или перепробовать бесчисленное количество кушаний, важно насладиться местной рецептурой, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи. Поиск новых путей организации питания базируется на исследовании гастрономической составляющей туристского продукта, на основных принципах брендинга территории, формирующих туристский имидж местности, на процессе создания впечатления о товаре в сознании потребителей. Местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс территорий, позволяющий создать новые туристские продукты, открыть новые грани туристской дестинации. Она может быть использована для понимания социального и экономического стиля жизни дестинации. Связь гастрономии и туризма способствует увеличению потока туристов, способствует удлинению пребывания туристов, увеличивает прибыль от туризма.

Таблица 1

Средства стимулирования продаж продукции в предприятиях общественного питания

Средства стимулирования сбыта	Характеристика
Экспозиции и демонстрации блюда	Представление блюда на месте продажи на витринах предприятия
Образцы кулинарной продукции	Это предложение блюда потребителям «на пробу». Образцы могут предлагать как «комплимент от шефа»
Купоны	Это сертификаты, дающие потребителю право на оговоренную скидку при посещении ресторана. Купоны можно рассылать по почте, публиковать в рекламных, периодических изданиях, вкладывать в пакеты с продукцией, реализуемой «на вынос»
Премия	Это блюдо, предлагаемое по довольно низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за большую сумму заказа
Скидка	Скидка может предоставляться в форме процентов или абсолютных величин

Средства стимулирования сбыта	Характеристика
Сувениры	Небольшие подарки с логотипом предприятия: ручки, календари и др.
Конкурсы	Конкурс позволяет потребителям получить приз, например, торт, фирменное блюдо от шеф-повара и др.
Индивидуальные (VIP) приглашения	Могут быть разосланы потенциальным посетителям на открытие нового (обновленного) зала, новой программы, для проведения акции, для дегустации нового блюда
Бесплатное вступление в клуб	Член клуба обязуется в определенные сроки посетить предприятие определенное количество раз, а предприятие питания предоставляет клиенту скидки, призы
Привлечение друга клиента	Посетителю предлагают за вознаграждение заинтересовать в привлечении одного из своих знакомых

Составлено автором по [2]

Рестораны по всему миру регулярно проводят различные акции для привлечения клиентов, рассмотрим некоторые из них. В пригороде Торонто недавно существует ресторан под названием Chili's Grill and Bar. Это заведение, впервые в Северной Америке, отдает предпочтение своим посетителям-левшам. Те, у кого левая рука является более развитой и основной, будут здесь оказано особое внимание. Меню здесь открываются также, как книги в Израиле, – слева направо. Вилки занимают место справа от тарелок, а ножи слева [2].

В каталонском ресторане Les Cols теперь можно поужинать и остаться на ночь. Рядом со старинным особняком, где размещается заведение, построены пять футуристических съютов. Внутри, кроме мини-бара и небольшого шкафа, нет ничего: ни кроватей, никакой другой мебели, ни телефонов, – только широкая лежанка. Пока гости ужинают в ресторане, имеющем звезду в рейтинге «Мишлен», горничная превращает лежанку в низкую удобную кровать и наполняет теплой водой небольшую ванну. В баре Gyorag в небольшой деревне под Будапештом организовали публичную библиотеку, где клиенты выпивают и читают одновременно. Руководители бара раздобыли книжные полки, поставили их рядом со столиками и за одни выходные заполнили их более чем тысячей разных книг – от сборников древнегреческих мифов до современных спортивных энциклопедий. По словам владельцев, их заведение стало популярно потому, что почитать и выпить в бар приходят и те, кто не пошел бы в обыкновенную публичную библиотеку.

Японский ресторан в городе Сидней, Австралия под названием Комачи подает блюдо из двух литров супа, порядка 900 граммов лапши быстрого приготовления и здоровой добавки из овощей и мяса. Если за один час посетитель скушает его, оно будет бесплатным, кроме того, клиент получит сертификат на 100 долларов на дополнительные обеды. В то время как съедение этого блюда сложно назвать неосуществимой задачей, ресторан заявляет, что за последние тринадцать лет лишь тридцать два человека из более шестиста, смогли доесть блюдо до конца.

«Монструозный Мегэ Завтрак» предлагает заведения «Corner Cafe» в Портисхед (Portishead). Блюдо включает в себя шесть колбасок, шесть ломтиков бекона, четыре яйца, два омлета (по три яйца в каждом омлете), четыре куска кровянки, четыре драника, четыре порции грибов, два ковша фасоли, два ковша консервированных помидоров, одну миску чипсов, четыре куса тоста, четыре куса жареного хлеба, два ломтика хлеба с маслом и один молочный коктейль.

Заведение «Jack-N-Grills» предлагает «трёхкилограммовый буррито». Длина полностью приготовленного блюда равна длине предплечья взрослого человека. Оно состоит из семи картофеля, двенадцати яиц, полкило картофеля, луковицы, сыра и чили. Если удастся справиться с этим блюдом полностью – оно достанется бесплатно, кроме того фотографию поместят на Стену Славы. Помимо этого, заведение предлагает особый приз для участниц.

В Техасе всё делается с размахом, например, в городе Амарилло, в заведении «Big Texas Steak Ranch in Amarillo». Ещё с 1991 года люди, путешествующие по Шоссе 66, останавливаются тут, чтобы получить бесплатный обед. Акция стоит 72 доллара и включает в себя коктейль из креветок, печёный картофель, салат, булочку с маслом и 2-килограммовый стейк. Если удастся скушать всё это за час, клиенту вернут деньги. Учитывая тот факт, что акция проводится уже почти четверть века и заведение всё ещё процветает, можно с уверенностью сказать, что клиенты почти всегда не справляются с задачей.

Пончики являются любимой едой на завтрак или же закуской на ночь. Они стали ещё более привлекательными благодаря акции «Техасский Пончик». Это блюдо представляет собой традиционный глазированный пончик, но не простой, а гигантский – он в шесть раз больше стандартного большого глазированного пончика и больше похож на торт. Если клиент сможет скушать его за восемьдесят секунд, ему вернут за него деньги [3].

То есть, можно отметить, что чем более оригинален ресторан или кафе, тем больше он привлекает туристов со всего Мира, для того, чтобы лично «окунуться» в атмосферу, отведать оригинальные блюда, которые предлагаются, либо испытать свою удачу, чтобы получить бесплатное блюдо.

Из интересных предложений, акций ресторанов и кафе города Владивосток, можно выделить следующие: акции для именинников от «Синабон», акция от KFC – если не понравится блюдо, клиент может заменить его на аналогичное в том же ресторане KFC в день покупки, предъявление чека не является обязательным условием [4].

Неизменная акция от Бургер Кинг – это кэшбэк 10% на следующие покупки, а также купоны и на онлайн покупки, хочется заметить, что подобные акции не редкое явление для города Владивосток.

Грузинский ресторан «Супра», «Brugge Pub», ресторан «Китайские Истории», «Небесный замок», «Old fashioned», «Токио», «Сациви» предлагают блюда для вегетарианцев [4].

При посещении других стран знакомство с местной кухней – один из самых приятных способов исследовать ее культуру. Ведь всегда так интересно попробовать самые популярные блюда страны, которые порой могут оказаться оригинальными и диковинными.

Проанализировав опыт ведения оригинальных акций в кафе и ресторанах всего Мира, можно сказать, что во Владивостоке нет ни одного заведения, которое бы предложила интересную акцию для привлечения туристов, ведь с каждым годом туристический поток города увеличивается, что дает возможность предприятиям общественного питания предложить им интересные акции.

1. Артемова, Е.Н Планирование на предприятиях ресторанного бизнеса: учебное пособие для студентов вузов / Е.Н. Артемова, О.Г. Владимирова. М.: Академия, 2017. 176 с.

2. Рознина, М.Д. Царскосельские чтения: тезисы докладов Международной конференции 25–26 апреля 2016 г.М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2017. 127с.

3. Все новости мира о еде [Электронный ресурс] / Информационный портал.2019 URL: <http://www.novostioede.ru/>

4. Официальный сайт города Владивостока [Электронный ресурс]/ Информационный портал 2019.URL: <http://www.vl.ru>

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 338

SWOT-АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

А.Ю. Редько

бакалавр

Л.Л. Руденко

канд. техн. наук, доцент

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

Туризм – это одна из самых ведущих и прибыльных отраслей в мировой экономике. Туристская индустрия оказывает влияние на другие экономические отрасли и создает дополнительные рабочие места. В Приморском крае доля отрасли в ВВП не высока и составляет 3,47%, тем самым видна достаточно низкая степень развития в Дальневосточном регионе. В статье представлен анализ современного состояния и развития туристского рынка в Приморском крае.

Ключевые слова и словосочетания: туристская отрасль, туристский потенциал, туризм, развитие туризма, Приморский край.

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT OF THE TOURIST MARKET OF PRIMORSKY KRAI

Tourism is one of the leading and profitable industries in the global economy. The tourism industry has an impact on other economic sectors and creates additional jobs. In Primorsky Krai, indicators for the share of Gross Domestic Product are low and amount to 3,47%, thus, a rather low degree of development in the Far Eastern region is seen. The article presents an analysis of the current state and development of the tourist market in Primorsky Krai

Keywords: *tourist branch, tourism potential, tourism, developing tourism, Primorsky Krai.*

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в мировой экономике туризм является динамично-развивающейся отраслью. Для успешного развития данной отрасли необходимо повысить конкурентоспособность туристского рынка Приморского края, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Научная новизна заключается в анализе современного состояния и развития туристского рынка в Приморском крае.

Цель статьи – проанализировать современное состояние и развитие туристского рынка в Приморском крае. Цель достигается решением следующих задач: определить и указать на сильные и слабые стороны, дать оценку внешним угрозам и показать перспективы туристской деятельности.

Методы исследования, применяемые в данной статье: анализ, и синтез.

Туризм – это сфера деятельности, которая влияет на современную экономику страны, удовлетворяет потребности людей. Но, сравнивая с другими экономическими отраслями, туризм не истощает природные ресурсы. Кроме этого, туризм является существенным фактором реализации внешней политики государства. Сфера туризма – она из самых развивающихся сфер в международной торговле на современном этапе развития мирового хозяйства.

Различные туристско-рекреационные ресурсы Дальневосточного региона позволяют развить почти все виды туризма, в том числе экологический, пляжный, сельский, оздоровительный, развлекательный, деловой, культурно-познавательный, автотуризм и социальный туризм [1].

Индустрия туризма делает значительное вложение, которое может гарантировать стойкое социально-экономическое развитие и социальную надежность. Данная отрасль важна для развития малого бизнеса, создания рабочих мест и содействует самостоятельной занятости населения. В наше время туризм формирует 3,4% валового внутреннего продукта страны. Создание одного рабочего места в сфере туризма влечет создание до 5 рабочих мест в смежных отраслях.

Туристско-рекреационные активы Российской Федерации формируют совершенно все направления в туризме. В фокус «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» попали такие виды туризма, как культурно-познавательный, событийный, экологический, деловой, круизный, паломнический, горнолыжный, санаторно-курортный и оздоровительный. Мировой тенденцией является рост заинтересованности к культурно-познавательному и экотуризму, который нацелен на рекреационную деятельность на природе, что делает Российскую Федерацию еще более привлекательным туристским направлением для российских и иностранных туристов [2].

Ведущая цель развития туризма в Приморском крае заключается не только в составлении современного турпродукта, но и обеспечении его конкурентоспособности на рынках Азиатско-Тихоокеанского региона и Российской Федерации. В туристском рынке перспективным сектором является деловой и культурно-образовательный туризм, так как в наибольшей степени соответствует функции Приморского края и города Владивосток и позволяет эффективно применить инфраструктуру, созданную для саммита АТЭС, и также закрепить за Приморским краем статус делового и культурного центра.

Для развития внутреннего и въездного туризма нашего Дальневосточного региона, органы местного самоуправления Приморья обязаны на подведомственной территории принять надлежащие меры по:

- формированию процесса экскурсионной деятельности;
- повышению развития транспортной и коммунальной инфраструктуры;
- размещению справочных вывесок, указателей на русском и английском языках согласно туристской символике в местах турпоказа;
- процессу формирования туристской инфраструктуры;
- проведению городских ярмарок и фестивалей раз в год.

Туристский потенциал Дальневосточного региона уникален. Цель настоящей Государственной программы формулируется следующим образом: повышение конкурентоспособности туристского рынка Приморского края, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах [3].

Как отметил директор департамента туризма Константин Шестаков, по итогам 2018 года въездной туристский поток в Приморский край увеличился на 25%, что превышает среднестатистический показатель по стране.

Участники туриндустрии Приморья обсудили планы по развитию отрасли в 2019 году. Основные акценты будут сделаны на расширении транспортной доступности региона, проведении мероприятий по продвижению турпотенциала края и улучшении качества обслуживания гостей.

Свои планы на 2019 год представил и Туристско-информационный центр (ТИЦ). Помимо традиционного информирования туристов, создания благоприятной информационной среды, презентации туристического потенциала, разработки полиграфической продукции и сотрудничества с турбизнесом в области разработки новых турмаршрутов и проектов, в задачи ТИЦ на этот год вошли образовательные инициативы.

«Мы планируем сделать акцент на проектной работе в сфере повышения качества туристского обслуживания и совместно с обучающими и университетскими центрами организовать образовательные курсы и лектории для повышения квалификации сотрудников туриндустрии, в том числе обслуживающего персонала и гидов-переводчиков и экскурсоводов», – рассказала директор ТИЦ Дарья Гусева [4].

Отметим, по данным портала Forbes, опубликованным в июне этого года, Владивосток стал одним из лидирующих городов России по объему транзакций, проводимых иностранцами. Согласно статистике Сбербанка, сумма покупок по картам China Union Pay, пользуются которыми в основном китайские туристы, в первой четверти 2018 года почти достигла 1 миллиарда рублей. Среди самых популярных туристских городов, в которых совершались покупки, – Санкт-Петербург, Москва, Владивосток, Иркутск, Хабаровск и Улан-Удэ, примечательно то, что именно в городе Владивосток зарегистрирована самая высокая в России сумма среднего чека по всем затратам – более 11 тысяч рублей.

По словам директора департамента туризма Приморья Константина Шестакова, полученные цифры, во-первых, подтверждают востребованность региона как туристской дестинации, а во-вторых, говорят о важности работы по повышению туристской привлекательности края.

«Туристская отрасль – одна из самых экономически эффективных. Мы ясно видим, что количество гостей, которые к нам приезжают, напрямую отражается на прибыльности региона. Обширное применение оплаты услуг через известные платежные системы и объясняет прозрачность регионального туристского бизнеса. В свою очередь повышение узнаваемости Приморья на интернациональных туристских рынках и рост туристской привлекательности края – одна из главенствующих задач, которые стоят перед нами. На данный момент в регионе уже созданы условия, которые необходимы для комфортного и разнообразного отдыха гостей и немало нам еще предстоит сделать, но я уверен, что та работа, совместно проводимая с представителями турбизнеса по усовершенствованию туристской инфраструктуры и продвижению потенциала края на мировой арене, будет и дальше приносить нашему региону значительные турпотоки, а это значит, и заметный экономический эффект», – подчеркнул глава департамента [5].

В рамках исследуемой темы нами был проведен SWOT-анализ туристского потенциала Приморского края, результаты которого отображены в табл. 1.

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа туристической отрасли Приморского края

Сильные стороны (S):	Слабые стороны (W):
<ul style="list-style-type: none"> - выгодное положение региона; - образование в крае крупных интернациональных и региональных деловых, культурных и развлекательных ивентов; - развитие края как центра официальной деятельности всего Дальневосточного федерального округа; - разрешение городу Владивостоку быть под статусом свободного порта с упрощенным таможенным порядком. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточно развита туристская инфраструктура; - нехватка квалифицированных кадров на предприятиях туризма и гостеприимства; - существенная разность уровня цен коллективных средств размещения, - несоответствие услуг транспортных компаний качеству; - неэффективная реклама региона на интернациональном уровне. - недостаток оборотов рекреационных и историко-культурных перспектив края в турдеятельности.

Угрозы (Т):	Возможности (О):
<ul style="list-style-type: none"> - высокая конкуренция на туристском рынке; - низкая результативность формирования внутреннего и въездного туризма; - спад в экономике; - критические перемены в законодательстве; - стихийные бедствия в регионе или смежных регионах. 	<ul style="list-style-type: none"> - прогресс инфраструктуры туризма и его материально технической базы; - быстрое интегрирование Приморского края в Азиатско-Тихоокеанский туристский рынок; - организация высококвалифицированных кадров для индустрии сервисного обслуживания и гостеприимства; - образование позитивного инвестиционного климата в сфере туризма; - прочный рост рынка въездного туризма.

В таблице 1 представлен перечень сильных и слабых сторон, угроз и возможностей туристической отрасли, обозначены наиболее значимые позиции. Поясним некоторые из них.

Итак, делая заключение по всему SWOT-анализу, можно отметить, что у Приморского края есть обширный потенциал развития как внутреннего, так и въездного интернационального туризма. Но другая сторона – это трудности инфраструктурного, кадрового, маркетингового и финансового характера. В регионе рынок туристских услуг достаточно стабилен и нацелен на расширение. Но, стоит сказать, что будущее развитие туризма, как интернационального въездного, сдерживается следующими проблемными вопросами:

- отсутствие квалифицированных кадров;
- низкое продвижение турпродукта;
- надобность усовершенствования структуры туристической индустрии и привлечения инвестиций;
- разность цены и качества, предоставляемых туристских услуг клиенту;
- недочет нормативно-правовой базы в сфере туристского регулирования [6].

Подведем итог вышеизложенного о том, что туризм – ценная сфера деятельности новейшей экономики, цель которой – удовлетворение интересов людей и повышение качества жизни населения. Приморский край обращает на себя внимание огромной перспективой как внутреннего, так и въездного интернационального туризма, но имеется ряд нерешенных вопросов относительно инфраструктуры, кадров, рекламы и финансов.

1. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2017 годы. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/042/0423d3aed490a9fe27dc3ccc9941d2ea.docx> (дата обращения 02.04.2019).

2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2019-2025 годы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russiatourism.ru/upload/iblock/bба/Концепция.pdf> (дата обращения 02.04.2019).

3. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2020 годы. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/550193938> (дата обращения 02.04.2019).

3. Официальный сайт администрации Приморского края. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/156750/> (дата обращения 02.04.2019).

5. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=105&freg=257&article=15764> (дата обращения 02.04.2019).

6. Простакишина, Н.П. Ресурсный потенциал Приморского края как фактор развития внутреннего и въездного туризма / Н.П. Простакишина, Е.С. Зенкина // Молодой ученый. 2015. №4. С. 313-318. URL <https://moluch.ru/archive/84/15525/> (дата обращения: 02.04.2019).

ОЗЕРО БАЙКАЛ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ОБЪЕКТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-КИТАЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

А.А. Ряжнова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Для современного Китая актуальным является вопрос международного туризма. Туризм Китая с Россией в приграничных районах является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей туристического бизнеса Китая. Географическая расположенность Озера Байкал выгодна для развития качественного экологического туризма между Россией и КНР в приграничной зоне. В работе рассматриваются российско-китайские отношения в сфере туризма в Иркутской области, а именно причины заинтересованности КНР в развитии туризма в байкальском регионе России, а также факторы, влияющие на формирование Байкальского туристического кластера как приоритетного инвестиционного российско-китайского проекта.

Ключевые слова и словосочетания: международный туризм, международные отношения, российско-китайский туризм, экологический туризм, озеро Байкал.

LAKE BAIKAL IS A PROMISING OBJECT FOR THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN-CHINESE COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM

For modern China, the issue of international tourism is topical. China's tourism with Russia in the border areas is one of the leading and most dynamically developing branches of China's tourism business. The geographical location of Lake Baikal is beneficial for the development of high-quality ecological tourism between Russia and China in the border area. The paper considers Russian-Chinese relations in the sphere of tourism in the Irkutsk region, namely, the reasons for China's interest in developing tourism in the Baikal region of Russia, as well as factors influencing the formation of the Baikal tourism cluster as a priority Russian-Chinese investment project.

Keywords: international tourism, international relations, Chinese tourism, Lake Baikal, infrastructure.

Актуальность изучения международного туризма обусловлена той важной ролью, которую играет туризм в международных отношениях и необходимостью исследования условий и особенностей активного и стабильного развития туризма в современном мире. Особенно интересным в этой связи представляется изучение именно российско-китайского туризма, учитывая важность Китая как одного из перспективнейших партнеров России в области туризма, инвестиционную политику КНР, направленную на развитие туризма и рекреации. Туристские отношения между Россией и Китаем важно изучать на примере пограничных зон двух соседствующих стран, учитывая необходимость исследования условий эффективности экологического туризма в условиях наличия огромного российского потенциала для развития экологического туризма и китайские возможности и желание развивать сферу туризма.

Озеро Байкал уникальный природный объект для всего мира, который расположился в нашей стране. Озеро находится в южной части Восточной Сибири. Многие называют Байкал не озером, а морем. Действительно, по своим размерам оно напоминает море. Байкал является самым глубоким пресноводным озером на планете. Вода озера кристально чистая и глубина просматривается примерно на 40 метров. Прибрежные территории также отличаются богатой флорой и фауной. Из самых известных и значимых объектов для туристов можно назвать «Скала Шаман-камень», «Мыс Скала Шаманка на острове Ольхон», «Чивыркуйский залив» и др. Озеро Байкал было внесено в список всемирного наследия ЮНЕСКО в 1966 году [1].

Губернатор Иркутской области Сергей Левченко заявил: «Иркутская область близка к Китаю, и снижение курса рубля по отношению к юаню привело к такому мнению в Китае, что

Байкал является хорошим местом для экотуризма и восстановления сил. Тем более что китайские туристы заинтересованы в том, чтобы отправиться отдыхать в Иркутск» [2].

Уникальность озера Байкал дает прекрасные возможности для развития российско-китайского туризма в данном регионе. Глава Республики Бурятия, сказал: «Перспективы сотрудничества с КНР в рамках инициативы «Один пояс, один путь» весьма широки. Это сотрудничество приведет к развитию транспортной системы Бурятии, а также развитию туристической и социально-экономической сфер» [3].

В рамках программы «Один пояс, один путь» сотрудничество России и Китая приведет к развитию транспортной инфраструктуры, что в свою очередь послужит развитию туризма и экономики в регионе [4].

Сейчас инвесторы из Китая проявляют заинтересованность в развитии туризма в Иркутской области. В октябре 2016 года был подписано соглашение о создании на Байкале мощного туристического кластера. Договор был подписан между одним из крупнейших туроператоров в регионе «Гранд Байкал» и китайской компанией «Чжунцзинсинь». Подписание проекта стало результатом длительной подготовки и переговоров. Цель этого проекта превратить озеро Байкал в один из крупнейших центров туризма и рекреации. Сейчас проект находится в стадии разработки. Планируется построить мощную инфраструктуру вблизи Байкала, которая послужит созданию качественного турпродукта. Будущие туристические объекты будут сопровождаться современной технологической, транспортной инфраструктурой, которая обеспечит качественный туризм. Эксперты считают, чтобы реализовать данный проект необходимо 8 лет.

Бывший целлюлозно-бумажного комбинат, который прекратил свою работу в 2013 году, станет первым объектом, на котором начнется строительство. Раньше туристы старались отдыхать как можно дальше от комбината, так как он наносил серьезный урон экологии Байкала. Комбинат сливал сточные воды непосредственно в озеро. Сразу же после закрытия комбината, Дмитрий Медведев подписал распоряжение об учреждении на его территории экспоцентра «Заповедники России». Именно это события стало толчком для исправления ситуации и обеспечило району перспективы в развитии экологического туризма. Включение этого объекта в российско-китайский проект поможет сохранить эти здания для использования и создаст дополнительные рабочие места в регионе.

Разработчики проекта утверждают, что реализация благоприятно скажется на воссоздании экологии в этой местности, а также обеспечит существенный подъем экономики данного региона. Главным условием для реализации этого проекта станет соблюдение экологических норм и требований законодательства по охране флоры и фауны озера Байкал [5].

Китайские инвесторы намерены вложить в проект 11 миллиардов долларов США. Партнеры из КНР считают, что это будет действительно многообещающий и продуктивный проект, так как туристический кластер может стать частью китайского масштабного проекта «Новый Шелковый путь». Байкал может стать важным транспортным узлом в этой сети различных проектов [6].

Также Шанхайская организация сотрудничества заинтересована в развитии туризма в Байкальском регионе. В настоящий момент в ШОС планируется включить Байкальский туристический кластер в число приоритетных инвестиционных проектов организации.

Подводя итоги, хочется подчеркнуть, что современный мир сложно представить без туризма. Индустрия туризма занимает важное место в политике и экономике различных стран и Россия не исключение. Приоритетной задачей является становление в России высококвалифицированного и конкурентоспособного туристического кластера. Индустрия туризма располагает огромной материальной базой, обеспечивает занятость миллионов людей и взаимодействует почти со всеми отраслями хозяйства. Значение туризма, как стимулятора развития других отраслей хозяйства, таких как строительство, торговля, производство товаров народного потребления, связи и т.д. постоянно растет. В туристской индустрии динамика роста объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест не много быстрее, чем в других отраслях. Для более успешного развития туризма Россия привлекает иностранных инвесторов, главным иностранным туристическим партнером для России является Китай. С каждым годом потоки китайских туристов увеличиваются и проявляют больший интерес к культуре и природе России.

1. Вэй Лянлэй (Wei Lianglei, 魏良磊). Байкал стал свидетелем подъема Российско-китайских отношений / Вэй Лянлэй (Wei Lianglei, 魏良磊) / Вэй Лянлэй[Электронный ресурс] 2017. URL: <https://inosmi.ru/politic/20171107/240700741.html>.

2. Меморандум о сотрудничестве между российской компанией «Гранд Байкал» и китайской компанией «Чжунцинсинь» [Электронный ресурс] 2016. URL: <http://grandbaikal.ru/news/1083.html>.
3. Пале, С. Китайский туризм на Байкале / С. Пале [Электронный ресурс] 20.01.2017 URL: <http://infozapad.ru/?p=8007>.
4. Россия и Китай расширяют горизонты [Электронный ресурс]. POLITRUSSIA.COM, 2016 URL: <http://politruussia.com/ecology/rossiya-i-kitay-809/>.
5. Чжан Цзиньсянь. Второе издание основных туристических источников Китая и стран назначения / Чжан Цзиньсянь; под ред. Чжао Лян, зам. ред. Сюн Цзихун, Press University of Tsinghua, 2012.
6. 中国人到贝加尔湖买地买房为何吓到当地人 [Китайцы покупают дома на Байкале] [Электронный ресурс] URL: <http://news.cri.cn/20171208/c3eac317-9d55-e9ad-1b98-74224db59f4a.html>.

Рубрика: Туризм

УДК 338.48

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ТУРИСТСКОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА ЦЕЛЕВЫХ СЕГМЕНТАХ РЫНКА ДЛЯ КОРЕЙСКИХ ТУРИСТОВ

Е.И. Смирнова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Повышенный интерес в посещении Приморского края южнокорейскими туристами, обуславливает разработку нового тур продукта, направленного на удовлетворение потребностей данного туристского рынка. Сегментация потребительского рынка и позиционирование услуг на его целевых сегментах позволят сформировать концепцию тур продукта.

Ключевые слова и словосочетания: сегментация, позиционирование, туристский рынок Республики Корея, целевая аудитория, разработка тур продукта.

DEVELOPMENT OF A TOURIST POSITIONING STRATEGY ON TARGET MARKET SEGMENTS FOR KOREAN TOURISTS

The increasing amount of South Korean tourists visiting the Primorsky region determines the establishment of a new tourism product, in order to meet the needs of this tourist market. Segmentation of the consumer market and positioning of services in its target segments will allow forming the concept of tourism product.

Keywords: segmentation, positioning, tourism market of the Republic of Korea, target audience, tourism product development.

В работе исследуется проблема последовательной организации туристского продукта. Разработка тура является комплексным процессом, основой которого является определение потребительского спроса. Было проведено исследование предпочтений южнокорейских туристов, основанного на идее сегментации туристского рынка.

Актуальность данной работы обусловлена повышенным интересом туристов из Республики Корея в посещении России и Приморского края в частности. В свете спроса на рынке въездного туризма в России в условиях глобальной конкуренции актуальной задачей становится разработка конкурентоспособных туристских маршрутов.

Цель работы заключается в определении сегментов туристского рынка Республики Корея и позиционирования услуг для дальнейшей разработки программы тура.

В ходе работы выделены следующие задачи:

- охарактеризовать тенденции развития международного туризма в Приморском крае;
- определить целевые сегменты потребительского рынка туризма Республики Корея;

– разработать стратегию позиционирования на целевых сегментах рынка.

На сегодняшний день в Приморском крае наблюдается активный рост притока иностранных туристов. По данным Администрации Приморского края в 2018 году в регион принял около 780 тысяч зарубежных гостей. Прирост составил 20%. Это максимальный объем иностранного турпотока, зафиксированный в крае за последние 10 лет [1].

По данным краевого департамента туризма основной рост отмечен на направлении из Республики Корея. В 2018 году в Приморье побывали свыше 220 тысяч путешественников. Это на 120% больше, чем в 2017 году [2]. Следует отметить, что данная тенденция наблюдается уже третий год подряд.

Таким образом, в последние годы отмечен рост заинтересованности корейских туристов в посещении Приморского края. Этот факт обуславливает определение туристов из Республики Корея в качестве целевой аудитории для разработки нового туристского продукта. Для определения конкретного сегмента рынка было проведено дальнейшее исследование.

В рамках данной работы были использованы результаты опроса, проведенного с июля по август 2016 года, в ходе которого было взято интервью у 300 корейских туристов, посетивших город Владивосток [3], а также анкетирования, проведенного в период июль-сентябрь 2018 года, в ходе которого было опрошено около 400 южнокорейских туристов. Систематизация данных, полученных в ходе указанных исследований, позволила провести сегментацию потребительского рынка корейских туристов и позиционирование услуг на целевых сегментах рынка.

Согласно исследованию 2016 года самая распространенная длительность туристской поездки составляет три дня. Расходы на одного туриста – 15-20 тысяч рублей в сутки. Основываясь на результатах опроса, первое место среди туристских мероприятий, выбираемых опрошенными для повторной поездки, занимает посещение памятных мероприятий и экскурсий. На втором месте находятся культурные мероприятия, третьем – исторические места и музеи, четвертом – экологические туры, а также активный отдых и казино. Очевидно, что корейские туристы испытывают интерес к традициям и особенностям Владивостока и Приморского края, они хотят изучать культурные особенности региона.

При неполноте имеющихся данных, не представляется возможным с точностью определить целевых потребителей туристского рынка Республики Корея. Приведенные ниже результаты (таблица 3) были получены путем сопоставления результатов исследований и обобщенной информацией, предоставленной туристско-информационными организациями Приморского края.

В результате анализа были сформированы три целевые группы:

1) Туристы 23-30 лет. Это самая активная и самая большая группа, заинтересованная в туризме в России. Они составляют 48% опрошенных туристов.

2) Туристы 31-45 лет – вторая по величине группа туристов, состоящая из трудоустроенного сегмента. В группу входит 30% респондентов.

3) Туристы 16-22 лет – активная и третья по величине группа корейских туристов, состоящая из школьников и студентов. В эту группу входят 16% всех опрошенных.

Таблица 1

Характеристика целевых групп туристов

Целевая группа	Характеристика
Туристы 23-30 лет «Активные путешественники». Сегмент А	Молодые туристы, предпочитающие преобладание в туре программ ностальгического и культурно-познавательного характера, пешеходные экскурсионные программы
Туристы 16-22 лет «Легко путешествующие». Сегмент Б	Активные молодые туристы, с низким уровнем дохода. Интересуются программами, включающими шопинг или дегустацию продуктов, экологическими турами и образовательными экскурсиями с культурными компонентами.
Туристы 31-45 лет «Периодически путешествующие». Сегмент В	Опытные туристы, со стабильным доходом. Люди среднего возраста больше претендуют на комфорт и удобства, содержательные экскурсионные программы, включающие ознакомление с объектами показа, историческую составляющую в программе тура.

Разработано автором.

Основываясь на исходных данных, можно провести ориентировочное позиционирование продуктов на примере ресурсов ключевых видов туризма. Ключевыми предлагается считать те виды туризма, к которым южнокорейские потребители проявляют наибольший интерес. В рамках проведенного исследования не удалось выделить большого количества видов туризма для позиционирования туристских услуг. Указанных данных недостаточно для проведения тщательного исследования данного вопроса.

Среди наиболее предпочтительных видов туризма для южнокорейских потребителей были выделены: культурно-познавательный туризм, ностальгический (включая культурно-исторический) туризм, развлекательный, включая событийный туризм, гастрономический туризм, шоп туризм, экологический туризм, спортивный туризм.

Позиционирование проводится не по самому продукту (конкретная услуга), но на примере общей картины туристских ресурсов, предпочитаемых видов туризма. Общий вид карты позиций продукта с учетом характеристик каждого из целевых сегментов представлен в табл. 2.

Таблица 2

Позиционирование по продукту на примере ресурсов различных видов туризма

Сегменты	А	Б	В
Ностальгический туризм			
Исторические и национальные парки, заповедники			
Палеодеревня и древние городища			
Исторические памятники в черте города Владивосток			
Культурно-познавательный туризм			
Театры, галереи, музеи, филармонии, океанариум			
Набережные, мосты, улицы			
Памятники, стелы и другие достопримечательности			
Экологический туризм			
Национальные парки и заповедники			
Горные вершины			
Реки, водопады, минеральные воды			
Отдых на островах			
Спортивный туризм			
Горы, реки, водопады, острова			
Экстремальный туризм (дайвинг, серфинг и т.п.)			
Другие виды туризма			
Шоп туризм			
Гастрономический туризм			
Развлекательный туризм			

Разработано по [3, 4]

Исходя из анализа данных, можно отразить наиболее предпочтительные виды туризма для целевых групп (рис. 1).

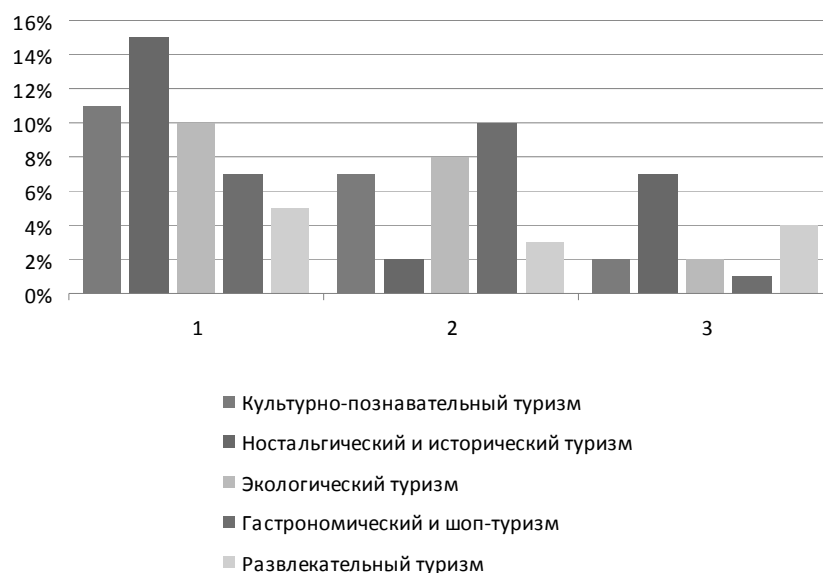


Рис. 1. Выбор целевыми группами предпочтительных видов туризма, %
Разработано автором

Таким образом, была проведена ориентировочная сегментация корейских потребителей рынка туристских услуг. На основе анализа данных, была получена карта позиций, учитывающая ключевые предпочтения туристов. Результаты исследования могут быть использованы в качестве основы для разработки программы тура, который в свою очередь, позволит повысить конкурентоспособность России на мировом туристском рынке.

1. 93% путешественников хотят лучше изучить Россию [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму. Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <https://www.russiatourism.ru/news/15657/>

2. Рекордное число иностранных туристов посетили Приморье в 2018 году [Электронный ресурс] // Официальный сайт администрации Приморского края. URL: <https://www.primorsky.ru/news/156246/>

3. Чжихи, Х. Проблемы культурного туризма во Владивостоке глазами корейских туристов / Х. Чжихи // Общество: философия, история, культура. 2016 № 1(16). С. 10-13.

4. Реестр туристских ресурсов Приморского края [Электронный ресурс] // Туристский портал Приморского края. URL: <http://tour.primorsky.ru>

Рубрика: Туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока как перспективная модель развития территории

УДК 338.984

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ НА ПРИМЕРЕ АО «СПАССКЦЕМЕНТ»

А.А. Сысоева, И.С. Михина
бакалавры

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Рассмотрен процесс организации производственной экскурсии на примере АО «Спасскцемент», который способствует решению кадровых задач предприятия. Также выделены недостатки организации экскурсии и предложены варианты решения, связанные с внедрением маркетинговых коммуникаций. Выявлены особенности организации производственной экскурсии на АО «Спасскцемент».

Ключевые слова и словосочетания: экскурсия, классификация экскурсий, производственная экскурсия, признаки экскурсий.

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF PRODUCTION EXCURSION

Defines an organization of production excursion on the example of JSC "Spasskcement", which contributes to the solution of personnel problems of the enterprise. Also highlighted the shortcomings of the organization of excursions and proposed solutions related to the introduction of marketing communications. The features of the organization of the production excursion at JSC "Spasskcement" was conducted.

Keywords: excursion, classification of excursions, production excursion, signs of excursions.

Современное общество трудно представить себе без туризма. Среди направлений туристской деятельности все большую популярность приобретает промышленный туризм, который в достаточно упрощенной форме можно представить как организацию туристских туров на действующие промышленные предприятия с целью удовлетворения познавательных, профессиональных, деловых и других интересов.

Развитие различных видов туризма зависит от наличия соответствующих ресурсов, без которых невозможно формирование туристического рынка. Так, рынок промышленного туризма зависит от круга интересов посетителей и включает посещение широкого спектра туристических объектов. Таким образом, развитие промышленного туризма определяется степенью сформированности его рынка. Однако недостаточная изученность рынка промышленного туризма как одного из специализированных туристических рынков и научного направления в отечественной литературе, популярность и растущий к нему интерес в мире делает тему представленного исследования актуальной.

Целью данной статьи является исследование особенностей организации производственной экскурсии.

Были использованы следующие методы исследования: теоретические: изучение законодательной, нормативной и учебно-методической документации, анализ литературы для сравнения, сопоставления различных взглядов на исследуемую проблему; эмпирические: количественный и качественный анализ данных.

Производственная экскурсия может быть способом решения основных задач предприятия – например, решение проблем, связанных с кадровым голодом на производстве, тем самым также формируя систему управления предприятием. Процесс организации производственных экскурсий может также косвенно влиять и на формирование отношений между сотрудниками, он также помогает отрабатывать организационные схемы и многое другое.

По организационной структуре экскурсия должна состоять из 3 частей [1]:

1. Вводная часть. Установление контакта со школами, туристическими фирмами и др. Доставка транспортом от школы до предприятия. На этом этапе происходит знакомство учащихся с гидом, сопровождающим группу. Сопровождающий кратко рассказывает о целях экскурсии, о ходе экскурсии, о том, что предстоит увидеть, услышать, узнать и сделать во время экскурсии. Далее проводится инструктаж по технике безопасности и правилах поведения на промышленном предприятии.

2. Собственно экскурсия по предприятию. Экскурсия на предприятие начинается в фойе (на проходной), где экскурсантам предлагается надеть бахилы, защитные халаты и головные уборы (если это требуется на предприятии), а также происходит встреча и знакомство с экскурсоводом – сотрудником предприятия. Экскурсовод проводит учащихся по маршруту: показывает цеха и рассказывает о производстве. Далее учащимся предлагается «попробовать» себя в качестве работника. Фото на память. Вручение сувениров или образцов продукции. Профагитация.

3. Заключительная часть. Возвращение учащихся с предприятия в образовательное учреждение. Сопровождающий обсуждает с экскурсантами увиденное, подводит итоги экскурсии, благодарит за внимание.

Есть несколько недоработок данной классификации. В предварительном этапе необходимо дополнительно учитывать взаимодействие с предприятием. Так как без потребителя экскурсия состоять не может. Второй этап, который включает экскурсию по предприятию подходит не для каждого предприятия, так как везде нужен индивидуальный подход. Предложение «попробовать» себя в качестве работника не будет использоваться на всех предприятиях. А в заключи-

тельной части должно быть включено общение с предприятием с целью выявления плюсов и минусов экскурсии.

Подготовка новой экскурсии проходит три основных этапа (рис. 1).

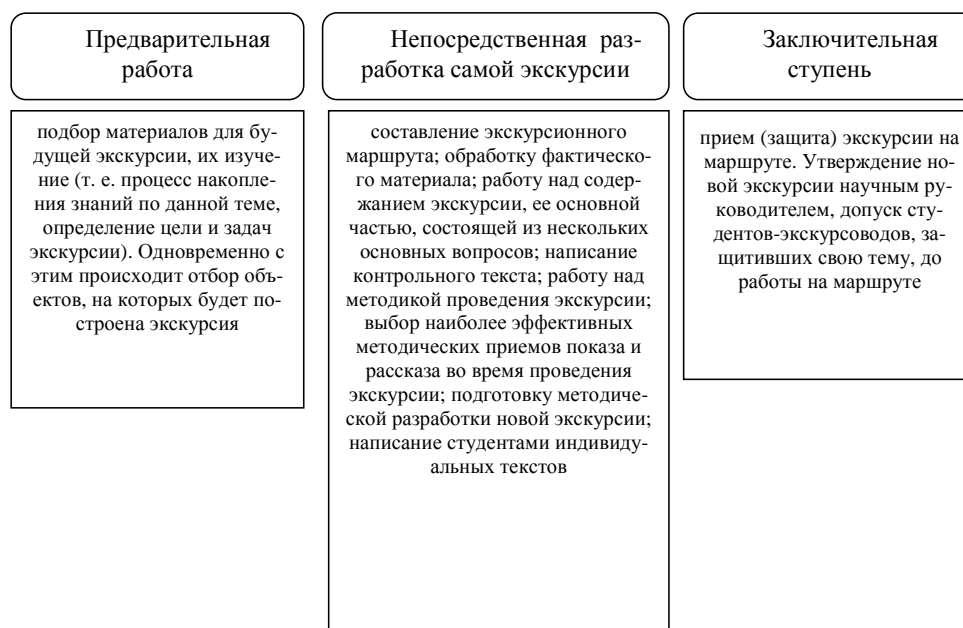


Рис. 1. Этапы подготовки новой экскурсии по Гецевич Н.А. [2]

Существующий подход к подготовке этапов разработки производственной экскурсии, несомненно, имеет сильную организационную составляющую, однако, по нашему мнению, данный процесс прежде всего стоит рассматривать с точки зрения обеспечения наиболее практического опыта для студентов, обеспечения их взаимодействия с производственными процессами, а также привлечения дополнительных участников.

Последний компонент мы считаем самым главным. Прежде всего организация производственной экскурсии должна начинаться с поиска партнеров, учебных заведений или турфирм.

До сих пор отсутствие регулярного сотрудничества с предприятиями, недостаточное внимание со стороны турфирм, неэффективная реклама и неразвитая инфраструктура для привлечения иностранных туристов являются одной из основных помех для развития промышленного туризма.

Однако, на начальном этапе, производственные экскурсии не требуют особых затрат, основная сложность, стоящая перед организаторами, – убедить руководства предприятий в выгоде, т. к. производственные экскурсии являются весьма эффективной и рентабельной рекламой.

В качестве возможностей предлагается сотрудничать с учебными заведениями, ведущими профориентационную деятельность, а также наладить взаимовыгодные отношения с предприятиями, организовать достаточную для привлечения туристов рекламную кампанию и в будущем выйти на международный рынок.

Рассмотрим механизм организации производственной экскурсии на примере АО «Спасскцемент».

Осознание необходимости проведения экскурсии	Распределение ответственности
Оценка степени готовности	Разработка экскурсии
Установление контактов	Встреча группы и проведение экскурсии
Оценка результатов	Продвижение экскурсии

Рис. 2. Этапы организации производственной экскурсии на АО «Спасскцемент». Составлено автором.

1. Предприятие во главе с руководителем понимает необходимость и полезности проведения производственной экскурсии.

Данное предприятие считает производственную экскурсию важной, так как есть ряд плюсов в её проведении.

Во-первых, потенциальные будущие сотрудники, а во-вторых, данная экскурсия может поддержать известность имени предприятия.

2. Затем предприятие распределяет ответственность за организацию экскурсии.

– руководитель предприятия понимая необходимость производственной экскурсии. Он даёт указание заместителю директора.

– заместитель директора определяет службы ответственные в подготовке и проведении экскурсии. То есть устанавливает взаимосвязи и распределяет функции между всеми подразделениями. На данном предприятии есть служба охраны труда и экологии, которая отвечает за проведение инструктажа и обеспечение индивидуальными средствами защиты экскурсантов.

Генеральный директор и управляющий принимают и согласовывают важные решения.

3. Предприятие проверяет готовность всех служб провести экскурсию.

Руководитель обговаривает с каждой задействованной службой готовность к проведению.

4. Затем происходит непосредственно разработка экскурсии.

Тема экскурсии: АО «Спасскцемент» – градообразующее предприятие города. Традиции и инновации.

Целевая аудитория: школьники, студенты, жители города и туристы, сотрудники концерна.

Цель экскурсии: сформировать знания о градообразующем предприятии АО «Спасскцемент», получить в перспективе прибыль от грамотных кадров, продвижения предприятия на внутреннем и международном рынке.

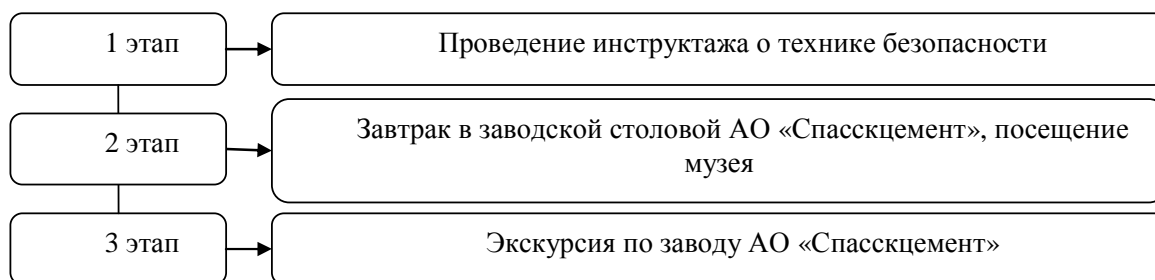


Рис. 3. Этапы экскурсии по заводу АО «Спасскцемент». Составлено автором.

Инструктаж является первым этапом данной экскурсии, так как без него невозможно находиться на территории завода. Завод располагает опасным оборудованием, поэтому существует ряд ограничений. Эти ограничения озвучиваются при прохождении инструктажа.

Столовая предприятия кормит экскурсантов вкусной и свежей пищей.

Музей АО «Спасскцемент» один из самых важных этапов. Там изучают историю старейшего предприятия Приморского края – как все начиналось, менялось и развивалось.

Экскурсанты смотрят макет завода и узнают первоначальную информацию о предприятии, производстве цемента смотря на макет.

2 и 3 этап может быть передвинут местами. Это зависит от времени приезда группы и от полноты экскурсии.

Распишем более подробно этапность экскурсии по заводу АО «Спасскцемент»:

Экскурсия на завод начинается непосредственно с горного цеха, где рассказывают о добыче необходимых для производства цемента материалов. Экскурсанты воочию видят карьеры, где добывается известняк и глина.

Далее экскурсантов проводят в основные цеха приготовления сырьевой смеси, обжига, помола цемента, а также рассказывают тарировке и отгрузке.

В цехе приготовления сырьевой смеси экскурсанты могут увидеть знаменитую мельницу. Аэрофол и мельницу домола. Также экскурсанты посещают пульт управления обжигосырьевых цеха – мозговой центр завода, где собирается и распределяется вся информация с цехов.

В цехе помола цемента экскурсанты видят мельницы, узнают особенности процесса помола цемента, а также чем отличается замкнутый цикл производства от открытого цикла.

Важным этапом экскурсии является посещение отделения упаковки цемента. Экскурсанты видят карусельную машину, пакетоформирующую машину, установку тарирования МКР и склады хранения тарированного цемента.

В заключении экскурсии экскурсанты посещают производственную лабораторию и ОТК. Где рассказывают о контроле качества при производстве продукции. Заведующая лабораторией знакомит экскурсантов с современным комплексом оборудования.

5. После того, как мы разработали экскурсию, то начинается процесс установления контактов.

Так как предприятие активно сотрудничает с ВГУЭС, то происходит взаимосвязь между кафедрой туризма и ООО «ВГУЭС ТРЭВЕЛ». Также предприятие сотрудничает с местным техникумом тоже, но в перспективе необходимо наладить сотрудничество с ДВФУ, МГУ и другими местными вузами. Этим занимается отдел кадров.

Далее происходит формирование студенческих групп.

6. И после группа студентов приезжает на АО «Спасскцемент» и предприятие проводит производственную экскурсию.

Как отмечалось ранее, целевая аудитория данной экскурсии разнообразна. Но для каждой целенаправленной аудитории экскурсия будет отличаться.

Предприятие имеет возможность проведения интересной экскурсии. Но для этого методом проб и ошибок нужно найти золотую середину по времени проведения, по расположению этапов экскурсии.

7. Происходит оценка результатов.

Предприятие делает вывод о том, что понравилось или не понравилось.

Решает о видоизменениях в экскурсии. Обсуждает моменты, которые были упущены или были лишними во время проведения экскурсии. Возможен сбор информации у экскурсантов как онлайн-опрос.

8. Для продвижения производственных экскурсий АО «Спасскцемент» необходимо использовать маркетинговые коммуникации, которые будут направлены на ознакомление аудитории с деятельностью завода. Целесообразно использовать нарастающую рекламу (с каждым этапом увеличивать рекламную нагрузку).

Основная особенность предприятия – это широкий потенциал, предприятие имеет большие открытые мощности, оно не скрывает выручку и прибыль.

Можно выделить особенности организации экскурсии:

– организация происходит посредством личных продаж и договорённостей (предприятия со школами, вузами, турфирмами)

– важность нахождения своей целевой аудитории (из-за специфики продукта)

– понимание цели проведения экскурсии.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что предприятие имеет возможность проведения интересной экскурсии. Но по итогу выделился недостаток в организации экскурсии. На предприятии не имеется специальной службы, которая занималась бы организацией, продвижением и проведением производственной экскурсии.

Таким образом, в настоящее время в России частности наблюдается тенденция формирования промышленного туризма. Многие предприятия открывают свои производства для публичного осмотра с целью формирования лояльности потребителей к бренду своей продукции. Для того что бы обеспечить стабильный спрос на производственные экскурсии, мы предлагаем предприятиям на начальном этапе ориентироваться на экскурсии для школьников и прорабатывать маршруты экскурсии в соответствии с вышеизложенными стандартами. Кроме основной маркетинговой задачи, экскурсии на предприятие для школьников способствуют решению кадровой задачи благодаря профориентационной и интерактивной составляющим. Развитие промышленного туризма в целом – это стимул для более качественной работы предприятий и метод формирования лояльности потребителей к отечественным производителям.

1. Скляренко, С.А. Перспективы развития промышленного туризма в России / С.А. Скляренко, Т.М. Панченко, И.А. Селиванов, М.В. Головенко // Российское предпринимательство. 2016. № 10 Вып. 1 (193). с. 146-150.

2. Гецевич, Н.А. Основы экскурсоведения: учеб пособие / Н.А. Герцевич. Минск: Университетское, 2015. 160 с.

Рубрика: Туристско-рекреационный комплекс Дальнего Востока как перспективная модель развития территории.

УДК 338.48

АКАДЕМИЧЕСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ВГУЭС, г. ВЛАДИВОСТОК)

Ю.А. Шубина

бакалавр

А.Ю. Кононов

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Современная туристская отрасль претерпевает ряд изменений. В частности, важную нишу заполнили туры с образовательным уклоном. При этом академический обмен стал неотъемлемой частью деятельности большинства ВУЗов. Более того, индикаторы академической мобильности стали рассматриваться как показатели и индикаторы результативности деятельности учебных заведений, как в отчетах самих ВУЗов, так и в документах Министерства образования и науки РФ.

Ключевые слова и словосочетания: *Образовательный туризм, Приморский край, исследования, академическая мобильность, ВГУЭС.*

ORGANIZATION AND CONDUCT OF VOCATIONAL GUIDANCE EXCURSIONS FOR STUDENTS (ON THE EXAMPLE OF VSUES, VLADIVOSTOK)

The modern tourist industry is undergoing a number of changes. In particular, an important niche is getting filled by the tours with an educational bias. At the same time, academic exchange has become an integral part of the activities of most universities. Moreover, indicators of academic mobility are now considered as important indicators of the performance of educational institutions, both in the reports of the universities themselves and in the documents of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

Keywords: *tEducational tourism, Primorsky Krai, research, academic mobility, VSUES.*

Образовательный туризм и студенческая и академическая мобильность в условиях интеграции российских вузов в мировое и европейское академическое пространство становятся важным стратегическим ориентиром инновационного развития высшей школы.

Понятия образовательного туризма и академической мобильности довольно часто используются как идентичные. На самом же деле, определяя и то, и другое, отметим, что под академической мобильностью принято понимать [1], «перемещение кого-либо, имеющего отношение к образованию, на определенный (обычно до года) период в другое образовательное учреждение (в своей стране или за рубежом) для обучения, преподавания или проведения исследований, после чего учащийся, преподаватель или исследователь возвращается в свое основное учебное заведение». Образовательный туризм представляет собой временные выезды граждан с постоянного места жительства на срок от 24-х часов до 6 месяцев с целью получения образования без занятия деятельностью, связанной с получением доходов согласно федеральному закону «Об основах туристской деятельности» [2].

Сфера академической и студенческой мобильности во ВГУЭС развита на достаточно высоком уровне [3], однако, существуют проблемы, которые до сих пор остаются нерешенными и необходимо предпринимать действия по улучшению ситуации. Владивосток, как центр образовательной сферы Приморского края, имеет все необходимые ресурсы, для увеличения показателей академической мобильности местных университетов. Активное налаживание международных связей, создание новых образовательных программ поможет повысить свой престиж и

увеличить приток иностранных студентов и преподавателей, как во ВГУЭС, так и в других вузах Владивостока.

На сегодняшний день во ВГУЭС проводится довольно масштабная политика по реализации программ студенческой мобильности [4]. Для оценки эффективности реализуемых ВГУЭС мероприятий в контексте студенческой мобильности было проведено анкетирование студентов.

В опросе приняло участие 65 человек, из них 55 (84,6%) являются женщинами. Основная категория опрошенных людей была в возрасте 18–20 лет, что составило 43,1%, а также 20–23 года, что составило 43,1%. На вопросы анкеты также ответили люди в возрасте 23–26 лет (10,8%), и 27–30 лет (7%). Все лица, которые на данном этапе ответили на вопросы анкеты являются гражданами Российской Федерации. Из 65 опрошенных человек, 60% респондентов ответили, что имели опыт участия в обменных или стажировочных программах за рубежом, и только 28,2% из них пользовались при этом услугами международного отдела ВГУЭС.

Из всех опрошенных, ответивших «да» на вопрос об участии в международных обменных программах девять человек и 34,6% соответственно проходили стажировку в Южной Корее, шесть (23,2%) человек были по обмену в Китае, один студент (3%) участвовал в обменной программе во Франции, двое (7%) в США, пять человек (19%) уезжали на стажировку в Японию, один человек (3%) был в Турции, двое (7%) на Филиппинах и 60% не участвовали в программах академической мобильности студентов вообще.

На вопрос о желании отправиться за рубеж по программе стажировки 90,8% человек ответили, что хотели бы принять участие в обменной программе и учиться в другой стране, при этом не приостанавливая процесс обучения в родном университете. Это говорит, во-первых, о высокой заинтересованности студентов в участии в программах обмена, подразумевающих академическую мобильность.

Большая часть опрошенных (85,9%) хотела бы принять участие в обменной программе с целью изучения языка, для 65,6% приоритетным является получение нового опыта, 62,5% хотели бы получить возможность путешествовать, 54,7% – погрузиться в другую культуру, 43,8% ожидают от обменной программы возможности встретить новых людей, и только 35,9% – повысить квалификацию.

Большинство опрошенных студентов ВГУЭС (77,9%) оказались проинформированными об их возможности стать участниками обменной программы образования и учиться за рубежом. Однако до сих пор остается, пусть и относительно небольшой, процент людей (22,1%), не осведомленные об этом. Что говорит о том, что политика академической мобильности является достаточно новой для вуза, и до сих пор многие считают возможность отправиться учиться за рубеж чем-то невозможным. В связи с этим, необходимо акцентировать внимание на доступном донесении информации до студентов и преподавательского состава о том, что у них есть такие возможности, и что это вполне реально достижимая цель.

Подводя итоги анкетирования, можно отметить, что большая часть студентов интересуется обменными программами, или уже были задействованы в них. Наиболее популярными и часто посещаемыми являются азиатские страны. Хотя многие из анкетированных знают, что международный отдел ВГУЭС предоставляет возможность стажировки, пользуются ей далеко не все. Большая часть опрошиваемых самостоятельно оформляет документы для программы обмена, либо пользуются услугами сторонних агентств. Среди целей, преследуемых респондентами, наиболее распространённая – изучение иностранного языка. Соответственно, необходимо создавать больше программ стажировки и условий для заинтересованных студентов. И хотя, число информированных студентов велико, до сих пор существует процент людей, не знающих о политике академической мобильности, проводимой во ВГУЭС.

Изучив определяющие, нормативно-правовые и экономические аспекты образовательного туризма и студенческой мобильности, можно прийти к выводу что академическая мобильность действительно является формой образовательного туризма. Более того, в современном обществе путешествия с образовательным уклоном стали преобладающими. Это говорит о том, что академическая мобильность в контексте образовательного туризма должна получить большее развитие, ввиду того, что у этого явления есть все составляющие для увеличения экономической прибыли за его счет, а также повышения статуса города, региона и отдельного вуза. Студенческая мобильность должна стать одним из приоритетных направлений политики ВГУЭС, что позволит вывести университет на новый уровень.

На фоне этого, были выявлены некоторые пробелы в политики ВГУЭС относительно академической мобильности, а именно: устаревшее положение, регламентирующее обучение сту-

дентов ВГУЭС по программам обмена, а также полное отсутствие положения, которое регламентировало бы входящую академическую мобильность, то есть иностранные студенты, обучающиеся во ВГУЭС, не попадают ни под какие документы системы менеджмента университета. Иными словами, непонятно, на какие программы подготовки зачислять, какие требования к ним выдвигать, а главное, как их переаттестовывать по системе кредитов в их родных университетах.

Таким образом, по результатам проведенного исследования было принято решение о создании положения «О входящей академической мобильности ВГУЭС», в рамках реализации внутреннего проекта отдела международной академической мобильности ВГУЭС.

1. The Bologna Declaration of 19 June 1999. [Электронный ресурс] URL: https://media.ehea.info/file/Ministerial_conferences/02/8/1999_Bologna_Declaration_English_553028.pdf (дата обращения 27.04.2019).

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ.

3. Мониторинг международной деятельности образовательных организаций ВГУЭС 2018 г. Отчетный период 01.01.2017 – 31.12.2018/ФГОУ ВПО Владивостокский гос. ун-т экономики и сервиса; рук. работ П.Л. Сёмин. Владивосток, 2018.

4. Владивостокский государственный университет. Международное сотрудничество – [Электронный ресурс] URL: http://vvsu.ru/international_cooperation

Рубрика: Туризм

УДК 379.822

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУР КАК НЕОБХОДИМЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

В.В. Щур

доцент

Г.А. Петрова

аспирант

Т.А. Булгакова

бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Приморский край отличает всё то, что так привлекательно для туриста: выгодное географическое положение, богатейшая природа, разнообразные культурные и природные памятники. Всё это сложно описать, это необходимо показывать, дать возможность хоть немного погрузиться в среду. На сегодняшний день для этого есть такой высокоэффективный маркетинговый инструмент, как виртуальные туры.

Ключевые слова и словосочетания: виртуальный тур, визуализация, сферические панорамы, Приморский край, Google Карты..

VIRTUAL TOUR AS A NECESSARY MARKETING TOOL FOR THE PROMOTION OF TOURIST SERVICES (ON THE EXAMPLE OF THE PRIMORSKY TERRITORY)

Primorsky Krai is distinguished by everything that is so attractive for a tourist: the geographical location, the richest nature, diverse cultural and natural monuments. All this is difficult to describe, it is necessary to show, to give an opportunity to dive a little on Wednesday. Today, there is such a highly effective marketing tool as virtual tours.

Keywords: virtual tour, visualization, spherical panoramas, Primorsky Krai, Google Maps.

Введение. Актуальность данной темы определяется, прежде всего, тем, что туризм играет важную роль в экономике многих стран. В туристской отрасли занято большое количество трудовых ресурсов, а для отдельных стран – это один из основных элементов наполняемости бюджета.

Конкуренция оказывает самое непосредственное влияние на многие сферы деятельности человека. Необходимость обеспечения конкуренции и сдерживание ценовой дискриминации их значение и эффективность функционирования беспокоит во все времена и интересует главы всех государств, так как от развития конкуренции зависит состояние экономики государства в целом и отдельных отраслей и предприятий в частности.

В настоящее время, вопросы, связанные с разработкой и управлением продуктами на предприятиях туризма, находятся в центре внимания специалистов-практиков и ученых. Это обусловлено тем, что в рыночных условиях предприятия туризма должны качественно удовлетворять потребности населения в туруслугах, что возможно только при правильной маркетинговой и рекламной политике.

В связи с указанным выше, одним из важнейших показателей конкурентоспособности туристского предприятия является конкурентоспособность его услуг.

Учитывая нынешнюю ситуацию в мире и на мировом экономическом рынке, в сфере экономики туризма произошли некоторые изменения. Повышается спрос, как на экзотические туры, так и на специфические виды туров. В связи с этим, создание эффективной программы продвижения Приморского края имеет особую актуальность, а в дальнейшем, приведет к увеличению популярности среди туристов.

Целью выполнения работы является разработка виртуального тура в Приморском крае.

Для достижения данной цели были поставлены задачи:

- определить сущность и виды экскурсий;
- изучить теоретические основы продвижения в маркетинге;
- проанализировать особенности продвижения в туризме;
- исследовать рынок экскурсий Приморского края;
- провести анализ зарубежного опыта продвижения в туризме;
- оценить применения инструментов продвижения в туризме Приморского края;
- разработать виртуальный тур.

Объектом исследования является виртуальный тур в системе продвижения.

Предметом исследования являются маркетинговые инструменты продвижения в туризме.

Методы исследования, используемые в работе: метод анализа, при котором изучаемый предмет рассматривается с разных сторон и делится на определенные составляющие; метод наблюдения, при котором выводы делаются на основе восприятия изменений исследуемого предмета; метод сравнения, при котором получение информации происходит путем нахождения общих и различных признаков.

Новые тенденции в рекламной деятельности уже сегодня задают направление на 2019 год. Организации стали перераспределять маркетинговые бюджеты в пользу интернет-рекламы, которая позволяет быстрее и дешевле привлекать клиентов. При этом самым выигрышным каналом оказалась контекстная реклама (прибыль сегмента выросла на 17 %). По данным АКАР, во второй половине 2016 года компании наращивали рекламную активность, чтобы противодействовать падению потребительского спроса. Сегодня акценты смещаются в сторону лидирующих рекламных площадок (в частности, интернет-рекламы) и инструментов, которые не требуют больших затрат и позволяют оценить конверсию в продажи. [1, с. 46]

Среди последних тенденций стимулирования стоит отметить мобильную версию сайта. На данный момент основная часть населения очень активно использует мобильные устройства, гораздо больше чем ПК, и рекламодатели большой уклон сделали на мобильную рекламу. Работники «Sberbank CIB» подготовили отчет «Russian Media and Internet» в 2016 г., в котором отметили, что из года в год вплоть до 2018 г. темпы роста рекламы на мобильных будут составлять 33% вместо 14% в других сегментах [2]. Вместе с этим, следует сказать о том, что, несмотря на увеличение пользователей мобильных устройств, они до сих пор не конвертируются, что доказывает исследование, которое было проведено «Wolfgang Digital».

В компании проанализировали 80 миллионов веб-сессий и данные, связанные с получением онлайн-доходов на общую сумму 230 млн. евро. Исследование показало, 59 % всех сессий интернет-магазинов составляли заходы с планшетов и мобильных телефонов, хотя мобильные просмотры принесли всего 38 % дохода. Настольные системы по-прежнему преобладают как

способ завершения сделки, несмотря на использование мобильных браузеров для поиска и изучения товаров.

Разрыв становится еще больше, когда дело касается дорогостоящих приобретений вроде покупки тура для отдыха. У онлайн-туристских агентств настольные системы составляют всего 41% общего трафика, однако доминируют в продажах, обеспечивая 67% дохода.

Усиливается конверсия на основе видеорекламы. По предоставленным «WebDAM» данным на 2016 г. среди всех маркетологов к 2018 г. около 80% интернет-трафика будет создавать видеоконтент, из года в год финансовые поступления от него будут повышаться примерно на 110%, а это выше других видов онлайн – рекламы [3].

В качестве новой тенденции маркетинга выступает визуализация Email-маркетинга. «WebDAM» отмечает, что на сегодняшний день, человек наиболее восприимчив к визуальному контенту. Отмечается, что примерно 80% людей больше информацию просматривают, вместо того, чтобы читать, потому как спустя несколько секунд внимание человека рассеивается. Из всего количества примерно только 20% контентов, которые не имеют визуальности, сохраняются в памяти. В результате чего, уже к 2018 г. можно будет отметить повышение визуальности коммуникаций до 84%. Следует сделать акцент на данных моментах.

Вытеснение поисковиков. Следует отметить, что имеет тенденция к тому, что поиск относительно каких-либо продуктов, предприятий осуществляется не при помощи поисковиков, а при помощи соцсетей. Nielsen отмечает, что на сегодняшний день примерно 80% покупателей осуществляют приобретение товаров на основании отзывов данных другими людьми в социальных медиа В 2017 г. в таких сетях как Facebook и Pinterest появились на сайтах кнопки «Купить». Следовательно, соцсети вместо того, что они выступают в качестве пиар-инструмента, стали выступать полноценным каналом продаж. Следовательно, SMM-стратегия предприятия должна содержать в себе возможность относительно того, чтобы подписчики смогли купить товар не выходя из соцсети.

Применение нативной (естественной) рекламы. Следует отметить, что в сетях, реклама должна перестать быть навязчивой, что в результате способствует применению нативной рекламы, оформляемая как полезный, а также интересный контент для пользователя, поэтому у потребителей имеется интерес к изучению информации о товаре, предприятии, услуге [4, с. 447].

Чтобы не оказаться среди отстающих, необходимо знать о последних тенденциях в рекламной деятельности и уметь извлекать из них выгоду. Эти тенденции носят глобальный характер, имеют огромные последствия и не собираются исчезать в ближайшее время. Маркетологи и PR-менеджеры должны учесть их при выработке рекламной стратегии, если хотят добиться успеха в 2018 году.

С точки зрения маркетинга, виртуальный тур - один из действенных инструментов визуализации, с помощью которого товар может быть продемонстрирован потенциальному покупателю очень выгодным, реалистичным способом. Это способ рекламы и продвижения.

Перед тем как отдать предпочтение той или иной гостинице, у покупателя появилась возможность осмотреть номер, красивый вид из окна или то, насколько просторно и комфортно в предполагаемом месте проживания. Любой туроператор, способный продемонстрировать, а тем более погрузить в реальную атмосферу предлагаемого тура, вызовет больше доверия и, как результат, окажется более успешным, чем конкуренты, не имеющие такого преимущества.

Виртуальный тур это – панорамные снимки, объединенные в определенной последовательности, дающие возможность перемещаться визуально, пользуясь интерактивными кнопками перехода, с целью самостоятельного изучения, наблюдения и получения дополнительной информации о заинтересовавшем объекте.

И если еще пару лет назад виртуальные туры были больше востребованы на таких объектах как рестораны, клубы, автосалоны, то в настоящее время этот стремительно развивающийся инструмент продвижения всё чаще применяют в туристской индустрии.

Виртуальные туры не направлены на то, чтобы конкурировать с традиционным туризмом. Они побуждают, зарождают желание, продают реальность. Качественные, яркие визуальные образы запоминаются проще и задерживаются в памяти на более длительный срок нежели описания, какими бы подробными они не были. И когда у человека появится возможность – понравившийся образ обязательно всплывет в сознании, тур будет куплен, начнется уже реальное путешествие.

Более того, виртуальные туры способны возродить забытые, когда-то пережитые ощущения от увиденного. Что может поспособствовать повторно, приобрести реальный тур.

На рисунке 1 можно увидеть преимущества виртуальных туров.

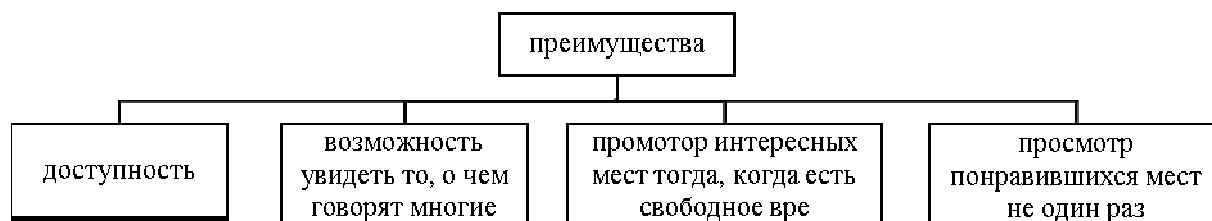


Рис.1 Преимущества виртуальных туров [разработано автором]

Составлено автором

Каждый человек, перед тем как лететь в новое, незнакомое для себя место, сперва изучает, что там интересного, о чем нужно знать, как сориентироваться.

В этой связи нам пришла идея разработать виртуальную экскурсию по улочкам города. Виртуальная экскурсия была разработана для того, чтобы у потенциальных туристов была возможность предварительно ознакомиться с маршрутом, который описывается в социальных сетях. В дальнейшем, уже приехав во Владивосток, турист мог бы руководствоваться именно им.

Создание виртуальных туров – это не просто превосходная визуализация для Приморского края, это, прежде всего – отличная реклама.

Целью создания виртуального тура предлагаемой автором модели является повышение привлекательности туристского продукта. Данную модель можно представить в несколько этапов.

Этап 1 представляет собой исследование привлекательности туристского продукта. Для проведения данного исследования необходимо провести социальный опрос, изучить актуальность данного продукта на рынке услуг. Результаты проведенного анкетирования подтвердили заинтересованность в виртуальных турах, указали на то, что этим инструментом маркетинга активно пользуются, либо желают иметь такую возможность. Изучение актуальности виртуальных туров на Российском и мировом рынках, дало представление о том, что в настоящее время текстовая реклама изживает себя, на смену приходят новые, более совершенные, визуальные технологии продвижения туристского продукта.

При просмотре виртуальных туров извлекается больше визуальной информации, чем от знакомства с объектом через просмотр обычной фотографии. Яркие образы, вызванные иллюзией присутствия, остаются в памяти на более длительное время, нежели текстовая информация, способствуют возникновению желания лично посетить понравившийся объект.

Вторым этапом является создание сферических панорам для будущего виртуального тура. Для создания таких фотографий требуется специальная техника.

Основное оборудование – зеркальная камера и широкоугольный объектив с минимальным фокусным расстоянием 10-20мм. Конечно, можно воспользоваться объективом с большим фокусным расстоянием, но это усложнит работу тем, что потребует от вас увеличить количество кадров с одной съёмочной точки, соответственно - займет больше времени как при самой съёмке, так и при последующей работе в графических редакторах.

Важнейшим оборудованием для панорамной съёмки является штатив с панорамной головкой. Панорамная головка позволяет минимизировать или вовсе избавиться от параллакса (смещение предметов на снимке) между кадрами.

Сама последовательность съёмки выглядит следующим образом:

Камера переводится в ручной режим съёмки.

Выставляется минимальное фокусное расстояние. Необходимо настроить панорамную головку таким образом, чтобы переходя от кадра к кадру возникало 25-30% перекрытия кадра.

Фокус выстраивается вручную, для одинаковой резкости каждого последующего кадра.

Для достаточной проработки ГРИП необходимо установить высокое значение диафрагмы – не менее 9. Такие параметры, как ISO и выдержка выставляются исходя из освещенности.

Для сферической панорамы, которая охватывает 360 градусов по горизонтали и 180 градусов по вертикали необходимо создавать дополнительные ряды снимков, для обеспечения перекрытия в 25–30%. Необходимо запечатлеть всё пространство будущего виртуального тура.

Третьим этапом можно выделить оптимизацию и склейку панорам. На данный момент существует несколько доступных, удовлетворяющих потребности профессиональных фотографов программ для склейки панорамных изображений. В своей работе мы использовали программу PTGui Pro. Алгоритм работы достаточно простой: необходимо загрузить снимки в программу, после чего PTGui автоматически совместит и оптимизирует выбранные для склейки кадры. По окончании оптимизации нужно выбрать необходимый размер, формат готовой панорамы, добавить имя файла и путь сохранения.

Далее, необходимо запустить процесс склейки панорамы. На время вывода готовой панорамы, которое может занять от пары секунд до нескольких часов, будет влиять конфигурация компьютера, количество и вес файлов. Готовую панораму, при необходимости, можно доработать в таком графическом редакторе как Photoshop. При помощи сервиса Pano2VR происходит загрузка на Google Карты, объединение панорам происходит непосредственно на Google Картах.

Четвертым, последним этапом является размещение. Google Карты имеет приложение Google Street View, где любой желающий может разместить свои снимки, серии панорам. Предоставленная возможность просмотра улиц городов мира уже давно пользуется популярностью среди потребителей всевозможных услуг.

Недавно, в дополнение к Google Street View, был создан Google Business View – виртуальные туры различных бизнесов. Он очень прост в использовании. Необходимо создать акаунт своего бизнеса или места и уже к созданному объекту привязывается виртуальный тур. В дальнейшем потенциальному клиенту необходимо ввести название интересующего объекта и без особых временных и финансовых затрат наслаждаться просмотром. Ссылка интегрируется везде, на любой ресурс от собственного сайта до всех социальных сетей. Превосходство публикации на Google заключается в том что, интеграция ссылки на сайт не занимает места на ресурсе самого сайта, она вставляется и переадресует. Плюсом также является скорость работы, так как тур состоит из фотографий, размещенных на серверах Google, а не на сервере на котором находится сам сайт.

В настоящее время, согласно последним исследованиям, пользователи, в 68% случаев, находят компанию по категории и геолокации, а не как это было ранее, по названию. Именно поэтому размещение и востребованность виртуальных туров, становятся таким популярным маркетинговым инструментом во всем мире.

1. Онищенко, Е.В. Концепция устойчивого воспроизводства региональных турпродуктов: отличительные особенности, ключевые понятия и принципы / Е.В. Онищенко // Туризм: право и экономика. 2017. № 3. С. 14–18.

2. Шуляк, П.Н. Ценообразование / П.Н. Шуляк. М.: Дашков и Ко, 2011. 196 с.

3. Исмаев, Д.К. Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг: учебное пособие / Д.К.Исмаев. СПб.: "Питер", 2012. 170 с.

4. Осипова, О.Я. Транспортное обслуживание туристов / О.Я. Осипова. М.: Академия, 2012. 384 с.

5. Хомич, С.А. География международного туризма: учебное пособие / С.А. Хомич. Мн.: Выш.школа, 2014.

Секция. ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УГОЛОВНОГО И УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОГО ПРАВА И СУДОУСТРОЙСТВА

Рубрика: Виды противоправных деяний. Особенная часть уголовного права

УДК 343.3/7

КОМПЬЮТЕРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ КАК ПРЕДМЕТ ПРЕСТУПЛЕНИЯ, ПРЕДУСМОТРЕННОГО СТАТЬЕЙ 272 УГОЛОВНОГО КОДЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.В. Богачук
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье рассматривается предмет неправомерного доступа к компьютерной информации, изучается законодательство, анализируются позиции учёных. Автор приходит к выводу о несовершенстве законодательной дефиниции, что затрудняет выявление и раскрытие преступлений, предусмотренных ст. 272 УК РФ и делает судебную практику неоднородной.

Ключевые слова и словосочетания: компьютерная информация, неправомерный доступ, предмет преступления, компьютерные преступления.

COMPUTER INFORMATION AS THE SUBJECT OF A CRIME UNDER ARTICLE 272 OF THE CRIMINAL CODE OF THE RUSSIAN FEDERATION

The article deals with the subject of unauthorized access to computer information, examines legislation, analyzes the position of scientists. The author comes to the conclusion about the imperfection of the legislative definition, which makes it difficult to identify and disclose crimes under Art. 272 of the Criminal Code of the Russian Federation and makes judicial practice inhomogeneous.

Keywords: computer information as the subject of a crime under article 272 of the Criminal Code of the Russian Federation

По данным Судебного Департамента Верховного Суда Российской Федерации доля осуждённых за преступления в сфере компьютерной информации невелика [1]. Это обусловлено низким уровнем выявления и раскрываемости этой категории преступлений. В 2017 г. их раскрываемость составила 24,4 процента [2], за январь-сентябрь 2018 г. компьютерных преступлений зарегистрировано больше на 30660 преступлений, чем в 2017 г., из них раскрыто всего 28,7 процентов [3]. Указанное свидетельствует о необходимости изучения различных аспектов компьютерных преступлений.

Неправомерный доступ к компьютерной информации является одним из наиболее выявляемых среди преступлений, предусмотренных главой 28 УК РФ «Преступления в сфере компьютерной безопасности» [4].

Статьей 8 УК РФ в качестве основания привлечения к уголовной ответственности предусмотрено «...совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного настоящим Кодексом», т.е. объект, объективную сторону, субъект, субъективную сторону. В литературе, несмотря на закреплённый УК РФ легальный четырехэлементный состав преступления нет единообразного понимания содержания этого понятия. Помимо четырёх основных элементов состава преступления – объекта, объективной стороны, субъекта и субъективной стороны, некоторые учёные отмечают несовпадение понятий объект и предмет преступления [5, с. 20], а другие, к примеру, В. Н. Винокуров, придерживаются позиции тождества предмета и объекта преступления [6, с. 45].

Позиция о несовпадении понятий предмета и объекта преступления представляется более верной, поскольку предмет – это то, на что непосредственно направлено совершение преступления, а объект – сфера общественных отношений, охраняемая уголовным законом. Уточнение такого явления как предмет преступления крайне важен для квалификации преступлений, предусмотренных главой 28 УК РФ.

Исходя из содержания главы 28 УК РФ, в общем виде предметом закрепленных в ней уголовно-правовых составов выступает компьютерная информация. В статье 2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее в тексте ФЗ «Об информации») содержится дефиниция информации, под которой понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления [7]. В примечании 1 к статье 272 УК РФ содержится аналогичное понятие, которое несколько конкретизировано: «Под компьютерной информацией понимаются сведения (сообщения, данные), представленные в форме электрических сигналов, независимо от средств их хранения, обработки и передачи». Именно этим легальным понятием должны оперировать правоприменители. Означенная формулировка отличается от имевшейся ранее, в соответствии с которой компьютерной информацией являлась «информация на машинном носителе, в электронно-вычислительной машине (ЭВМ), системе ЭВМ или их сети».

Достаточно корректная дефиниция закреплена и в Соглашении «О сотрудничестве государств-участников Содружества Независимых Государств в борьбе с преступлениями в сфере компьютерной информации», ратифицированном Российской Федерацией 2008 году. Статья 1 Соглашения указывает: «информация, находящаяся в памяти компьютера, на машинных или иных носителях в форме, доступной восприятию ЭВМ, или передающаяся по каналам связи». Однако соглашение ратифицировано с оговоркой о том, что при противоречии с федеральными законами Российской Федерации, последние имеют приоритет, что нивелирует её применение.

Таким образом, действующая редакция закона не увязывает компьютерную информацию и её машинный носитель, электронно-вычислительную машину (ЭВМ), систему ЭВМ или их сети. Как справедливо отмечает М. А. Ефремова «...под защиту уголовного закона попала и та компьютерная информация, которая еще не зафиксирована на каком-либо носителе или устройстве, а находится в процессе передачи» [8, с. 3]. Стремительное развитие техники порождает трудности в связи с тем, что создавать, хранить и передавать подобную информацию способны не только компьютеры, но и разного рода смарт-устройства (телефоны, планшеты и иные). Таким образом, термин «компьютерная информация» является некорректным и неполным и не отображает сущность предмета статьи 272 УК РФ.

Изменение легального подхода к понятию «компьютерная информация» влечёт расширение сферы применения уголовно-правового запрета, однако «информация, передаваемая по беспроводным и оптическим каналам связи, не будет являться объектом уголовно-правовой охраны, т.к. не попадает под определение электрических сигналов при трактовке этого термина с точки зрения физики. В связи с этим использование такого термина, как «электрический сигнал», лишь вводит в заблуждение, и поэтому нуждается в дальнейшем разъяснении или замене более подходящим термином» [8, с. 3].

Иными словами, недостатком имеющейся дефиниции является её техническая некорректность. Определение сигнала содержится в ГОСТ 16465-70, согласно которому сигнал представляет собой изменяющуюся физическую величину, отображающую сообщение [9]. Говорить о наличии сигнала можно при любом физическом процессе, изменение которого указывает на наличие информации. Следовательно, электрический сигнал представляет собой величину (например, напряжение, мощность), изменяющуюся со временем [10]. Информацию можно передавать с помощью сигналов разной мощности, как следует из ГОСТа, изменение их состояния, а не само состояние являются признаком наличия информации, однако в таком случае говорить о хранении сигналов, представляющих собой изменение величин, представляется нелогичным. Возможно, законодатель, вводя в определение компьютерной информации формулировку о том, что не имеет значение каково средство хранения сигнала имел ввиду способы хранения самой информации, а не электрических сигналов. В любом случае имеющийся в определении компьютерной информации дефект желательно устранить.

Следует также указать, что компьютерная информация может передаваться не только посредством электрических сигналов. Так, чтение информации с лазерных оптических дисков происходит при помощи световых сигналов. Кроме того, сами электрические сигналы передают не только компьютерную информацию, а используются и для радиосвязи, телефонной свя-

зи. В силу означенных неточностей на практике возникают проблемы: встречаются дела, в которых происходит не всегда верная квалификация действий, связанных со взломом игровых приставок, телевизионных модемов, доступом к базам данных банков, мобильным банкам и сайтам, которые квалифицируют по ст. 272 УК РФ.

В научной литературе предпринимались попытки определить предмет преступления, предусмотренного ст. 272 УК РФ. Так, компьютерная информация, по мнению В.В. Крылова, есть «сведения, знания или набор команд (программ), предназначенных для использования в ЭВМ или управления ею, находящиеся в ЭВМ или на машинных носителях, – идентифицируемый элемент информационной системы, имеющей собственника, установившего правила ее использования» [11, с. 294]. Данное определение содержит указание на такой признак информации как наличие особого правового режима и соответствует п. 2.5.2 ГОСТ Р 50922-2006, в соответствии с которым защищаемая информация является предметом собственности и подлежит защите в соответствии с требованиями нормативно-правовых актов или требованиями, устанавливаемыми собственником информации. Собственником информации могут быть государство, юридическое лицо, группа физических лиц, физическое лицо [12].

Предметом посягательства, как указывают А.Н. Попов и Е.И. Панфилова, является не компьютерная информация, а информационная среда, представляющая собой связанную с созданием, преобразованием и потреблением информации [13, с. 58]. Такая информация должна обладать признаками, позволяющими её идентифицировать, и фиксироваться на материальном носителе с реквизитами. В связи с чем авторы делают вывод, что компьютерная информация представляет собой информацию, находящуюся в информационной (компьютерной) среде и имеющую идентификационные атрибуты. С таким подходом следует согласиться, поскольку отсутствие индивидуализации информации приводит к трудностям с индивидуализацией предмета преступления.

По мнению В.Б. Вехова и К.Н. Евдокимова компьютерная информация – это «сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, находящиеся в памяти ЭВМ, зафиксированные на машинных или иных носителях в форме, доступной для восприятия ЭВМ, или передающиеся по каналам связи посредством электромагнитных сигналов». Недостатком данного определения является использование устаревшего термина «ЭВМ», которое отсутствует в новой редакции главы 28 УК РФ, хотя до сих пор содержится в ГК РФ [14, с. 44].

Некоторые авторы отмечают еще один недостаток легального понятия компьютерной информации, который сужает сферу применения ст. 272 УК РФ. Оно (легальное понятие) охватывает только преступления в отношении оптико-волоконных каналов связи. Следовательно, посягательство на информацию, содержащуюся на некоторых видах носителей информации, таких как оптические диски, флэш-память, не охватывается данным составом, так как она не может быть компьютерной по смыслу законодательного определения [15, с. 527].

Законодатель при формулировке уголовно-правового запрета ст. 272 УК РФ закрепил такой признак предмета преступного посягательства как «охраняемость», т. е. наличие специального правового режима защиты, однако не дал его интерпретацию в УК РФ.

Федеральный закон «Об информации...» делит информацию на общедоступную и ограниченного доступа [16]. Именно информация ограниченного доступа, регламентируемая законом, может являться предметом преступления, предусмотренного ст. 272 УК РФ. Этой позиции придерживается Генеральная прокуратура РФ [17]. Вероятно, законодатель использовал термины «охраняемая законом информация» и «информация ограниченного доступа» как тождественные. Несмотря на однозначность позиции прокуратуры по этому вопросу, нельзя исключить разнобоя в правоприменении, поскольку законодатель все-таки оперирует двумя разными терминами. Совершенно очевидно, что следовало бы упорядочить терминологию.

С рассматриваемой связана проблема ограничительного понятия охраны информации, которая сводится только к соблюдению режима конфиденциальности в отношении информации ограниченного доступа, достоверности и своевременности ее предоставления, и оставляет без внимания её доступность и целостность, которые в соответствии с ГОСТ Р 50922-2006 также подлежат защите. Конфиденциальность означает обязательное исполнение требования о неразглашении лицом, получившим доступ к охраняемым данным; доступность – это состояние информационных ресурсов, при котором субъекты, имеющие право доступа к ним, реализовывают их без каких-либо ограничений и изъятий. Целостность в свою очередь определяется в данном документе как состояние, при котором изменения вносятся только имеющими такое право лицами или же когда такие изменения отсутствуют вовсе. Даже в сравнении с изложенным

стандартом, придерживающимся классической триады «конфиденциальность, целостность и доступность» (сокращенно – КЦД) или «confidentiality, integrity, availability» (сокращенно – CIA), который, по мнению специалистов, уже неактуален, закон ограничивает понятие охраны информации, которое, безусловно, должно соответствовать уровню развития информационных технологий [18].

Отмеченные выше недостатки регламентации понятия «компьютерная информация» и её признаков иллюстрируется, к примеру, апелляционным постановлением Верховного Суда Республики Карелия от 19.01.2016, в котором суд, отклоняя доводы экспертов вынужден был пользоваться неточными формулировками уголовного закона [19].

Фактором, усложняющим выведение корректного определения предмета преступления, предусмотренного статьёй 272 УК РФ, является различная природа деяний, охватываемых данным составом, обусловленная развитием сферы информационных технологий.

Таким образом, имеющиеся ограничительные легальные понятия «компьютерная информация» и «охрана компьютерной информации», некорректное использование в законе технических терминов и терминов, содержание которых не раскрыто в законе, и т.д. затрудняет выявление и раскрытие преступлений, предусмотренных ст. 272 УК РФ. Устранение отмеченных недостатков нормативной регламентации, по нашему мнению, будет способствовать упорядочению правоприменительной практики.

1. Данные судебной статистики / Судебный Департамент Верховного Суда Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79>.

2. Состояние преступности в Российской Федерации. Январь – декабрь 2017 [Электронный ресурс] // Министерство внутренних дел: Официальный сайт. URL:: <https://мвд.рф/reports/item/12167987/>.

3. Состояние преступности в Российской Федерации. Январь – сентябрь 2018 [Электронный ресурс] // Министерство внутренних дел: Официальный сайт. URL:: <https://мвд.рф/reports/item/14696015/>.

4. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 27.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2019) URL:: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 08.04.2019). Далее в тексте УК РФ.

5. Шевченко, В.Ю. Объект и предмет преступления / В.Ю. Шевченко // Современная наука. 2013. № 1. С. 20.

6. Винокуров, В.Н. Определение предмета и субъектов отношений как способы установления объекта преступления / В.Н. Винокуров // Государство и право. 2011. №7. С. 45.

7. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 18.12.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL:: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/.

8. Ефремова, М.А. Ответственность за неправомерный доступ к компьютерной информации по действующему уголовному законодательству / М.А. Ефремова // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2012. № 8. С. 3.

9. ГОСТ 16465-70 «Сигналы радиотехнические измерительные» (Приложение 5) [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-правовой документации. URL:: <http://docs.cntd.ru/document/gost-16465-70>.

10. Базовые понятия цифровой электроники [Электронный ресурс] // Национальный открытый университет ИНТУИТ. URL:: <https://www.intuit.ru/studies/courses/104/104/lecture/3029>.

11. Ананиан, Л.Л. Реферат к научно-практическому пособию Шурухнова Н.Г. Расследование неправомерного доступа к компьютерной информации / Л.Л. Ананиан. М.: Щит, 1999. С. 294-297.

12. ГОСТ Р 50922-2006 [Электронный ресурс]. URL:: http://dehack.ru/zak_akt/standart/gost_r_50922-2006/.

13. Панфилова, Е.И. Компьютерные преступления / Е.И. Панфилова. СПб., 1998, 208 с.

15. Проблемы противодействия неправомерному доступу к компьютерной информации: Уголовно-правовые и криминологические аспекты: монография. Иркутск: ГОУ ВПО ВСИ МВД РФ, 2007. С. 44.

15. Дворецкий, М.Ю. Проблемы толкования терминов при квалификации преступлений по ст. 272 уголовного кодекса РФ / М.Ю. Дворецкий // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 12. С. 527-532.

16. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. 18.12.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL:: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/.

17. Методические рекомендации по осуществлению прокурорского надзора за исполнением законов при расследовании преступлений в сфере компьютерной информации: утв. Генпрокуратурой России [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL:: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_161817/.

18. Лукацкий, А.В. Триада «конфиденциальность, целостность, доступность»: откуда она? / Информационный портал по безопасности / А.В. Лукацкий [Электронный ресурс]. URL:: https://www.securitylab.ru/blog/personal/Business_without_danger/24456.php.

19. Апелляционное постановление Верховного Суда Республики Карелия от 19.01.2016 года по делу № 22-2002/2015 [Электронный ресурс] // Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт). URL:: <http://sudact.ru/regular/doc/afpeZK5Ss4dr/>.

Рубрика: Право. Юридические науки

УДК 341.9

ТИПОЛОГИЯ ВИКТИМНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОТЕРПЕВШИХ ОТ КРАЖ

Д.А. Васькин
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье рассматривается вопрос социально-психологических особенностей поведения потерпевших от краж. Прослеживается связь потерпевшего с преступником, выделяется типология личности потерпевшего. На основе изученной научной литературы и судебной практики Приморского и Хабаровского краев изложена типология виктимного поведения потерпевших от краж.

Ключевые слова и словосочетания: кража, виктимность, потерпевший, типология поведения, судебная практика.

TYPOLOGY OF VICTIMIZATION BEHAVIOR OF VICTIMS OF THEFT

The article deals with the issue of socio-psychological characteristics of the behavior of victims of theft. The connection between the victim and the criminal is traced, and the typology of the victim's personality is highlighted. On the basis of the studied scientific literature and judicial practice of the Primorsky and Khabarovsk regions, a typology of victim behavior of the victims of theft is described.

Keywords: theft, victimization, victim, typology of behavior, judicial practice.

Хищение является одним из самых распространенных преступлений против собственности. Данный вид преступления обладает ограниченной виктимологической характеристикой, так как в процессе совершения кражи, между преступником и потерпевшим нет прямого контакта [1]. При изучении поведения потерпевшего и факторов, которые оказывают влияние на проявление виктимности, необходимо выделить особенности и предпосылки того, что способствует проявлению виктимности в поведении лиц. В определенных ситуациях лицо может проявлять неосмотрительность, небрежное отношение к своему имуществу в данных условиях проявляются особенности поведения потерпевшего, которые могут быть причиной, в результате которой будет совершена кража. Следовательно, фактором оказывающим влияние на проявление виктимности, является поведение потерпевшего.

При изучении виктимного поведения, как фактора влияющего на подверженность лица стать жертвой кражи, необходимо выделить типологию поведения жертвы преступления, в которой нужно отразить условия современного общества, способствующие разграничению типов субъектов подверженных такому поведению. В настоящее время данным вопросом занимаются такие ученые, как О.О. Андронникова, М.А. Одинцова, А.Л. Камалова, И.С. Бубнова, А.М. Матусевич. Вышеперечисленные авторы выделяют типы виктимного поведения, которые, по их мнению, оказывают влияния на то, что в отношении лица может быть совершена кража.

О.О. Андронникова автор, изучающий вопросы виктимности выделяет следующие типы: активный и пассивный тип виктимного поведения. В свою очередь активный и пассивный тип, вышеназванный автор делит на смешанный и чувствительный (агрессивный) [2]. Другие авторы в области изучения виктимного поведения и факторов, которые влияют на проявление виктимности, связывают типы виктимного поведения с окружающим миром и поведением в обществе, а также способе самовыражения и психологии лица [3]. Именно эти условия, по мнению авторов, оказывают влияние на типологию виктимного поведения лица. Данные обстоятельства перечисляемые учеными в области изучения виктимности, также выделяют авторы: М.А. Одинцова и И.С. Бубнова [4].

Типология виктимного поведения наиболее ярко выражена в работах, таких авторов, как А.Л. Камаловой и А.М. Матусевича. А.М. Матусевич выделяет следующие типы поведения потерпевших от краж:

- 1) агрессивный;
- 2) инициативный;
- 3) не критичный;
- 4) пассивный;
- 5) негативный [5].

А.Л. Комолова, так как она является следователем МВД, рассматривает вопрос выделения типов виктимного поведения шире, чем вышеперечисленные авторы, опираясь на свой профессиональный опыт. Она рассматривает пассивный тип жертвы кражи, как случайный, то есть вышеназванный тип поведения не характерен для определенного круга лиц, такой тип виктимного поведения может проявлять у любого человека в зависимости от определенных обстоятельств (например большое скопление людей в общественном месте при карманных кражах. Кроме того, данный автор выделяет провоцирующий тип поведения, этот тип поведения по своим характеристикам имеет сходство с агрессивным типом, который выделяет А.М. Матусевич, но также имеет и свои особенности.

Типологию виктимного поведения выделяют множества авторов изучающих виктимность поведения жертвы, но единого подхода к данному вопросу нет.

Проанализировав подходы к определению типологии поведения вышеперечисленных авторов, предлагаю выделить следующие типы поведения:

1) пассивный (случайный) тип – это лица, в поведении, которых виктимность не имеет яркого проявления. Для вышеперечисленного типа характерно общепринятое поведение, то есть такие лица проявляют общительность, добродушность, эмоциональную устойчивость. Лица данного типа, стремятся обеспечить охрану своего имущества, но при определенных обстоятельствах они могут быть неосмотрительны и неосторожны, что может служить проявлением виктимности. При вышеназванном поведении, наибольшую роль играют факторы ситуативного характера (например, отсутствие людей в квартире, оставленные открытые окна при кражах из помещений или жилищ). К тому же преступники, особенно при карманных кражах сами создают ситуации, направленные на отвлечение внимания потерпевшего [1]. Иллюстрацией данного типа поведения является то, что лицо, забывает закрыть входную дверь квартиры, таким образом, это способствует беспрепятственному проникновению преступника в жилище лица, где преступник совершает кражу. Ярким примером является незапертая дверь квартиры А.С. Проккопенко, через которую Слободской проник в жилище и похитил имущество последнего [7]. Таким образом, пассивный тип поведения подразумевает собой общепринятое поведение лица в обществе, где в свою очередь проявление виктимности зависит от конкретных обстоятельств;

2) активно-провоцирующий тип – это лица, для которых характерно поведение провоцирующие преступника, иначе говоря они сами того не осознавая своим поведением могут невольным образом показать наличие определенного имущества, представляющее ценность для преступника. Такой тип потерпевших вышеуказанного типа материальные ценности стоят выше остальных [1]. К примеру, они могут демонстрировать наличие большой суммы денег, при-

сутствую в месте большого скопления людей [6]. Подобным образом действовал ФИО 1, находясь в общественном транспорте, будучи в состоянии алкогольного опьянения показал сидящему рядом с ним лицу, кошелек в котором находилось большая сумма денежных средств [8]:

3) пассивно-провоцирующий тип – это лица, которые своими действиями осознано, не показывают материальные ценности, которыми они располагают, но они могут быть подвержены виктимности в силу их социального статуса. При этих особенностях поведения, основное значение имеет ролевая особенность поведения потерпевшего, когда род занятий лица, как потенциального потерпевшего проявляет характерную для него виктимность. Лица названного типа по общему правилу, хорошо обеспечивают охрану своей собственности, то есть предпринимают все необходимые меры для осуществления безопасности своего имущества. При этом поведении лица становятся жертвами профессиональных преступников (которые способны взломать любые замки и любую систему охраны) [1]. Примером такового поведения является кража денежных средств, совершенная А.В.Гуменюк из открытого сейфа принадлежащего директору кафе, где А.В. Гуменюк работал [9];

4) негативный тип – это лица, особенности поведения, которых проявляются в их образе жизни, то есть для них характерно ведение аморального образа жизни, неразборчивость в связях, они злоупотребляют алкогольными, напитками. У таких лиц, как правило, отсутствует опасение угрозы и в основном, они сами провоцируют виктимоопасную ситуацию. К примеру, лицо может употреблять алкогольные напитки с незнакомцами, демонстрируя им наличие у него ценного имущества в результате чего может стать жертвой кражи. Потенциальные жертвы кражи, могут пригласить малознакомых лиц к себе в квартиру и, соответственно, преступник может воспользоваться данной ситуацией и совершить кражу, либо обнаружить какое-либо ценное в квартире и совершить кражу через некоторое время или передать информацию соучастникам [1]. Например, Т.К. Зуева находясь в квартире у малознакомого ФИО 1, распивала вместе с ним спиртные напитки, после того, как ФИО 1 уснул, Т.К. Зуева похитила денежные средства, принадлежащие последнему [10];

Таким образом, по результатам приведенной типологии можно сделать вывод, что потенциальной жертвой кражи может стать любое лицо, имеющее какое-либо имущество [2]. На проявление виктимности в поведении влияет ряд поведенческих критериев, которые присущи определенному типу поведения. Также немало важную роль играет, имущество, которым располагает лицо и его действия, совершаемые для охраны своей собственности. В случае когда, потерпевший не уделяет должного внимание охране своего имущества, относится к этому пренебрежительно, это дает повод преступнику совершить кражу.

1. Камалова, А.Л. Виктимологические аспекты механизма преступного поведения при совершении кражи / А.Л. Камалова // Вестник Московского университета МВД России. 2016. №3. С. 114-117.

2. Андроникова, О.О. Типология и мотивационно-установочные характеристики в обществах с различной культурной ментальностью / О.О. Андроникова // Вестник Кемеровского государственного университета. 2016. №2. С. 68-72.

3. Одинцова, М.А. Проблема виктимного личностного типа в психологии / М.А. Одинцова // Психология. Педагогика. –2014. №2. С 74-79.

4. Бубнова, И.С. Проблема виктимного поведения подростков и его социально-педагогическая профилактика / И.С. Бубнова // Психология в экономики и управлении. 2014. №1. С. 89-93.

5. Матусевич, А.М. Психологические аспекты виктимности / А.М. Матусевич // Молодой ученый. 2014. №8. С. 924-927.

6. Тляумбетов, Р.Г. Виктимологические аспекты некоторых преступлений против собственности / Р.Г. Тляумбетов А.Р. Хамадьярова // Отечественная юриспруденция. 2016. №10. С. 63-69.

7. Арстанбеков, М.С. Классификация жертв, исходя из характеристики их поведения / М.С. Арстанбеков И.К. Исупалиев // Известия вузов. 2016. №2. С. 31-33.

8. Приговор Арсеньевского районного суда Приморского края от 25.03.2013 г., по делу № 1-72/2013 в отношении Слободского URL: <http://sudact.ru/regular/doc/t2342>

9. Приговор Партизанского районного суда Приморского края от 01.10.2013 г., по делу № 1-161/2013 в отношении ФИО 2 URL: <http://sudact.ru/regular/doc/t2jerkgn>.

10. Приговор Фрунзенского районного суда г. Владивостока Приморского края от 13.09.2018 г., по делу № 1-308/2018 в отношении А.В. Гуменюк. URL: <https://sudact.ru/regular/doc/FH8Z/>

11. Приговор Ленинского районного суда г. Владивостока Приморского края от 10.08.2016 г., по делу № 1-442/2016 в отношении Т.К. Зуевой. URL: <http://sudact.ru/regular/doc/pijra21>.

12. Будякова, Т.П. Типология виктимного как инструмент виктимологического исследования / Т.П. Будякова // 2011. №6. С. 204-208.

Рубрика: Юриспруденция

УДК 343.13

ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К СУДЕБНОМУ ЭКСПЕРТУ В УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

А.Ю. Дразина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье рассматриваются требования, которым должен соответствовать эксперт для проведения исследований в определенной области по уголовному делу в законодательстве Республики Молдова. Особенностью является система актов, содержащих общие требования к эксперту и специальные требования, характеризующие процессуальный статус.

Ключевые слова и словосочетания: *судебный эксперт, требования к эксперту Республики Молдова, уголовный процесс Республики Молдова, эксперт как участник в уголовном процессе Республики Молдова, экспертная деятельность Республики Молдова.*

REQUIREMENTS FOR A FORENSIC EXPERT IN THE CRIMINAL PROCEDURE LEGISLATION OF THE REPUBLIC OF MOLDOVA

The article deals with the requirements to be met by an expert to conduct research in a certain field in a criminal case in the legislation of the Republic of Moldova. A special feature is the system of acts containing General requirements for the expert and special requirements characterizing the procedural status.

Keywords: *forensic expert, requirements to the expert of the Republic of Moldova, criminal procedure of the Republic of Moldova, expert as a participant in the criminal process of the Republic of Moldova, expert activity of the Republic of Moldova.*

Актуальностью исследования является наличие в Республике Молдова специального закона «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта», введенного 14 апреля 2016 года [4], содержащего общие требования в профессиональной деятельности эксперта, а также наличие акта, содержащего специальные требования, характеризующие процессуальный статус эксперта.

Исследование проводилось посредством формально-логического и компаративного методов.

Новизна проведенного исследования заключается в наличии требований, предъявляемых к экспертам, привлекаемых к уголовному делу и содержащиеся в требованиях особенности, характеризующие экспертную деятельность Республики Молдова.

Целью исследования является рассмотрение требований в судебно-экспертной деятельности в законодательстве Республики Молдова.

Для достижения указанной цели, были поставлены следующие задачи:

– охарактеризовать требования, предъявляемые к экспертам, закрепленные в законе Республики Молдова;

– выявить особенности требований, предъявляемые к экспертам в профессиональной деятельности;

– рассмотреть мнения ученых о экспертной деятельности в законодательстве Молдовы.

В законодательстве Республики Молдова имеется система актов, содержащие общие и специальные требования к профессиональной деятельности эксперта:

1) закон «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта», введенного 14 апреля 2016 года [4], содержащий организационные требования, предъявляемые к судебному эксперту;

2) уголовно-процессуальное законодательство, закрепляющее процессуальный статус эксперта [7];

3) кодекс этики судебного эксперта [5], характеризующий особенности профессиональной деятельности.

Статья 40 закона Республики Молдова «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта» закрепляет организационные (общие) требования, которым должно соответствовать лицо, претендующее на занятие экспертной деятельностью:

– является гражданином Республики Молдова;

– владеет румынским языком;

– является полностью дееспособным;

– имеет диплом лицензиата (академическая степень; квалификация) или равнозначный документ об образовании по специальности, для которой испрашивается квалификация судебного эксперта; для получения статуса эксперта судебно-медицинской или судебно-психиатрической экспертизы – диплом о высшем специальном образовании и о постуниверситетском образовании через резидентуру/мастерат; для получения статуса судебного эксперта судебно-криминалистической экспертизы – диплом лицензиата или равнозначный документ об образовании и квалификационное удостоверение по соответствующей специализации;

– прошел профессиональную стажировку по экспертной специальности, для которой испрашивается квалификация судебного эксперта;

– годен по состоянию здоровья для исполнения обязанностей судебного эксперта по специализации, для которой испрашивается квалификация судебного эксперта;

– не имеет судимости;

– имеет безупречную репутацию [4, ч.1 ст. 40].

В законе Республики Молдова «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта» [4], содержится термин судебный эксперт – лицо, квалифицированное и в соответствии с законом уполномоченное для производства экспертиз и формулирования выводов по специальности, в которой оно авторизовано, в отношении определенных фактов, обстоятельств, предметов, явлений и процессов, тела человека и человеческой психики, и включенное в Государственный реестр судебных экспертов [4, ст. 2].

Термин «судебный эксперт» содержит специальные требования, которым должно соответствовать лицо, осуществляющее необходимые исследования:

– лицо, обладающее определенной квалификацией;

– уполномоченное лицо;

– лицо, авторизованное по определенной специальности;

– лицо, включенное в Государственный реестр судебных экспертов.

Рассмотрим более подробно содержание требований:

Первый критерий представляет собой оценку квалификационно-оценочной комиссии.

Комиссия формируется из судебных экспертов первой или высшей категории [4, ч. 5 ст. 43]. По результатам проведенного квалификационного экзамена, лицу присваивается квалификация с правом производства судебных экспертиз [4, ч. 7 ст. 43].

Следующий критерий «уполномоченное лицо» – означает, что лицо имеет право осуществлять производство экспертизы в соответствии со специальным законом «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта», уголовно-процессуальным кодексом, уголовным кодексом и иными актами, регламентирующими профессиональную деятельность эксперта.

Лицо, авторизованное по определенной *специальности*.

Указанный критерий подразумевает, что лицу, успешно сдавшему квалификационный экзамен, присваивается определенная специальность, в которой эксперт будет осуществлять профессиональную деятельность.

В законодательстве Республики Молдова, выделенные требования «уполномоченное лицо» и «авторизованное лицо», являются самостоятельными.

Последний критерий, который мы выделили из понятия «судебный эксперт» – лицо, «включенное в Государственный реестр судебных экспертов».

Согласно закону Республики Молдова «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта», государственный реестр судебных экспертов представляет собой учет судебных экспертов, который ведется Министерством юстиции [4, ч. 1 ст. 49].

Таким образом, можно увидеть какие требования являются «составляющими» для получения лицом статуса «судебный эксперт», уполномоченного производить экспертизу.

Специальный закон «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта» Республики Молдова, содержит организационные требования, предъявляемые к лицу претендующего на получение статуса «судебный эксперт», уголовно-процессуальным законодательством Молдовы закреплены требования, характеризующие процессуальный статус эксперта.

Несмотря на то, что уголовно-процессуальным законом не выделяются конкретные требования к экспертной деятельности, их можно обозначить исходя из понятия «эксперт», которое дано в уголовно-процессуальном законодательстве Республики Молдова, а именно, «лицо, обладающее глубокими специальными знаниями в определенной области, уполномоченное в установленном законом порядке производить экспертизу» [7, п. 12 ст. 6].

Из изложенного в статье 6 указанного процессуального акта, можно выделить лишь два критерия:

- уполномоченное лицо;
- лицо, обладающее специальными знаниями (квалифицированное лицо).

По нашему мнению, применительно к лицу, привлекаемому в качестве участника в уголовном процессе, следует закрепить требования к эксперту в том случае, когда требуется произвести экспертизу по уголовному делу.

Например, в качестве обязательных, ввести такие требования как:

- знания в области исследований крови и других следов (поскольку, в большинстве случаев, эксперт привлекается для изучения пятен различного происхождения, в том числе следы крови);
- знания в области анатомии, биологических веществ (для установления внешних и внутренних признаков, свидетельствующих о наступлении смерти).

Представим ситуацию: в судебном процессе при рассмотрении уголовного дела по ч. 1 ст. 145 УК Республики Молдова (умышленное убийство) [6], возникает необходимость проведения определенного вида экспертизы, но в дальнейшем выясняется, что эксперта для дачи экспертного заключения не имеется по причине того, что ни один эксперт не может провести исследование. В связи с чем у суда возникает сложность поиска эксперта, в целях дачи экспертного заключения, в соответствии с законом.

При изучении вопросов, связанных с производством экспертизы в Республике Молдова, ученые высказывают различные мнения о том, какие требования являются обязательными, а какие факультативными.

Например, Г.В. Вершицкая полагает, что необходимым условием для производства экспертизы следует считать «авторизованность», и подчеркивает, что «допуск к участию в производстве судебных экспертиз по уголовным делам «лиц, обладающих специальными знаниями» с различным уровнем их профессиональной подготовки, аттестованных и не аттестованных на право самостоятельного производства судебной экспертизы, лиц, необоснованно именуемых «экспертами», является ни чем иным, как дискриминацией привлечённых к ответственности лиц (подозреваемых, обвиняемых, подсудимых)» [2, с. 44].

Думается, что мнение Г.В. Вершицкой является неверным, поскольку привлекаться для производства экспертизы могут только лица, прошедшие необходимую проверку в соответствии с законодательством Республики Молдова.

Схожего с мнением Г.В. Вершицкой придерживается Р.Г. Амбарцумов, отмечая, «что использование в уголовном судопроизводстве не аттестованных в установленном порядке на право самостоятельного производства экспертизы лиц, обладающих специальными знаниями, является дискриминацией лиц, привлечённых к уголовной ответственности, так как принципы правосудия не допускают использование в процессе судопроизводства в отношении привлечённых к ответственности лиц экспертов с различной квалификацией и уровнем компетентности» [1].

Р.Г. Амбарцумов подчеркивает, что необходимым требованием является аттестация в установленном порядке лиц на право осуществлять производство экспертизы. Но в то же время, по

его мнению, в соответствии с принципами правосудия, является недопустимым осуществление деятельности судебных экспертов, имеющих различную квалификацию и уровень компетентности.

По мнениям Г.В. Вершицкой и Р.Г. Амбарцумова, обязательным критерием для производства экспертизы является «авторизованность», но это не означает, что лица не должны проходить проверку в соответствии с вышеуказанными требованиями.

В.А. Кирилов считает: «в профессиональной деятельности судебно-медицинского эксперта проявляются как свойства, присущие любой медицинской специальности, так и свойства, характеризующие работу эксперта как особый вид медицинской деятельности, связанный с производством судебных экспертиз и участием в следственных действиях» [3, с. 79].

Тем самым, ученый предлагает ввести обязательное требование в виде нравственных качеств судебного эксперта, привлекаемого в уголовном деле.

Исходя из того, что эксперт привлекается в уголовном судопроизводстве в качестве одного из участников для проведения исследований, следует отметить, что при взаимодействии с участвующими в уголовном деле лицами, эксперту необходимо соблюдать этические нормы и не заходить за рамки закона. В противном случае, эксперту заявляется отвод, что влечет недействительность произведенной экспертизы и составленного экспертного заключения.

Помимо обозначенных актов, нельзя не учитывать положения «Кодекса этики судебного эксперта» от 5 сентября 2018 года № 870 [5].

Данный кодекс представляет собой совокупность норм профессионального и морального поведения судебных экспертов [5, п. 1], что является неотъемлемым требованием, особенно при взаимодействии судебного эксперта как с судебными органами, так и с участниками процесса.

При изучении требований, в законодательстве Республики Молдова, мы пришли к выводу, что для проведения исследований в рамках уголовного дела, эксперт обязан руководствоваться актами, регулирующими его профессиональную деятельность.

В результате изложенного следует:

Обозначенные в законе «О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта» требования, предъявляемые к эксперту для производства экспертизы, являются организационными (общими), а уголовно-процессуальный кодекс содержит специальные требования, характеризующие процессуальный статус лица, являющегося судебным экспертом;

Условия, имеющиеся в законодательстве Республики Молдова для осуществления экспертами необходимых исследований, по нашему мнению, являются достаточно жесткими, что позволит провести тщательный отбор кандидатов на осуществление экспертной деятельности;

В литературе ведутся дискуссии между учеными относительно требований, предъявляемых к лицам, направленным на производство экспертизы.

1. Амбарцумов, Р.Г. Шаг вперед, два шага назад или «Негосударственные эксперты» и «Негосударственные судебно-экспертные учреждения» (15.05.2013) / Р.Г. Амбарцумов // Pravorub.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://pravorub.ru/articles/30552.html>.

2. Вершицкая, Г.В. Правовые особенности осуществления негосударственной экспертной деятельности / Г.В. Вершицкая // Вестник ПАГС. 2014. № 2. С. 41-46.

3. Кирилов, В.А. Нравственные аспекты профессиональной деятельности судебно-медицинских экспертов / В.А. Кирилов // Научно-медицинский вестник Центрального Черноземья. 2015. № 60. С. 79-82.

4. О судебной экспертизе и статусе судебного эксперта: закон Республики Молдова от 14 апреля 2016 года № 68 (ред. от 24.05.2018 г.) [Электронный ресурс] // Законодательство стран СНГ. URL: http://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=86142. (дата обращения: 04.04.2019 г.)

5. Об утверждении Кодекса этики судебного эксперта: постановление Правительства Республики Молдова от 5 сентября 2018 года № 870 [Электронный ресурс] // Законодательство стран СНГ. URL: https://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=110454. (дата обращения: 06.04.2019 г.)

6. Уголовный кодекс Республики Молдова от 18 апреля 2002 года № 985-XV (ред. от 15.11.2018 г.) [Электронный ресурс]. URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30394923#pos=378;-155. (дата обращения: 04.04.2019 г.)

7. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Молдова: закон Республики Молдова от 14 марта 2003 года № 122-XV (ред. от 29.11.2018 г.) [Электронный ресурс] // Законодательство стран СНГ. URL: http://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=3833. (дата обращения: 04.04.2019 г.)

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОРД В КАЧЕСТВЕ СРЕДСТВ ДОКАЗЫВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

М.В. Заичкин
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В докладе рассматриваются дискуссионные вопросы использования результатов оперативно-розыскной деятельности в качестве средств доказывания. Проводится сравнительный анализ норм УПК, ФЗ «Об ОРД» Российской Федерации и Республики Казахстан.

Ключевые слова и словосочетания: оперативно-розыскная деятельность, уголовный процесс, оперативно-розыскные мероприятия, результаты ОРД.

PROBLEMS OF USING THE RESULTS OF OPERATIONAL INVESTIGATIVE ACTIVITIES AS A MEANS OF EVIDENCE IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AND THE RUSSIAN FEDERATION

The report discusses the controversial issues of using the results of operational investigative activities as a means of evidence. A comparative analysis of the norms of the Code of Criminal Procedure, the Federal Law "About the ORD" of the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan is carried out.

Keywords: Operational-search activity, criminal procedure, operational-search activities, results of operational-search activity.

Анализируя законодательство Республики Казахстан и Российской Федерации «Об оперативно-розыскной деятельности» можно заметить, на существование тождественности нормативно-правовой основы уголовно-процессуального права этих государств. Сходство двух стран, обусловлено тем, что они являются государствами постсоветского пространства, в связи с чем они имеют индентичную модель права.

Так в России и Казахстане под ОРД понимается система гласных и негласных оперативно-розыскных, организационных и управленческих мероприятий, осуществляемых уполномоченными государственными органами в соответствии с Законом «Об оперативно-розыскной деятельности» и иными нормативно-правовыми актами.

Одной из важнейших особенностей оперативно-розыскной деятельности является ее разведывательно-поисковый характер, который направлен, в первую очередь, на поиск информации в целях решения задач оперативно-розыскной деятельности. Как отмечает А. Гинзбург: «данный характер ОРД характеризуется также принципами конспирации, негласными секретными средствами и методами работы с необходимой информацией и ее источниками, с особым режимом работы органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность, специальным положением лиц, сотрудничающих на конспиративной основе с указанными органами» [1].

Согласно, Закону РК «Об ОРД», оперативно-розыскные действия можно разделить на 3 группы: организационные, действия, которых направлены на постоянное совершенствование нормативно-правовых актов, регулирующих организацию и деятельность органов осуществляющих ОРД; управленческие, действия, которых направлены в свою очередь на управление оперативно-розыскной деятельностью; оперативно-розыскные, которые как можно заметить из законодательно-закрепленного определения ОРД, имеют особое место в оперативно-розыскной деятельности [2].

Анализируя Закон Республики Казахстан «Об оперативно-розыскной деятельности», регламентирующий виды проводимых ОРД, определение оперативно-розыскным мероприя-

тиям не дается, а лишь указывается на конкретные формы осуществления ОРД: гласные и негласные. Под гласными мероприятиями понимаются действия, проводимые открыто, без применения специальных (секретных) средств, методов и приемов. В свою очередь негласные – это мероприятия, осуществляемые скрытно от объектов, в отношении которых они проводятся, с использованием специальных (секретных) сил, средств, методов и приемов. Как можно заметить из статьи 11 Закона РК «Об ОРД», оперативно-розыскные мероприятия, проводимые специальными уполномоченными органами, подразделяются на общие и специальные [2]. К специальным ОРМ, по мнению С. П. Фурлета, можно отнести мероприятия, которые могут причинить существенный вред правам, свободам и законным интересам человека и гражданина, а именно: контроль почтово-телеграфных отправок; внедрение, оперативный закуп, создание конспиративных предприятий и организаций; негласное прослушивание и запись разговоров с использованием видео-, аудиотехники или иных специальных технических средств; негласное получение информации о произведенных телефонных переговорах; снятие информации с технических каналов связи, компьютерных систем и иных технических средств; оперативное проникновение [11].

Специальные ОРМ проводятся по конкретно закрепленным в УПК РК категориям уголовных дел и только при наличии постановления прокурора о проведении соответствующих мероприятий [4].

Так, специальные оперативно-розыскные мероприятия проводятся: по тяжким и особо тяжким преступлениям; для осуществления мер по розыску лиц, скрывающихся от следствия, дознания, суда и уклоняющихся от уголовной ответственности за совершенное преступление; с целью предупреждения, пресечения и раскрытия тяжких и особо тяжких преступлений; с целью обнаружения лиц, пропавших без вести.

Сравнивая положения Закона Республики Казахстан от 15.10.1994 «Об оперативно-розыскной деятельности» [2] и Федеральный закон Российской Федерации от 12.08.1995 "Об оперативно-розыскной деятельности" можно заметить, что такой классификации оперативно-розыскным мероприятиям в отечественном законодательстве не имеется [3]. В нем указывается, что проведение ОРМ, ограничивающие конституционные права человека и гражданина, возможно только на основании судебного решения. По нашему мнению, такое законодательное обобщение в РФ, направлено, в первую очередь, на установление удобных условий нарушения конституционных прав граждан со стороны органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность.

В зависимости от направления уголовно-процессуальной деятельности субъектов судопроизводства в оперативно-розыскной деятельности можно выделить две функции:

– правоохранительную, направленную на решение задач по охране прав и свобод граждан, собственности физических и юридических лиц, защите общества и государства от противоправных действий, специально уполномоченными органами, путем применения юридических мер воздействия. Значение данной функции состоит в том, что она позволяет с помощью имеющихся у нее способов, средств и методов самостоятельно и эффективно решать стоящие перед ней задачи, вне рамок уголовного процесса, а также способствует осуществлению всех других функций уголовной юстиции, которые, в большинстве случаев, не могут выполняться без применения инструментов ОРД.

– специальную, целью которой является решение специальными силами, средствами и методами, присущими ОРД, определенных законом задач, связанных с вопросами обеспечения безопасности общества и государства. Существования данной функции, обусловлено наличием у государства задач, для решения которых, необходимо привлечение специальных сил, средств и методов, присущих только органам, осуществляющим ОРД. К таким задачам, в соответствии со статьей 2 Закона Республики Казахстан 1994 г. «Об оперативно-розыскной деятельности» можно отнести: обеспечение безопасности общества и государства, укрепление его экономического потенциала и обороноспособности; обеспечение безопасности Президента и других охраняемых лиц; обеспечение охраны государственной границы и другие [2].

Данные виды функций ОРД выполняют соответствующие государственные органы, наделенные специальными полномочиями. К таким органам в соответствии со ст. 6 Закона «Об ОРД» можно отнести: органы внутренних дел; органы национальной безопасности; уполномоченный орган в сфере внешней разведки; органы военной разведки Министерства

обороны; антикоррупционная служба; служба государственной охраны Республики Казахстан; служба экономических расследований [2].

В Законах РФ и РК «Об оперативно-розыскной деятельности» установлены основания для проведения ОРМ, которые в большинстве случаев являются идентичными. Различие состоит в том, что п. «б» ч.1 ст.10 Закона РК от 15.09.1994 органы Республики Казахстан уполномочены на проведение ОРД на основании, полученной ими информации из надлежащего источника. Данная норма является эффективным инструментом от незаконного злоупотребления своим положением органов, уполномоченных на проведение ОРД. Необходимо отметить, что информация, полученная в ходе проведения одних оперативно-розыскных мероприятий, может в дальнейшем послужить основанием для проведения других ОРМ. Конечным результатом проведения ОРД будет надлежащее закрепление полученных результатов в виде: рапорта, сводки, акта, отчета, которые в дальнейшем будут проходить проверку на возможность их использования в качестве средства доказывания или будут использованы в качестве основания проведения следственных действий.

Что же в процессуальной науке понимается под средством доказывания, и возможно ли использовать результаты ОРМ в таком направлении? Анализируя труды советских и российских ученых можно прийти к выводу, что не существует единого подхода к определению «средства доказывания». Так, одни авторы – А. И. Винберг Г. М. Рахунов, М.С. Строгович считают, что средствами доказывания непосредственно выступают источники доказательств, фактические данные, сведения о фактах [7 с.290] другие, например Ф.Н. Фаткулин, под средствами понимает «способы получения доказательств, источники доказательств и собственно доказательства» [10 с.101]. По моему мнению, под средствами доказывания следует понимать именно процессуальные действия в результате проведения которых, будет получена информация, сведения, данные имеющие доказательственное значение. Анализируя нормы Уголовно-процессуальных кодексов России и Казахстан можно заметить, что в данных нормативно-правовых актах имеется ряд положений, регламентирующих особенность доказывания в уголовном судопроизводстве. Так, ст. 122 УПК РК указывает, что собирание осуществляется путем проведения процессуальных действий, предусмотренных уголовно-процессуальным законом, в свою очередь статья 86 УПК РФ регламентирует собирание доказательств путем производства следственных и иных процессуальных действий. Как отмечает В.Ю. Стельмах, система средств доказывания в уголовном судопроизводстве состоит из «проверочных действий», осуществляемых на стадии возбуждения уголовного дела; следственных и иных процессуальных действий, а также оперативно-розыскных мероприятий. С данной точкой зрения, невозможно не согласиться, так как результаты ОРМ имеют особое доказательственное значение, они могут быть получены как до возбуждения уголовного дела, когда производство следственных действий невозможно, так и после возбуждения дела, для выяснения обстоятельств, непосредственно не связанных с преступлением [8 с.146-148].

Таким образом, результаты ОРД в уголовном судопроизводстве могут использоваться как средство доказывания только в том случае, если они пройдут детальную проверку, установленную подзаконными нормативно-правовыми актами. Одним из таких нормативных актов в Российской Федерации выступает Инструкция «О порядке представления результатов оперативно-розыскной деятельности органу дознания, следователю или в суд» [5]. Подобной инструкции в Республике Казахстан не имеется, что является существенным недостатком.

Невозможно не согласиться с мнением Е. З. Тургумбаева, который считает, что при использовании следователем результатов ОРД возникает ряд проблем. Во-первых, в своей работе он отметил, что: «как бы того не хотели следователи сотрудники ОРД, в большинстве случаев, предоставляют не все результаты ОРМ». Причем, как им было отмечено, оперативные сотрудники целенаправленно не допускали следователей к ознакомлению с оперативно-розыскными данными, ограничиваясь показом только конечных результатов ОРД. Во-вторых, он приводил ряд примеров, когда результаты ОРМ получались от правоохранительных органов на конфиденциальной основе, что в дальнейшем негативно сказывалось на их использовании в качестве доказательств. Ну и в- третьих, самая важная проблема, которая присутствует и в Республике Казахстан и в Российской Федерации, это отсутствие законодательно-закрепленного механизма внесения результатов оперативно-розыскной деятельности в уголовное судопроизводство, в результате чего важнейшие оперативные дан-

ные остаются нереализованными и не используются в целях раскрытия преступлений [9 с.143].

По нашему мнению, в Республике Казахстан и в Российской Федерации для устранения выше обозначенных проблем необходимы изменения действующего законодательства. Одним из таких решений, по нашему мнению, может быть включение в уголовно-процессуальные законы специальной главы, которая бы регламентировала допустимость использования в уголовном судопроизводстве результатов оперативно розыскных мероприятий, а также устанавливала порядок и условия их использования в процессе расследования и рассмотрения уголовного дела в суде.

1. Гинзбург, А. Понятие и сущность следственного действия и оперативно-розыскного мероприятия / А. Гинзбург [Электронный ресурс] // СПС «Закон КЗ». URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31449570.

2. Об оперативно-розыскной деятельности: Закон Республики Казахстан от 15 сентября 1994 года № 154-ХІІІ [Электронный ресурс] // СПС «Закон КЗ». URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1003158.

3. Об оперативно-розыскной деятельности: Федеральный закон от 12 августа 1995г. N 144-ФЗ с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.11.2018 г. [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_751

4. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Казахстан от 4 июля 2014 года № 231-V с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.07.2018 г. [Электронный ресурс] // СПС «Закон КЗ». URL: <https://online.zakon.kz/Document>

5. О порядке представления результатов оперативно-розыскной деятельности органу дознания, следователю или в суд: Инструкция утв. приказом МВД России, Минобороны России, ФСБ России, ФСО России, ФТС России, СВР России, ФСИН России, ФСКН России, Следственного комитета Российской Федерации от 27 сентября 2013 года №776/703/509/507/1820/42/535/39 8/68 // Российская газета. -2013. №282 URL: <https://rg.ru/2013/12/13/instrukcia-dok.html> (дата обращения: 06.12.2018).

6. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 г. N 174-ФЗ с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.11.2018 г. [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34481/

7. Строгович, М.С. Курс советского уголовного процесса / М.С. Строгович. М.: Изд Наука, 1968. Т. 1. 468 с. [Электронный ресурс] // ИС «Тwirpx». URL: <https://www.twirpx.com/file/650365/>

8. Стельмах, В.Ю Понятие и система средств доказывания в уголовном судопроизводстве / В.Ю. Стельмах [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Вестник Оренбургского государственного университета». 2017. с. 146-149 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-sistema-sredstv-dokazyvaniya-v-ugolovnom-sudoproizvodstve>

9. Тургумбаев, Е.З. Проблемы оперативно-розыскной деятельности при расследовании преступлений, совершаемых сотрудниками органов внутренних дел / Е.З. Тургумбаев / Мировые и региональные тенденции современной преступности и стратегии противодействия: сб. мат. межд. Научно-практической конференции Алматы: КазНУ им. аль-Фараби. 2012. С.143

10. Фаткуллин, Ф.Н. Общие проблемы процессуального доказывания / Ф. Н. Фаткуллин. Изд. Казан. ун-та, 1976., 1973. – 206 с. [Электронный ресурс] // ИС «Тwirpx». URL: <https://www.twirpx.com/file/1457816/>

11. Фурлет, С.П. О различных гарантиях соблюдения прав и свобод граждан при осуществлении оперативно-розыскной деятельности в России и в Казахстане / С.П.Фурлет [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Гражданин и право». 2016. № 9 // URL: <http://www.grajdaninipravo.ru>

ИНСТИТУТ СЛЕДСТВЕННОГО СУДЬИ В УГОЛОВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ КАЗАХСТАНА: ПРОЦЕССУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Д.А. Куманькова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В докладе рассматривается институт следственного судьи в уголовном судопроизводстве Республики Казахстан. Определяется понятие и назначение рассматриваемого института. Анализируется процессуальный аспект института следственного судьи.

Ключевые слова и словосочетания: следственный судья, судебный контроль, назначение института следственного судьи, процессуальный аспект института следственного судьи, полномочия следственного судьи.

INSTITUTE OF INVESTIGATIVE JUDGE IN CRIMINAL PROCEEDINGS OF KAZAKHSTAN: PROCEDURAL ASPECT

The report examines the institute of the investigative judge in the criminal proceedings of the Republic of Kazakhstan. The concept and purpose of the institution under consideration is determined. The process aspect of the institute of the investigative judge is analyzed.

Keywords: investigative judge, judicial control, appointment of the institute of the investigative judge, procedural aspect of the institute of the investigative judge, powers of the investigating judge.

Актуальность работы обусловлена тем, что в настоящее время ведутся дискуссии на тему введения института следственного судьи в Российской Федерации (далее РФ). В 2014 году Президент РФ рекомендовал Верховному Суду (далее ВС) РФ до 15 марта 2015 года изучить предложения Совета при Президенте РФ по созданию института следственных судей [1]. Выступление Президента РФ активизировало обсуждение введения института следственных судей в России.

На актуальность темы указывает и проведенный 1 февраля 2018 года круглый стол на тему «Институт следственных судей в уголовном процессе» [2], организованный ВС РФ, на котором обсуждались вопросы введения института следственного судьи, практика и опыт Казахстана.

Выбор исследования института следственного судьи в Республике Казахстан продиктован тем, что Казахстан является одним из государств постсоветского пространства, чья модель права была идентична России. Казахстан включил в уголовный процесс фигуру следственного судьи, которой нет в российском уголовном судопроизводстве. Изучение института следственного судьи в Казахстане, опыт Казахстана, позволит определить направления развития российского законодательства.

Таким образом, в связи с многочисленными дискуссиями на тему «институт следственного судьи в России» и обращением авторов к опыту зарубежных стран, для дальнейшего совершенствования уголовного процесса России, анализ института следственного судьи в Республике Казахстан видится наиболее актуальным и своевременным.

Целью работы является изучение процессуального аспекта следственного судьи по законодательству Казахстана.

Цель исследования предусматривает решение следующих задач:

- раскрыть содержание понятия и назначения института следственного судьи;
- изучить процессуальный аспект института следственного судьи в Республике Казахстан.

При исследовании применялись следующие методы: формально-логический и сравнительно-правовой.

Основным принципом правового государства является принцип разделения властей на законодательную, исполнительную и судебную. Судебная власть – самостоятельная и независимая ветвь власти. С разделением властей за судебной властью закрепляется необходимая ей самостоятельность. Помимо правосудия, судебная власть осуществляет судебный контроль, который является формой реализации судебной власти. Судебный контроль имеет особое значение в уголовном процессе, который наиболее часто связан с ограничением прав и свобод человека и гражданина.

Сущность судебного контроля можно определить как проверку соответствия деятельности органов и должностных лиц и результатов этой деятельности, установленным нормативным положениям. Судебный контроль является самостоятельным направлением деятельности суда, целью которого является обеспечение прав и свобод человека и гражданина, защита от их необоснованного ограничения, а также соблюдение законности в уголовном процессе. Судебный контроль охватывает наиболее важные аспекты уголовного судопроизводства такие, как применение мер пресечения или, например, рассмотрение жалоб на действия или бездействие органов и должностных лиц. Судебный контроль обеспечивает состязательность уголовного процесса на досудебной стадии производства. Республика Казахстан судебный контроль воплотила в создании должности следственного судьи.

Понятие следственного судьи дается в п.47 ст.7 и ч.3 ст.54 Уголовно-процессуального кодекса Республики Казахстан (далее УПК РК), при чем эти понятия дополняют друг друга, поэтому следует объединить их в одно. Так, следственный судья – это «судья суда первой инстанции, осуществляющий предусмотренные настоящим Кодексом полномочия в ходе досудебного производства, в частности полномочия по осуществлению судебного контроля за соблюдением прав, свобод и законных интересов лиц в уголовном судопроизводстве» [3].

Цель введения института следственного судьи заключается в расширении и укреплении судебного контроля за досудебным производством. Следственный судья является гарантом прав и свобод участников уголовного процесса. Осуществляя судебный контроль, он препятствует необоснованному ограничению конституционных прав. Следственный судья выступает как самостоятельный и независимый субъект уголовного процесса, объективно рассматривающий ходатайства органов, осуществляющих досудебное расследование, о производстве процессуальных действий, ограничивающих конституционные права личности. Также следственный судья способствует повышению защищенности конституционных прав и свобод человека и гражданина.

Нормативная модель института следственного судьи характеризуется организационным и процессуальным аспектом. Такие аспекты тесно связаны между собой. От того, насколько эффективно реализован организационный аспект, будет зависеть содержание процессуального аспекта.

Процессуальный аспект нормативной модели института следственного судьи в уголовно-процессуальном законодательстве Республики Казахстан включает статус следственного судьи, полномочия, предоставленные ему, закрепленные в УПК РК, процесс реализации полномочий, права и обязанности.

Следственный судья имеет равное положение по отношению к другим судьям. Все судьи Республики Казахстан обладают единым статусом и различаются только наделенными полномочиями. Таким образом, для понимания статуса следственного судьи необходимо изучить его компетенцию.

Полномочия следственного судьи изложены в ст. 55 УПК РК и включают в себя 29 полномочий. В связи с тем, что полномочия следственного судьи представляют достаточно обширный перечень, целесообразно распределить их по группам. Систематизация необходима также для формирования сферы деятельности следственного судьи. Существуют различные классификации полномочий следственного судьи. Так, С.А. Адилов подразделяет их на три группы: «1) полномочия, направленные на обеспечение надлежащей реализации функции охраны прав и свобод человека и гражданина; 2) полномочия, обеспечивающие надлежащую реализацию функций уголовного преследования; 3) полномочия, обеспечивающие надлежащую реализацию функций уголовного преследования, в том числе и в рамках обеспечения должного поведения его участников» [4, с.121-122]. Еще одну классификацию полномочий следственного судьи предлагает А.А. Махашев, разделив полномочия на категории: «1) санкционирование следственных действий, при совершении которых могут нарушаться конституционные права и свободы участников уголовного процесса; 2) рассмотрение жалоб на действия (бездействие) и реше-

ния дознавателя, следователя, прокурора; 3) обеспечение исследования в досудебном производстве доказательств, представляемых стороной защиты; 4) совершение иных процессуальных действий» [5]. Представленные авторами группы полномочий достаточно обширны и размыты и по своей классификации не указывают на конкретные полномочия, в связи с чем, систематизация, основанная на институтах уголовного процесса, видится более рациональной и обоснованной. Автором исследования полномочия следственного судьи были подразделены на 5 групп:

1. Полномочия по применению мер процессуального принуждения, которые подразделяются на «меры пресечения» и «иные меры процессуального принуждения». К первой подгруппе относятся: содержание под стражей, домашний арест, экстрадиционный арест (в том числе, продление их сроков), залог. Ко второй: временное отстранение от должности; запрет на приближение; наложение ареста на имущество; «наложение денежного взыскания на лиц, не выполняющих или выполняющих ненадлежаще процессуальные обязанности в досудебном производстве, за исключением адвокатов и прокуроров; рассмотрение, по ходатайству адвоката, участвующего в качестве защитника, вопроса о принудительном приводе в орган, ведущий уголовный процесс, ранее опрошенного им свидетеля, обеспечение явки которого для дачи показаний затруднительно» [3].

2. Полномочия по санкционированию следственных действий, включающих в себя подгруппу негласных следственных действий. К таким следственным действиям относятся: эксгумация трупа, объявление международного розыска подозреваемого, обвиняемого, осмотр, обыск, выемка, личный обыск, принудительное освидетельствование и получение образцов. К полномочиям, касающимся негласных следственных действий, относятся: «решение вопроса проведения негласных следственных действий продления сроков их проведения; рассмотрение, по мотивированному ходатайству органа досудебного расследования, вопроса о продлении срока уведомления лица о проведенных в отношении него негласных следственных действиях до одного года; дача согласия на неуведомление лица о проведенных в отношении него негласных следственных действий» [3].

3. Полномочия по осуществлению процесса доказывания и обеспечения доказательств: «рассмотрение вопроса о реализации вещественных доказательств, подвергающихся быстрой порче или длительному хранению которых до разрешения уголовного дела по существу требует значительных материальных затрат; депонирование в ходе досудебного производства показаний потерпевшего и свидетеля; рассмотрение вопроса, по мотивированному ходатайству адвоката, участвующего в качестве защитника, об истребовании и приобщении к уголовному делу любых сведений, документов, предметов, имеющих значение для уголовного дела, за исключением сведений, составляющих государственные секреты, в случаях отказа в исполнении запроса либо непринятия решения по нему в течение трех суток; рассмотрение, по мотивированному ходатайству адвоката, участвующего в качестве защитника, вопроса о назначении экспертизы либо производстве органом уголовного преследования иных следственных действий, за исключением негласных следственных действий, в том числе если органом уголовного преследования в удовлетворении такого ходатайства было необоснованно отказано либо по нему не принято решение в течение трех суток» [3].

4. Полномочия по последующему судебному контролю: «рассмотрение жалоб на действия (бездействие) и решения дознавателя, органа дознания, следователя и прокурора» [3].

5. Иные полномочия: «рассмотрение вопроса о взыскании процессуальных издержек по уголовному делу по представлению прокурора; рассмотрение вопроса принудительного помещения не содержащегося под стражей лица в медицинскую организацию для производства судебно-психиатрической и (или) судебно-медицинской экспертиз; перевод лица, в отношении которого ранее применено содержание под стражей, в специальную медицинскую организацию, оказывающую психиатрическую помощь, приспособленную для содержания больных в условиях строгой изоляции» [3].

Предложенная классификация полномочий следственного судьи представляется целесообразной, так как название группы полномочий раскрывает ее содержание. Кроме того, такая классификация более проста в запоминании и понимании.

Следственный судья осуществляет свои полномочия согласно УПК РК. Следственный судья рассматривает вопросы, отнесенные к его компетенции, единолично без проведения судебного заседания, за исключением разрешения вопросов санкционирования содержания под стражей, домашнего ареста, экстрадиционного ареста, а также продления их сроков, вопроса о

реализации вещественных доказательств и депонирования показаний потерпевшего и свидетеля – в этом случае, судебное заседание является обязательным. Уголовно-процессуальное законодательство не ограничивает право следственного судьи провести судебное заседание, если оно будет иметь значение для принятия законного и обоснованного решения.

Случаи обязательного проведения судебного разбирательства имеют свои особенности. Их можно подразделить на две группы: 1) особенности проведения судебного заседания при решении вопроса санкционирования содержания под стражей, домашнего ареста, экстр-радиционного ареста, а также продления их сроков (регулируются ст.146, 148, 151, 152 УПК РК); 2) особенности проведения судебного заседания при депонировании показаний потерпевшего и свидетеля (регулируется ст.217 УПК РК). Рассмотрение следственным судьей вопроса о реализации вещественных доказательств, подвергающихся быстрой порче или длительному хранению которых до разрешения уголовного дела по существу требует значительных материальных затрат, не регламентировано УПК РК. Этот вопрос не регламентирован также и Постановлением Правительства РК о вещественных доказательствах [6], к которому отсылает УПК РК. Таким образом, наблюдается неполнота правового регулирования в части осуществления следственным судьей, вмененного ему полномочия.

Перейдем к характеристике особенностей первой группы случаев обязательного проведения судебного разбирательства: срок рассмотрения ходатайства о санкционировании мер процессуального принуждения составляет восемь часов с момента поступления материалов, срок рассмотрения ходатайства о продлении срока меры принуждения – не более трех суток со дня поступления ходатайства. В судебном заседании принимают обязательное участие прокурор, подозреваемый/обвиняемый, защитник. В судебном заседании о продлении срока меры пресечения обязательное участие принимает только прокурор. Судебное заседание проводится по общим правилам проведения судебного заседания: объявление рассматриваемого ходатайства, разъяснение прав и обязанностей участников судебного заседания, выступление прокурора с обоснованием необходимости применения определенной меры пресечения, выступление подозреваемого/обвиняемого и его защитника. Имеет большое значение норма, закрепляющая необходимость проверки следственным судьей обоснованности подозрения лица в совершении преступления, при принятии решения об избрании меры процессуального принуждения. В УПК РК от 4 июля 2014 года следственный судья ограничивался исследованием материалов дела, относящихся к обстоятельствам, учитываемым при избрании меры пресечения (тяжесть преступления, возраст подозреваемого/обвиняемого, состояние здоровья и т.д.). В связи с чем, авторами научных работ поднималась проблема изучения следственным судьей формальных обстоятельств дела, без надлежащей оценки виновности лица. В частности, эту проблему исследовали В.А. Азаров, А.А. Амиргалиев, А.Н. Ахпанов [7, с.156-157], Д.К. Канафин [8]. Изучение вопроса виновности лица при решении вопроса о применении меры пресечения, позволит следственному судье более объективно и обоснованно принимать решение. По итогам рассмотрения ходатайства о применении меры пресечения следственный судья выносит постановление о санкционировании меры пресечения или об отказе санкционирования/удовлетворения ходатайства о продлении срока. Кроме того, в случае применения меры пресечения в виде содержания под стражей следственный судья может вынести постановление «о санкционировании содержания под стражей на срок до десяти суток в случае отсутствия достаточных оснований для санкционирования содержания под стражей сроком на два месяца» [3].

Характеристика второй группы: срок рассмотрения ходатайства о депонировании показаний – в течение двадцати четырех часов с момента его получения. По результатам рассмотрения ходатайства следственный судья выносит мотивированное постановление об удовлетворении ходатайства либо отказе в его удовлетворении. В случае удовлетворения ходатайства следственный судья назначает время допроса. Обязательное участие в допросе принимают прокурор, допрашиваемый субъект, подозреваемый (если его присутствие не угрожает безопасности потерпевшего/свидетеля), его адвокат. УПК РК закрепляет положение об обязательном проведении судебного заседания только применительно к мерам пресечения и депонированию показаний, исключая следственные действия и негласные следственные действия. Это связано, прежде всего, с необходимостью оперативного проведения следственных действий и негласных следственных действий.

УПК РК предусматривает и особенности изучения следственным судьей, направленных ему материалов, без проведения судебного заседания. Такие особенности характеризуются сроком рассмотрения материалов и субъектным составом. Особенности рассмотрения вопросов

о применении мер процессуального принуждения: 1) временное отстранение от должности (ст.158 УПК РК), наложение ареста на имущество (ст.163 УПК РК), запрет на приближение (ст.165 УПК РК) – срок: в течение двадцати четырех часов с момента поступления ходатайства в суд; субъектный состав: без участия сторон; 2) наложение денежного взыскания (ст.160 УПК РК) – срок: в течение суток с момента поступления протокола в суд; субъектный состав: с участием лица, на которое может быть наложено денежное взыскание. Особенности рассмотрения вопросов проведения следственных действий: 1) осмотр, освидетельствование, обыск, выемка, принудительное получение образцов (ст.220 УПК РК) – срок: незамедлительно после поступления материалов в суд; субъектный состав: без участия сторон; 2) эксгумация (ст.226 УПК РК) – срок: в течение двадцати четырех часов с момента поступления материалов в суд; субъектный состав: без участия сторон; 3) негласные следственные действия (ст.234 УПК РК) – срок: в течение двадцати четырех часов с момента поступления постановления, с возможностью продления срока еще на двадцать четыре часа; субъектный состав: без участия сторон. Особенности рассмотрения иных вопросов: 1) взыскание процессуальных издержек (ст.178 УПК РК) – взыскиваются в случае прекращения дела на досудебной стадии уголовного процесса; субъектный состав: без участия сторон; 2) рассмотрение жалобы на действия (бездействие) и решения дознавателя, органа дознания, следователя и прокурора (ст.106 УПК РК) – срок: в течение трех суток; субъектный состав: без участия сторон.

Более детальной регламентации в УПК РК порядка реализации следственным судьей своих полномочий не предусмотрено.

Таким образом, УПК РК содержит недоработку в части осуществления следственным судьей своих полномочий. Это проявляется как в отсутствии в целом статей, регламентирующих порядок рассмотрения ходатайств/постановлений о совершении процессуальных действий, например, об объявлении международного розыска подозреваемого/обвиняемого, так и в отсутствии более подробного закрепления порядка осуществления полномочий. Прежде всего, это касается четвертой и пятой группы полномочий следственного судьи. Например, статья, регулирующая принудительное помещение не содержащегося под стражей лица в медицинскую организацию, указывает лишь на то, что решение о принудительном помещении принимает следственный судья.

Уголовно-процессуальный закон закрепляет принцип состязательности сторон обвинения и защиты. Вышеизложенные положения указывают на то, что преимущественно следственный судья рассматривает поступившие к нему материалы без участия сторон. С одной стороны, такой порядок может быть оценен как нарушение принципа состязательности, в части лишения прав сторон защищать свои интересы, обосновывать позицию. С другой стороны, нарушение принципа состязательности не наблюдается, так как, во-первых, следственный судья должен объективно и независимо оценивать все доводы, во-вторых, следственный судья принимает решение равноудаленно от сторон, в-третьих, следственный судья вправе провести судебное заседание с участием сторон, если это будет необходимо.

Процессуальный аспект нормативной модели института следственного судьи помимо порядка реализации полномочий следственного судьи, включает и вопросы обжалования постановлений следственного судьи. Субъектами обжалования являются: подозреваемый, его защитник, законный представитель, потерпевший, его законный представитель, представитель. Прокурор вправе «принести ходатайство (о санкционировании, об отмене, о проведении процессуальных действий) на постановление следственного судьи» [3]. Срок обжалования постановлений: в течение трех суток с момента оглашения. Постановления следственного судьи, которые могут быть обжалованы, можно подразделить на 5 групп, которые соответствуют группам полномочий следственного судьи. Постановление следственного судьи обжалуется «в областной и приравненный к нему суд через суд, следственный судья которого вынес постановление» [3]. Вопрос обжалования постановлений следственных судей поднимался на Круглом столе 2018 года, на котором А.Б. Рахметулин отметил, что «в областных судах была введена специализация судей, которые рассматривают обжалуемые постановления следственных судей» [2].

Проведенное исследование показало, что институт следственного судьи регулируется в большей степени уголовно-процессуальным законодательством, невзирая на то, что следственный судья относится к судебным органам, регулирование деятельности которых, осуществляется преимущественно Конституционным законом Казахстана «О судебной системе и статусе судей Республики Казахстан» (далее Конституционный закон РК) [9]. Конституцион-

ный закон РК не содержит даже упоминание такого субъекта, как следственный судья. Судьи специализированного следственного суда осуществляют полномочия только в части судебного контроля за досудебным производством. Статус следственного суда и сфера его деятельности раскрываются уголовно-процессуальным законом.

Анализ процессуального аспекта нормативной модели института следственного судьи в уголовно-процессуальном законодательстве Республики Казахстан позволяет сделать вывод о том, что институт следственного судьи достаточно полно регламентирован. Процессуальный аспект раскрывает статус следственного судьи, обширные полномочия и порядок их реализации. Несмотря на то, что процессуальный аспект в дальнейшем требует доработки, институт следственного судьи может стать эффективной системой защиты прав и свобод граждан на этапе досудебного производства.

Таким образом, проведенное исследование позволило сформировать следующие выводы:

1. Одной из форм реализации судебной власти является осуществление судебного контроля за досудебной стадией производства, который направлен на недопущение незаконного ограничения конституционных прав человека и гражданина в уголовном процессе.

2. Республика Казахстан реализовала судебный контроль в форме института следственного судьи, целью которого является осуществление судебного контроля.

3. Следственный судья – это «судья суда первой инстанции, осуществляющий предусмотренные УПК РК полномочия в ходе досудебного производства, в частности полномочия по осуществлению судебного контроля за соблюдением прав, свобод и законных интересов лиц в уголовном судопроизводстве» [3].

4. В процессе исследования процессуального аспекта, полномочия следственного судьи были подразделены автором на 5 групп: 1) Полномочия по применению мер процессуально-го принуждения; 2) Полномочия по санкционированию следственных действий; 3) Полномочия по осуществлению процесса доказывания и обеспечения доказательств; 4) Полномочия по последующему судебному контролю; 5) Иные полномочия.

5. Анализ процессуального аспекта нормативной модели института следственного судьи в уголовно-процессуальном законодательстве Республики Казахстан, охватывающий статус следственного судьи, его полномочия и реализацию таких полномочий, показал, что институт следственного судьи, имеет некоторые недоработки. Это касается отсутствия четко выраженного порядка осуществления следственным судьей своих полномочий.

6. Проблемными аспектами института следственного судьи являются:

– Регулирование статуса специализированного следственного суда/следственных судей уголовно-процессуальным законодательством;

– Отсутствие достаточной регламентации порядка реализации следственным судьей своих полномочий.

Имеющиеся пробелы института следственного судьи связаны с недостаточностью правового регулирования.

На наш взгляд, институт следственного судьи имеет большие перспективы действия в уголовном процессе, при условии результативного совершенствования. Институт следственного судьи направлен на охрану прав и свобод граждан на стадии досудебного производства. И создание качественно действующего института будет являться гарантией защиты таких прав.

1. Предложения по созданию института следственных судей в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Совет при Президенте РФ: официал.сайт. URL: <http://president-sovet.ru/documents/read/351/>

2. Институт следственных судей в уголовном процессе [Электронный ресурс] // Международная Ассоциация Содействия Правосудию. – Режим доступа: <http://www.iuaj.net/node/2394>

3. Уголовно-процессуальный кодекс Республики Казахстан: кодекс Республики Казахстан от 4 июля 2014 года № 231-V (ред.12.07.2018) [Электронный ресурс] // ИС «Параграф».URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31575852

4. Адиллов, С.А. Следственный судья в уголовном судопроизводстве Республики Казахстан [Электронный ресурс] / С.А. Адиллов // Научная электронная библиотека «Elibrary». 2017. №1(41). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28880097>

5. Махашев, А.А. Институт следственного судьи в уголовном процессе Республики Казахстан [Электронный ресурс] / А.А. Махашев // ИС «Параграф». 2018. URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39520727#pos=18;-30

6. Об утверждении Правил изъятия, учета, хранения, передачи и уничтожения вещественных доказательств, изъятых документов, денег в национальной и иностранной валюте, наркотических средств, психотропных веществ по уголовным делам судом, органами прокуратуры, уголовного преследования и судебной экспертизы: Постановление Правительства Республики Казахстан от 9 декабря 2014 года № 1291 [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1400001291>

7. Азаров, В.А. Пределы и механизмы судебного контроля: в стадии досудебного расследования: анализ проекта УПК Республики Казахстан [Электронный ресурс] / В.А. Азаров // Научная электронная библиотека «Elibrary». 2014. №1. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21211839>

8. Канафин, Д.К. Предложения по совершенствованию судебного контроля в проекте нового Уголовно-процессуального кодекса Республики Казахстан [Электронный ресурс] / Д.К. Канафин // ИС «Параграф». 2013. URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36142152#pos=546;48

9. О судебной системе и статусе судей Республики Казахстан: Конституционный закон Республики Казахстан от 25 декабря 2000 года № 132-II (ред. 22.12.2017) [Электронный ресурс] // ИС «Параграф». URL: http://online.zakon.kz/document/?doc_id=1021164#pos=85;-160&sdoc_params=text

Рубрика: Уголовное судопроизводство. Уголовно-процессуальное право

УДК 343.1

ПРОЦЕДУРА ПОМЕЩЕНИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА КАК АЛЬТЕРНАТИВА УГОЛОВНОМУ НАКАЗАНИЮ

Ю.В. Лапшина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье исследуется правовая природа освобождения несовершеннолетнего от наказания с помещением в специальное учебно-воспитательное учреждение закрытого типа, а также на основе анализа судебной практики исследуются практические проблемы, возникающие при назначении судом данной меры воздействия.

Ключевые слова и словосочетания: несовершеннолетние, уголовная ответственность, принудительные меры воспитательного воздействия, освобождение от наказания.

THE PROCEDURE FOR PLACING MINORS IN CLOSED EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS AN ALTERNATIVE TO CRIMINAL PUNISHMENT

The article examines the legal nature of the exemption of a minor from punishment with placement in a special educational institution of a closed type, and on the basis of an analysis of judicial practice explores the practical difficulties encountered in the appointment of this measure.

Keywords: minors, criminal liability, compulsory educational measures, exemption from punishment.

Начиная с XIX века сохраняется интерес к поиску более эффективных альтернатив уголовному наказанию. На первый план выходит восстановительное правосудие – новый подход к разрешению конфликтов, направленный на достижение справедливости и сбалансирование потребностей общества. Как справедливо отмечают Н.С. Пахолкин и И.В. Смолькова: «...подобное внимание обусловлено рядом причин: социальных и экономических. К социальным относится проблема реабилитации после отбывания уголовного наказания и предупрежде-

ние новых преступлений, а экономические предпосылки связываются с ограниченностью материальных ресурсов необходимых для содержания заключенных» [1, с. 132].

Следовательно, возникает вопрос об оправданности применения к личности осуждённого суровых лишений, действительно ли это приводит к восстановлению прав потерпевшего или же при стечении определённой совокупности обстоятельств возможен иной подход, действующий в защиту пострадавшего, но при этом по возможности смягчающий негативные последствия для несовершеннолетнего преступника?

Нельзя не согласиться с М.В. Ожигановой в части того, что отказ от применения уголовно-правовых мер и (или) их минимизация в рамках восстановительного правосудия направлены на реализацию как интересов ребёнка, так и общества в целом. Ею отмечено: «Особенно опасны последствия стигматизации для юного нарушителя, когда еще не завершены процессы взросления, личностной и социальной идентификации, когда идет интенсивный поиск своей социальной роли и образцов для подражания» [2, с. 38].

Мы придерживаемся вышеизложенного мнения, а также считаем, что именно помещение несовершеннолетних в специальные учебно-воспитательные учреждения закрытого типа, позволяет уменьшить негативные последствия для психосоциального развития ребенка. Её применение отвечает современным тенденциям гуманизации отрасли уголовного права в рассматриваемой области. Однако по прошествии 15 лет использование названного вида исправления остается не очень популярным и по частоте применения уступает условному осуждению.

На первое полугодие 2018 года количество несовершеннолетних, освобожденных от наказания с помещением в учебно-воспитательные учреждения закрытого типа, составило лишь 138 лица, а с применением иных мер воспитательного воздействия – 330. В то время как условное осуждение к лишению свободы было применено к 3681, штраф к 978, обязательные работы к 2163, исправительные к 136 [3].

Порядок помещения несовершеннолетних в специализированные учебно-воспитательные учреждения закрытого типа помимо Уголовного кодекса Российской Федерации регламентируется ст. 432 Уголовно-процессуального кодекса [4] и ст. 15 ФЗ «О профилактике безнадзорности» [5].

Согласно ч. 4 ст. 15 ФЗ «О профилактике безнадзорности», в специальные учебно-воспитательные учреждения закрытого типа могут быть помещены несовершеннолетние, нуждающиеся в особых условиях воспитания, обучения и требующие специального педагогического подхода в случаях, если они:

а) не подлежат уголовной ответственности в связи с тем, что к моменту совершения общественно опасного деяния не достигли возраста, с которого наступает уголовная ответственность;

б) достигли возраста, предусмотренного ч.1 или 2 ст. 20 УК РФ, и не подлежат уголовной ответственности в связи с тем, что вследствие отставания в психическом развитии, не связанного с психическим расстройством, во время совершения общественно опасного деяния не могли в полной мере осознавать фактический характер и общественную опасность своих действий (бездействия) либо руководить ими;

в) осуждены за совершение преступления средней тяжести или тяжкого преступления и освобождены судом от наказания в порядке, предусмотренном ч. 2 ст. 92 УК РФ [6].

Для нас имеет значение последнее из перечисленных положений. Так, одним из оснований является совершение лицом преступления – виновного общественно-опасного деяния, запрещённого УК РФ под угрозой наказания. Пунктом 35 Постановления Пленума Верховного Суда РФ педалируется, что совершенное преступление должно относиться к категории средней тяжести или тяжкой, то есть за его совершение может быть назначено наказание в виде лишения свободы в пределах от 3 до 10 лет. При этом судам надлежит учитывать условия жизни и воспитания, уровень психического развития, иные особенности личности, влияние на подростка старших по возрасту лиц, а также несовершеннолетний возраст в качестве смягчающего обстоятельства [7].

При вынесении приговора суд сначала назначает наказание в виде лишения свободы на определённый срок, а затем на основании норм ст. 90, 92 УК РФ освобождает несовершеннолетнего от наказания с помещением в учебно-воспитательное учреждение закрытого типа, при этом нет необходимости конкретизировать учреждение, в которое помещается несовершеннолетний, достаточно указания только срока нахождения, поскольку решение данного вопроса относится к компетенции органа управления образованием субъекта Российской Федерации. В

описательно-мотивировочной части приговора должны содержаться выводы суда о достаточности и обоснованности избрания данной меры с целью исправления осужденного.

Ознакомившись с научными исследованиями российских авторов, с судебной практикой, мы не нашли согласованности представлений об основаниях и условиях использования воздействия в форме помещения в учреждение закрытого типа. Принимая во внимание требования законодательства, суду при принятии решения о помещении несовершеннолетнего в учебно-воспитательное учреждение закрытого типа нужно также помнить о соблюдении ряда условий:

- 1) недостижение лицом возраста 18 лет;
- 2) срок пребывания в воспитательном учреждении не должен превышать 3 лет;
- 3) медицинским освидетельствованием не выявлено специфических заболеваний, препятствующих помещению в учреждение закрытого типа;
- 4) осужденный нуждается в особых условиях воспитания, обучения и требует специального педагогического подхода.

Понятие «специальный педагогический подход» не имеет легального определения. Неясно изначально, что следует под ним понимать и тем более чем руководствоваться при принятии решения о нуждаемости несовершеннолетнего в данном воздействии.

В литературе педагогический подход раскрывается через содержание и специфику способов, применяемых к осужденному. К ним относятся убеждение и переубеждение, внушение, поощрение, различные упражнения и т.д. Данные меры являются педагогическими, т.е. более гибкими, что открывает больше возможностей для индивидуализации, учёта возрастных и иных особенностей подростка. Принцип гибкости и вариативности применения этих мер предполагает учёт меняющейся педагогической ситуации. Кроме того, в зависимости от поведения подростка, результатов его исправления целесообразным может стать изменение объёма того или иного ограничения, направленного на предоставление большей свободы действий или ужесточение подходов к контролю за ним, т.е. применение позитивного или отрицательного стимулирования [8, с. 197].

Говоря о возможности применения данной меры, актуален вопрос о механизме определения судом нуждаемости лица в педагогическом подходе и прогнозирование положительного результата такого воспитательного воздействия. При назначении наказания несовершеннолетнему учитываются условия его жизни и воспитания, уровень психического развития, иные особенности личности, а также влияние на него старших по возрасту лиц. Доля судебного усмотрения при разрешении данного вопроса весьма велика, что может приводить к противоречивой судебной практике. Нередко происходит совпадение социальных портретов лиц, подвергнутых условному осуждению и освобожденных от наказания с помещением в учебно-воспитательные учреждения закрытого типа. При этом отмечается, что суд отдаёт предпочтение помещению в специальное учреждение при наличии отрицательного воздействия со стороны окружения, при склонности лица к бродяжничеству, при проживании в неблагополучной семье. Подобная позиция, на наш взгляд, вполне логична, поскольку особенность меры, заключающаяся в изъятии из привычной среды, из криминогенного окружения, в данных ситуациях положительно скажется на личности несовершеннолетнего.

В большинстве апелляционных жалоб содержится несогласие с приговором по причине его несправедливости ввиду чрезмерной суровости. Превалирующее большинство подобных обращений прежде всего свидетельствуют о размытости, неясности одного из оснований для помещения несовершеннолетнего в учебно-воспитательное учреждение. Так, соблюдение условия, связанного с категорией совершенного преступления, при освобождении несовершеннолетнего от наказания с применением к нему принудительных мер воспитательного воздействия вопросов не вызывает, в то время как с требованием о признании того, что исправление несовершеннолетнего может быть достигнуто путем применения к нему указанных мер, возникают трудности.

К примеру, Железнодорожным районным судом города Хабаровска в 2016 году был вынесен обвинительный приговор по факту совершения преступления, предусмотренного п. «в» ч. 2 ст. 158 УК РФ (кража с причинением значительного ущерба гражданину), и назначено наказание в виде 1 года лишения свободы без ограничения свободы. На основании ст. 73 УК РФ наказание было условным с испытательным сроком 1 год. Лицо ранее не судимо, обучалось в колледже, без каких-либо психических отклонений. Подросток полностью признал свою вину и раскаялся в содеянном, активно способствовал раскрытию и расследованию преступления. Учитывая обстоятельства совершения преступления, степень его общественной опасности,

личность виновного, суд посчитал, что исправление осужденного возможно без изоляции от общества и наказание ему необходимо назначить в виде условного лишения свободы. Оснований для освобождения от наказания, по мнению судьи не нашлось [9].

Для сравнения обратимся к приговору Советско-Гаванского городского суда Хабаровского края от 29.09.2017. Школьник за кражу с причинением значительного ущерба был приговорен к 1 году лишения свободы. На основании ч. 2 ст. 92 УК РФ суд принял решение об освобождении от наказания и помещении в специальное учебно-воспитательное учреждение закрытого типа на три года. Осужденный характеризовался отрицательно: состоял на учете в комиссии по делам несовершеннолетних, неоднократно привлекался за совершение противоправных деяний, воспитывался в неблагоприятных условиях, склонен к бродяжничеству, по заключению психолога нуждается в специальном педагогическом подходе [10].

Как видно из приведенных выше примеров, при рассмотрении возможности об освобождении от наказания суд учитывает показания педагогов, представителей внутренних дел, заключение психолога, финансовую ситуацию в семье несовершеннолетнего, учет в комиссии по делам несовершеннолетних, наличие судимостей – и другие факторы, позволяющие создать представление о личности несовершеннолетнего. При этом конечное решение о нуждаемости в помещении в специализированное учреждение будет зависеть всецело от судебного усмотрения.

Исходя, из личных качеств подростка, суд выявляет степень подверженности постороннему воздействию. Не случайно в большинстве случаев несовершеннолетние идут на преступление в сговоре. Как было отмечено ранее, именно это обстоятельство должно быть «краеугольным камнем» в принятии решения об освобождении от наказания с помещением в учебно-воспитательное учреждение закрытого типа, поскольку задача применяемой меры состоит в своевременном изъятии из неблагоприятной среды. Однако, судебная практика не всегда учитывает данное обстоятельство.

Например, в поселке Эвенск Магаданской области районным судом вынесен был приговор о лишении свободы на срок 2 года и 3 месяца, впоследствии с назначением условного осуждения с испытательным сроком 1 год 6 месяцев: шестнадцатилетний подросток в сговоре с совершеннолетним совершил угон снегохода, что является тяжким преступлением, так как предусмотрена возможная санкция в качестве лишения свободы на срок до семи лет. Несовершеннолетний состоит на учёте в комиссии по делам несовершеннолетних, поддерживает отношения с ведущими антиобщественный образ жизни и ранее судимыми лицами, на профилактические меры не реагирует, пропускает школьные занятия, ранее не судим, дважды привлекался к административной ответственности за распитие алкогольных напитков в общественных местах. Из карты социально-психологического сопровождения следует, что подросток способен к исправлению, но необходима работа с психологом и с педагогом. Медицинским заключением психических расстройств не выявлено. Суд оценив в совокупности все обстоятельства дела посчитал, что не подлежит применению помещение в учебно-воспитательное учреждение закрытого типа [11].

Таким образом, условное осуждение, исходя из анализа судебной практики, воспринимается менее суровым наказанием и назначается значительно чаще других мер. Подобного мнения придерживаются не только суды, но и сами осужденные. В апелляционных жалобах нередко представители просят отменить приговор ввиду чрезмерной суровости и просят назначить наказание, не связанное с лишением свободы.

Важно помнить о том, что назначение наказания влечёт определённое юридическое последствие – судимость. Согласно ст. 86 УК РФ лицо, осужденное за совершение преступления, считается судимым со дня вступления обвинительного приговора суда в законную силу до момента погашения или снятия судимости. Лицо, освобожденное от наказания, считается несудимым [6]. Следовательно, помещение лица в специальное учебно-воспитательное учреждение закрытого типа, в отличие от условного осуждения, не влечёт судимости, так как является безусловным основанием для освобождения от уголовного наказания.

Принимая во внимание, что несовершеннолетний лишается возможности получать образование, развиваться в благоприятных условиях, в случае их отсутствия в естественной обстановке (как при помещении в учебное учреждение закрытого типа), сложившаяся тенденция не может считаться правильной. Существующий подход возможен в случае, если в законодательстве будут одинаковые юридические последствия при назначении условного осуждения и освобождении от наказания с помещением в учебно-воспитательное учреждение закрытого типа, а именно отсутствие судимости. Тогда в зависимости от степени отклоняющегося поведения, его

индивидуальных особенностей психологического, физического характера будет назначаться мера с менее или более жесткими ограничениями (условное осуждение или помещение в воспитательное учреждение).

В настоящее время диспозиции ст. 73 и 92 УК РФ позволяют суду по собственному усмотрению применять ту или иную меру. При этом есть риск вынесения несправедливых приговоров, влекущих наказание несоизмерное степени общественной опасности преступления и личности осужденного. На наш взгляд, для преодоления существующего парадокса необходимо внести ряд изменений, конкретизировавших бы основания и условия помещения несовершеннолетних в специализированные учебно-воспитательные учреждения закрытого типа, и устранивших бы конкуренцию с применением условного осуждения.

В связи с чем, видится возможным внести некоторые коррективы в действующее законодательство. По-нашему мнению, необходимо при принятии решения о нуждаемости лица в специальном педагогическом подходе учитывать существование отрицательного воздействия со стороны окружения на осужденного, склонность лица к бродяжничеству, проживание в неблагополучной семье.

Существующая альтернатива уголовному наказанию в форме помещения в учреждение закрытого типа имеет огромное практическое значение. Достигая компромисса между неотвратимостью уголовной ответственности за совершение средней тяжести, тяжких преступлений и освобождением от наказания несовершеннолетних, в нужный момент возможно предотвратить криминализацию личности без тяжких правовых последствий в виде социальной дезадаптации, появлении судимости и т.п., которые по общему правилу были бы неизбежны.

1. Пахолкин, Н.С. Понятие восстановительного правосудия в уголовном судопроизводстве / Н. С. Пахолкин, И. В. Смолькова // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2012. № 3(83). С. 131-135

2. Ожиганова, М.В. Восстановительное правосудие как альтернативная форма уголовного судопроизводства по делам несовершеннолетних / М.В. Ожиганова // Уголовная юстиция. 2013. № 2(2). С. 38-40

3. Данные судебной статистики: официальный сайт Судебного департамента при Верховном Суде Российской Федерации [Электронный ресурс] // «Судебный департамент». URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79%20>

4. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 11.10.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34481/

5. Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних: федеральный закон от 24.06.1999 N 120-ФЗ (ред. от 27.06.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_23509/

6. Уголовный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 03.10.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/

7. О судебной практике применения законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности и наказания несовершеннолетних: Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 1 февраля 2011 г. № 1 [Электронный ресурс] // URL: <https://rg.ru/2011/02/11/nesovershennoletnie-dok.html>

8. Казакова Т.А. Понятие и специфика принудительных мер воспитательного воздействия / Т.А. Казакова // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2015. №4 (68). С. 195-199

9. По апелляционной жалобе защитника на приговор Железнодорожного районного суда г. Хабаровска: апелляционное постановление № 22-945/2018 Хабаровского краевого суда [Электронный ресурс] // СудАкт. URL: <https://is.gd/XrXFvZ>

10. О назначении наказания несовершеннолетним: приговор № 1-177/2017 Советско-Гаванского городского суда Хабаровского края [Электронный ресурс] // СудАкт. URL: <https://is.gd/HsX4Io>

11. О назначении наказания несовершеннолетним: приговор № 1-34/2015 Северо-Эвенский районный суд Магаданской области [Электронный ресурс] // СудАкт. URL: <https://is.gd/1xA7Py>

Секция. ТЕОРИЯ, ИСТОРИЯ И ПРАКТИКА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВА И ПРАВА

Рубрика: Актуальные проблемы публичного права

УДК 4414

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЯ В СФЕРЕ ОХРАНЫ ОБЪЕКТОВ ЖИВОТНОГО МИРА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Н.П. Басов
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Статья посвящена актуальному вопросу ответственности за ненадлежащее содержание морских животных, в частности, млекопитающих. Как показывает практика, в силу слабой проработки законодательства, за многие правонарушения привлечь к административной ответственности виновных лиц практически невозможно. Решение данного вопроса требует труда множества профессиональных юристов, так или иначе задействованных в отрасли административного регулирования экологических правоотношений.

Ключевые слова и словосочетания: административная ответственность, объект животного мира, дикое животное, домашнее животное, животное, зоологическая коллекция.

SOME FEATURES OF THE IMPOSITION OF ADMINISTRATIVE SANCTIONS FOR VIOLATIONS IN THE FIELD OF WILDLIFE PROTECTION IN PRIMORSKY KRAI

The article is devoted to the topical issue of liability for the improper maintenance of marine animals, in particular mammals. As practice shows, due to the weak elaboration of legislation for many offences, it is almost impossible to impose administrative sanctions of those responsible. Solving this issue requires some doing of many professional lawyers who in one way or another are involved in the area of administrative regulation of environmental legal relations.

Keywords: administrative sanctions, wildlife object, wild animal, domestic animal, zoological collection.

Актуальность: В 2018 году, общественности стало известно о незаконном вылове, с целью последующей продажи 11 касаток и 90 белух, которые на данный момент содержатся в закрытых вольерах в бухте «средняя», что находится в близости к городу Находка. По данному факту природоохранной прокуратурой проводилась проверка, в ходе которой выяснили, что, помимо нарушений законодательства РФ в части вылова, также есть основания полагать, что условиями их содержания, животным может причиняться вред, однако животные по сей день остаются в неволе.

С точки зрения привлечения к административной ответственности, идентичная ситуация наблюдалась и ранее, когда на протяжении трех лет с 2014 по 2016, вызывали общественный резонанс новости о гибели 14 животных в приморском океанариуме, при этом причины были различными, но было немало случаев гибели из-за болезней животных (2015 – гибель от заболевания Белухи).

Научная новизна: заключается в том, что исследование на данную тему проводится впервые. В исследовании раскрывается проблема привлечения к ответственности за нарушения в отношении объектов животного мира, содержащихся в неволе.

Цель и задачи: целью данной работы является выявление возможности привлечения к административной ответственности за нарушения в отношении объектов животного мира, содер-

жащихся в неволе. Задачами являются: разрешение вопроса правового регулирования в отношении млекопитающих, содержащихся в неволе; установление закрепленной в законодательстве категории животных, к которой относятся содержащиеся в неволе млекопитающие; установление перечня уполномоченных на осуществление контроля и надзора в исследуемой сфере, органов государственной власти и их полномочия; установление наличия правил содержания таких животных; формирование собственных выводов.

Методы исследования: анализ, синтез.

Полученные результаты: выявлены пробелы административного законодательства, установлен перечень органов государственной власти, осуществляющих контроль и надзор в области регулирования объектов животного мира, находящихся в неволе и их полномочия.

Вопросы регулирования правоотношений по привлечению к административной ответственности за правонарушения в области охраны окружающей среды установлены и в определенной степени детализированы в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ), в частности, этому вопросу посвящена восьмая глава КоАП РФ. Всего, в КоАП РФ предусмотрено пять составов административных правонарушений (ст. ст. 8.33 – 8.37), предусматривающих наказание за правонарушения в сфере использования объектов животного мира. Сами по себе, эти пять норм являются бланкетными и отсылают к определенным правилам, установленным в отношении определенной категории животных. Из данного факта вытекает, что объективная сторона составов характеризуется нарушением положений правил, к которым отсылают указанные нормы. Общим субъектом для всех составов, будет лицо, достигшее возраста 16 лет, а субъективной стороной прямой умысел, либо неосторожность.

Федеральным законом, регулирующим правоотношения в сфере охраны и использования объектов животного мира дано юридическое определение объекта животного мира, которым является: «организм живого происхождения (дикое животное)» находящийся в состоянии естественной свободы [1, ст. 1]. Из определения следует, что, нормы, установленные данным Законом к отловленным животным, находящимся в искусственной среде обитания, не применяются. Аналогичное определение содержит Федеральный закон «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов», которым к водным биологическим ресурсам отнесены водные млекопитающие и другие водные животные, находящиеся в состоянии естественной свободы [2, ст. 1].

До принятия в 2018 году ФЗ «Об ответственном обращении с животными», такие животные, как морские млекопитающие, содержащиеся не в домашних условиях, а, например, в океанариуме, могли рассматриваться только как живые объекты зоологических коллекций [1, ст. 29].

Отдельными признаками зоологических коллекций является необходимость их государственного учета, а также наличие ценности такой коллекции: научной, эстетической, учебно-воспитательной, культурно-просветительной [1, ст. 29]. Зоологическая коллекция является разновидностью биологической коллекции.

Таким образом, решение о привлечении к ответственности за гибель животных в Приморском океанариуме, за исключением случаев, содержащих признаки уголовно наказуемого деяния, должно приниматься по статье 8.34 КоАП РФ.

В целях всестороннего понимания ситуации, следует подробно изучить состав, рассматриваемой статьи, где объектом будет непосредственно объект животного мира, являющийся частью зоологической коллекции. Объективную сторону правонарушения могут составлять любые действия, либо бездействие, которые нарушают установленные правила по содержанию живых коллекций, а также намеренное уклонение от государственной регистрации коллекции и включения ее в реестр. Лицо, хранящее или, содержащее коллекцию будет являться субъектом состава. В зависимости от вида коллекции и места ее содержания, этим лицом могут быть как должностное, физическое, так и юридическое лицо. Субъективная же сторона характеризуется умышленной формой вины. Либо неосторожностью.

Вместе с тем, имеется правовая неопределенность, в отношении лиц, наделенных полномочиями на рассмотрение дел об административных правонарушениях за нарушение правил хранения зоологических коллекций. Кодексом об административных правонарушениях данными полномочиями наделены органы осуществляющие государственный надзор в области охраны и использования особо охраняемых природных территорий, объектов животного мира, водных биологических ресурсов, государственный экологический надзор [3, гл. 23]. Однако нормативными правовыми актами, определяющими функции указанных государственных органов и объем предоставленных им полномочий, не наделяют их полномочиями на осуществление госу-

дарственного надзора в отношении зоологических коллекций, в рамках которого проводятся мероприятия по выявлению, пресечению и привлечению к ответственности за административные правонарушения, предусмотренные статьей 8.34 КоАП РФ. Например, государственным органом в области сохранения водных биологических ресурсов является Росрыболовство, однако Положением о Росрыболовстве, данный государственный орган не наделен [4]. Полномочия же органов на осуществление контроля и надзора на особо охраняемых природных территориях, реализуются исключительно в границах территорий ООПТ.

Кроме того, требования, предъявляемые, непосредственно к владельцам зоологических коллекций, за нарушение которых установлена административная ответственность, не содержат иных положений, кроме бережного отношения к животным, находящимся в такой коллекции. В исследуемом случае с океанариумом, отсутствуют какие-либо требования к качеству воды, в которых содержатся животные, требования к кормлению, месту содержания, охране этих животных [1, ст. 29].

Отсутствие регламентированных норм к содержанию и охране живых объектов зоологических коллекций является пробелом в нормативно-правовом регулировании, который влечет невозможность применения статьи 8.34 КоАП РФ. При этом в случае, если зоологическая коллекция не поставлена на государственный учет, дикие животные, в том числе морские млекопитающие океанариума, оказываются за рамками правового регулирования в сфере охраны животного мира, представляя собой группу животных, к которым применяются положения гражданского законодательства об имуществе.

В принятом ФЗ «Об ответственном обращении с животными» выделили как самостоятельный объект диких животных, содержащихся или используемых в условиях неволи. Новый объект укладывается в рамки вопроса регулирования правоотношений в области охраны и использования животных. При этом, отдельными объектами, при этом будут животные, находящиеся в состоянии естественной свободы, а также домашние животные [5, ст. 3]. Законом установлены требования к содержанию данной категории животных, использованию их в культурно-зрелищных целях, лицензированию указанной деятельности, определен круг государственных органов, наделенных полномочиями на осуществление государственного надзора в области обращения с животными [5, ст. 5]. Однако статьей 1 данного закона подчеркивается, что его положения не применяются к отношениям в области охраны и использования животного мира [5, ст. 1], что исключает возможность привлечения к административной ответственности за нарушения, совершенные в отношении диких животных, содержащихся в неволе, в том числе при их содержании и использовании, в соответствии со статьями Кодекса РФ об административных правонарушениях, за исключением случаев, предусмотренных статьей 8.35 КоАП РФ, то есть если данные животные занесены в Красную книгу Российской Федерации либо их охрана обеспечена международными договорами.

Выделение диких животных, по признаку содержания или использования их в условиях неволи в качестве отдельного объекта охраны, несомненно, должно повлечь внесение изменений в Кодекс РФ об административных правонарушениях путем замены в статьях 8.33 в части охраны среды обитания, 8.36 в части акклиматизации или гибридизации, ч. 3 ст. 8.37 правил пользования термина «животный мир» на «животных», либо введения дополнительной статьи, устанавливающей ответственность за нарушения правил содержания и использования диких животных, находящихся в неволе. Однако до настоящего момента в Кодекс РФ об административных правонарушениях изменения не внесены, в связи с чем, при нарушении правил содержания и использования диких животных, находящихся в неволе, виновное лицо может быть привлечено к административной ответственности по статье 8.34, в случае государственной регистрации зоологической коллекции, в которую включены данные животные, либо его противоправные действия не повлекут за собой последствий в виде административной ответственности по 8 главе кодекса как противоправное действие, совершенное в отношении объекта окружающей среды.

Следует отметить, что требования к содержанию диких животных, находящихся в неволе, установленные ФЗ «Об ответственном обращении с животными» также имеют общий характер, например, требование об обеспечении надлежащего ухода за животными, своевременного оказания ветеринарной помощи в отсутствии разработанных и утвержденных правил содержания животных, ветеринарных правил, устанавливающих требования к местам их содержания, кормления, оказания ветеринарной помощи, охраны [5, ст. 9], имеют оценочный характер, существенно затрудняя решение вопроса о наличии или отсутствии вины в действиях лица, нарушив-

шего данные требования, доказывании данного основного элемента субъективной стороны административного правонарушения.

Вывод: Для решения проблемы необходимо принятие нормативно-правовых актов, устанавливающих требования к условиям содержания и охраны диких животных, находящихся в неволе, как являющихся частью зоологических коллекций, так и не являющихся ими. Помимо этого, необходимо наделить конкретными полномочиями соответствующие органы по контролю и надзору в сфере объектов животного мира и также дополнить КоАП РФ статьей, предусматривающей ответственность за нарушение правил содержания диких животных в неволе.

1. О животном мире: федеральный закон от 24.04.1995 № 52-ФЗ (ред. от 03.08.2018). [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6542/

2. О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов: федеральный закон от 20.12.2004 № 166-ФЗ (ред. от 06.03.2019). [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_50799/

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 23.04.2019). [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/

4. О Федеральном агентстве по рыболовству: постановление Правительства РФ от 11.06.2008 № 444 (ред. от 11.04.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019). [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_77647/

5. Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федеральный закон от 27.12.2018 № 498-ФЗ. [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314646/

Рубрика: Конституционное право

УДК 342

ПРОЦЕДУРНЫЕ ВОПРОСЫ ИЗБРАНИЯ КАНДИДАТОВ В ДЕПУТАТЫ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СССР И ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РФ

А.В. Бевзюк
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Актуальность выбранной темы обусловлена, не только тем, что в рамках избирательного права, в отечественной науке не рассмотрен вопрос под данным углом, относительно сравнительно-правового анализа процедуры избрания кандидата в депутаты законодательного собрания на примере законодательства двух периодов, а также актуальность данной темы вызвана такими значительными в обществе вопросами как: почему депутаты не взаимодействуют с народом, которым они избраны? Почему народ перестал проявлять доверие по отношению к депутатам, ведь именно депутаты представляют их интересы в парламенте?

Ключевые слова и словосочетания: депутаты, порядок избрания, кандидат в депутаты, период СССР, законодательство Российской Федерации, реформация.

COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS OF THE PROCEDURE FOR ELECTING A CANDIDATE TO THE DEPUTIES OF THE LEGISLATIVE ASSEMBLY ON THE EXAMPLE OF CURRENT LEGISLATION OF THE RUSSIAN FEDERATION AND LEGISLATION OF THE USSR PERIOD

The relevance of the chosen topic is due, not only to the fact that, within the framework of electoral law, the domestic science has not considered the issue from a given angle, a relatively

comparative legal analysis of the procedure for electing a candidate to the legislative assembly on the example of legislation of two periods, but also the relevance of this topic Significant in society questions like: why do deputies not interact with the people to whom they are elected? Why do the people cease to show confidence in relation to the deputies, because it is the deputies who represent their interests in parliament?

Keywords: *deputies, election procedure, candidate, period of the USSR, legislation of the Russian Federation, reformation.*

Исследование данной темы позволит проанализировать исторический процесс развития нормативной базы, касающейся института избрания кандидата в депутаты, а также выяснить почему на данном этапе развития нашего общества и государства появились данные проблемы, а в советское время таких проблем не было, и депутаты представляли собой действительно «слугу народа».

Изучение в данной работе такого института как избрания кандидата в депутаты, представляет научный интерес, поскольку:

- 1) Институт избрания кандидата в депутата претерпел перемены в связи с изменением избирательного законодательства в современной России;
- 2) Несмотря на изменения в избирательном законодательстве, оно по-прежнему остается несовершенным, особенно в части, затрагивающей правовое положение участников избирательного процесса.

Объектом исследования настоящей работы выступает: порядок избрания кандидата в депутаты.

Данная работа построена на анализе правовой природы порядка избрания кандидата в депутаты с помощью изучения положений нормативно-правовых актов.

Чтобы произвести исследование данной темы была проанализирована теоретическая основа таких нормативно-правовых актов как: Конституция Российской Федерации 1993 года, Конституция РСФСР 1937 года, Федеральный закон от 22 февраля 2014 г. № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации», Указ Президиума Верховного Совета СССР от 9 января 1950 года, об утверждении «Положения о выборах в Верховный Совет СССР».

Конституция Российской Федерации провозглашает многонациональный народ носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации, который осуществляет свою власть через органы государственной власти и органы местного самоуправления, а также непосредственно через участие в референдумах и выборах. В силу чего, свободные и демократические выборы в органы государственной власти и органы местного самоуправления, наравне с референдумом, нужно считать высшим непосредственным выражением, принадлежащим народу власти.

Федеральное Собрание РФ как законодательный и представительный орган РФ состоит из двух палат: Совета Федерации и Государственной Думы, в данной работе будет исследован и проанализирован порядок избрания кандидата в депутаты на примере такого органа власти как Государственная Дума РФ и аналогичный орган периода СССР Совет Союза СССР как одна из палат Верховного Совета СССР.

Государственная Дума является законодательным и представительным органом Российской Федерации, она обладает большим списком полномочий, одни из которых: принятие законов, утверждение бюджета, контроль за исполнительной властью. Государственная дума выполняет три главные функции: законотворческую, контрольную и представительную.

Совет Союза являлся также законодательным органом, за ним было закреплено право законодательной инициативы. Точный список полномочий Совета союза не был законодательно закреплен, однако исходя того, что данный орган обладал законодательной инициативой есть основания полагать, что Совет Союза, утверждал и принимал законы, занимался утверждением бюджета.

Исходя из проведенной ангиологии двух органов власти периода СССР и РФ, можно проанализировать исследование законодательства периода СССР и РФ, на предмет избрания кандидата в депутаты, а оно показало следующее: в РФ произошло снижение возраста для осуществления пассивного избирательного права, в СССР это был возраст – 23 года, в РФ – это возраст 21 год. Требования, предъявляемые к кандидатам, претерпели некоторые расширения в современном

законодательстве РФ, но при этом за основу были взяты требования, предъявляемые к кандидатам в депутаты периода СССР, современный вид данных требований выглядит так:

– не иметь гражданства иностранного государства либо вида на жительство или иного документа, подтверждающего право на постоянное проживание гражданина Российской Федерации на территории иностранного государства.

– у кандидата не должно быть судимости, за такие категории преступления как тяжкие и особо тяжкие, также на день голосования у него не должно быть неснятой и непогашенной судимости за указанные преступления, кроме того кандидат не должен быть подвергнут административному наказанию за совершение административных правонарушений, предусмотренных статьями 20.3 (Пропаганда либо публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики экстремистских организаций, либо иных атрибутики или символики, пропаганда либо публичное демонстрирование которых запрещены федеральными законами) и 20.29 (Производство и распространение экстремистских материалов) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, если голосование на выборах депутатов Государственной Думы состоится до окончания срока, в течение которого лицо считается подвергнутым административному наказанию;

Если говорить о порядке избрания кандидата в депутаты законодательного органа, то данный институт в Российской Федерации по сравнению с периодом СССР также изменился. В период СССР, в соответствии с Конституцией 1937 года регламентировался более простой порядок избрания кандидата в депутаты, который заключался в следующем: согласно Положению о выборах в Верховный Совет СССР, утверждённый Президиумом Верховного Совета от 9 января 1950 года, правом выставлять кандидатов в депутаты обладали общественные организации и общества трудящихся, в которые входили: коммунистические партийные организации, профессиональные союзы, кооперативные организации, организации молодежи и культурные общества

Если говорить о законодательстве РФ, право выдвижения кандидата от политической партии остается прежним, но при этом в данной процедуре появились изменения: выдвижение кандидатов теперь возможно по федеральным спискам кандидатов от политической партии и по одномандатным избирательным округам, отличает эти две процедуры — то, что в федеральном списке кандидатов должно быть не менее 200 и не более 400 кандидатов, а в списке по одномандатным избирательным округам возможно выдвижение только одного кандидата от одного одномандатного избирательного округа.

В данном случае мы видим реформу «права выставлять кандидата в депутаты» в современной РФ, оно теперь более ограничено, но при этом в законодательстве РФ появляется такое нововведение как институт самовыдвижения, введение данной процедуры говорит о демократизации порядка избрания кандидата в депутаты, в данном случае любой гражданин, изъявивший желание быть депутатом, обладающий пассивным избирательным правом может участвовать в выборах в качестве кандидата в депутаты, данное нововведение является логичным, ведь это идет выражение демократического института народного волеизъявления, а также подтверждение конституционной нормы, что гражданин РФ не только может избирать, но и может быть избран.

Если говорить о таких процедурах как регистрация кандидатов и осуществление беспрепятственной агитации, данные процедуры остались неизменными, единственное, что хотелось бы отметить, что в современных условиях за нарушения данных процедур предусмотрена ответственность, которая регламентируется Федеральным законом от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», данный нормативно-правовой акт помогает ЦИК выявить недостоверные сведения и имеющиеся нарушения, и если таковы присутствуют, то не допустить недобросовестного кандидата к процедуре избрания.

Резюмируя вышесказанное по данной теме можно отметить следующее:

исследование правовых источников периода СССР и современной РФ показал, что процедура порядка избрания кандидата в депутаты подверглась некоторой реформации, но при этом стоит отметить, что данная реформация значительно расширила процедуру порядка избрания кандидата в депутаты, а также демократизировала.

Также данная исследовательская деятельность привела к следующему выводу, что в Российской Федерации требуется разработать Избирательный кодекс Российской Федерации, основанный на приоритете избирательных прав граждан, международных избирательных стан-

дартах, принципах народовластия и федерализма, а также с помощью него систематизировать все имеющиеся нормативно-правовые акты, касающиеся избирательного права.

1. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 9 января 1950 года, об утверждении «Положения о выборах в Верховный Совет СССР»;
2. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 года;
3. Конституция РСФС от 21 января 1937 года;
4. Федеральный закон от 22 февраля 2014 г. N 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации».

Рубрика: Теория, история и практика развития российского государства и права

УДК 94(47) «1649»

РОЛЬ СОБОРНОГО УЛОЖЕНИЯ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

А.Д. Бледнова

бакалавр

А.А. Тимофеева

научный руководитель, канд. ист. наук, доцент, профессор кафедры теории и истории
российского и зарубежного права

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Статья затрагивает проблему влияния Соборного Уложения 1649 года на развитие российского законодательства. Рассмотрены наиболее явные сходства норм Соборного Уложения и современного права Российской Федерации

Ключевые слова и словосочетания: Соборное уложение, право России, закон, законодательство России, Судебник 1497 года, Судебник 1550 года.

THE ROLE OF THE CODE OF LAWS IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN LEGISLATION

The article raise the problem of the influence of The Council Code of 1649 in the development of Russian legislation. The most obvious similarities the norms of The Council Code and the modern laws of the Russian Federation are considered.

Keywords: The Council Code, Russian's laws, law, legislation of Russian Federation, The Lawsuit of 1497, The Lawsuit of 1550.

Повышение законодательной деятельности Русского государства и стремление определить в правовом отношении многообразные стороны жизни общества сделало необходимым принятие Соборного уложения 1649 года – первого печатного памятника средневекового права. Предпосылками, обусловившими принятие Уложения, стали глубокий социально-экономический и политический кризис, а также необходимость упорядочения и оформления многообразного законодательства в единый кодекс. Для данной работы была организована комиссия из 5 человек в число которых вошли князь Н. И. Одоевский, боярин С. В. Прозоровский, окольный князь Ф. Ф. Волконский и дьяки Г. Леонтьев и Ф. А. Грибоедов.

Работа над Соборным Уложением требовала переработки огромного количества нормативных актов. Основными, наиболее известными источниками стали:

- 1) Судебники 1497 и 1550 годов..
- 2) Указные книги приказов, где собраны основные законы и распоряжения, вышедшие в конце 16 – первой половине 17 веков.
- 3) Литовский статут 1588 – Основной закон Речи Посполитой, отсюда были взяты правовые формулировки, фразы, рубрики, а также идеи о правовом положении крестьянства.

4) Челобитные, поступавшие на рассмотрение в государственные органы от боярства, в которых были указаны основные просьбы и пожелания относительно существующей правовой системы.

5) Кормчая книга (Номоканон) – сборники законов, которые касались церковного дела.

Подлинник Уложения – это свиток, составленный из 959 столбцов – «ставов», имевших длину 309 метров. Для хранения документа специально изготовили позолоченный «ковчег», который ныне находится в Российском Государственном архиве древних актов. Исследование особенностей первого печатного кодекса России, его содержания и структуры было предметом интереса многих ученых – Маньков А.Г., Анучина Ю.Н., Дворнеченко А.Ю. и др.[1], но данную тему нельзя считать исчерпанной и юбилей памятника права – 370-летие издания документа – еще один повод обратиться к Соборному Уложению 1649 г.

Соборное Уложение играло роль свода законов в течение двух веков, текст его открывает Полное собрание законов Российской империи, а структура правового памятника определила структуру последующих законов, в том числе Уложения о наказаниях 1845 года. Этот совершенный для своего времени свод правовых норм отличается кодифицированным методом работы, четким и лаконичным стилем текста, отсутствием повторений и двусмысленности изложения. Уложение состоит из 25 глав и 967 статей, имеющих законченный юридический сюжет. Уложение царя Алексея Михайловича, по выражению исследователя Н. П. Загоскина, – не только «средство к познанию минувшей жизни», но и документ, в котором присутствуют моменты кодификации новых законодательных решений и идей.

Нельзя не согласиться с В. Г. Графским, который писал «Право – в гораздо большей степени предстает устойчивой и преемственной сильной традицией, оно всегда пронизано традицией своего усвоения и применения...» Как известно, принятие тех или иных нормативно-правовых актов связано, прежде всего, с необходимостью урегулирования таких видов общественных отношений, которые еще не регулируются существующим законодательством и постоянно повторяются в обществе. Однако это не значит, что действующие нормативно-правовые акты или нормы, которые в них закреплены, больше не обладают юридической силой и не применяются для урегулирования тех или иных конфликтов. Они могут перерабатываться и содержаться в новых актах, принятых при необходимости для замены уже существующих. Главным является изучение норм права предшествующего законодательства, выявление проверенных практикой правовых институтов и понятий, взаимопроникновение правовых норм и идей.

Соборное уложение 1649 г. – масштабный памятник русской правовой культуры, обращение к его правилам и нормам способствует более глубокому пониманию основ права и их дальнейшему развитию.

Современная концепция развитие законодательства России, формирует новые представления о праве, учитывает все полезное, что накоплено нашей правовой системой. По своему юридическому строению и содержанию Соборное уложение является, в большей мере, приближенным к современному законодательству, чем другие памятники русского права.

Анализ Соборного Уложения показывает, что почти во всех отраслях права, которые были затронуты данным документом, есть нормы, перенесенные с видоизменением в современное законодательство.

Как известно, наибольшее внимание в Соборном Уложении уделялось уголовному праву. Впервые появляется преступление против государства – оскорбление или другие противоправные действия против монарха. В нынешнем законодательстве это регулируется статьей 319 УК РФ как «оскорбление представителя власти». Такая формулировка вызвала обсуждение ученых и общественности, но данная проблема, в силу своей остроты и неоднозначности, требует отдельного рассмотрения.

Соборным Уложением регулировались преступления против государственного управления. К этой категории относились подделка монет и самовольное пересечение государственной границы. Как в 17-м веке, сейчас за фальшивомонетничество подразумевается уголовная ответственность, что регулируется статьей 186 УК РФ (Изготовление хранение перевозка или сбыт поддельных денег и ценных бумаг) [2].

В уголовном праве 17-го века появилось понятие «преступление против благочиния», под которым имелось ввиду укрывательство беглых людей и преступников. В нынешнем законодательстве подобная норма также существует.

Соборное Уложение знало и преступления против церкви. Несмотря на то, что Россия согласно 14 статье Конституции РФ является светским государством, в законодательстве все же есть нормы, регулирующие нарушения прав на свободу совести и вероисповедания. Примером

может служить статья 3 Федерального закона от 26.09.1997 №125-ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях» и статья 148 «Нарушение права на свободу совести и вероисповеданий» УК РФ от 13.06.1996.

Соборное Уложение включало в себя понятия имущественных преступлений, таких как кража, грабёж, мошенничество, казнокрадство, которые сейчас регулируются Уголовным кодексом РФ.

Важнейший вопрос – ответственность за преступление, которое закреплено и Соборным уложением 1649 г. и в уголовном законодательстве современной России.

В Соборном уложении закрепился такой вид наказания, как смертная казнь в разнообразных видах: повешение, четвертование, отсечение головы или сожжение. В УК РФ статьей 59 смертная казнь также предусмотрена, однако не расшифровывается, каким образом будет проходить процесс наказания. В порядке помилования она может быть заменена пожизненным лишением свободы или лишением свободы на срок 25 лет, что демонстрирует видоизменение ранее существовавший конкретной нормы уголовного права.

В гражданском праве также есть новеллы. Осуществлялись попытки описания института частной собственности и выделения дееспособных подданных. Так, юноше 15 лет могло выделяться поместье. Сейчас правом собственности и владения человек обладает с самого рождения, однако распоряжаться ею он имеет право только с 18 лет, до достижения полной дееспособности ею распоряжается законный представитель несовершеннолетнего.

В Уложении были описаны виды договоров на передачу прав собственности, определялось понятие «приобретательная давность» – право получить в частную собственность землю после пользования ею определённое время. В то время этот срок составлял 40 лет. С 2016 гражданам Российской Федерации представляется возможность бесплатно пользоваться земельным участком на территории Дальневосточного Федерального округа в соответствии с ФЗ №119 от 01.05.2016., гражданин России имеет право получить в пользование дальневосточный гектар и после 5 лет работы на нём его в собственность за определённую плату.

Соборное Уложение не касалось напрямую семейного права, поскольку в то время оно было в компетенции церковного суда. Однако, отдельные статьи свода законов все же касались семейной жизни. Соборным Уложением устанавливался брачный возраст для мужчины – 15 лет, для женщины – 12. Развод был жёстко регламентирован и допускался лишь в отдельных случаях. На данный момент в Российской Федерации также существуют ограничения для вступления в брак, они прописаны в Семейном кодексе РФ. Одним из таких является установление брачного возраста – 18 лет как для мужчин, так и для женщин.

Кроме вышеуказанных положений, Соборное Уложение частично касалось процессуальной составляющей права. Были закреплены следующие процедуры:

- Обыск, подразумевающий осмотр вещей и общение с возможными свидетелями.
- Розыск – применение различных средств для поиска преступника, проведения допросов и получения нужной информации, процесс которых ныне изложен в Уголовно-процессуальном кодексе и Гражданско-процессуальном кодексе РФ.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Соборное уложение было одним из уникальных в своём роде, так как включало в себя нормы различных отраслей права: гражданское, семейное, уголовное и процессуальное. Оно было полным и совершенным для своего времени сводом правовых норм. Это – правовой памятник нескольких эпох отечественной истории, именно поэтому невозможно переоценить его роль в развитии законодательства как на протяжении всей истории России, так и на данном этапе развития общества. Известный историк Н.М. Карамзин говорил, что Соборное уложение – это основа не только для действующих, но и будущих законов. Оно регулировало общественные отношения, соответствующие тому времени, и стало одним из источников последующих кодификации, в том числе нынешнего законодательства.

Соборное Уложение представляет чрезвычайную важность в нашей историко-правовой традиции, которая показывает нам процесс историко-правовых категорий с новеллами, определяемыми изменившимися обстоятельствами и новыми установками.

Обращение к теме позволяет не только расширить наши знания об этом этапе русского права, но и разобраться в национальных основах, влияющих на современное законодательство, показать отражение этих норм в нынешнем праве.

1. Маньков, А.Г. Уложение 1649г – Кодекс феодального права в России / А.Г. Маньков. Л.: Наука, 1980; Анучина, Ю.Н. Соборное Уложение 1649 г. как источник права и его влияние на развитие русского законодательства / Ю.Н. Анучина // Право и политика. 2008. №3; Дворничен-

ко, А.Ю. Уложение 1649 и государственный строй России / А.Ю, Дворниченко // Государственная власть и общественность в истории центрального и местного управления России. М., 2007 и др.;

3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 01.04.2019) [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/

5. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 N 223-ФЗ (ред. от 18.03.2019) [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8982/

6. О свободе совести и о религиозных объединениях: федеральный закон от 26.09.1997 № 125-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16218/

7. Константинова А.С. К вопросу об основных направлениях исследования правового памятника «Соборное уложение 1649 г.» [Электронный ресурс] /А.С. Константинова // Сибирский торгово-экономический журнал: журнал. 2008. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-osnovnyh-napravleniyah-issledovaniya-pravovogo-pamyatnika-sobornoe-ulozhenie-1649-g>

Рубрика: Специальные отрасли права. Отрасли права смешанного характера. Право социального обеспечения

УДК 349.3

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММ РЕГИОНАЛЬНОГО (МАТЕРИНСКОГО) СЕМЕЙНОГО КАПИТАЛА

М.В. Дзагиева
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Уссурийск, Россия*

Статья посвящена анализу программ регионального материнского (семейного) капитала. Проведен обзор законодательства субъектов РФ для выявления сходств и различий в условиях получения выплат регионального материнского капитала.

Ключевые слова и словосочетания: законодательство субъектов РФ, региональный материнский (семейный) капитал, условия получения выплат материнского капитала..

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF (MATERNITY) FAMILY CAPITAL

The article is devoting to the analysis of regional maternity (family) capital's programs. The review of the RF territorial subjects' legislature has been considered for revealing similarities and differences in the terms of receiving payments of regional maternity (family) capital.

Keywords: the RF territorial subjects' legislature, regional maternity capital, the terms of receiving payments of regional maternity (family) capital.

Одной из приоритетных задач в настоящее время является не только сохранение, но и увеличение численности населения Российской Федерации. Для её решения в числе других мер была предусмотрена с 2007 года такая дополнительная мера государственной поддержки семей, как материнский (семейный) капитал. Он представляет собой средства федерального бюджета, передаваемые в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации на реализацию дополнительных мер государственной поддержки семей, в которых с 2007 по 2021 год включительно родился (был усыновлен) второй ребенок (либо третий ребенок или последующие дети, если при рождении (усыновлении) второго ребенка право на получение этих средств не оформлялось), установленных Федеральным законом «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей».

Эти меры призваны обеспечить возможность улучшения жилищных условий, получения образования, социальной адаптации и интеграции в общество детей-инвалидов, а также повышения уровня пенсионного обеспечения, (дополнительного материального обеспечения малообеспеченных) для семей, в которых родился второй ребенок. За десять лет реализации этих мер, сертификаты на материнский капитал в РФ получили 8, 3 млн. семей, более половины из них (4,9 млн.) распорядились предоставленными средствами. В Приморском крае за указанный период выдано 117 тыс. сертификатов, 45 % из них направлено на улучшение жилищных условий [2].

По данным Управления ПФР РФ по Уссурийскому городскому округу на 2018 год зафиксированы такие показатели распоряжения средствами материнского (семейного) капитала как:

- 1) на образование, принятых решений 391, на сумму 25363935,17 рублей;
- 2) на детский сад, принятых решений 176, на сумму 4410620,77 рублей;
- 3) на кредиты (ипотека), принятых решений 439, на сумму 192151463,92 рублей;
- 4) на улучшение жилищных условий, принятых решений 334, на сумму 128595103,87 рублей;
- 5) на ежемесячные выплаты, семьям у которых доход ниже 1,5-кратной величины прожиточного минимума в субъекте Российской Федерации, принятых решений 78, на сумму 12492834,71 рублей.

Приведенные статистические данные, свидетельствуют о востребованности материнского (семейного) капитала среди жителей, что положительно отразилось и на росте рождаемости, но этого оказалось недостаточно, по сути, материнский (семейный) капитал, предусмотренный федеральным законом, был направлен на стимулирование рождения в семьях второго ребенка. Теперь необходимо было решить задачу увеличения количества семей, решившихся на рождение третьего и последующих детей.

В 2012 году Президент Российской Федерации, традиционно обратившись с Посланием к Федеральному Собранию РФ, напомнил главам всех субъектов России о необходимости создания и осуществления собственных региональных программ демографического развития [3], в результате чего в большинстве регионов РФ (кроме таких субъектов РФ как Чеченская Республика, республик Татарстан, Дагестан, Ингушетия и Крым, городов федерального значения Москвы и Севастополя) был введен региональный материнский (семейный) капитал.

Целью работы является выявление особенностей правового регулирования региональных (материнских) семейных капиталов.

Задачи исследования:

1. Изучить региональные законы, регулирующие вопросы обеспечения семей региональным (материнским) семейным капиталом.
2. Проанализировать направления, по которым капитал может быть использован.
3. Выявить сходства и различия в региональных программах материнского (семейного) капитала.

Материалом для исследования послужило законодательство субъектов Российской Федерации, регламентирующее вопросы регионального материнского (семейного) капитала)

Региональный материнский (семейный) капитал в Приморском крае появился в 2012 году. Нормативно-правовое регулирование регионального материнского (семейного) капитала в Приморском крае предусмотрено законом Приморского края от 29 декабря 2004 года № 206-КЗ «О социальной поддержке льготных категорий граждан, проживающих на территории Приморского края».

Выплачивать в Приморье региональный материнский капитал семьям стали в 2013 году. С начала выплат за этой мерой социальной поддержки обратились 14,8 тысячи человек. Воспользовались сертификатом уже более 9 тысяч многодетных семей [1].

Региональный материнский (семейный) капитал в нашем крае является единовременной дополнительной мерой социальной поддержки, предоставляемой за счет средств краевого бюджета при рождении (усыновлении) третьего и последующего ребенка (детей).

Основания распоряжения средствами регионального материнского (семейного) капитала немного отличаются от оснований федерального материнского капитала.

В Приморском крае предусмотрены следующие направления распоряжения средствами регионального материнского капитала:

- 1) улучшение жилищных условий;
- 2) проведение капитального и (или) текущего ремонта жилого помещения;
- 3) получение образования ребенком (детьми);

4) оказание медицинских услуг матери, отцу (в случаях, предусмотренных законом) или ребенку (детям);

5) приобретение товаров и услуг, предназначенных для социальной адаптации и интеграции в общество детей-инвалидов.

Анализ регионального законодательства, посвященного вопросам реализации права граждан на региональный материнский (семейный) капитал показал, что большинство регионов связывает право на его использование с рождением (усыновлением) третьего ребенка (например, Приморский, Хабаровский края, Республика Саха (Якутия), Еврейская автономная область), вместе с тем, регионы, в которых наиболее остро стоят демографические вопросы, предусмотрели возможность использования материнского капитала семьям, где родился (усыновлен) второй ребенок (Амурская, Сахалинская, Магаданская, Смоленская области, Камчатский край, Чукотский автономный округ), и даже первый, при условии, что возраст матери не старше 25 лет в Магаданской области, или если матери исполнилось от 19 до 25 лет в Сахалинской области, или матери от 19 до 24 лет в Камчатском крае, где должно быть соблюдено еще одно условие – мать первого ребенка должна также состоять в браке.

В четырех субъектах РФ для приобретения права на региональный материнский (семейный) капитал недостаточно рождения третьего ребенка, необходимо рождение четвертого ребенка (республики Мари Эл, Карачаево-Черкессия) и даже пятого (республики Тыва и Кабардино-Балкарская).

В отличие от федерального материнского капитала, размер которого един для всех, региональный материнский (семейный) капитал не имеет четко установленного размера – каждый регион в зависимости от бюджетных возможностей, уровня доходов населения и особенностей социально-экономического развития самостоятельно решает, в каком объеме предоставить поддержку семьям, суммы варьируются от 50 тысяч до 366 тысяч рублей. Единным для всех регионов является условие об индексации средств регионального материнского капитала, так, изначально размер регионального капитала в Приморском крае составлял 30000 рублей, но постепенно эта сумма индексировалась и на сегодняшний день его размер составляет 169857 рублей.

В числе других условий, наличие которых дает семьям право на получение средств региональных материнских капиталов следует отметить, во-первых, наличие гражданства РФ; во-вторых, малообеспеченность (если среднедушевой доход семьи не превышает однократной величины прожиточного минимума, как в Ростовской области, Республике Мари Эл или 1,5 кратной величины прожиточного минимума на одного члена семьи, как в республиках Бурятия и Калмыкия, или даже 3,5 величины прожиточного минимума, установленной на душу населения на дату обращения за предоставлением регионального материнский (семейный) капитал как в Калининградской области; во-третьих, в преобладающем количестве регионов могут получить материнский капитал только граждане, имеющие регистрацию по месту жительства, т.е. постоянно проживающие на территории данного субъекта РФ; в-четвертых, регионы предусматривают подчас и ценз оседлости, т.е. обязательные минимальные сроки постоянного проживания на территории субъекта до даты обращения за материнским капиталом, эти сроки составляют от одного года (Тульская, Смоленская, Воронежская, Сахалинская области, до 1, 5 лет (Ярославская область), до 3 лет (Архангельская, Магаданская области, Ненецкий автономный округ, Камчатский край), до 5 лет (Республика Саха (Якутия)).

Предусмотренные региональными законами направления, на которые могут быть потрачены средства материнского капитала, весьма разнообразны. В качестве общих, присущих всем субъектам РФ следует назвать: улучшение жилищных условий, однако, ряд регионов включили в это направление не только приобретение или строительство жилых помещений, (в Ненецком автономном округе также покупка, возведение бани и гаража), но и их капитальный, а иногда и текущий ремонт (Магаданская область), компенсация расходов, связанных с:

а) газификацией домовладения (квартиры);

б) подключением (технологическим присоединением) домовладения (квартиры) к централизованной системе холодного водоснабжения и (или) водоотведения;

в) устройством бытовых колодцев и скважин для целей водоснабжения на земельном участке, на котором расположено домовладение;

г) оснащение жилых помещений индивидуальными приборами учета используемых энергетических ресурсов (Ростовская, Нижегородская, Тульская области);

д) ремонт печного отопления и (или) электропроводки (Красноярский край); приобретение садовых или огородных земельных участков, садовых домов (Свердловская область); образова-

ние детей, в том числе и, дошкольное; получение медицинских услуг, в том числе и оплата проезда к месту лечения и обратно, санаторно-курортного лечения (Республика Саха (Якутия)), а в ряде регионов не только детьми, но и их родителями (Сахалинская область, Приморский, Хабаровский края); приобретение транспортных средств, при этом не только автомобилей семейного типа, автобусов, но и таких транспортных средств, как снегоходы, мотоциклы, мотосани, квадроциклы, моторные лодки (Тюменская область, Камчатский край, Ненецкий автономный округ).

Часть регионов пошла по пути дублирования и наравне с федеральным материнским капиталом предоставила право семьям, используя средства региональные направить их на приобретение товаров и услуг, предназначенных для социальной адаптации и интеграции в общество детей-инвалидов (Еврейская автономная область, Сахалинская область, Республика Карелия).

Регионы, реализуя предоставленные законодательством РФ полномочия по нормативно-правовому регулированию распоряжения средствами регионального материнского (семейного) капитала, отразили проблемы и особенности социально-экономического развития, сложившиеся в тех или иных субъектах. В качестве иллюстрации можно привести следующие примеры: в регионах, для которых традиционно ведение сельского хозяйства, предусмотрены такие направления как: развитие личного подсобного хозяйства, в том числе приобретение сельскохозяйственной техники, продуктивных животных (Республика Саха (Якутия), Республика Бурятия); в регионах, где многодетность традиционна, это может быть подготовка детей к школе, включающая покупку школьной формы и школьных принадлежностей (Республика Северная Осетия – Алания), приобретение предметов первой необходимости для новорожденного ребенка (детей), включенных в перечень, определяемый Правительством Республики Бурятия, отдых и оздоровление детей (Нижегородская область), возмещение затрат на приобретение товаров длительного пользования – мебели, бытовой техники (Мурманская область, Ненецкий автономный округ, Республика Бурятия) и даже долги за коммунальные услуги (Республика Северная Осетия – Алания). Также предусмотрено и такое направление как получение денежных выплат, цели использования которых, законами не регламентированы (Магаданская область, Красноярский край).

Проведя исследование, можно выявить следующие особенности правового регулирования региональных (материнских) семейных капиталов:

1) Большинство субъектов РФ предусмотрели такую меру дополнительной поддержки семьям как региональный материнский (семейный) капитал.

2) Во всех субъектах РФ предусмотрена индексация средств регионального семейного капитала.

3) Как правило, рождение в семье третьего ребенка, дает семье право на использование рассмотренных нами средств.

4) Выявлено большое разнообразие условий получения (наличия срока постоянного проживания на территории конкретного субъекта РФ, возможности получения повторных выплат), направлений использования средств регионального материнского капитала, размеров, а также форм его предоставления.

5) Улучшение жилищных условий является основным направлением использования средств регионального материнского капитала, на второй позиции – образование детей и Приморский край в этом не исключение.

6) Наблюдается тенденция постепенного окончания реализации программ регионального материнского капитала в субъектах РФ, с заменой его на единовременные денежные выплаты, предоставляемые из средств региональных бюджетов для многодетных семей.

1. Официальный сайт Администрации Приморского края [Электронный ресурс]. URL: <https://www.primorsky.ru/news/156279/>

2. Официальный сайт Пенсионного фонда России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pfrf.ru/opendata/>

3. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации, 12 декабря 2012 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_138990/

ПРОБЛЕМА СЛУЖЕБНЫХ ОТНОШЕНИЙ В КИТАЕ: СИСТЕМА НАЧАЛЬНИК И ПОДЧИНЁННЫЙ

Л.Л. Киян
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Показана специфика служебных отношений в Китае: система начальник и подчинённый. Идёт описание данных взаимоотношений в Древнем Китае и на современном этапе. Данная статья описывает порядок построения служебных отношений и то, как они влияют на успех компании.

Ключевые слова и словосочетания: *Китай, служебные отношения, начальник, подчинённый, компания, взаимоотношения.*

THE PROBLEM OF SERVICE RELATIONS IN CHINA: THE SYSTEM OF LEADERSHIP AND SUBORDINATE

The specificity of service relations in China is presented: the system is chief and subordinate. There is a description of these relationships in ancient China and at the present stage. This article describes how to build service relationships and how they affect the success of a company.

Keywords: *China, service relations, chief, subordinate, company, relationship.*

Служебные отношения между начальником и подчиненным считались всегда довольно актуальной и щекотливой темой. Согласно традиционной концепции, руководители сильны в организации, и им не нужно тратить слишком много усилий на решение межличностных отношений, особенно в отношениях со своими подчинёнными. Сейчас эта концепция постепенно пересматривается. Люди всё большее осознают, что в эпоху сетевой экономики и информационного превосходства, превосходство начальства в знаниях постепенно теряются. Отношения между руководителями и подчиненными стали важной проблемой, влияющей на развитие организации. Начальнику всегда сложно принять решение о политике его управления: будет ли она деспотичная или же стоит настроить коллег на дружеский лад. Руководители вечно теряются в догадках, какой метод принесёт им успех. Подчиненному же предстоит сделать свой выбор: строго следовать указаниям начальника, не пытаясь выдвигать никаких своих идей, или же доказать своему руководителю, что он способен на большее, игнорируя при этом некоторые поручения начальства. Но в любой ли стране можно просто так изменить систему служебных отношений? Или же существует страна, в которой уже сложилась многовековая концепция, от которой нельзя уклониться? В данной статье мы подробно рассмотрим служебные отношения в Китае, а именно взаимоотношения между начальником и подчиненным.

Для подробного рассмотрения данного вида взаимоотношений в работе будет использован сравнительно-исторический метод. В наше время особенно развита сфера экономики и бизнеса, а взаимоотношения между начальством и подчиненными являются неотъемлемой частью данной системы. Чтобы достичь успехов в своей стране, нужно непосредственно извлекать для себя что-то новое из опыта других стран. Именно поэтому данная статья является довольно актуальной в наше время. Новизна научного исследования заключается в изучении новой китайской литературы, которая внесла ясность и помогла углубиться в сознание китайского народа.

В Китае взаимоотношения между руководителями и подчиненными складываются достаточно четко и более жестко. Между сотрудниками существует разграничение, которое все уважают и принимают. Назначение коллеги на более высокую должность, полностью меняет к нему отношение сотрудников. Они больше не имеют права относиться к нему как раньше. Теперь в первую очередь он для них – руководитель, а уже во вторую – друг и товарищ. Чего нельзя

сказать, например, о России: на первом плане остаются межличностные отношения, а новая должность является лишь простым повышением.

Китай имеет многовековую историю выстраивания отношений между начальником и подчиненным. Многие древние тексты повествуют о данных взаимоотношениях. Например, в книге «Искусство управления», написанной в III в. канцлером Чжу-Гэ Ляном, а именно в главе «Государь и слуга», предоставлено много советов по управлению страной. Рассмотрим некоторые из них [1]:

«Образцом правильных отношений между государем и слугой служат отношения между Небом и Землей, и если они приближаются к этим высшим образцам, следовательно, государь обращается к слуге с добротой, а слуга служит господину с чувством совести и чести.

Если у человека «двойное» сердце, то есть два типа намерений, то он не может служить государю. А если государь сомневается в правильности своих действий, то он не может управлять своими слугами.

Если верхи не могут, и в них нет правильности, тогда низы не могут, и у них нет возможности правильно ориентироваться на верхи. Если верхи искажают, то внизу кривизна. Если наверху смута, то внизу – непокорность».

Из данных изречений можно сделать вывод, что китайское мышление основывается на том, что подчиненный должен только исполнять указы руководителя, а руководитель обязан наводить правильный порядок и направлять подчиненного. Начальник должен всегда корректно подходить к своему управлению и тогда верный подчиненный будет служить ему верой и правдой.

В книге Чжу-Гэ Ляна описывается та модель отношений, при которой организация работала бы идеально. Но в настоящей жизни не всё так просто, всегда есть проблемы и разногласия. В основном специфику идеальной работы нарушает способ мышления людей. Так, например, в России в трудных, экстренных ситуациях начальник пытается сам найти выход из ситуации, взвалить весь груз проблем на себя. Ведь его основной целью является продуктивный результат управления, а не подчиненные. Поэтому работники не чувствуют на себе особый груз ответственности за успех организации. Они просто выполняют свою работу, за которую получают свою заработную плату.

В китайской компании всё обустроено абсолютно по-другому. В ней каждый сотрудник должен заботиться не только о своей работе, но и о светлом будущем всей организации. Китайская идеальная модель предполагает чувство ответственности, как у начальника, так и у подчиненного. Она говорит о том, что и сотрудники и руководитель должны быть заинтересованы в выполнении своей работы на самом высшем уровне. Именно поэтому древние китайские тексты, которые были посвящены требованиям чиновника, писались в первую очередь для подчиненных, а не как инструкция для воспитания идеального работника, чтобы помочь руководителю создать идеальный штат.

Одной из таких книг является «Путь чиновника» великого автора Ван Тянь – Си.[2] Она повествует нам о наставлениях, которые следует выполнять чиновникам. Служба подчиненного должна основываться на восьми основных качествах:

- 1) верность,
- 2) почтительность,
- 3) искренность,
- 4) прямота,
- 5) усердие,
- 6) осторожность,
- 7) честность,
- 8) ясность.

Эти восемь пунктов являются фундаментом для управления. Далее в записях китайского автора подробно описывается расшифровка данных качеств. Его книга помогает и руководителю, и подчиненному понять: насколько важно соблюдать все эти принципы, для дальнейшего успеха организации. Данным принципам соответствовали не только в Древнем Китае, но их придерживаются и по сей день.

Множество различных китайских ученых выдвигают свои требования также к руководящему составу. Вот несколько из них:

1. Руководитель должен уметь руководить незаметно.

优秀的管理者不会让员工觉得他在管人。——余世维.[3] – Настоящий руководитель умеет руководить незаметно (Юй Ши-сюн) (пер. мой. – Бай Юй).

2. Руководитель должен ценить своих подчинённых.

君视臣如草芥，臣视君如寇仇。 — (清) 曾国藩.[3] – Если император ни во что не ставит своих подчиненных, то подчиненные считают его врагом (династия Цин, Цзэн Гофань).

3. Руководитель должен быть близок к подчиненным.

联系群众如鱼得水，脱离群众如树断根。 — 陈安之.[3] – Начальник должен быть близок к народным массам, иначе дерево умрет без корня (ЧэньАньчжи).

4. Руководитель должен уметь признавать свои ошибки.

若果你发现在对待员工的问题上你做错了，简单的易行的方法是装作什么都没有发生，坦诚但艰难的办法是承认自己的错误。——佚名.[3] – Если ты допустил ошибку в отношении подчиненного, то есть два варианта: сделать вид, что ничего не произошло, или признать свой промах (И Мин).

5. Руководитель должен доверять подчиненным, но не чрезмерно и не должен давать им много власти.

英雄者，国之干，庶民者，国之本。 — (秦) 黄石公[4].– Надо доверять генералам, потому что они – опора государства. Надо доверять простому народу, потому что он основа государства (Династия Цинь, Хуан Шигун).

6. Руководитель не должен все делать сам, а должен давать поручения подчиненным в соответствии с их способностями.

要有个甩手掌柜。凡可以授权给他人做的，自己不要去做。——余世维.[5]–

Руководитель должен уметь делегировать свои полномочия нижестоящим органам: не надо все делать самому, надо предоставить подчиненному полномочие в том, в чем он справится (Юй Шисюн).

领导就是选对人，最好的人才是免费的。——余世维.[5]– Руководитель должен использовать человека согласно его способностям. Самые талантливые люди – бесплатные (Юй Шисюн).

Исходя из этих изречений, можно сделать вывод о том, что быть начальником в Китае – это целое искусство. Руководитель должен быть не только прекрасным специалистом в своей области, но и в первую очередь должен грамотно взаимодействовать со своими сотрудниками, уметь направить их работу в нужное русло, но при этом не потерять свой авторитет.

На современном этапе отношений начальника и подчиненного сохранились принципы работы, которые диктовались Древним Китаем, как у руководителя, так и у его работников. Благодаря этому между руководителем и подчиненным образовалось глубокое уважение, без панибратства и угодничества. Внутриколлективный порядок не пугает сотрудников. Его поддержанию способствует проведение ежедневных планёрок, на которых старший проводит инструктаж, а работники внимательно его слушают. Со стороны это выглядит очень дисциплинированно, но на самом деле – это хороший метод для укрепления связи между рабочими.

Большое значение придаётся сакральным взаимоотношениям на работе. Иерархия в трудовых отношениях запрещает напрямую обращаться с просьбой или жалобой к высшему руководству. Изначально сотрудник должен обратиться к своему непосредственному начальству. В общем, тем самым сотрудники избегают конфликтов, сохраняя мирные взаимоотношения в компании.

Для формирования коллективного духа, сотрудники компании часто собираются на совместные обеды, ужины, банкеты и т.п. Жители Китая считают, что совместная трапеза сближает. Благодаря доступным ценам, коллективные застолья проходят в ресторанах, а не в стенах офиса. Организация в этом мероприятии играет очень важную роль. Обычно выбирается один человек, который обязан рассадить коллег с учетом их предпочтений в выбранных ими напитках. Китайцы посвящают тост не всем сидящим за столом, а конкретно одному человеку, с которым чокаются через лёгкий удар бокалов по столу.

Каждый сотрудник может с лёгкостью построить карьеру в компании от низшего звена до руководящей должности. Этот путь проходит всего в пять этапов. Об этом можно судить из-за кона «у-син», который является взаимосвязывающей системой пяти движений.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в Китае правильно построен принцип взаимоотношений между начальником и подчиненным. Внутри коллектива редко встречаются недовольства и проявления грубости, совершенно отсутствует зависть. Межличностные отношения всегда уходят на второй план, а на первом месте существует лишь интерес к успеху компании. Начальник всегда заботится о подчиненных, а сотрудники с удовольствием выполняют его поручения. Доверительные отношения между руководством и подчиненными являются гарантом успешного развития компании.

1. Виноградский, Б. Искусство управления миром / Б. Виноградский. М.: ЭКСМО, 2013. 250 с.

2. Ван Гянь-Сы. Путь чиновника / Ван Гянь-Сы, Гуань Цзянь Цзи Яо. Пекин, 2004.

3. 吕国荣, 《影响世界的100条管理名言》, 北京, 人民邮电出版社, 2010 (Люй Гожун. 100 известных афоризмов про менеджмент / Люй Гожун. Пекин: издательство народного министерства почты и телеграфа, 2010).

司马迁, 《史记》, 西汉 (Сыма Цянь. Шици-Исторические заметки, исторические записи, 2012 (династия Хань 104 до н.э. – 91 до н.э.)).

李沈阳, 李静, 《韩非子》, 河南, 海燕出版社, 2014 (Ли Шэньян, Ли Цзин, Хань Фэйцзы, Хэ Нань. Чжэнджоу: Изд-во «Хайянь», 2014).

Рубрика: Публичное право

УДК 342

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ ГРАЖДАН В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ

С.В. Кудинова

бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Фармацевтический рынок является одним из наиболее развивающихся, но, в то же время, наиболее сложным для лекарственного обеспечения населения.

Ключевые слова и словосочетания: *охрана здоровья граждан, Россия, Приморский край, медицинские препараты.*

LEGAL REGULATION OF CITIZENS ' HEALTH PROTECTION IN THE SPHERE OF MEDICAL PRODUCTS CIRCULATION

The pharmaceutical market is one of the most developing, but at the same time, the most difficult for drug provision of the population.

Keywords: *public health, Russia, Primorsky Krai, medical preparations.*

Важнейшей государственной задачей является изучение проблем фармацевтического рынка. Согласно Конституции Российской Федерации 1993 года, регламентируется самореализация каждого индивида и конституционная обязанность государства: «Человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства» – глава первая «Основы Конституционного строя», статья 2 [1]. Право на жизнь предполагает обязанности государства обеспечивать гражданам охрану здоровья. Согласно главе второй «Права и свободы человека и гражданина» статье 41 пункту 1: «Каждый имеет право на охрану здоровья и медицинскую помощь». Исходя из этого, рассмотрим наиболее актуальные вопросы, связанные с реализацией личных Конституционных прав в сфере обращения медицинских препаратов – качество зарегистрированных лекарственных препаратов; приобретение лекарственных препаратов, лицензирование, продажа, ввоз на террито-

рии в местах работы, дома, учебы; лекарственное обеспечение, импорт, проведение мероприятий по контролю качества эффективности лекарственных средств.

Защита прав человека и гражданина в сфере охраны здоровья относится к полномочиям федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации. Осуществляется в цели соблюдения Федерального закона Российской Федерации Федерального закона от 21 ноября 2011 года №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» и Федерального закона от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ "О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации".

Основным нормативным документом регулирующим фармацевтическую деятельность является Федеральный закон от 12 апреля 2010 года №61 в редакции от 27 декабря 2018 года «Об обращении лекарственных средств» [4].

В случае спора гражданина о качестве зарегистрированных препаратов следует обратиться к Закону от 07.02.1992 года №2300-1 (редакция от 04.06.2018) «О защите прав потребителей». Каждая серия зарегистрированных лекарственных препаратов перед поступлением в обращение проходит испытания качества на соответствие требованиям утвержденной нормативной документации в службе качества завода-производителя и при выпуске в обращение на территории Российской Федерации при прохождении процедуры декларирования или сертификации. При приобретении лекарственных препаратов лица вправе не только ознакомиться с препаратом, но и запросить информацию о подтверждении соответствия его качества. Аптечная организация обязана по запросу потребителя предоставить копию декларации о соответствии или сертификата соответствия. При вопросе, касающийся лицензированию лекарственных препаратов следует обратиться к Федеральному Закону от 04.05.2011 ФЗ №99 – ФЗ (ред. От 30.10.18) «О лицензировании отдельных видов деятельности». Лицензированию подлежит производство лекарственных средств (пункт 16 настоящего Федерального закона). Вопросы, касающиеся продажи лекарственных препаратов, ввозу на территории в местах работы, дома, учебы – регламентированы в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 05.01.2015 № 6 «О внесении изменений в правила продажи отдельных видов товаров».

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 05.01.2015 № 6 «О внесении изменений в правила продажи отдельных видов товаров» продажа медицинских изделий может осуществляться только в стационарных местах торговли. Распространение данной продукции на дому, в местах работы и учебы, на транспорте, на улице и в иных местах запрещен. Необходимые разъяснения, касающиеся качества приобретенного лекарственного средства, возможно получить непосредственно у производителя или в представительстве зарубежной компании-производителя в Российской Федерации, координаты которых указываются в инструкции по медицинскому применению. В рамках рассмотрения поступившей от потребителя заявления на качество лекарственного средства производителем может быть организована проверка не только архивных образцов, но и экспертиза качества приобретенного лекарственного препарата на базе независимой и технически компетентной лаборатории, аккредитованной в установленном порядке в Российской Федерации.

Необходимые разъяснения, касающиеся качества приобретенного лекарственного средства, возможно, получить непосредственно у производителя или в представительстве зарубежной компании-производителя в Российской Федерации, координаты которых указываются в инструкции по медицинскому применению.

Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 20.12.2012 № 1175 «Об утверждении порядка назначения и выписывания лекарственных препаратов, а также форм рецептурных бланков на лекарственные препараты, порядка оформления указанных бланков, их учета и хранения» утверждено назначение лекарственных препаратов тем гражданам, которые имеют право на бесплатное получение лекарственных препаратов или получение лекарственных препаратов со скидкой, при оказании им первичной медицинской помощи, должно осуществляется медицинским работником в случае течения заболевания пациента исходя из тяжести и характера заболевания.

В случае выявленных нарушений при оказании медицинской помощи, в том числе для оценки своевременности её оказания, правильности выбора методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации, степени достижения запланированного результата, проводятся мероприятия внутреннего контроля качества медицинской помощи.

По вопросам лекарственного обеспечения следует обращаться в орган управления здравоохранением субъекта Российской Федерации для принятия мер. По данным компании DSM

group на 2017 год доля импортных лекарственных препаратов на российском рынке составляет 41,3% по отношению к отечественным. В приморском крае приблизительно сохраняется данное соотношение. Иностранцы производители представлены в основном такими компаниями как: BAYER, JOHNSON & JOHNSON, TEVA и BERLIN-CHEMIE. Поскольку доля зарубежных лекарственных средств на российском и приморском рынках является высокой, постольку тема ввоза данных товаров на территорию Приморского края является актуальной. На данный момент импорт лекарственных средств на территорию РФ регулируется Постановлением Правительства РФ от 29 сентября 2010 г. № 771 «О порядке ввоза лекарственных средств для медицинского применения на территорию Российской Федерации» а также непосредственно Главой 9 ФЗ "Об обращении лекарственных средств" от 12.04.2010 N 61-ФЗ [3]. Если же возникло нарушение прав граждан обращение может быть подано самим пациентом. В исключительных ситуациях, его представителем, уполномоченным представителем общественной организации (например, общества защиты прав потребителей медицинских услуг) но только по просьбе самого пациента. Жалобу обязаны рассмотреть в 30-дневный срок в государственном органе. Исходя из результатов рассмотрения жалобы принимается соответствующее решение: удовлетворить жалобу, отказать в ней полностью либо частично, или же передать другому органу на рассмотрение.

Осуществлять ввоз лекарств, согласно указанным выше документам, могут: организации – производители лекарственных средств – для целей собственного производства лекарственных средств, организации оптовой торговли лекарственными средствами; а также другие организации в целях проведения клинических исследований, личного использования, для оказания медицинской помощи по жизненным показаниям конкретного гражданина. Для осуществления этой деятельности организациям необходимо разрешение Министерства здравоохранения Российской Федерации. Для получения разрешения необходимо предоставить пакет документов из: лицензии, сертификата качества ЛС, сведений о его дозе, концентрации, фасовке, стране производителя, лекарственной форме. С января 2012 года вступает в силу положение о лицензировании фармацевтической деятельности №1081. Данное положение утверждает новый порядок получения и переоформления лицензии для аптек. В положении предложен ряд нововведений, который повлиял на экономическую безопасность фармацевтических организаций, снял вопросы о допуске организаций на фармацевтический рынок [2]. Лекарственные препараты в настоящее время являются одним из наиболее контролируемых видов товаров. Процедуры ввоза их на территорию РФ достаточно сложны и требуют особых разрешений, лицензий, сертификатов качества. Тем не менее, на отечественном рынке сохраняется высокая доля зарубежных лекарств. В Приморский край они попадают из Европейских стран, стран СНГ и Китая. В коммерческих целях лекарственные средства обычно попадают к нам либо благодаря отечественным организациям, сотрудничающим с иностранными производителями, либо поставкой занимается сам производитель.

На сегодняшний день остаются нерешенными вопросы организации фармацевтической деятельности, лицензирования, доступности для некоторого населения граждан Российской Федерации, не смотря на наличие нормативных, законодательных актов, которые регулируют фармацевтическую деятельность. Реализация прав граждан в сфере обращения медицинских препаратов зависит от четко регламентированных полномочий государственных органов и должностных лиц.

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 года, с изменениями от 21 июля 2014 года [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/.

2. Стрекалова, Н.С. Анализ ценообразования на фармацевтическом рынке Тамбовской области / Н.С. Стрекалова, Д.А. Кузнецов // Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции: об.науч.тр. Пятигорской ГФА / под ред. М.В. Гаврилина. Пятигорск, 2012. Вып. 67. С. 529-531.

3. Кузнецов, Д.А. Экономическая безопасность фармацевтических систем / Д.А. Кузнецов// Вестник новых медицинских технологий, 2010. Т. 17. №3, с.179-181.

4. Федеральный закон Об обращении лекарственных средств от 12 апреля 2010 года №61-ФЗ [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_99350/

ЧАЙНАТАУН НА ЗАПАДНОМ ПОБЕРЕЖЬЕ США

Чжэн Фусюэ
магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В этой статье рассматриваются Чайнатауны на западном побережье США. Автор представил краткую характеристику этим местам в таких городах, как Лос-Анджелес, Сан-Диего, Сиэтл и Сан-Франциско, уделяя внимание культурной составляющей Чайнатаунов. Статья дает информацию по историческим фактам о китайской общине в Америке.

Ключевые слова и словосочетания: Чайнатаун, культура, США, мигранты, Китай.

CHINA-TOWN IN THE WESTERN SEACOAST OF THE USA

In this article are considering China-towns in the western seacoast of the USA. Author presented brief description of these places in such cities as Los-Angeles, San-Diego, Seattle and San-Francisco, paid attention to cultural part of the China-towns. Article gave information about historical facts on Chinese community in America.

Keywords: China-town, culture, USA, migrants, China.

Актуальность. В настоящее время в мире прослеживается такая тенденция, как глобализация, предполагающая коренные изменения не только в социально-экономической и политической сферах человеческого общества, но также значительно влияя на различные демографические показатели, в том числе и в отношении миграции населения. В топ-5 стран, где в 2018 году прибыло наибольшее количество мигрантов, входят США, Германия, Великобритания, Франция и Канада [5]. Стоит отметить, что в США имеется множество различных этнических групп мигрантов, одной из самых многочисленных среди которых являются китайцы. Согласно статистическим данным, в 2016 году они по своей численности стояли на 3-м месте сразу же после индусов и мексиканцев [2]. Поэтому актуальность изучения Чайнатауна несомненна, так как он играет важную роль в социальной жизни Америки.

Научная новизна работы заключается в том, что автор представляет материалы, которые неизвестны или малоизвестны в России по китайской общине в США.

Целью статьи является краткое исследование истории Чайнатауна на западном побережье США и его культурной жизни.

Метод исследования – сравнительно-исторический метод.

Китайцы, по большому счету, предпочитают жить в сообществах в крупных городах, где у них бывают даже целые районы, называемые на английском языке Chinatown (Чайнатаун), где располагается целый ряд заведений, как, например, продуктовый рынок, где продаются продовольственные и непродовольственные товары с китайским происхождением, находятся разного рода религиозные учреждения, а также имеются пекарни, дома, парки и др. В Чайнатауне обычно проводятся праздники, присущие культурной жизни китайцев, как, например, Китайский Новый год, фестиваль «August Moon», конкурсы красоты и др. Чайнатаун представляется в виде ареала китайской культуры в другой стране, где преобладающее население не являются китайцами [4].

Отметим, что в Соединенных Штатах Америки имеется несколько крупных Чайнатаунов, причем одни из самых крупных находятся на западном побережье Америки в таких городах, как Лос-Анджелес, Сан-Диего, Сиэтле и Сан-Франциско. Говоря о Чайнатауне в Лос-Анджелесе, стоит отметить, что данная культурная агломерация появилась еще в начале 1860-х гг., постепенно разрастаясь и преобразовываясь. Чайнатаун в Лос-Анджелесе, штат Калифорния, стал крупным бизнес и культурным центром для китайских мигрантов, располагаясь на территории города, включая в себя рестораны, магазины, галереи, а также район для жителей с

низким доходом с границами на таких улицах, как Северный Бродвей, улица Цезаря Шавеза и улица Бодре. Лос-анджелесский Чайнатаун является местной культурной достопримечательностью, учитывая, что в его составе на территории имеется большой парк в виде рекреационной зоны – Los Angeles State Historic Park, а также Alpina Recreation Centre, где можно заниматься спортом, приходиться на пикники и просто отдыхать, чем и пользуются горожане. Чайнатаун в Лос-Анджелесе еще является местом проведения таких событий, связанных с китайской культурой, как [1]:

1. Парад в честь Китайского Нового года;
2. Фестиваль фонариков в Китайско-американском музее;
3. Фестиваль «Бег с фейерверком и Веселая прогулка»;
4. Фестиваль «Moon Festival»;
5. Конкурс красоты «Мисс Лос-Анджелес».

Более того, стоит отметить, что из-за того, что в Чайнатауне находится множество аутентичных зданий в том архитектурном стиле, который соответствует Китаю, он стал объектом для съемок множества кинокартин, как, например, «15 Minutes», «Strange Days», «Beverly Hills. Ninja», «Rush Hour», «Chinatown» и др.

На западном побережье США имеется еще несколько Чайнатаунов, следующий из которых находится в Сиэтле. Подчеркнем, что данный Чайнатаун входит в целый культурный азиатский район, объединенный с представителями из Японии, Филиппин и Вьетнама. По площади район занимает 9,3 гектара, на которых располагаются различные достопримечательности, как, например, Исторические ворота в Чайнатаун, крупный азиатский супермаркет «Uwajimaya», Международный сад «Danny Woo», парк в азиатском стиле «KobeTerrace» и многое другое, что позволяет привлекать не только туристов, но также и удовлетворять культурные запросы самих мигрантов из стран Юго-Восточной Азии, в том числе и Китая. Что касается разделения населения, то большинство представлено китайцами – 22,1% в то время как, например, тайцы составляют лишь 0,27% от общего населения. Большое внимание в Чайнатауне Сиэтла уделяется и культурной составляющей, и передаче традиций от поколения к поколению, отчего отмечаются такие праздники, как Китайский Новый год, а также проходит фестиваль культур, соединяющий в себе все этносы, представленные в Чайнатауне.

Чайнатаун в Сан-Диего был основан в 1870-х годах возле Маркет-стрит и Третьей авеню, но быстро исчез после Второй мировой войны. В 1987 году из-за своей исторической и культурной ценности городской совет Сан-Диего хотел сохранить этот район и официально назначил его Азиатско-тихоокеанским тематическим историческим районом, который частично перекрывает растущий и облагороженный исторический район квартала Гаслам (центр Сан-Диего). В Сан-Диего, как и в других Чайнатаунах, уделяется внимание культурной жизни, поэтому в нем проходят такие мероприятия, как ежегодная ярмарка азиатской еды, Китайский Новый год, а также множество событий проходит в Музее китайского наследия, находящегося на территории района [4].

Переходя к рассмотрению Чайнатауна в Сан-Франциско, отметим, что он стал первым и одним из крупнейших, самых известных и посещаемых Чайнатаунов в Америке. Основанный в 1848 году, Чайнатаун был разрушен в результате землетрясения в Сан-Франциско в 1906 году, а затем был перестроен и переосмыслен с использованием архитектуры в китайском стиле, которая была подвергнута критике, так как местные жители посчитали её, по большей части, туристической, чем аутентичной. В настоящее время в Чайнатауне Сан-Франциско проживает 20% от всего числа китайских мигрантов в Америке, а также он ежегодно принимает миллионы туристов, что делает его, наряду с Алькатрасом и мостом «Золотые Ворота», одной из главных достопримечательностей Сан-Франциско, а также центром китайско-американской истории не только на западном побережье, но и во всей Америке. Помимо главной улицы Грант-авеню и различных переулков, в Чайнатауне есть несколько переулков, в том числе Аллея Росса – в этом переулке находится множество туристических магазинов, небольшая парикмахерская и фабрика печенья с предсказаниями. Еще в пределах китайского квартала находится Центр отдыха Woh Hei Yuen и парк на Пауэлл-стрит, являющиеся излюбленными местами отдыха горожан [3].

Рассматривая спектр культурных событий, отметим, что в Чайнатауне Сан-Франциско проходит крупнейший в Америке Китайский Новый год с такими корпоративными спонсорами, как Банк Америки. Данный фестиваль в честь национального праздника отличается массовостью, зрелищностью, а также тем, что в его составе принимает участие и полицейское управле-

ние Сан-Франциско, состоящее исключительно из китайско-американских офицеров – единственная такая команда, существующая в Соединенных Штатах. Эта команда ежегодно исполняет традиционный китайский танец, а поскольку население Чайнатауна в целом, и за его пределами состоит из китайских американцев из провинции Гуандун и из Гонконга, такие танцы очень популярны, демонстрируя культурный колорит южного Китая. Еще Чайнатаун Сан-Франциско является местом рождения Чоп Суи – китайско-американское блюдо (paу) и многих других блюд американо-китайской кухни [3].

Полученные результаты. В ходе исследования была получена информация, позволяющая рассмотреть отдельные аспекты истории Чайнатауна в Америке и культурную жизнь таких мест. Культурные мероприятия китайской общины в Америке привлекают многих зрителей и участников, поэтому они популярны. Вопреки широко распространенному мнению, в Чайнатауне проживают не только китайцы, но и многие другие этносы. Поэтому Чайнатаун в настоящее время сочетает в себе элементы разных культур.

Вывод. Таким образом, можно сделать вывод, что Чайнатаун на территории США, точнее, на территории западного побережья Америки в таких городах, как Лос-Анджелес, Сан-Диего, Сиэтл и Сан-Франциско является своеобразным «мостом» между американской и китайской культурой, что позволяет китайским мигрантам, с одной стороны, ассимилироваться в США, с другой – не потерять связь с собственным происхождением. Чайнатауны популярны не только среди самих китайцев, но и среди туристов и американцев ввиду богатой культурной программы и достопримечательностей, позволяющих людям лучше узнать эту культуру.

1. America's Chinatowns [Электронный ресурс], <https://www.archaeology.org/issues/131-1405/features/1955-excavating-chinatowns-of-the-american-west> (дата обращения: 08.04.2019).

2. Chinese Immigrants in the United States [Электронный ресурс], <https://www.migrationpolicy.org/article/chinese-immigrants-united-states> (дата обращения: 08.04.2019).

3. History of San Francisco's Chinatown [Электронный ресурс], <https://www.history.com/topics/immigration/san-francisco-chinatown> (дата обращения: 08.04.2019).

4. 5 Biggest Chinatowns in the United States and Canada [Электронный ресурс], <https://wisetoast.com/5-biggest-chinatowns-us-canada/> (дата обращения: 08.04.2019).

5. 10 Countries That Take the Most Immigrants [Электронный ресурс], <https://www.usnews.com/news/slideshows/10-countries-that-take-the-most-immigrants?slide=11> (дата обращения: 05.04.2019).

Рубрика: История

УДК 94(47+53)

СССР ВО ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЕ: МИФЫ И НОВЫЕ ОЦЕНКИ

А.В. Шепета

бакалавр

А.А. Тимофеева

научный руководитель, канд. ист. наук, доцент, профессор кафедры теории и истории
российского и зарубежного права

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В мире не прекращаются попытки пересмотра итогов Второй мировой войны. Остро стоит проблема фальсификации исторических фактов о вкладе СССР в победу над фашистской Германией. В статье подчеркивается, что переосмысление некоторых вопросов Великой Отечественной войны – по-прежнему актуально.

Ключевые слова и словосочетания: Вторая мировая война, Великая Отечественная война, Красная армия, фальсификация, итоги Второй Мировой войны, договор, людские потери.

THE USSR IN THE WORLD WAR II: MYTHS AND NEW ASSESSMENTS

The world does not stop trying to revise the results of World War II. There is an acute problem of falsification of historical facts about the contribution of the USSR to the victory over Nazi Germany. The article emphasizes that rethinking some of the issues of the Great Patriotic War is still relevant.

Keywords: World War II, The Great Patriotic War, Red Army, falsification, results of the World War II, contract, casualties.

Идеологическая и информационная война, развязанная после окончания Второй мировой войны, в XXI в. обретает новую силу, угрожает гражданам нашего государства осквернением истории или ее лишением.

Под фальсификацией истории понимается сознательное искажение исторических событий, их ложное описание в пользу односторонней идеи.

Ярким примером фальсификации являются мнения и концепции зарубежных историков:

Американский историк Болдуин полагает, что исход Второй мировой войны решили 11 битв («великих кампаний»): операция «Маркет Гарден» в Голландии, высадка англо-американских войск в Нормандии, битва за атолл Мидуэй на Тихоокеанском театре военных действий и др. Из битв, выигранных Красной армией, он упоминает лишь Сталинградскую битву [1]. Аналогичный характер имеют концепции западногерманских историков Г. Якобсена и Г. Доллингера, которые насчитывают 7 «поворотных пунктов войны», тщательно обходя стороной тот факт, что подавляющее большинство стран Европы участвовало на стороне нацистской Германии. Стоит отметить, что во всех этих концепциях историки запада уделяют предпочтение Североафриканскому и Тихоокеанскому театрам военных действий, советско-германский фронт занимает второстепенное место [3, с. 52].

На постсоветских пространствах происходит аналогичная ситуация: в Украине, главные ярлыки, которые навешиваются советскому периоду, – геноцид и тоталитаризм со стороны России. Националисты с презрением называют советских воинов «ватниками» и «колорадами» (по аналогии с Георгиевский ленточкой – символом героизма в войне), а пособников нацистов возводят в ранг героев. В 2014 г. в городе Львов был установлен памятник С. Бандере – одному из инициаторов создания Украинской повстанческой армии (УПА), которая воевала с Красной армией [3, с. 53].

Одним из основных направлений фальсификации – «теория о равной ответственности гитлеровского и сталинского режимов за развязывание войны», что является во многом причиной пересмотра итогов Второй мировой войны.

Как правило, «Пакт Молотова – Риббентропа» (август 1939), фальсификаторы представляют как главный аргумент, не упоминая, что декларации о ненападении между Великобританией и Германией, Францией и Германией были подписаны раньше, чем договор СССР с Германией.

В XXI в. Интернет является результативным инструментом в руках фальсификаторов, заполняющих головы плохо информированных людей самыми изощренными вымыслами об итогах Второй мировой войны [3, с. 54].

Не менее значимой сферой фальсификаторов истории является кинематограф, телевидение и радио, в которых упорно утверждается мысль о том, что все победы Красной армии – выдумки.

Новые трактовки истории активно внедряются в художественную и учебную литературу. Такие события, как: Сталинградская битва, ставшая началом коренного перелома в ходе Второй мировой войны, битва на Курской дуге, победа в которой дала стратегическое превосходство на всех фронтах, операция «Багратион», в ходе которой войска Красной армии очистили советскую землю от агрессоров, последующее освобождение Европы от нацизма советскими войсками – все это описывается как бои местного значения, не являющиеся переломными в ходе мировой войны».

К сожалению, и в отечественных учебниках по истории мало упоминается о подвигах советских людей на фронте и в тылу, не приводятся данные о массовом героизме, большой акцент делается на наших поражениях, который подается довольно объемно и эмоционально [3, с. 55].

Объективные же данные таковы:

Во-первых, основным и важнейшим фронтом во время всей Второй мировой войны был советско-германский фронт, на котором находились в течение почти 4 лет основные силы фашистской Германии. Против Красной армии сражалось от 60 до 80% всех войск вермахта и

большое количество авиации. Общее количество дивизий немецких войск и их союзников колебалось от 190 до 268, в то время как в Северной Африке в 1941 – 1942 гг. 15 дивизий, а в Италии общее количество немецких дивизий колебалось от 7 до 31.

Эти данные свидетельствуют о том, что основные силы Германии и ее союзников были на советско-германском фронте.

Во-вторых, неоспоримо, что немецкое командование было вынуждено посылать на советско-германский фронт большее количество техники и людского пополнения, чем на другие фронты: «Для восполнения потерь немецкое командование было вынуждено посылать на советско-германский фронт большое количество людского пополнения, вооружения и техники, перебрасываемых с других фронтов. Только за период с декабря 1941 г. по май 1942 г. на советско-германский фронт прибыло и сформировано на фронте в общей сложности 68 дивизий; в течение 1943 г. – 67 дивизий; в 1944 г. – 179 дивизий».

В-третьих, основой победы в войне против фашизма явились массовый героизм и готовность пожертвовать собой советских воинов. Сегодня на территории 12 стран мира находятся и служат постоянным напоминанием их народам о подвиге советских воинов могилы советских солдат.

В-четвертых, важной составляющей победой над Германией стала экономическая сила СССР: уже к середине 1942 года вся экономика была перестроена на военный лад.

Помощь Советскому Союзу в борьбе с фашизмом переоценивается западными историками, которые говорят о том, что США внесли решающий вклад в победу над Германией. Стоит отметить, что за все время войны США поставили в СССР 14450 самолетов, в то время как советская промышленность в последние годы войны производила ежегодно до 40 тыс. самолетов. Помимо военной техники, от США было поставлено и продовольствие, но его доля была также незначительна: за всю войну Советский союз получил из Соединенных Штатов около 70 млн. пудов зерна, а сам СССР за это время заготовил 4 млрд пудов.

В-пятых, по уточненным данным потери противоборствующих сторон были таковы: за Победу над фашизмом отдали жизни 7.3 млн советских воинов, а общие демографические потери были следующими:

Потери СССР (включая мирное население на оккупированной территории и смертность на остальной территории СССР от невзгод войны) составили 26,6 млн чел.

Безвозвратные людские потери Германии составили 6,5 млн военнослужащих. Причем, на советско-германском фронте в личном составе немцы потеряли в 4 раза больше, чем в боях с англо-американскими войсками. Велико и различие в потерях техники и вооружения. На советско-германском фронте гитлеровцы потеряли до 75% своих танков и штурмовых орудий (107 тыс. ед.), свыше 75% авиации (77 тыс. ед.), 74% артиллерии (48 тыс. ед.). В общей сложности Германия лишилась во время войны 13 600 тыс. чел., из них в войне против СССР – 75% ее людских потерь и 73% совокупных потерь. Людские потери стран – союзниц Германии составили 806 тыс. военнослужащих погибшими (включая 137,8 тыс. погибших в плену).

И, наконец, общие суммарные потери на Втором фронте вооруженных сил Англии и США составляли 2 316 тыс. чел. [5, с. 228-232].

За освобождение мира от фашизма заплачена большая цена, при этом наибольшие потери как раз выпали на долю СССР.

Немаловажным является вклад Советского союза в победу над Японией, именно Красная армия сыграла решающую роль в ее разгроме. Несмотря на это, после окончания войны с Японией, президент США Г. Трумэн заявил, что «русские не внесли никакого военного вклада» в победу над Японией.

Выступая на параде, посвященном 70-летию Победы в Великой Отечественной войне, Президент России В.В. Путин отметил, что гитлеровская авантюра стала ужасным уроком для всего мирового сообщества.

«Полуправда всегда коварна. Былые трагедии – недоосмысленные, либо осмысленные фальшиво и лицемерно, неизбежно ведут к появлению новых историко-политических фобий, которые сталкивают между собой государства и народы. Влияют на сознание общества, искажая его в угоду недобросовестным политикам [6].»

Таким образом, фальсификация фактов истории Второй мировой войны – одна из злободневных проблем сегодняшнего времени. Главной целью фальсификаторов является искажение истины для создания однополярного мира, для умаления вклада СССР и нынешней его преемницы – России.

Если сегодня отказаться от притязаний на непогрешимость истории и от желания создать национальный миф, история как таковая сильно преуспеет. Ведь сохранение памяти о настоящем вкладе СССР в победу над фашисткой Германией, тех подвигах, что были сделаны нашими предками, сформирует национальную память, патриотизм, объединит народ страны и сделает настоящую историю непоколебимой и защищенной от искажения.

-
1. Baldwin N. Battles Lost and Won. Great Campaigns of World War II. New York, Harper & Row, 1966.
 2. Jacobsen H., Dollinger H. Der Zweite Weltkrieg in Bildern und Dokumenten. Bd. 4. Die Ausweitung zum Weltkrieg 1941/42. Мюнхен, 1968.
 3. Морозов, Ю.В. Фальсификация итогов второй мировой войны в рамках информационной борьбы против России. / Ю.В. Морозов [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/falsifikatsiya-itogov-vtoroy-mirovoy-voyny-v-ramkah-informatsionnoy-borby-protiv-rossii>.
 4. Павловец, Ю. Фальсификация истории Великой Отечественной войны как инструмент борьбы с Русским миром / Ю. Павловец [Электронный ресурс]. URL: http://rossbel.ru/about/news_post/yuriy-pavlovec-falsifikaciya-istorii-velikoy-otechestvennoy-voyny-kak-instrument-borby-s-russkim-mirom.
 5. Урланис, Б.Ц. История военных потерь / Б.Ц. Урланис. СПб.: Полигон, 1994. 560 с.
 6. 70 лет со дня начала Второй мировой. Статья из газеты: Еженедельник "Аргументы и Факты" № 36 02/09/2009. 1 сентября 2009 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aif.ru/society/history/13235>.
 7. Тимофеева, А.А. СССР во Второй мировой войне: мифы, фальсификация, новые оценки / А.А. Тимофеева // История государства и права. 2012. № 18.

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ СРЕЗ

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ПРОБЛЕМЫ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРАН АТР НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И КИТАЯ

Т.Е. Абрамович
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия.*

Для современной России и Китая актуальной является проблема этнокультурного взаимодействия. Особенно остро данная проблема ощущается на территории российского Дальнего Востока, так как она граничит с Китаем. Установление и ведение взаимовыгодных отношений является основным фактором консолидации Российской Федерации и Китайской Народной Республики. Ключевым компонентом должно стать решение проблем в сфере взаимодействия двух этносов.

Ключевые слова и словосочетания: Россия, Китай, этнокультурное взаимодействие, Дальний Восток, консолидация, этнос.

PROBLEMS OF ETHNOCULTURAL INTERACTION OF THE ASIA-PACIFIC COUNTRIES: RUSSIA AND CHINA

Modern Russia and China are highly relevant issue of problem of Ethnocultural Interaction. This problem is especially acute in the Russian Far East. The establishment and maintenance of mutually beneficial relations is the major factor in the consolidation of the Russian Federation and the People's Republic of China. The key component should be the solving the problems of the interaction of two ethnic groups.

Keywords: Russia, China, Ethnocultural Interaction, Russian Far East, consolidation, ethnos.

В период обострения политических разногласий между странами – сверхдержавами происходит сближение стран Азиатско-Тихоокеанского Региона, однако консолидации сопутствуют проблемы разных сфер, одна из которых – разногласия в этнокультурном взаимодействии.

Для начала давайте разберемся, что же такое этнокультурное взаимодействие. Опираясь на множество источников, было возможно вывести собственное определение данного термина. Итак. Этнокультурное взаимодействие – это процесс взаимного влияния этносов друг на друга путем обогащения культур и традиций. Этнокультурное взаимодействие – это связи, которые зачастую совершенно не зависят от определенной личности, это осознание каждым человеком отношения к другим народам и этносам, построенное на взаимном ожидании и предположении поведения. В современном мире для развития подобных связей существуют межэтнические контакты, которые являются катализаторами консолидации народов.

Однако мир построен на противоположностях, постоянно пытающихся найти компромисс для мирного, или нейтрального, сосуществования. Таким предстает в современном понимании этнический образ, состоящий из осознания принадлежности к своей нации, представлении интересов своего народа, знания о культуре, истории, религии, языке, а также территории.

Исходя из структуры данного образа, несомненно, могут возникать противоречия между различными этносами в связи с разным восприятием окружающей действительности. Здесь можно вспомнить вошедшее в привычку отношение ко всему граждан Поднебесной – любое действие они пропускают через национальную философию, которая включает в себя культ

предков, принятие загробной жизни, понимание мира как взаимодействие двух противоположных начал – мужского и женского – инь и янь. Однако главное отличие в философии Китая сосредоточено на восприятии реальности – это мир культуры правового полушария, концентрирующийся на внутренних переживаниях и духовности, искусстве и гипнозе. Именно поэтому у иностранцев, сотрудничающих с партнерами из Китая, часто появляется недопонимание.

В процессе развития недопонимания этносов возникают новые проблемы, одна из которых отображается понятием «желтая опасность», или «китайская угроза» [1]. Автор выражения французский публицист Поль Леруа Болье [2] впервые был обеспокоен усилением стран Востока. В начале XX века «желтая опасность» стала соперничать с теорией еврейского заговора. В настоящее время используется усовершенствованный термин «китайская экспансия» [3] в связи массовой миграцией в Россию, зачастую нелегальной, и последующим расселением соседнего этноса преимущественно на территории Дальнего Востока. Т.е. существует боязнь угрозы экономического, культурного, а затем и политического поглощения приграничных территорий России.

Истоки неприятия соседей из Поднебесной происходят не из расизма дальневосточников, а из отношения к культурной среде граждан приграничного Китая. Чуть меньше половины жителей Дальнего Востока ощущают отторжение при общении или ведении общих дел с китайцами.

На основе неприятия двух народов постепенно образовывался этнокультурный стереотип, основанный на превосходстве каждой из наций. Понятие этнокультурный стереотип можно объяснить как обобщенное представление о чертах, свойственных определенному народу, или нации. Также этнокультурный стереотип можно соотнести с понятием менталитет, который и выражает особый склад ума каждого этноса. Благодаря существованию этого стереотипа не происходит ассимиляция двух народов, несмотря на многочисленность проживающих граждан на территории друг друга. Однако наличие данного стереотипа может помешать в развитии отношений между Россией и Китаем, понизить эффективность сотрудничества и взаимопонимания.

Проводимые социологической лабораторией Института истории ДВО РАН исследования, среди которых можно выделить работы В. Л. Ларина [4] позволяют показать отношение россиян к китайцам. Так, из 869 опрошенных жителей Владивостока, Хабаровска, Благовещенска и ряда городов и поселков Приморья лишь менее трети (32 %) выразили свое «хорошее» и «очень хорошее» отношение к китайцам. Почти четвертая часть (23 %) – как «плохое» и 38 % – как «безразличное».

Один из источников неприятия россиян к гражданам КНР, в том числе и в этнокультурном смысле, неоднозначное отношение к смешанным бракам. Положительно к браку с китайцами отнеслись бы не более 5 % населения, не одобрили бы около половины опрошенных респондентов в ходе опросов Института истории ДВО РАН в 2003 и 2006 гг.).

В результате данного исследования были выявлены следующие стереотипы о китайцах. Из 126 опрошенных людей разной возрастной группы (от 17 до 78 лет) основными качествами китайцев были названы трудолюбие (67,5 %), хитрость (47,6 %), неряшливость (47,6 %) почитание традиций (60,3 %), агрессивными (15,9 %). Честность не является яркой стороной граждан КНР – всего 3 участника опроса соотнесли это качество с жителями Поднебесной (2,4 %).

В опросе также участвовали 67 представителей КНР, которые отметили лень русского народа (73, 1%), находчивость (34,3%), открытость (77,6 %), гостеприимство (52,2 %) склонность к пьянству русских граждан ассоциируется у 70,2 % опрошенных китайцев, к взяточничеству – 55,2 %.

Из обоих опросов несложно сделать вывод о взаимном негативном стереотипе двух наций, который с каждым годом меняется далеко не в лучшую сторону, так как участники того же опроса в анкете отмечали более положительное отношение у старшего поколения по отношению друг к другу. Хотя тенденция с молодежью в скором времени может перейти в позитивное русло благодаря добрососедскому отношению двух стран, перспективному сотрудничеству в самых различных отраслях и гибкой международной политики обоих государств, а также постоянному обмену опытом в студенческой среде.

Также для более точного понимания этнокультурного взаимоотношения я провела еще один опрос среди соотечественников и представителей КНР, чтобы узнать какое существует мнение друг о друге.

Результаты опроса

Русские о китайцах	Китайцы о русских
Россияне отметили малоподвижность мимики китайцев, что мешает определить истинные намерения собеседника из КНР.	Представители китайского этноса, напротив, отмечают сверхподвижность мимики русских граждан, что мешает им при общении.
Русские считают китайцев хитрыми, часто из-за этого качества русские не хотят сотрудничать с китайцами.	По словам китайцев, русские чересчур прямолинейны, что может быть скорее минусом, чем плюсом, особенно в сфере бизнеса.
Считается, что китайцы пропускают абсолютно все свои поступки через призму китайской философии.	Для китайцев большинство русских предстает в распространенном стереотипе как безграмотные, ленивые люди, не имеющие отношения ни к какой философии.
Также при разговоре с китайцами, русские замечают, что те в свою очередь не смотрят в глаза, а при отсутствии зрительного контакта намного сложнее донести информацию или убедить в действительности своих слов.	Китайцы же говорят о некоем посягательстве на нарушение личного пространства при общении с русскими, так как те постоянно пытаются поймать взгляд собеседника.
Русские не понимают столь ответственное отношение даже к малозначительным делам, которые всегда проходят через согласование с руководящим органом.	Китайцев шокирует самовольность русских, которые могут принимать ответственные решения без участия в этом непосредственного начальства.
В связи с кардинальным различием языков двух этносов русские недопонимают своих китайских представителей.	Из-за отсутствия некоторых звуков в китайском языке представителям Поднебесной бывает также сложно понимать и воспринимать речь русских.
Зачастую при разрыве отношений в разных отраслях китайская сторона может и не обосновать свой поступок.	Китайцы постоянно отмечают отклонение русских от сроков выполнения намеченных планов.

В двух странах существует разное восприятие времени. Китайцы без суеты будут стараться соблюдать временные рамки, для них время циклично: встает и заходит солнце, времена года сменяют друг друга. Для русских время рассматривается как строго регламентированное, благодаря чему происходит выполнение задач согласно договоренностям, однако в это же время могут выполняться несколько задач, что приводит к менее качественному их решению или отклонению от намеченного графика.

Для русского человека всегда было чуждо отношение китайцев к людям со светлой кожей, подобные действия порождали множество неприязней, а иногда даже страхов, что также является одним из катализаторов для развития этнокультурного стереотипа по отношению гражданам КНР. Можно часто услышать из разговора родителей с детьми, что первые используют этот страх как меру воспитания.

Еще одним отличием в отношении двух этносов можно выделить разное понятие культуры: все, что китайцами будет воспринято как обыденное и совершенно нормальное, с большой вероятностью не найдет поддержки у русского. Для этого легко вспомнить принятие пищи в двух странах, в Китае, если после трапезы люди оставили все в полной чистоте, считается проявлением неуважения к работникам, занимающимся уборкой, в русской культуре подобные действия совершенно противоположны.

После исследования мнений двух этносов друг о друге возник вопрос – как же китайцы думают о себе. В результате опроса небольшой группы иностранных студентов получились следующие ответы:

- 1) Китайцы гордятся своей нацией
- 2) Также они гордятся своей быстро развивающейся страной
- 3) Жители Поднебесной уверены в правильности существующего политического курса
- 4) Они не пытаются подстроиться под определенную давно сложившуюся сферу – они создают свою, удобную для них с разных сторон
- 5) Уверены в успехе каждого своего начинания
- 6) Соблюдение всех принципов национальной философии – самый верный путь из всех возможных

7) Воспитанный человек в понимании китайцев – это тот, кто соединил в себе признаки гуманности и чувства долга

Изучение этнокультурного взаимодействия стран и проживающих в них народов позволяет понимать существующую действительность с социологической стороны, осмыслить развитие процессов, происходящих в мире. В механизме этнокультурного взаимодействия базисом выступают ценностные ориентации каждого из этносов, которые так или иначе при сотрудничестве народов начинают находить общие точки соприкосновения, а иногда и совпадать, что позволяет представителям разных этнических групп выстроить качественные отношения в сфере культуры, науки, бизнеса, политики и в других отраслях.

В целом проведенный анализ этнокультурного взаимодействия двух стран показывает присутствие этнокультурного стереотипа, который складывался на протяжении десятилетий. Однако ежегодное нарастание сотрудничества двух стран приводит к постепенному исчезновению данного стереотипа. Взаимное влияние на функционирование этнокультурных традиций ведет к проявлению толерантности в межэтнических группах. Таким образом, этнокультурное взаимодействие стабилизирует и делает гармоничной ситуацию между двумя государствами, что дает возможность эффективному сотрудничеству.

1. «Желтая опасность» – китайская угроза / Википедия. [Электронный ресурс]. URL: http://ru.m.wikipedia.org/wiki/Жёлтая_опасность

2. Пьер Поль Лерой-Болье / Энциклопедия knowledgr. [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.knowledgr.com/01615714/ПьерПольБолье>

3. Экспансия Китая. Финансово-политическое влияние Китая для военного расширения Китая / Энциклопедия суslowiki. [Электронный ресурс]. URL: http://cyclowiki.org/wiki/Экспансия_Китая

4. Ларин, В.Л. Окружающий мир грезами дальневосточников: эволюция взглядов и представлений на рубеже XX-XXI вв. / В.Л. Ларин, Л.Л. Ларина. Владивосток: Дальнаука, 2011. 312 с.

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ РОССИИ И ЯПОНИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Д.А. Амелина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Для современного мира актуальной является роль внешней культурной политики. В статье анализируются средства и методы культурной дипломатии, и их сравнение на примере двух стран: России и Японии. Рассматривается краткая история термина «культурная дипломатия». Главной целью культурной дипломатии является создание положительного образа государства за рубежом.

Ключевые слова и словосочетания: культурная дипломатия, внешняя политика, Россия, Япония, «Классная Япония», «Русский мир», молодежные обмены, образовательные обмены, культура.

CULTURAL DIPLOMACY OF RUSSIA AND JAPAN: COMPARATIVE ANALYSIS

For the modern world, the role of foreign cultural policy is relevant. The article analyzes the means and methods of cultural diplomacy, and their comparison on the example of two countries: Russia and Japan. A brief history of the term «cultural diplomacy» is considered. The main goal of cultural diplomacy is to create a positive image of the state abroad.

Keywords: *cultural diplomacy, foreign policy, Russia, Japan, «Cool Japan», «Russkiy Mir», youth exchanges, educational exchanges, culture.*

В современном мире велика роль внешней культурной политики. Известно, что международная репутация каждого государства определяется не только политической и экономической мощью, но и культурным потенциалом. Распространение в зарубежных странах своего культурного достояния входит в число внешнеполитических приоритетов любых государств и рассматривается неотъемлемой частью стратегии действий на международной арене.

В условиях глобализации необходимо сохранить свое национальное самосознание. Для этого государству следует изучать свое историческое прошлое, анализировать настоящее и прогнозировать будущее. Страна, имеющая прочное национально-культурное историческое основание, способна продвигать свои интересы за рубежом.

Термин «Культурная дипломатия» изначально был введен американским исследователем Ф. Баргхорном в 1930-х годах и был определен как «манипуляция культурными материалами и персоналом в пропагандистских целях». [1] В первое время он имел преимущественно пропагандистский оттенок, так как был связан с политикой Советского Союза. Затем, культурная дипломатия находит широкое распространение и в западных странах, а сам термин трансформируется в нейтральный и используется повсеместно.

На сегодняшний день *Культурная дипломатия может быть описана как курс действий, которые основаны на обмене идеями, ценностями, традициями и другими аспектами культуры и используют его, будь то укрепление отношений, расширение социокультурного сотрудничества, продвижение национальных интересов государства за его пределами.* [2]

В «Основных направлениях работы МИД РФ по развитию культурных связей России с зарубежными странами» говорится, что основной целью внешней культурной политики России является формирование и укрепление «взаимопонимания и доверия с зарубежными странами, развитие равноправного и взаимовыгодного партнерства с ними», наращивание «участия страны в системе международного культурного сотрудничества». [3] Другими словами, Россия стремится создать положительный образ среди зарубежной аудитории. Существует ряд методов для достижения данной цели.

Одним из приоритетов внешней политики Российской Федерации является поддержка и защита прав соотечественников, проживающих за рубежом (данный метод присущ только российской культурной дипломатии). Россия придает важное значение тому, что обеспечение прав человека, включая права лиц, принадлежащих к национальным меньшинствам, не является исключительно внутренним делом любого государства.

Русская диаспора одна из самых больших и распространённых в мире. Её численность на сегодня составляет около 30 млн. человек. Российские соотечественники — это носители русской культуры, ценностей, языка, они являются своеобразными проводниками гуманитарных связей между Россией и зарубежными странами. Поэтому сохранение этих культурных связей и поддержание русского языка являются актуальными вопросами для России. [4]

Другим важнейшим методом являются связи в области образования и науки. Экспорт образования реализуется путем обучения иностранных студентов в российских высших образовательных учреждениях. По данным 2018 года количество иностранных обучающихся в университетах составило 240 тысяч человек. Студенческая мобильность также продолжает расти, благодаря тому что Ведущие российские вузы продолжают развивать новые формы совместных образовательных программ и программ на английском языке, онлайн-образование для иностранцев, специальные программы обучения для иностранцев, летние и зимние школы. В России запущен и активно работает портал для иностранных абитуриентов о высшем образовании в России – StudyinRussia. Портал способствует не только формированию уникального бренда российского образования, но и положительного образа страны в целом. [5]

Также, эффективным методом культурной дипломатии является работа фонда «Русский мир», который вкладывает средства в развитие русских центров, ресурсных центров, предоставляющих доступ к большим массивам учебно-методической и научно популярной информации из России и о ней, находящихся в 54 странах мира. Целью Фонда является популяризация русского языка, являющегося национальным достоянием России и важным элементом российской и мировой культуры. [6]

Несмотря на то, что Россия обладает достаточным комплексом механизмов и ресурсами для формирования позитивного имиджа на международной арене, она не имеет единую четко

выраженную направленность во внешней культурной политике. Для успешного осуществления культурной дипломатии России следует продолжать развивать выбранные направления, применяя комплексный подход к реализации целей и задач российской политики, взаимосвязь действий институтов и структур власти, общественных организаций и бизнеса для достижения максимального эффекта.

Под культурной дипломатией в Японии понимается особый вид информационно-разъяснительной работы министерства иностранных дел. Она направлена на то, чтобы развивать понимание и доверие граждан иностранных государств по отношению к Японии, на установление благоприятной международной обстановки для проведения Японией своей внешнеполитической линии, а также на то, чтобы создать положительный образ государства в мировом сообществе. МИД Японии выделяет следующие методы культурной дипломатии. Программы образовательных и молодежных обменов считаются одними из наиболее перспективных. Министерство образования Японии представляет различные программы, которые открыли дорогу в эту страну для огромного количества молодых людей. Успешно работает Программа обмена и преподавания в Японии (Japan Exchange and Teaching – JET), предназначенная для желающих изучать и преподавать английский (или некоторые другие иностранные языки) в школах и университетах (по этой программе Японию по состоянию на 2018 год посетило более 5 тыс. молодых иностранцев из 54 стран мира). Подавляющее количество составляют граждане США, а Россия находится на 11-м месте, уступая Китаю и Республике Корея. [7] Значительная часть молодых людей вовлекается в программы обмена через курсы по изучению японского языка, после сдачи соответствующих экзаменов или посещения специальных конкурсов на знание языка, к организации которых министерство иностранных дел Японии также имеет непосредственное отношение.

Другим методом являются обмены в области культуры и искусства. Правительство Японии относится с особым вниманием к продвижению молодежной субкультуры, считая ее перспективным элементом, подготавливающим молодежь других стран к восприятию и пониманию традиционной культуры Японии. Речь идет, в первую очередь, о комиксах манга, мультфильмах анимэ и молодежной моде. В 2006 г. МИД Японии официально заявил о желании использовать поп-культуру как дипломатическое средство с тем, чтобы формировать через нее привлекательный образ своей страны. Также было сказано, что успех в этом деле упростит жизнь японским дипломатам. Положительный имидж Японии в будущем должен создаваться на базе специально адаптированного к вкусам молодежи образа «Классной Японии» (Cool Japan). При этом подчеркивается нерушимость японских традиций и преданность классическим формам культуры, таким, как театры Но, Кабуки и Бунраку, борьбе сумо или чайной церемонии.

Опять же, эффективным методом культурной дипломатии является деятельность Японского фонда (**The Japan Foundation**) – крупнейшей и единственной организацией в Японии, осуществляющая всестороннюю деятельность по культурным обменам между Японией и другими странами по всему миру. Фонд ставит своей целью внести вклад в дело построения фундамента гармоничного сосуществования народов Японии и всех стран мира. [8]

Культурная дипломатия Японии является сегодня одним из наиболее приоритетных направлений внешнеполитической деятельности этой страны. При этом культурная дипломатия не только позволяет Японии более эффективно решать самые разные задачи политического и экономического характера, но и способствует более глубокой интеграции страны в международное сообщество, является действенным средством развития мировой культуры и укрепления благосостояния человечества.

Примером взаимодействия культур рассматриваемых стран является Год Японии в России. «Перекрестные» годы России и Японии были призваны придать мощный положительный импульс двусторонним отношениям за счет организации многочисленных мероприятий. Реализация данной инициативы способствовало укреплению позитивного образа двух стран, позволило мобилизовать интерес общественности к государству-партнеру, создало задел для дальнейшего развития сотрудничества в практических областях. [9] Это поистине знаковое событие, которое свидетельствует о растущем уровне доверия между двумя странами. Оно проводится впервые в истории двусторонних отношений.

Помимо данного события, каждый год проводится Фестиваль российской культуры в Японии. В программе фестиваля представлены различные жанры российского искусства: балетные, оперные, цирковые выступления, церковная музыка, симфонические оркестры, эстрадные коллективы. Фестиваль проходит в Японии в тринадцатый раз. За 12 лет в его рамках прошло более 500 мероприятий, его гостями стали около 15 миллионов человек. Японцы смогли оценить

искусство 7000 российских деятелей культуры. [10] В настоящее время фестиваль является самой масштабной «культурной акцией России за рубежом».

Фестивалей японской культуры в России проводится большое количество. Часть из них являются правительственными проектами или проектами организаций, спонсируемых правительством. Например, с 2000-го года в Москве проходит фестиваль «Японская осень», а в Санкт-Петербурге – «Японская весна». Большое количество мероприятий посвящено японской поп-культуре. В настоящее время одним из крупнейших мероприятий является Фестиваль современной японской культуры «J-Fest».

Сравнивая подходы Японии и России к культурной дипломатии, можно выделить общие сходства и различия. Рассматривая общие характеристики, можно сказать, что, во-первых, обе стороны понимают важность культурной дипломатии при определении позиции государств в мире. Во-вторых, в целях культурной дипломатии обеих стран присутствует цель «исправить негативное представление» о стране, подправить существующий имидж. При этом, в культуре обеих стран присутствуют идеи об уникальности национальной культуры.

Первое заключается в реализации культурной дипломатии. Япония обладает единой направленностью политики – концепцией «Классная Япония», которую правительство реализует с 2000 года. У Российского правительства четкий курс внешней культурной политики отсутствует, хотя с 2005 года оно работает над исправлением негативного имиджа. Второе различие заключается в том, что правительство Японии возлагает на культурную дипломатию большие ожидания, активно пользуясь ей, в то время как российские власти не используют её потенциал полностью. Эти различия обусловлены разностью исторического пути двух стран, разностью размеров их территорий, легкостью или сложностью мобилизации ресурсов.

В целом деятельность в области культуры позволяет создать благоприятный фон для межнационального двустороннего общения. Культура объединяет страны на уровне личных и общественных контактов, что в перспективе может положительно сказаться на политических и экономических отношениях не только Японии и России, но и любых других стран.

-
1. Barghoorn, F.C. The Soviet Cultural Offensive. The role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy
 2. What is Cultural Diplomacy?/ http://culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy
 3. Основные направления работы МИД России по развитию культурных связей России с зарубежными странами / <http://docs.cntd.ru/document/901794645>
 4. <http://rs.gov.ru/%20/activities/5>
 5. <https://www.5top100.ru/news/93717/>
 6. ФОНД «РУССКИЙ МИР» / <https://russkiymir.ru/fund/>
 7. <http://jetprogramme.org/en/countries/>
 8. <https://www.jpj.go.jp/e/about/index.html>
 9. http://www.mid.ru/god-rossii-v-aponii-i-god-aponii-v-rossii/-/asset_publisher/HCN0yFLs7IFy/content/id/3088964
 10. <https://ria.ru/20180612/1522564969.html>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

АРКТИКА: МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО ИЛИ БОРЬБА ЗА БОГАТЫЙ РЕСУРСАМИ СЕВЕР?

А.А. Басинская
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

На сегодняшний день Арктика и ее ресурсы являются одним из самых актуальных геополитических вопросов. Все пять прибрежных арктических государств (Россия, США, Канада,

Норвегия и Дания от имени Гренландии) имеют территориальные претензии и ведут диалог в рамках Конвенции ООН по морскому праву. Согласно Илуиссатской декларации от 28 мая 2008 г. Арктические воды признаны такими же, как и другие воды Земного шара. Для всех государств, ведущих борьбу за эти территории, интерес представляет энергетический потенциал Арктики, вылов рыбы, и добыча других полезных ископаемых. Также большое стратегическое значение имеет Северный морской путь, который признан исторически сложившейся транспортной коммуникацией России, и проход по которому осуществляется в соответствии с 234 статьей Конвенции.

Ключевые слова и словосочетания: Энергоресурсы, территория, нефтепродукты, шельф, транснациональные корпорации, вооружение.

ARCTIC: INTERNATIONAL COOPERATION OR THE STRUGGLE FOR RESOURCE RICH NORTH?

Today, the Arctic and its resources are one of the most pressing geopolitical issues. All five coastal Arctic states (Russia, USA, Canada, Norway and Denmark on behalf of Greenland) have territorial claims and engage in dialogue within the framework of the UN Convention on the Law of the Sea. According to the Ilulissat Declaration of May 28, 2008, the Arctic waters are recognized to be the same as other waters of the globe. For all the states leading the struggle for these territories, the interest is in the energy potential of the Arctic, fishing, and mining of other minerals. Also, there is a great strategic importance of the Northern Sea Route, which is recognized by the historically established transport communication of Russia, and the passage through which is carried out in accordance with Article 234 of the Convention.

Keywords: Energy resources, territory, oil products, shelf, transnational corporations, weapons.

Главная причина борьбы за Арктику – нефтяные и газовые месторождения, рыба и другие морские обитатели, значительные запасы никелевых руд, платиноидов, редкоземельных металлов, олова, вольфрама, золота и алмазов. Самые крупные государства – производители, такие как Китай (около 2,432 млрд. тонн нефтяного эквивалента в год), США (около 40% всех потребляемых нефтепродуктов в мире, около 2,45 млрд. тонн нефтяного эквивалента в год), Индия, Великобритания постепенно начинают испытывать энергетический голод и проявляют рвение к освоению новых углеводородных ресурсов. Однако, как бы не стремились государства заполучить территорию, разрабатывать месторождения в одиночку очень сложная и дорогостоящая задача.

По данным Геологической службы США за 2008 год в регионе находится 13% неразведанных запасов нефти и 30% запасов природного газа (примерно 0,25 всех мировых запасов нефти и газа). Если говорить о самых крупных известных месторождениях (их приблизительно 20), это Штокмановское (самое богатое-3,9 трлн куб. м газа), находящееся на российском шельфе Баренцевого моря, Лудловское в Баренцевом море, Русановское и Ленинградское в Карском море, Приразломное в Печорском море (на сегодняшний день это единственное месторождение, где уже начата добыча нефти (добычей занимается «Росшельф»)). На данный момент технологии добычи углеводородов в регионе имеются только у транснациональных корпораций. Более того, эти технологии не доступны России из-за санкций, а жесткий государственный контроль и монопольное положение российских компаний не привлекает иностранных инвесторов, поэтому сейчас не представляется возможным добывать ресурсы в том объеме, который существует. Так как разработка большинства месторождений на сегодняшний момент не является рентабельной для России, существует риск, что в какой-то момент существующие месторождения могут стать уже невыгодны, в то время как новые будут все еще невыгодны. Месторождения нефти и газа на шельфе Северного и Норвежского морей относительно исчерпаны (разработкой занимаются норвежская Statoil и французская Total), а это значит что в скором времени возникнет нужда в поставках углеводородов с шельфа Арктики, которые являются более выгодными и бесперебойными по сравнению с поставками из Африки и Ближнего Востока. Транснациональные нефтегазовые компании ограничены в доступе к новым районам, располагающим запасами «традиционных» по составу углеводородов, а это значит, что нефтедобывающие страны стремятся к укреплению национальных компаний. Однако для реализации проектов национальные компании не располагают достаточным количеством средств и технологических решений, которые позволили бы решать нестандартные задачи.

Итак, самые крупные месторождения нефти и газа уже находятся на территории Российской Федерации (континентальный шельф Карского и Баренцева морей) и представляют интерес для иностранных инвесторов и транснациональных компаний, однако добыча ресурсов пока находится в стадии планирования. Доля российских национальных компаний в добыче нефти превышает 96 %, что находится в явном противоречии с динамикой открываемых на суше новых месторождений, поэтому такие компании рассматривают вопрос о выходе на арктический шельф, даже при отсутствии опыта работы в подобных условиях. Сейчас добыча нефти на арктическом шельфе составляет менее 1% от общего объема, а морская добыча и вовсе близка к 0,1%. Безусловно, освоение региона на данный момент не является рентабельным. Однако вложение средств в создание сложного технического оборудования и аппаратуры может принести позитивный эффект, который повлияет на развитие других отраслей отечественной промышленности. При строительстве платформы для Приразломного месторождения было затрачено в полтора раза больше средств, чем предполагалось, так как основные технологии и оборудование были импортными.

Как уже было ранее сказано, Китай является одним из наиболее заинтересованных государств, и в первую очередь Китай стремится к энергетическому сотрудничеству именно с Россией. На данный момент КНР занимает 13 место по величине природных запасов, но из-за высокого содержания парафина, качество сырья довольно низкое, что доставляет трудности при переработке и транспортировке (застывает при низких температурах). Поэтому из общего объема нефти, потребляемой КНР, собственная составляет около 1,1%. Кроме того, китайские ученые рассчитали, что если потребление энергоресурсов по-прежнему не будет контролироваться, собственных запасов угля хватит на 114,5 лет, нефти на 20,1 год, газа на 49,3 года, поэтому Китай стремится решить вопрос энергетической безопасности уже сейчас. На данный момент 40% всей импортируемой нефти привозится из Саудовской Аравии, то есть существует риск сбоев поставок по политическим мотивам или в результате нападения пиратов, а транспортный потенциал Арктики может обеспечить КНР большую безопасность при транспортировке. Естественно, что Китай заинтересован в инвестировании и участии в освоении арктических ресурсов, но на данный момент члены Арктического совета сильно обеспокоены отношением Китая к окружающей среде.

Еще один важный арктический вопрос – это Северный морской путь. В 1920-40 годы наша страна уделяла большое внимание развитию этой кратчайшей морской дороги. За одну навигацию он был впервые пройден на корабле «Сибиряков» в 1932 году под командованием О.Ю. Шмидта. В годы Великой Отечественной войны по нему проходили боевые корабли и суда с товарами, перевозились каменный уголь, металлы, лес. В 1971 году была создана Администрация Северного морского пути при Министерстве морского флота СССР. Международное судоходство по этому пути было открыто в 1991 году, ведь через СМП пролегает самый короткий маршрут из Азии в Европу (около 5770 морских миль). Более того, это самый быстрый путь, по которому можно доставить ядерное оружие в случае глобального конфликта, а для ВМФ России этот путь обеспечивает свободный доступ к Мировому океану. Именно поэтому требование почти всех членов Арктического совета, кроме России – международный контроль над СМП.

В 2017 году было открыто дополнительное русло Суэцкого канала, которое увеличит транзит до 400 млн тонн в год, однако объем перевозок по южным маршрутам все еще актуален, так как там расположено большинство крупнейших портов, а большинство портов на СМП имеют небольшой грузопоток. Специальный Национальный Центр слежения за состоянием снежного и ледяного покрова США утверждает, что площадь льда сокращается ежегодно на 12%, и к 30-40 годам текущего столетия Северный Ледовитый океан полностью освободится ото льда. Таким образом, не стоит беспокоиться об объемах перевозок в будущем. Активные территориальные споры между северными государствами ведутся с 1996 года, с момента создания Арктического совета. США, Канада, Исландия, Дания, Норвегия, Швеция, Финляндия и Россия являются постоянными членами. Китай, Индия, Италия, Япония, Южная Корея и Сингапур имеют статус наблюдателей. Основная цель Совета – охрана окружающей среды и проведение исследований. США считают своим участок шельфа неподалеку от Аляски, но из-за незначительной площади этих территорий США чаще выступают за коллективное использование ресурсов. Россия, Дания и Канада ведут борьбу за хребет Ломоносова, открытый в 1948 году советскими экспедициями. Эти страны постоянно проводят исследования пород шельфа, с целью доказать принадлежность хребта к своей территории.

Если России удастся научно доказать природу шельфовых пород, она получит право выйти за пределы 200 морских миль и освоить 1,2 миллиона квадратных километров в Арктике. Именно поэтому такие государства как Норвегия, Канада и США предпочитают действовать сообща. Так, в

2013 году Барак Обама утвердил Национальную стратегию в Арктическом регионе, в которой под обеспечением интересов национальной безопасности подразумевается ракетная оборона, морские и воздушные системы для стратегических морских перевозок, морское присутствие и операции по безопасности, а также обеспечение свободы мореплавания. Кроме того, США заинтересованы в наращивании военной инфраструктуры в Северном регионе (согласно статье в газете The Wall Street Journal бывшего госсекретаря США Пола Добрянски).

Российская Федерация в свою очередь восстанавливает старые и строит новые военные базы, а так же занимается экологической санацией территории. Специалисты считают, что России следует создавать небольшие, но качественно обученные подразделения. На данный момент строятся военные городки (всего планируется 13), уже построен городок для пограничников на земле Франца-Иосифа. Всего Россия создала шесть военных баз, 13 аэродромов и 16 глубоководных портов. Все воинские подразделения с октября 2014 года сведены в Объединенную тактическую группу и находятся под командованием военно-административной единицы «Север». Зона ответственности войск пролегает от Мурманска до Анадыря. Арктические войска располагают огромным количеством техники, такой как боевые самолеты Су-30, Су-33, Су-34, МиГ-29, Су-24М, МиГ-31, на Новой Земле развернута Первая дивизия ПВО. В подводные силы Российского флота входят 4 дивизии подводных лодок (всего 24 атомные подводные лодки и 6 дизельных, вооруженных баллистическими крылатыми ракетами). ОСК «Север» имеет в распоряжении зенитно-ракетный комплекс «Панцирь С-1» и ракетный дивизион «Рубеж». Северный флот располагает атомными крейсерами, одним авианосцем, несколькими бригадами надводных кораблей и морской пехоты, а в 2017 году на Северный флот прибыл дизель-электрический ледокол «Илья Муромец». Активно ведутся разработки новых парашютных систем для массового десантирования, специальных гидрокостюмов, строится серия скоростных патрульных кораблей и военных ледоколов. Получается, Российская федерация располагает достаточными военными ресурсами для обеспечения национальной безопасности в регионе. Таким образом, Арктика имеет огромное стратегическое значение для многих государств, и в особенности для России. Богатые ресурсами территории и транспортные пути уже через 10-20 лет будут играть ключевую роль в геополитике, а это значит, что уже на данном этапе заинтересованным государствам необходимо вкладывать средства и технологии в развитие этого региона.

1. <https://www.geopolitica.ru/article/borba-za-arktiku> Владислав Никифоров. «Борьба за Арктику». 2018.
2. <https://tvzvezda.ru/news/forces/content/201801081100-2c1e.htm> Виктор Сирый «Борьба за Арктику: как и зачем США раздувают ледяной огонь холодной войны» 2018.
3. <https://militaryarms.ru/geopolitika/protivostoyanie-v-arktike/> «Противостояние в Арктике: богатство северных широт и страны-претенденты»
4. http://www.stoletie.ru/rossiya_i_mir/borba_za_arktiku_976.htm Сергей Фадеев. «Россия готова защищать свои интересы на Крайнем Севере» 2016.
5. <https://pandia.ru/text/77/460/2250.php> Москвин Николай. «Энергетические ресурсы Арктики в современном мире – влияние фактора ожиданий или реальная необходимость?» 2017.

Рубрика: Международное право

УДК 341.215.2

РОЛЬ ТНК В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ

А.Н. Бердюгина
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Сегодня ТНК, имея значительный экономический потенциал, способны оказывать существенное влияние как на экономическую, политическую, так и на правовую сферы. Осознание необходимости целенаправленного и системного регулирования деятельности ТНК, подтолкнуло мировое сообщество к разработке ряда нормативных актов рекомендательного характера, способст-

вующих также контролю за соблюдением прав человека со стороны корпораций. На практике международные организации не обладают компетенцией, разрешающей им обязывать ТНК к соблюдению прав человека, в частности, трудовых прав.

Ключевые слова и словосочетания: транснациональная корпорация, права женщин, мягкое право, ВИЧ/СПИД, устойчивое развитие.

THE ROLE OF TNCs IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Today, TNC, having a significant economic potential, can have a significant impact on the economic, political and legal spheres. Awareness of the need for targeted and systematic regulation of the activities of TNC, prompted the world community to develop a series of regulatory acts of a recommendatory nature, which also contribute to the monitoring of the observance of human rights by corporations. In practice, international organizations do not have the competence to allow them to oblige TNC to respect human rights, in particular, labor rights.

Keywords: transnational corporation, women's rights, soft law, HIV/AIDS, sustainable development.

Актуальность темы объясняется тем, что в современном обществе ТНК рассматриваются в качестве непосредственных участников формирования мировой экономики. Имея значительный экономический потенциал, ТНК способны оказывать существенное влияние на политическую, экономическую и правовую сферы ввиду их эффективности, обусловленной большими масштабами производства во многих отраслях. Так, осознание необходимости регулирования деятельности ТНК подтолкнуло мировое сообщество к разработке ряда нормативных актов рекомендательного характера, помогающих контролировать соблюдение прав человека со стороны корпораций. На практике международные организации не обладают компетенцией, разрешающей им обязывать ТНК к соблюдению прав человека, в частности, трудовых прав.

Предметом исследования является непосредственная роль ТНК в сохранении и использовании ограниченных ресурсов и сохранении стабильности социальных и культурных систем, обозначенных, в том числе, в рамках набора целей устойчивого развития.

Под термином «транснациональная корпорация» понимается компания (корпорация), владеющая производственными подразделениями в нескольких странах [4].

Концепция устойчивого развития стала руководящим принципом для долгосрочного глобального развития. Устойчивое развитие предполагает достижение трех основополагающих целей: экономического и социального прогресса и охраны окружающей среды, включая обеспечение права человека, защиту уязвимых групп населения (женщин, детей) в сфере труда, борьбы с ВИЧ и другими заболеваниями.

Одним из ключевых вопросов, нашедших отражение, в том числе, в перечне целей в области устойчивого развития, разработанном членами ООН в рамках Глобальной повестки 2015 года [5], является вопрос, касающийся Обеспечения гендерного равенства, в рамках которого необходимо обеспечить женщинам и девочкам предоставление равного доступа к образованию, медико-санитарному обслуживанию, достойной работе и участию в процессах принятия политических и экономических решений.

Вопросы обеспечения прав трудящихся рассматривались в контексте разработки правил социальной политики ТНК на универсальном уровне. Так, Международной организацией труда были разработаны и утверждены соответствующие механизмы обеспечения прав женщин-трудящихся [3], многие развивающиеся страны их ратифицировали, однако права женщин продолжают нарушаться ввиду несовершенства национальных механизмов, нежеланием государств терять инвесторов, а также отсутствием механизмов контроля за их деятельностью.

Осознание корпоративной ответственности работодателей имеет тенденцию к распространению среди ТНК. В 2011 г. Организация экономического сотрудничества и развития издала обновленные Руководящие принципы ОЭСР для транснациональных корпораций – рекомендации по ответственному ведению бизнеса в контексте глобализации, в рамках которого ТНК обязуются соблюдать стандарты «надлежащего корпоративного поведения» [7].

На практике складывается два разных подхода к корпоративной ответственности в рамках обеспечения социально ответственной цепочки поставок: подход «совместной ответственности», заключающийся в координации действий ТНК, органов власти и международных органи-

заций, и стратегия, подчеркивающая индивидуальную ответственность компании в вопросах обеспечения прав человека [2, с. 30].

Корпорации, придерживающиеся модели совместной ответственности активно занимаются внедрением мероприятий, направленных на создание образовательных программ, которые способствуют обеспечению соблюдения прав категории людей, находящихся в группе риска.

Посредством привлечения сторонних предприятий, волонтерских объединений, общественных организаций и органов местного самоуправления компании ликвидируют безграмотность населения, например, в вопросах ВИЧ/СПИД, способах заражения и профилактики, обеспечивают женщин медицинской, психологической и юридической помощью, поддерживая, таким образом, также 3-й пункт перечня ЦУР.

В настоящее время гендерное неравенство, участвовавшие случаи сексуального домогательства и насилия на предприятиях, отсутствие возможности прибегнуть к медицинской помощи в случае необходимости у женщин- мигрантов, принижение обществом значимости сексуального воспитания и, как следствие, сексуальная безграмотность среди молодых людей (в том числе, молодых женщин, занятых на производстве) – все эти факторы объясняют существующие риски распространения ВИЧ- инфекции и СПИД среди женщин-мигрантов, в том числе трудящихся на фабриках и заводах-партнерах ТНК. Так, обобщив все вышесказанное, можно сделать вывод, что для осуществления корпорациями действенного подхода, направленного на практическую реализацию принципов устойчивого развития, необходима кооперация ТНК как с другими крупными компаниями, общественными объединениями и профсоюзами, так и с государствами, способными оказать значительную поддержку в реализации ЦУР.

В соответствии с нормами действующего международного права, международные организации не обладают компетенцией, разрешающей им обязывать транснациональные корпорации к соблюдению прав человека, в частности, трудовых прав. Сложность правового регулирования деятельности ТНК заключается в том, что подразделения ТНК, которые, как правило, являются собой отдельные юридические лица, являются субъектами национального права тех государств, где они находятся. Таким образом, государства не обладают полномочиями для воздействия на крупные корпорации, так как деятельность таких компаний выходит за рамки их компетенций. Кроме того, нередкими являются случаи, когда экономическая мощь ТНК преобладает над мощью самого государства. Перспектива перевода филиалов корпорации на территорию другого государства, влекущая за собой падение роста экономики страны, заставляет правительство воздерживаться от создания национальных правовых норм.

В контексте попыток установления международно-правовых «обязанностей» для транснациональных корпораций разработан ряд нормативных актов рекомендательного характера в области регулирования деятельности ТНК, которые не создают для корпораций прав и обязанностей в строгом юридическом смысле понимания этих терминов, а только устанавливают желательные варианты поведения ТНК. Наибольшее значение имеют нормы так называемого «мягкого права»: Глобальный Договор ООН [1], Трехсторонняя декларация [8] и руководящие принципы ОЭСР [7].

Задуманный как добровольное партнерство между ООН и отдельными компаниями Глобальный Договор ООН подразумевает под собой не международно-правовой договор, а самообязательство корпораций, взятое ими по отношению к ООН. Участники Глобального Договора ООН подтверждают приверженность принципам ЦУР – берут на себя обязательства корректировать свои бизнес-модели, изменяя свои коммерческие стратегии в пользу долгосрочной устойчивости. В свою очередь, принятая Международным Бюро Труда МОТ [6] Трехсторонняя декларация имеет большое практическое значение главным образом из-за своего широкого распространения вследствие большого числа государств-членов МОТ. Руководящие принципы ОЭСР для транснациональных корпораций представляют собой кодекс поведения, который по своему содержанию охватывают такие области, как основные обязанности, информационная политика, охрана окружающей среды, коррупция и т.д.

Существуют также собственные корпоративные кодексы поведения корпораций. Они основаны на кодексах, разработанных учреждениями ООН, МОТ и ОЭСР. Добровольные кодексы поведения не являются достаточным инструментом обеспечения соблюдения ТНК возлагаемых на себя обязанностей. В отсутствие национально-правовых механизмов обеспечения соблюдения корпорациями кодекса корпоративного поведения, реализация положений корпоративных кодексов полностью зависит от самих корпораций. Но большинство ТНК, озабоченных сохранением потребителей, для которых важно, чтобы их товары и услуги производились с соблюдением прав детей и

женщин и охраной окружающей среды, стремятся реализовывать цели устойчивого развития, декларируя их в своей внутренней производственной политике и доводя до ведома потребителей в рекламных кампаниях. Так, компания Н&М, являющаяся приверженцем концепции устойчивого развития и стремящаяся к экологическому и этичному производству товаров, имеет свой корпоративный кодекс поведения [3], который в включает в себя такие пункты как: запрет детского труда; охрана окружающей среды; здоровье и безопасность сотрудников и т.п.

Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время обеспечение международных трудовых стандартов осуществляется на основе международно-правового механизма, не способного в полной мере гарантировать соблюдение таких стандартов со стороны ТНК. Но, в свою очередь, ТНК, стремясь сохранить потребителя путем ведения деятельности в рамках концепции устойчивого развития, все более активно способствуют обеспечению прав трудящихся, поддержанию экологичного производства на предприятиях и нередко прибегают к кооперации для успешного ведения деятельности в рамках концепции устойчивого развития.

1. Глобальный договор ООН [Электронный ресурс] // Globalcompact. URL: <http://www.globalcompact.ru>

2. Горян, Э.В. Работодатели и профсоюзы в правовом механизме обеспечения прав женщин-мигрантов в аспекте борьбы с ВИЧ/СПИД: международные стандарты и зарубежный опыт / Э.В. Горян // Юридические исследования. 2016. № 11. С.28-44.

3. Кодекс корпоративной этики Н&М [Электронный ресурс] // docplayer.ru. URL: <https://docplayer.ru/32141251-Kodeks-korporativnoy-etiki.html>

4. Международное право. Особенная часть: учеб. для студентов юрид. фак. и вузов / И.И. Лукашук; Рос. акад. наук, Ин-т государства и права, Академ. Правовой ун-т. Изд. 3-е, перераб. и доп. М.: Волтерс Клувер, 2005. 544 с.

5. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [Электронный ресурс] // undocs.org. URL: <https://undocs.org/ru/A/RES/70/1>

6. Рекомендация МОТ о ВИЧ/СПИД и сфере труда №200 [Электронный ресурс] // Международная Организация Труда: официальный сайт. URL: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---normes/documents/normativeinstrument/wcms_r200_ru.htm

7. Руководящие принципы ОЭСР для многонациональных предприятий: рекомендации по ответственному ведению бизнеса в контексте глобализации (2011) [Электронный ресурс] // Organisation for Economic Co-operation and Development: официальный сайт. URL: <http://mneguidelines.oecd.org/text/MNEGuidelinesRussian.pdf>

8. Трехсторонняя декларация принципов, касающихся многонациональных корпораций и социальной политики: официальный сайт [Электронный ресурс] // Международная Организация Труда: официальный сайт. – Режим доступа: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_574716.pdf

Рубрика: Лингвокультурология

УДК 808.2

ОТРАЖЕНИЕ «ПОДОБАЮЩЕГО МЕСТА ЖЕНЩИНЫ» В СОВРЕМЕННОЙ ЯПОНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

А.А. Богомолова
бакалавр

Т.И. Леонтьева

канд. пед. наук, доцент, кафедра межкультурных коммуникаций и переводоведения

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Цель данной статьи состоит в ознакомлении читателя с традиционной и современной культурой японцев, в выявлении «подобающего места» женщины в современной Японии. Материалом исследования послужили художественные произведения современных японских писателей, отражающих своеобразие японской культуры, японского менталитета, нового взгляда японцев на ис-

тинное место женщины в одной из самых цивилизованных стран на Земле, каковой является их родина. Метод лингвокультурного анализа литературных текстов позволил сделать вывод о полной самореализации японских женщин в современном мире.

Ключевые слова и словосочетания: концепция «подобающего места», неписанные правила, лингво-культурный анализ, самореализация, влияние Запада. .

WOMEN'S "PROPER STATION" IN JAPAN AS REFLECTED IN MODERN JAPANESE LITERATURE

The goal of this article is to acquaint the reader with traditional as well as modern Japanese culture, to find out "the proper station" of women in modern Japan. The research is based on the works of fiction written by modern Japanese authors; their works reflect the uniqueness of Japanese culture, the singularity of Japanese mentality, and provide a different view of the real place of women in one of the most civilized countries in the world. By method of linguo-cultural analysis of works of fiction the conclusion was made that modern women are far from being dependent on men, they are equal to them in all spheres.

Keywords: the concept of the "proper station", tacit rules, linguo-cultural analysis, self-actualization, Western influence.

The basic goal of this article is to study the stereotype about the roles of men and women in Japanese community and try to find out the real picture of women's "proper station" in today's Japan. To achieve this goal the following objectives were to be solved: a) to survey the historical roots of the Japanese attitude towards women; b) to find proofs of a new generation of women at the joint of the XX-XXI centuries in Japan; c) to conduct linguo-cultural analysis of literary extracts with the view of making right conclusions about the changing "proper station" of women in modern Japan. The authors of the article put forward a hypothesis about Japanese women: Since the world is changing today, and women in European countries and the two Americas as well as in the Russian Federation are taking power in their own hands, the Japanese women also participate in this process. Our studies base on the material offered in works of fiction, as literature mirrors real life and draws a true-to-fact picture of reality. The methodology of the analysis follows the teachings of M.M. Bakhtin, I.V. Arnold, R. Benedict, S.G. Ter-Minasova and others.

Japanese culture centers around the conception of the "proper station", it means that every person should occupy a certain place in society, and each person should realise his/her place. The motto of the Japanese is "there's a place for everything"; this motto actually establishes the moral law and the absolute constant law of family life. A Japanese person cannot fancy his life without strict subordination or hierarchy; it is especially bright in the family. At the time of samurais, the latter put women in their "proper place" – two steps behind the husband. They also composed a teaching of "three forms of obedience" – to the father, to the husband and the elder son [4, p.117-118].

There are certain rules in the Japanese family based on a deep respect of the elderly members of the family. Every member in the family has a clearly specified place and something like a "title" (or "rank"). Female members of the family use highly polite phrases when they address the males, even if those males are their younger brothers or nephews. According to Ruth Benedict, an American author who tries to explain how a young mother, who carries her baby on her back, has to bow to others and the baby receives the first lessons of esteem for older people. It is obvious that a child learns this rule not because of moral teaching but from life itself. "Know your place"; "behave yourself"; "do what you must" – these are the unwritten rules that have regulated the life of the Japanese since the early ages [6, p.49].

However, the second half of the XX and the XXI century have seen some changes in the position of women in Japan, this fact is evident in modern Japanese literature. The first author who has changed our view of today's woman in Japan is the writer Yasushi Inoue, the author of a world-known novelette "The Hunting Gun" [8]. It is worth noting that Japanese literature after WWII was under Western influence as the theorist of literature Donald Keene points out [7], and the writers of Japan became more open to describe adultery. The Japanese young people travelled to European countries, a lot of them studied at universities there, watched melodramatic films with bed scenes – and that caused Japanese writers to expose transparent and outspoken truth of life to this new nation in their literary works.

Of great importance for us in the novelette, "The Hunting Gun" is to see quite a different behavior of Japanese women. They not only disregard the tacit rules of female behavior they simply violate them. Thus, the wife of the main character of the story, Midori by name, in an answer to her husband's

adultery finds ever-new lovers for herself – a thing that was impossible a century or even half a century ago. Why, would you ask? The answer is as follows: Because today *women* in Japan *realise* that *they are equal to men* in their rights, the whole world lives like that! Let us quote the text: “I dashed letters to other men, men towards whom I felt no such diffidence” [8, p.49]. Then the woman confessed that she had many lovers. Another quotation: “My name turned up in tabloid gossip columns, causing you some degree of inconvenience” [8, p.51]. In addition, to round it all up, we should say that a Japanese woman feels quite independent in the XX century; she offers a divorce! An unprecedented thing before! That is what she writes to her husband: “Does it not strike you that it would be a profound relief to put an end to our relationship”? [8, p.51]

Our method of analysis is the study of lexical-semantic groups of words with the view to their expressive and emotional force [1, p.170]. This method is appropriate because it is the first step of a linguist in the detailed study of a literary work. In the course of our cultural, literary and linguistic analysis, we also paid attention to syntactic structures; one can follow the reason for it further in the text of the article.

Let us pay attention to the choice of words and word combinations the young unhappily married woman uses in the letter to her husband:

“I dashed letters to other men”; “tabloid gossip columns”; “some degree of inconvenience”; “a profound relief”; “put an end to our relationship”.

She does not fear to start a conflict; these phrases speak about her resoluteness to part with the man who deceived her since the first day of their marriage and by this turned her into a liar. She condemns her husband and accuses him of breaking her hopes for a happy future. By this image Yasushi Inoue proves the fact that modern women in Japan are not only resolute in choosing partners but are also rather calculating: “Here, briefly, is what I desire: our homes in Takarazuka and Yase” [8, p.52]. She also demands a huge sum of money from him and practically leaves him homeless and moneyless. The use of a very emotional word “desire” speaks about her great appetite; again, it is a new trait of Japanese wives unheard of before.

Now let us turn to a more modern writer, our contemporary Haruki Murakami; he is a postmodernist novelist and spokesperson for a new generation. In his latest semi-biographical book “Desire” [9] he presents a new type of young girls. On the pages of the story “The Second Bakery Attack”, the young man’s portrait is that of an irresolute fearful person while his wife is a real leader in an extreme situation. A few words about the plot: Once in his childhood the husband stole bread from a nearby bakery. Since that time, he has felt great hunger in the middle of the night, just the time when the robbery took place 10 years before. What was there to do for him?

Commonplace utterances in works of fiction are part of the reality created in this literary work, they are the events of a certain story, novel or any other secondary literary creation which processes primary lively situations, those occurring in real activity [2, p.466].

It is in this difficult situation that the young wife appears the master of the situation. She speaks resolutely and concisely: “Attack another bakery. Right away. Now. It’s the only way” [9, p.11]. In this utterance, we observe the militant word “Attack”, the order “Right away”, time restriction “Now”, and the concluding phrase “It’s the only way” which does not leave him any chance to avoid this action. When analyzing the girl’s speech we also resort to syntactic analysis. We pay attention to the girl’s imperative utterances, which are especially important in the situation when the husband feels lost. The author reveals her domination here with the help of parcellation; this stylistic device conveys her moral and physical superiority. This line of behavior continues and becomes the red line of the story. The example that follows convinces us of it since the author writes the story in the first person singular; it is the young man’s narrative:

...She handed me the blanket-wrapped shotgun.

‘I’ve never fired a gun in my life,’ I protested.

‘You don’t have to fire it. Just hold it. Okay? Do as I say.’ [9, p.14]

As we see, the semantic net of military words continues to grow; it expands with the words “*gun*”, “*shotgun*”, and the verb “*fire*”. Their usage creates the atmosphere of danger and even horror. The wife supports this mood by the commanding tone “*Do as I say.*”

This short conversation of the husband and wife demonstrates the change in the relations between men and women in Japanese society as works of fiction reflect real life [5, p.177-179].

The research enriches itself with the most modern examples of female behavior taken from the book by Natsuo Kirino «Out» [10]. The leading female images of this provocative novel present independent nature, especially Masako and Yayoi who act vigorously and resolutely. The latter, a young married woman with two children did not agree to live with a man who betrayed her running after other women.

She had suffered a lot from his rude behavior with her, from scandals and beatings. After a very hard blow from which she felt an unbearable pain, an idea occurred to her: «It was miserable to be living with such a man» [10, p.60]. It is important to note that unlike Russian women who can endure their husbands' adultery and physical assault up to these days to save their face, a Japanese woman can no longer bear it. Yayoi appeared brave and even militant, she was thinking about her children fearing that they might follow their father's example and turn into wild beasts as well. At the spur of the moment when she was in great danger she murdered her husband. It maddened her that he played away all the money they had saved together; moreover, he gave expensive gifts to the woman he was after; when hearing his sarcastic question "Can't you be nice once in a while?" she exploded. Let Natsuo Kirino have the floor:

"At that moment her patience snapped. With lightning speed she slipped off her belt and wrapped it around his neck.

Kenji made choking sounds, trying to look around at her, but Yayoi pulled up and back, tightening the belt in one motion" [10, p. 61].

The irony of the situation is in the fact that Yayoi repeats the question of her husband in a refashioned way (since her husband was no longer alive): "Couldn't you have been nice once in a while?" [10, p.62] where the past form of the modal verb "can", and the perfect infinitive "have been" point to her realization of the relief she was feeling at last. We all agree that women are created to give life and not take it from humans; but we also admit that the heroine was saving her life and the life of her children from a monster. "She'd had no other choice", says the author of the novel in her commentary [10, p.62].

The lexical-semantic group of words pertaining to Yayoi falls into two halves, the first reflects her pain and suffering, the second manifests her courage. Let us reproduce them: *a conspicuous dark-blue bruise, she couldn't breathe, her chest was convulsing; punch, a blow, hatred, a dark cloud (metaphor of "hatred"); burst out crying, another surge of pain, she screamed*. When grouped together on a small patch of the text [10, p.56-59], they draw a depressing picture of married life, the emotional, expressive and evaluative components of the chosen words and word collocations are suggestive of the wretched life of a woman, utter hopelessness of her existence. Being a modern woman she decided to put an end to such existence, a revolutionary mood appeared in her. The author prepares the reader for her revenge gradually, so that the reader could sympathize with the suffering woman, we become witnesses of her growing self-actualization: *It was miserable to be living with such a man; a glimmer of hope (about life without her cruel husband); a tide of loathing welled up inside her; It would be better if a man like this never came home, if she never had to see his face again; He's got no right to go on living like this!*

It may appear rather strange, yet according to V.V. Ovchinnikov; a married man in Japan can have extradiadic sex, on the one hand, or amuse himself on the side, on the other. And if a woman shows her jealousy, she will put herself in the pillory as an immoral woman [3, p.105-106]. But Yayoi is different. As we can see, in order to describe Yayoi's state of mind and her physical aversion for her husband, Natsuo Kirino resorts to highly emotional structural complexes [1, p.162-165] revealing her determination to get rid of the husband who made her life like a hell. A shift from separate words like *injury, pain, punch, and blow* to full-member sentences reflecting the wife's struggle for survival is quite logical as such deep feelings demand longer periods. Reading these complicated ideas we realize that modern women in Japan have acquired a new vision of their role in this life, they are not going to suffer from such nonentities as Yayoi's husband was. Such a vision of Japanese women appeared as an answer to Western literary images of free-loving, independent women, and we can see the proof of our supposition (hypothesis) that women of Japan are quite different today, they are full of resoluteness to stand for their rights.

After reading modern Japanese literature we have come to the conclusion that ladies in Japan are no longer slaves of the concept "proper station", they are real masters of their lives, and some of them are even taking state posts. A bright example of it is the Governor of Tokyo Yuriko Koike who was elected on 31 July, becoming the first woman in the post. She honestly won a competition and outflanked 19 men-rivals!

The novelty of the research offered in this publication lies in the fact, that such an approach to the study of the concept "proper place" opens a wide road to analogous studies of the role of women in other Asian countries. Common and differentiating traits in women's behavior can be an object of discovery and wide discussions in scientific works. Besides, a comparative analysis of women's attitude to their rights in Asian and European countries will demonstrate ever-new possibilities awaiting all women of the globe to realize their importance in this turbulently developing world.

1. Arnold I.V. Stilistika. Sovremennyyi angliiskiy yazyk: Uchebnyk dlya vuzov. – 4-ye izd., ispr. i dop. M.: Flinta: Nauka, 2002. 384 p.

2. Bakhtin M.M. Problema rechevykh zhanrov // Kul'tura Russkoi rechi: Uchebnik dlya vuzov / Pod red. prof. L.K. Graudinoi i prof. Ye.N. Shirayayeva. M.: NORMA, 2001. 560 p. P.464-468.
3. Ovchinnikov V.V. Vetka sakury // Sakura i dub. – M.: AST: Vostok – Zapad, 2008. 448 p. P.9-216.
4. Prasol A.F. Yaponiya: liki vremeni. Mentalitet i traditsii v sovremennom inter'ere / Japan: The Changing Face of the Times. Mentality and Tradition in Contemporary Life. M.: Наталис, 2009. 416 p.
5. Ter-Minasova S.G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. M.: Izd-vo MGU, 2008 352 p.
6. Benedict, R. The Chrysanthemum and the Sword, Patterns of Japanese Culture. Boston: Houghton, Mifflin Company, 1946. 324 p.
7. Keene, D. Japanese Literature. An Introduction for Western Readers. Japan: TUTTLE Publishing, 2018. 114 p.
8. Yasushi Inoue. The Hunting Gun. Translated by Michael Emmerich. London: Pushkin Press, 2017. 111 p.
9. Haruki Murakami. Desire. Translated from the Japanese by Jay Rubin, Ted Goossen and Philip Gabriel. UK: Penguin Random House, 2017. 109 p.
10. Natsuo Kirino. Out. Translated from the Japanese by Stephen Snyder. London: Vintage Books, 2006. 520 p.

Рубрика: Всеобщая история

УДК 94

ЗНАЧЕНИЕ ФОРТА РОСС В РОССИЙСКОЙ ДИПЛОМАТИИ XIX ВЕКА

В.А. Голушко
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Русская колонизация Америки – обширная и плохо освещенная тема, которая не перестает удивлять. Крепость Росс является примером того, что русским предпринимателям и купцам не была чужда идея колонизации других континентов. В данной статье будет рассмотрено дипломатическое значение, русского поселения на северном побережье Калифорнии, его связи с местным населением, индейцами и испанцами.

Ключевые слова и словосочетания: *внешняя политика, Российская империя, крепость Росс, Американский континент, индейцы, Испания.*

THE SIGNIFICANCE OF FORT ROSS IN RUSSIAN DIPLOMACY OF THE XIX CENTURY

The Russian colonization of America is a vast and dimly lit subject that never ceases to amaze. Fort Ross is an example of the fact that the Russian empire was not alien to the idea of colonization of other continents. This article will consider the diplomatic significance of the Russian settlement on the Northern coast of California, its connection with the local population, Indians and Spaniards.

Keywords: *Foreign policy, Russian Empire, Fort Ross, Americas, Indians, Spain*

Актуальность темы дипломатического значения Форт Росс в XIX веке связана, прежде всего, с увеличением внимания и интереса ученых, писателей и журналистов к историческому прошлому России. За последние десятилетия, заметно потеплели отношения России и США, в связи с чем активизировалось множество разносторонних контактов. Таким образом конференции подобные «Диалогу Форт Росс» приобретают особую ценность.

Целью данной работы является рассмотрение влияния на Русскую Дипломатию в XIX веке, российских поселений на Севере Американского континента, в том числе Форт Росс. В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи: освещение данной темы с целью популяризации среди подрастающих специалистов, в области дипломатии.

Научная новизна заключается в систематизации и популяризации информации, касательно исторических событий, связанных с Фортом Росс.

Основным методом исследования в данной работе является сравнительно-исторический метод.

1812 год для Российской империи, ассоциируется прежде всего с вторжением Наполеона и последующей войной. За этим знаменательным и поистине мировым явлением, часто остаётся незамеченным событие, которое при иных обстоятельствах, могло бы в корне изменить сегодняшнее представление о миропорядке и географии в целом, а именно – основание крепости Росс.

В 1811 году Александр Андреевич Баранов, первый главный правитель русских поселений в Америке, принял решение о колонизации юга Американского континента, в рамках Российско-Американской компании (РАК).

Весной 1812 года было найдено подходящее место и 25 русских колонистов и 90 алеутов, во главе с Иваном Александровичем Кусковым, высадились на западном побережье Американского континента, а именно в Северной Калифорнии [5].

Крепость Росс была основана как сельскохозяйственное поселение, предназначенное для снабжения Аляски и Русской Америки продуктами питания. Здесь добывали рыбу, морских котиков и птицу. В последствии, когда популяция морских котиков стала сокращаться, большее внимание стали уделять сельскому хозяйству, в том числе успешно развивалось разведение домашнего скота: коров, лошадей, мулов. Так же экспериментировали с разведением культур, таких как: персиковые деревья, виноград, яблоки, вишни, айвы и т.д. [1]

Так же в крепости Росс развивалась промышленность, особенно деревообрабатывающая и судостроительная. Одними из потребителей судостроительной промышленности являлись испанцы, у которых до того времени не было ни одного корабля в регионе.

К тому времени на территории Калифорнии сложилась следующая ситуация: не смотря на попытки испанских властей установить границу, которая должна была предотвратить колонизацию данного региона, территория Калифорнии была слишком притягательным местом для колонистов России, Англии и США. Так в Калифорнии были открыты торговые представительства англичан и американцев, а позже и русское поселение Росс. [2]

Испания номинально владела Калифорнией и считала её своей, хотя юридически это нигде не было закреплено, а территория, на которой было основано поселение, не принадлежала ни одному из государств [2]. Однако, когда на берег высадились русские колонисты, испанцы, чтобы не портить дипломатических отношений с Российской Империей, не пошли на открытую конфронтацию, но при каждом удобном случае старались заявить свои права на землю, на которой располагалась крепость, и пытались всячески вытеснить русских с континента.

Так в 1816 году, прошли переговоры между Российской стороной и Испанской. Русскую сторону представлял командир Отто Евстафьевич Коцебу, а испанскую губернатор Верхней Калифорнии Пабло Винсенте де Сола. В ходе обсуждения был затронут вопрос о крепости Росс. Коцебу вызвал к себе начальника крепости, Кускова, который заявил, что основал форт по приказу вышестоящего начальства и что оставит его, только в случае приказа. В конце концов с испанцами был подписан протокол, обозначивший границы и позиции сторон, однако в Петербурге мало уделили внимания сему документу в результате чего, он был успешно замят. Поняв, что с русскими не договориться, колонизация Калифорнии испанцами была ускорена.

Однако испанцы не оставляли попыток захвата территории крепости, путём дипломатических уловок. После 1821 года, когда испанские колонии получили независимость и была образована Мексика, Российско-Американская компания настаивала на активном участии Российского министерства иностранных дел в отстаивании интересов колонии и просила, чтобы оно оказало давление на, новоиспеченное государство, Мексику. Однако министерство постоянно отказывало ссылаясь на отсутствие дипломатических отношений с новой страной. Тогда, с целью заключения торговых соглашений и изучения позиции по поводу крепости, был отправлен русский военный и государственный деятель Фердинанд Петрович Врангель. Врангель обнаружил, что Мексика готова была признать крепость Росс, в обмен на политическое признание Россией Мексики. Хотя Врангель настаивал и просил Императора рассмотреть данное предложение, Николай I не пошёл на этот шаг, чтобы не испортить отношений с европейскими морскими державами и США.

Ситуация же с коренными жителями материка, индейцами, была неоднозначной. После негативного опыта взаимодействия с индейскими племенами на Аляске, тлинкитами, в результате

которого были разорены русские укрепления на острове Ситха (Баранова), руководство Русско-Американской Компании старалось найти место, где племена были бы по возможности вооружены меньше и по возможности были бы более дружелюбными.[4]

Индийские племена в окрестностях крепости Росс, как раз подходили под запросы РАК: жили небольшими общинами, занимались примитивным видом труда: охотой, собирательством и рыбной ловлей. В основном они вели кочевой или полукочевой образ жизни. Калифорнийские индейцы были мирными, и даже межплеменные столкновения для них были редкостью [3].

Что же касается их отношения к русским колонистам, то в какой-то мере они были счастливы, что русские начали освоение этих земель, и желали, чтобы они, русские, встали между ними и испанцами. Поэтому можно считать, что агрессивная испанская колонизация, дала русским союзников, в лице местных индейских племен: мивок и помо, что в дальнейшем могло поспособствовать ускоренному освоению близлежащих земель, если бы компания продолжила развивать колонию. [3] Такова была точка зрения РАК. Но в действительности данная позиция была не совсем верной, так как русские поселенцы плохо знали территорию. Они исходили из местного положения и переносили его на весь регион. Однако, ситуация не была таковой. Например, в случае продвижения на север русские переселенцы могли столкнуться с племенами кламатов, йокутс, модокс и других, проживавших на территории севера современного штата Калифорния. Чем такие столкновения могли закончиться, показала модокская война США с этим племенем в 1872-1873 гг. [6] Попытки продвижения на восток были бы сопряжены с опасностями стычек с племенами Великих Равнин, в число которых входили команчи, апачи и другие. Впоследствии американская армия долго и упорно воевала с этими племенами. Естественно, Российская империя не имела бы ресурсов для таких военных столкновений. К тому же, по большому счету, в плане финансовой части форт Росс не был выгодным, сказывались проблемы расстояний и снабжения.

Поэтому, в виду общей убыточности и бесперспективности развития колонии, а также столкновения интересов РАК и Соединённых Штатов было принято решение о её продаже американцам. [4]

Это было логичным решением, но продажа форта Росса привела к осложнениям в продовольственном снабжении русских владений на Аляске, что и предопределило судьбу всей русской Америки.

По результатам проделанной работы можно сказать, что характер русской колонизации в целом был миролюбивым, благодаря чему Россия обеспечивала себе пояс союзных или хотя бы невраждебных государств, тем самым гарантируя безопасность своих границ. Пример Форт Росса демонстрирует уважительное отношение переселенцев из России к местному населению (чем сильно отличается от ситуации на Аляске), стремление бережно вести промысловые работы и т.д. Когда русские колонисты покинули материк, а покинули они его мирно и цивилизованно, то оставили после себя в целом хорошую память. В данный момент на севере Америки осталось немало следов присутствия русских, начиная с русских географических названий и заканчивая целым памятником культуры, которым является Форт Росс.

1. Хлебников, К. Ново-Архангельск. Русская Америка в Записках Кирилла Хлебникова 1985. 302 с.

2. Шалыгин, Н.М. Российско-американская граница: несостоявшееся реальность / Н.М. Шалыгин // Власть, 2011. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiysko-meksikanskaya-granitsa-nesostoyavshayasya-realnost>

3. Истомин, А.А. Селение Росс и калифорнийские индейцы / А.А. Истомин. URL: https://www.booksite.ru/fulltext/russ_america/05_38.html

4. О продаже российских североамериканских колоний Соединенным Штатам Америки. URL: <https://idd.mid.ru/o-prodaze-rossijskih-severoamerikanskih-kolonij-ssa>

5. Fort Ross State Historic Park [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fortross.org/russian-american-company.htm>

6. The Modoc War. Режим доступа: <https://www.legendsofamerica.com/na-modocwar/>

АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В СФЕРЕ ПАРУСНОГО СПОРТА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

А.А. Грибанова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Сотрудничество на современном этапе в различных сферах между Россией и странами АТР постоянно развивается. В докладе основное внимание уделяется историческому и современному опыту международного сотрудничества в сфере парусного спорта между Приморским краем и странами АТР, которое действует уже на протяжении многих лет. В свою очередь, развитие детско-юношеского и взрослого парусного спорта на международном уровне имеет большое влияние на развитие и укрепление международных связей приграничных территорий и акваторий России, в частности Приморского края и соседних стран.

Ключевые слова и словосочетания: международное сотрудничество, спортивное сотрудничество Приморского края и стран АТР, совместная международная спортивная деятельность, межкультурная коммуникация, языковая интеграция.

MODERN INTERNATIONAL ASPECTS OF COOPERATION IN THE FIELD OF SAILING IN PRIMORSKY REGION

Cooperation in different fields between Russia and the Asia-Pacific countries is constantly developing nowadays. The report focuses on the historical and modern experience of international cooperation in the field of sailing between Primorsky Krai and the APR countries, which has been existed many years. In turn, the development of youth and adult sailing at the international level has a great impact on the development and strengthening of international relations of the border areas and waters of Russia, in particular, Primorsky Krai and neighboring countries.

Keywords: International cooperation, sports cooperation of Primorsky Krai and Asia-Pacific countries, joint international sports activities, intercultural communication, language integration.

Со времен появления и развития в Приморском крае яхтинга, этот вид спорта напрямую связан с международным сотрудничеством и народной дипломатией. Исторически сложилось, что появление первых яхт-клубов, спортивных школ и формирование яхтенных команд привело к тесному сотрудничеству приморских спортсменов напрямую с иностранными спортивными сообществами. Так же укрепляются связи между яхтсменами морских-городов побратимов, которые активно обмениваются дружескими визитами, организуют международные обмены, соревнования, регаты и укрепляют взаимопонимания между народами ради сохранения мира и развития парусного спорта в Приморском крае и, в частности в странах АТР.

Одним из ярких примеров в истории парусного спорта проявления народной дипломатии со стороны спортсменов считается организация международных обменов детей-яхтсменов между Находкой и США (г. Беллингхем). В 1985 году Находку посетил Д.Таблот, президент советско-американской компании. В этом же году первая советская яхта побывала на западном побережье США и поучаствовала в местных гонках. Так же велись переговоры о международных детских обменах с братом мэра Беллингхема М.Дугласом. В результате у Находки появился город-побратим Беллингхем, при поддержке которого стали организовываться детские обмены, а лагерь «Антарес» стал международным. Первый международный обмен с участием детей из Находки произошел в 1990 году. Тогда в Сиэтле (США) проходили игры Доброй воли, на которую были отправлены группа детей на фрегате «Паллада». Начиная с 1990 года каждые 2 года происходил обмен детскими делегациями США и России, периодически появлялись дет-

ские группы из городов-побратимов Японии. При этом стоит подчеркнуть, что русские дети жили наравне с иностранными. Таким образом, решался вопрос неформального общения и изучения языка с его непосредственными носителями [1].

Так же, на основе сотрудничества между городами-побратимами были созданы и организованы различные международные соревнования и регаты. Отметим, что одни из первых знаковых сотрудничеств произошли в г. Находка еще в 1970-х годах. Так как в 1978 году в Находку впервые пришли две японские яхты из г. Отару и г. Касивадзаки. Через год после этого события в 1979 две яхты из Находки прибыли в Японию с ответным визитом. Стоит подчеркнуть, что в процессе ответного визита, который состоял из дружеских мероприятий и гонок было принято решение о создании и организации международной регаты «Белый парус мира», которая впервые прошла в 1984 году, в которой изначально принимали участие только спортсмены из Находки, но впоследствии к регате присоединились команды из США, Болгарии, Венгрии, Австралии. Так же отметим, что на современном этапе именно международные парусные регаты, проводимые во многих странах АТР, являются основной платформой для укрепления международных связей между спортсменами, спортивными сообществами, яхт-клубами, парусными школами и представителями властей [2].

Одной из регат, которая существует на современном этапе, является PACIFIC RIM CHALLENGE, которая в 2004 году с 5-11 сентября проходила в Находке, с участием команд из США, Канады, Новой Зеландии, Австралии и Японии. Участники 8-ой парусной регаты проживали в российских семьях по типу «home stay», так как проведение таких форумов является не только спортивным состязанием, но и знакомством с культурой и бытом принимающей стороны через непосредственное живое общение, совместное проживание и культурно-развлекательную программу на протяжении всей регаты (в 2004 году это была Россия). При проведении регаты, для ее поддержки участвовали некоторые предприятия, меценаты и администрация г. Находки. При этом над яхт-клубом «Антарес» были развешаны флаги-стран участниц, состоялась торжественная церемония открытия, а после закрытия (победу одержала команда из Канады), при этом каждая страна оставила свой сувенир городу, например японская сторона презентовала организаторам национальную японскую куклу в качестве подарка. Повторная гонка в Находке состоялась 7 августа 2016 года, в которой по традиции приняли участие команды из России, США, Новой Зеландии, Австралии и Японии. Такой метод народной дипломатии позволяет в реальности спортсменам почувствовать национальное разнообразие, узнать об историях и традициях каждой страны, подружиться с принимающими семьями и продолжить знакомство в будущем [3].

Полагаем, на современном этапе развития парусного спорта сотрудничество между странами, в частности между странами АТР и Приморским краем в этой сфере продолжает расширяться, при этом помня о тесных связях, сложившихся еще в 1990-х годах. Масштаб соревнований продолжает расширяться, увеличивается количество яхт и спортсменов, принимающих участие в гонках. Так же автор подчеркивает, что на сегодняшний день ежегодно в Приморском крае проводят такие крупные гонки как: Чемпионат России, Кубок залива Петра Великого, а в прошлом году прошла первая дальневосточная регата учебных парусников «Дальневосточная регата больших парусников во Владивостоке-2018». В регате приняло участие шесть кораблей из Южной Кореи, Индонезии, Японии и России, среди которых были знаменитые приморские парусники «Надежа» и «Паллада». Так же призовые места заняли яхтсмены из Владивостока на международной парусной регате Far East Cup-2018 года, которая проходила по маршруту Циндао (Китай) – Владивосток – Мокпо (Р. Корея) – Циндао. общей протяженностью более 2400 морских миль. В регате участвовали команды из Китая, Кореи, России и ЮАР.

В целом стоит отметить, что для Приморского края, в частности для Владивостока 2018 год стал значимым в сфере парусного спорта, поскольку Владивосток стал центром парусного спорта в 2018 году, в связи с проведением Восточного экономического форума. При этом во Владивостоке прошло 4 регаты, подготовленные на международном уровне, с проведением предварительных встреч организаторов, включая исполнительного директора регаты, заместителя при Минтрансе России, представителей Международной Ассоциации парусных регат из Великобритании, вице-губернатора, а так же представителей профильных департаментов краевой администрации. В рамках ВЭФ прошли несколько регат международных классов [4].

Еще одним примером официального международного сотрудничества стран АТР в сфере парусного спорта считается проведение ежегодной выставки катеров и яхт Vladivostok Boat Show. На протяжении 10 лет в выставке принимают участие компании из России и стран Ази-

атско-Тихоокеанского региона. В 2017 году участниками выставки стали более 50 компаний из России и стран АТР, а за 3 дня выставку посетили более 5000 человек. Основной целью мероприятия является расширение международного сотрудничества в сфере парусного спорта через заключение партнерских договоров местного и международного уровня. В основном мероприятие собирает производителей и продавцов водно-моторной техники, сопутствующих товаров для спорта, отдыха и компании, предлагающие услуги в сфере яхтинга. В 2019 году мероприятие так же будет являться одной из официальных площадок Тихоокеанского Туристского форума. Vladivostok Boat Show на современном этапе представляет собой:

– Самую масштабную на Дальнем Востоке выставку, объединяющую покупателей и компании, которые предлагают товары и сервисные услуги для яхтенной индустрии и активного отдыха на воде, а также профильные спортивные и общественные организации.

– Все самое новое и интересное в сфере яхтенной индустрии и активного отдыха на воде.

– Важнейшую площадку для делового общения профессионалов отрасли [5].

В связи с исследованиями автора, проведенными 12 апреля 2019 года на официальной встрече с известными яхтсменами городов Владивостока и Находки, автор отмечает, что на сегодняшний день развитие парусного спорта на международном уровне требует внимания и осуществления проектов, напрямую связанных с развитием инфраструктуры для детско-юношеского и взрослого парусного спорта. Так же стоит подчеркнуть, что парусный спорт на данный момент времени является потенциальным туристическим отдыхом местного и международного уровня. Стоит отметить, что осуществление таких проектов на современном этапе стало возможно благодаря новым резидентам Свободного порта Владивосток (ими стали семнадцать компаний), которые планируют осуществлять масштабную инвестиционную деятельность в Приморье, в частности преференции Свободного порта будут привлекать инвестиции в экономику г. Находки.

Автор подчеркивает, что одним из важных проектов, разработанных на сегодняшний день в сфере парусного спорта, включая иностранные инвестиции, является проект яхт-клуба с международным детским парусным центром в бухте Подосёнова в г. Находке. Проектируемый яхт-клуб предполагается возвести на берегу экологически чистой акватории залива Восток в восьми километрах от порта Находки, в поселке Приисковом. Зона объектов водноспортивных видов спорта будет включать в себя комплекс зданий и сооружений будущего яхт-клуба: искусственная гавань с инфраструктурой будет создана на территории в 5 гектаров, будет построены эллинги для ремонта, мастерские и учебные корпуса детской парусной школы. Проектом также предусмотрены кафе, набережная, автопарковка и гостиница международного уровня. На базе проектируемого яхт-клуба и парусного центра помимо традиционных парусных регат возможно проведение городских и краевых культурно-массовых и спортивных мероприятий в других видах спорта. Так же с учетом перспективы проведения летних Олимпийских игр 2020 в Токио возможно использование яхт-клуба для тренировок и акклиматизации российской сборной команды по парусному спорту для участия в Олимпиаде уже в 2019 году.

В заключении стоит добавить, что международное сотрудничество в сфере парусного спорта на современном этапе не ограничивается международными соревнованиями и регатами, международным обменом спортсменами и выставками различного класса. Многие приморские яхтсмены, а также яхтсмены стран АТР на сегодняшний день ведут активную самостоятельную тренерскую и судейскую деятельность, иногда при поддержке яхт-клубов и спортивных федераций (при условии, что яхтсмен имеет официальное членство, а также задокументированную финансовую поддержку). Автор добавляет, что яхтсмены, имеющие права международного класса для управления парусным судном, либо другие документы подтверждающие профессиональную деятельность спортсмена позволяют яхтсменам проводить тренировки и лекции в яхт-клубах и спортивных школах по всему миру, с целью обмена спортивным опытом и инновациями, участвовать при перегоне яхт в качестве члена команды или капитана, принимать непосредственное участие при организации международных событий, напрямую связанных с парусным спортом.

1. Тарабрина, А. Окрылённые парусом: монография / А.Тарабрина. Находка: Изд-во ИП Мельников, 2019. – С. 23-26.

2. Гаманов, В. Краткая история Приморской краевой общественной организации «Федерация парусного спорта». Начало пути [Электронный ресурс] / В. Гаманов // Приморская краевая общественная организация Федерация парусного спорта: официал.сайт, 2018, 31 мая. URL:

<http://fesf.ru/vladimir-gamanov-kratkaya-istoriya-primorskoj-kraevoj-obshhestvennoj-organizatsii-federatsiya-parusnogo-sporta-nachalo-puti/>

3. Участники международной парусной регаты будут жить в находкинских семьях [Электронный ресурс] // DEITA.RU, 2014, 23 августа. URL: <https://deita.ru/ru/news/24739-uchastniki-mezhdunarodnoj-parusnoj-regaty-budut-zhit-v-nakhodkinskikh-semjakh/>

4. ВЭФ-2018: Владивосток станет центром парусного спорта [Электронный ресурс] // Приморье24, 2018, 20 апреля. URL: <http://primorye24.ru/news/post/90903-vef-2018-vladivostok-stanet-centrom-parusnogo-sporta>

5. Vladivostok Boat Show [Электронный ресурс] // Vladivostok Boat Show: официал. сайт. URL: <http://expo.sfyc.ru/about/info/>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327.5

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ НА РОССИЙСКИЙ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК: ВЫГОДЫ И РИСКИ

В.В. Дрючина

бакалавр

А.А. Тушков

профессор, д-р ист. наук, кафедра международных отношений и права

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В докладе описываются миграционные процессы на российском Дальнем Востоке и их влияние на развитие региона. А также проблемы миграционного характера и пути их решения.

***Ключевые слова и словосочетания:** миграционные процессы, демографическая ситуация, миграционный отток, миграцион-ное сальдо, стабилизация.*

MIGRATION PROCESSES IN THE RUSSIAN FAR EAST: BENEFITS AND RISKS

The report describes the migration processes in the Russian Far East and their impact on the development of the region. As well as the problems of migration nature and solutions.

***Keywords:** migration, demographic situation, international migration, migration outflow, migration bal-ance, stabilization.*

Демографическая ситуация играет особую роль в социально-экономическом развитии региона, именно она показывает способность региона обеспечить воспроизводство населения, с устойчивой положительной динамикой для дальнейшего поддержания развития. После начала индустриализации на Дальнем Востоке был выявлен ряд демографических проблем. Найти решение можно было путём привлечения населения. Миграционные потоки, ориентированные на Восток принесли результаты. До 1991 темпы в роста были самыми высокими в России, но величина оттока растёт с каждым годом и сейчас регион стремительно теряет свою долю в общей численности населения. Поддержка со стороны государства, направленная на Дальний Восток, позволяет ему быть динамично развивающейся частью Российской Федерации на протяжении последних лет.

Дальний Восток – самая Восточная Часть России, площадь которой составляет 6 952 555 км², это около 41% площади всей страны. Этот макрорегион имеет своеобразное ЭГП, т.к. с одной стороны удалён от экономических центров страны. А с другой стороны он имеет важное геополитическое и геостратегическое значение для России: выход к двум океанам: Тихому и Северному Ледовитому, и граничит с четырьмя государствами (Китаем, Японией, США, КНДР). Также, Дальний Восток является важнейшим резервом природных ресурсов для всей страны. Например, около 1/3 всех угольных запасов страны и гидро-технических ресурсов. Лесные массивы занимают около 30 % общих площадей лесов России. В

макрорегионе добывается 98% российских алмазов, 80% олова, 90% борного сырья, 50% золота, 14% вольфрама, 40% рыбы и морепродуктов. Но на сегодняшний день Дальний Восток – самый депопулирующий регион с населением 8,1 млн человек, это, лишь чуть более 5% населения России.

Численность населения на 2019 год составила 8 188 594 человека. В последние годы динамика стремительно снижалась. В настоящее время в округе происходит естественный прирост населения, то есть рождаемость превышает смертность. Но если до 2014 года наблюдалось стабильное увеличение прироста, то после, ежегодно наблюдается уменьшение данного показателя. В январе-октябре 2016 года коэффициент рождаемости в ДФО составил 13,3 на 1000 человек населения, смертности – 12,5, коэффициент естественного прироста – 0,8. При этом рождаемость в ДФО выше, чем в среднем по стране, а смертность – ниже. Но Дальний Восток продолжает оставаться лидером по сокращению численности населения, что приводит регион к снижению его доли в общей численности населения России. Состояние демографической ситуации оставляет Дальневосточный регион в статусе аутсайдера.

Миграция для субъектов ДФО является одним из важнейших аспектов, который прямо отражается на развитии демографии. Миграционный отток с 2012-2016 продолжает снижаться в совокупности с положительным естественным приростом на сегодняшний день. В частности, можно увидеть, что ситуация с международным сальдо улучшилась. Отрицательное сальдо миграции уменьшилось на четверть (25,3%). Но улучшение не было плавным, что вызывает опасение. Миграционный отток в 2011 году составил 17,8 тыс.чел., а в 2013 этот показатель увеличился на 33 тыс.чел.. Но даёт ли это возможность предположить, что позитивный результат в решении социально-демографических проблем может сохраниться? Или же нет?

Для Дальнего Востока характерны все типы миграций внутрирегиональные, межрегиональные и внешние (со странами СНГ и Восточной Азии). Внутрирегиональные миграции существенно не влияют на общую численность населения, так, количество населения может увеличиваться за счёт одних регионов, а уменьшаться, за счёт других. Скорее, внутренняя миграция позволяет сохранять в тоне демографическую ситуацию и не допускать резких и критических скачков. Также стоит отметить, что сохраняется тенденция миграций в город. Так, стоит отметить, что повысилась миграционная активность в Приморский и Хабаровский края за счёт внутрирегиональных миграций. Но, они так и не получили миграционного прироста, за счёт межрегиональных движений.

Основными направлениями межрегиональных потоков миграции Дальнего Востока продолжают оставаться Центральный, Северо-Западный и Южный Федеральным округам. Это вызвано результатом повышения стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг. Но, остаётся надеяться, что реализация инвестиционных проектов резидентов ТОР и Программы «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона до 2025 года» поможет стабилизировать или даже уменьшить миграционный отток населения.

Высокие показатели миграционного оттока на данный момент оказывают влияние на обеспечение ресурсами труда народнохозяйственный комплекс, а это, стимулирует необходимость их привлечения. Отсюда возникает вопрос, какие возможности имеет ДФО для роста численности населения? В настоящее время заметный положительный эффект оказывают в основном внешние миграции из стран СНГ и Северо-Восточной Азии.

Миграционный поток изменяется с ошеломляющей скоростью, так, разница прибывших из стран СНГ по сравнению с выбывшими в обратном направлении за период 2011-2017гг. уменьшилась в 2,5 раза. Наблюдается тенденция распространения миграционных потоков по южным территориям ДФО. Так, в Хабаровском крае количество выбывших по отношению к прибывшим в 2011 г. было 19,7%, а в 2017 г. 74,7 %. В Амурской области 42,2% и 50,9%. Эти данные показывают, что уровень приживаемости на территории региона достаточно низкий и целью миграционной политики должно стать не только привлечение, но и закрепление мигрантов из стран СНГ. В результате, население Дальнего Востока должно увеличиться.

Миграционные потоки из стран дальнего зарубежья также уменьшаются. За период 2011–2016 количество прибывших иммигрантов увеличилось на 16 550. Такой результат можно интерпретировать тем, что в 2012 году для строительства объектов Саммита АТЭС была направлена большая делегация из зарубежья. Впоследствии, мигранты, работающие там, выехали. И в 2017 году поток иммигрантов уменьшился на 4977 чел. В настоящее время, положительный результат миграционного взаимодействия сохраняется лишь в Приморском, Хабаровском краях и Камчатской области. Это говорит о том, что реализация проекта ТОР (территории опере-

жающего социально-экономического развития) уже начинает вносить позитивный результат в политику миграционных отношений Дальнего Востока.

Анализ миграционной ситуации позволяет утверждать, что Дальний Восток нуждается в стабилизации демографической ситуации, увеличении естественного прироста численности населения и привлечении населения с других территорий. С этой целью в 2006 году был создан проект о добровольном переселении соотечественников. Планировалось не только создание рабочих мест на Дальнем Востоке, но и инфраструктурная поддержка государства, предоставление жилья и оплата проезда. Однако, федеральное финансирование предоставляет только оплату проезда и далеко не все предприятия могут обеспечить условия в рамках критериев программы. Муниципалитеты, также, не в силах соблюдать эти условия. Во-первых, потому что недостаточно средств на обустройство, а во-вторых, распределение бюджетных средств сконцентрировано лишь на закреплении проживающего на данной территории населения. На данный момент государство поддерживает средствами федерального бюджета высококвалифицированных специалистов, для которых соблюдаются все условия программы. Заключение контрактов с государственными учреждениями также способствует снижению коэффициента текучести кадров в регионе.

В результате демографической концепции предусмотрено стабилизировать население на уровне 6,4 млн.чел. Пока нет понимания как достичь этого результата, если с 2012 по 2018 численность населения удалось стабилизировать только на уровне 6,2-6,2 млн. чел. А резкий скачок населения в 2019 не отменяет того, что естественный прирост имеет тенденцию к понижению и миграция поддерживается только за счёт стран СНГ и Северо-Восточной Азии. Не смотря на то, что отрицательное сальдо на Дальнем Востоке снижается не стоит надеяться на дальнейшее поддержание численности населения только за счёт мигрантов, так как в последнее время показатели ухудшаются.

Следует признать необходимость поддержания не только финансовой поддержки мигрантов, но и стабилизации населения в регионе, путём создания привлекательных экономических и социальных условий труда для жителей региона. Помимо этого, стоит увеличить инфраструктурную поддержку государства, которая будет сказываться на благоприятном развитии инвестиционного климата в ДФО.

1. Внутрироссийская миграция по территориям прибытия и выбытия URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#
2. Основные демографические показатели. URL: http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/ru/statistics/population/
3. Число прибывших, число выбывших, миграционный прирост (убыль). URL: http://amurstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/amurstat/ru/statistics/population/
4. Международная миграция. URL: http://sakha.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sakha/ru/statistics/population/
5. Данные по миграции. URL: <https://www.eastrussia.ru/material/neostanovlennoe-begstvo/>
6. Социально-демографическая характеристика мигрантов за 2017 год и 2018 год. URL: http://sakhainstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/sakhainstat/ru/statistics/population/
7. Международная миграция, общие итоги миграции населения. URL: http://habstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/habstat/ru/statistics/

Рубрика: Политика

УДК 325.14

МИГРАНТЫ ИЗ БЛИЖНЕГО ЗАРУБЕЖЬЯ НА РЫНКЕ ТРУДА В РФ

И.В. Елизаров
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

По официальным данным на сегодняшний день в России проживает около 11 миллионов иммигрантов, подавляющее большинство из которых – трудовые мигранты. Высокая степень их при-

существа на российском рынке труда определенным образом сказывается на экономическом состоянии нашего государства. В данном докладе будут рассмотрены особенности трудовой иммиграции в Российской Федерации.

Ключевые слова и словосочетания: иммиграция, экономика, трудовые мигранты, рынок труда, безработица.

MIGRANTS FROM THE NEAR ABROAD ON THE LABOUR MARKET OF RUSSIAN FEDERATION

According to official data to date, about 11 million immigrants live in Russia, the vast majority of whom are labour migrants. The high rate of their presence in the Russian labor market in a certain way affects the economic situation of our state. This report will consider the features of labor immigration in Russian Federation.

Keywords: *Immigration, economics, labour migrants, labour market, unemployment..*

Актуальность данной темы обусловлена противоречивостью факта обширного присутствия иностранных мигрантов на российском рынке труда: помимо выправления демографической ситуации, наше правительство проводит политику по привлечению иммигрантов в качестве рабочей силы, однако настолько ли это оправдано по отношению к тем издержкам, которые претерпевает наше государство и наше общество, вследствие массовой иммиграции, и настолько ли, на самом деле, нашей экономике необходима дополнительная рабочая сила, или дело здесь не просто в экономике?

Целью данной работы является изучение социально-экономических аспектов трудовой иммиграции в России. В соответствии с данной целью были поставлены задачи в обзоре миграционной ситуации в РФ; оценке ситуации на российском рынке труда; изучении рисков, связанных с массовым присутствием иностранных мигрантов на российском рынке труда; составлении вывода на основе проделанной работы.

В качестве методологической основы исследования выступает сравнительно-исторический метод. Научная новизна заключается в нестандартном подходе к рассмотрению феномена безработицы в российской экономике, и сопоставлении его с современной ситуацией на российском рынке труда, касаясь иностранных мигрантов.

В России трудовая миграция ассоциируется с современной миграционной обстановкой в целом. Сегодня большинство иностранных мигрантов на территории России – это трудовые мигранты. Так, по информации НИУ ВШЭ, в 2013 году с учетом нелегалов на территории РФ насчитывалось около 7 миллионов гастарбайтеров [5]. На данный момент на территории Российской Федерации проживает более 11 миллионов иностранных мигрантов. Россия занимает 3 место в мире по количеству международных иммигрантов, проживающих на ее территории. Основными странами исхода иностранных мигрантов в России являются нынешние и бывшие страны СНГ. Тройка самых крупных экспортеров включает в себя Украину, Узбекистан и Таджикистан. Так же крупными поставщиками иммигрантов являются Азербайджан, Молдова, Казахстан, Киргизия, Армения, Беларусь [15].

Миграционная привлекательность России обусловлена ее выгодным географическим положением, а именно протяженной сухопутной границей (самая протяженная в мире); относительно благоприятными условиями въезда для выходцев из стран СНГ и некоторых других зарубежных стран; сложная социально-политическая обстановка и экономические проблемы в странах-экспортерах трудовых мигрантов; высокой, как принято считать, емкостью рынка рабочей силы в ряде отраслей экономики Российской Федерации из-за отрицательного естественного прироста населения страны [6].

Наряду с решением демографических проблем, потребность российского рынка труда в дополнительной рабочей силе остается основным аргументом в пользу привлечения в Россию иностранных мигрантов. Более того, обе проблемы тесно связаны между собой: постепенное снижение численности населения страны приведет к упадку производства. Так, например, руководствуясь прогнозом Росстата за 2018 год, при нынешних демографических тенденциях к 2036 году численность населения России сократится с 146 млн до 138 млн [7].

Аргумент об острой потребности нашей страны в рабочих руках не терял бы своей релевантности, если бы наша страна последние десять лет не переживала бы экономической стагна-

ции, в условиях которой практически не появляется каких-либо новых крупных производств, а, следовательно, и новых рабочих мест [16].

Таблица 1

Численное соотношение экономически активного населения России и трудовых мигрантов на территории РФ [1]

Численность экономически активного населения Российской Федерации (тыс. чел.)	1992	1997	2002	2007	2012
	74946	68079	71919	75159	75676
Численность иностранных граждан, осуществлявших трудовую деятельность в России (тыс. чел.)	1992	1997	2002	2007	2012
	н/д	241	360	1717	1720

С 1997 по 2012 годы численность экономически активного населения России увеличилась примерно на 11% (с 68 млн. по 75,5 млн., отчасти связано это с тем, что многие мигранты приняли российское гражданство). Численность, официально учтенных, трудовых мигрантов в этот же период возросла в 7,14 раз или на 614% (с 241 тыс. по 1,7 млн). Таким образом, мы делаем вывод, что мигранты появились на рынке труда не в качестве компенсации отсутствия местных работников, а наряду с ними.

В следующей таблице показаны те сферы деятельности, в которых может быть востребован неквалифицированный труд гастарбайтеров.

Таблица 2

Среднегодовая численность занятых по отраслям (тыс. чел.) [1]

	1992	1997	2002	2007	2012
Промышленность	21324	14905	14768	11191	10230
Сельское хозяйство	10101	8592	7666	6925	6428
Строительство	7887	5664	5140	5274	5581
Транспорт	4770	4279	4218	4477	5381
Связь	862	845	923	962	н/д
Торговля	5679	8725	10463	11777	12400
Всего в перечисленных отраслях	50623	43010	43178	40606	40020

При более-менее постоянной численности экономически активного населения численность рабочих мест (кроме торговли) сокращается, а число мигрантов — растет. Тем самым мигранты не восполняют нехватку местного трудоспособного населения, но занимают его места на сжимающемся рынке труда.

Стоит признать, что постоянная, численность экономически активного населения, при, почти не прекращающемся с начала 1990-х, отрицательном естественном приросте, а также высоких темпах эмиграции из России, обусловлена, тем не менее, положительным миграционным приростом [9].

Таблица 3

Ежегодная международная миграция в России (чел.) [11]

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Число выбывших	32458	33578	36774	122751	186382	310496	353233	313210	377155
Число прибывших (на ПМЖ)	279907	191656	356535	417681	482241	590824	598617	575158	589033

Несмотря на численное превосходство приезжих над убывшими, нельзя утверждать, что иммигранты способны полностью возместить потери человеческого капитала, происходящие вследствие эмиграции в нашей стране. Так по данным за 2014 год 42% эмигрантов из России в Канаду имели высшее образование, в США – 34%, Израиль – 34%, в Германию – 31%. В тот же год среди иммигрировавших в РФ высшее образование имели всего лишь 14%. Такая низкая, в среднем, квалификация, а также более низкие, в среднем, требования к оплате и условиям труда являются причиной того, что услуги иностранных мигрантов пользуются большим спросом на рынке низкоквалифицированного труда [8].

Однако, если экономика России переживает стагнацию и новые рабочие места создаются медленно, то тогда за счет чего уровень безработицы в нашей стране поддерживается на низком уровне (4,8% в 2018 году) [14]? Ведь если бы нашей экономике не хватало бы рабочих мест, то показатель безработицы был бы намного выше.

Дело в специфике безработицы в России: несмотря на относительно низкий уровень официальной безработицы, уровень скрытой безработицы достаточно высок. Скрытая безработица – вид безработицы, когда отсутствует занятость при формальном сохранении трудовых отношений с работодателем. Объясняется это тем, на кризисы наша экономика реагирует не увольнением части работников, а сокращением рабочего труда (и его эффективности) для всех, и как следствие, сокращением зарплат [12]. Например, в период 1991-1995, при снижении занятости всего на 10%, производственный спад составил 35% [3].

Осенью 2011 г. Левада-Центр по заказу НИУ «Высшая школа экономики» провел обследование российских предприятий по проблемам инвестиций в человеческий капитал, взаимодействия с системой профессионального образования и использования труда мигрантов. Опрос был проведен на 1520 предприятиях по всероссийской статистической выборке. По видам экономической деятельности предприятия распределились следующим образом: торговля и бытовые услуги – по 19%, строительство – 18 %, промышленность – 13%, деловые услуги – 11%, связь и транспорт – по 10 %.

Исследование показало, что российские работники больше устраивают работодателей с точки зрения базовых профессиональных знаний и умению обучаться новым навыкам. С другой стороны, мигранты лучше в таких показателях, как работа сверхурочно, работа за меньшие деньги и адаптация к обстоятельствам, что говорит о недобросовестности работодателей, предпочитающих иметь дешевую рабочую силу в приоритете над более профессиональными кадрами и автоматизацией производства [4].

В данной ситуации можно понять предпринимателей, которым не остается другого выбора в тяжелых условиях, в которых существует малый бизнес в России. Во-первых, это сложность с получением кредита: высокие ставки по кредитам, сложность получения займов на долгий срок, невозможность взять кредит с отсрочкой на развитие. Во-вторых, плохой бизнес-климат: чрезмерная бюрократия, частые проверки контролирующих органов и т.д. В-третьих, проблемы с доступом к рынкам сбыта. В-четвертых, высокие налоги. В-пятых, конкуренция со стороны теневого бизнеса [10]. Также имеет место задействие коррупционных механизмов в конкурентной среде.

Будучи экономически более выгодными в краткосрочной перспективе, низкоквалифицированные трудовые мигранты, тем не менее, оказывают ряд пагубных воздействий на социально-экономическую обстановку в стране.

Во-первых, своим присутствием на российском рынке труда они занижают среднюю заработную плату в ряде отраслей, чем отбивают желание заниматься подобным трудом у местного населения. Таким образом, происходит сегрегация производства труда, когда какая-нибудь профессия отдается на откуп внешней силе. Во-вторых, трудовые мигранты, занятые в сфере низкоквалифицированного труда, замедляют модернизацию экономики, потому что при большом количестве дешевой рабочей силы для работодателя нет необходимости в автоматизации производства, что в свою очередь снижает перспективность разработки, производства и усовершенствования технических новшеств. Автоматизация производства позволила бы решить проблему нехватки рабочих рук, в отсутствие иностранной рабочей силы; способствовала бы повышению качества производства товаров и оказания услуг. В-третьих, трудовые мигранты вывозят часть заработанных денег из России. Так, например, в 2015 году денежный поток из России за счет физических лиц составил 19,7 млрд. рублей, а Россия обеспечила себе 5 место в списке стран мира по количеству, отсылаемых за рубеж, денежных средств [17]. В-четвертых, низкая квалификация, незнание языка и правовая неграмотность зачастую приводит к тому, что мигранты быстро лишаются работы, либо стано-

вятся жертвами мошенников, причем одно не исключает другого. В любом случае, иммигранты рискуют быстро остаться без средств к существованию и пополнить криминальную среду. В-пятых, определенная часть мигрантов работает в теневой сфере занятости, в результате чего растут потери бюджета из-за уклонения от уплаты за использование иностранной рабочей силы невыплат налогов и отчислений в социальные фонды. Тяжело дать точную оценку доле мигрантов, занятых в теневой сфере экономики: по разным данным в России находится от 5 до 15 миллионов нелегальных мигрантов, занимающихся, соответственно, нелегальной деятельностью [2].

По результатам проделанной работы можно сделать вывод, что привлечение иностранных мигрантов на российский рынок труда не является обязательной мерой в связи со стагнацией экономики, это также связано с неблагоприятными последствиями в виде замедления автоматизации на производстве, оттока капитала за границу, ухудшения криминальной обстановки в стране и т.д. Не стоит перекладывать всю вину на плечи мигрантов. Перечисленные проблемы не стояли бы перед обществом, если бы государство проводило более последовательную и дальновидную миграционную политику по привлечению экономически и социально перспективных мигрантов.

Таким образом, в работе рассмотрены социальные и экономические процессы и результаты массового нахождения мигрантов из ближнего зарубежья на рынке труда нашей стране. Несомненно, что такая линия миграции также связана с политическими и геополитическими соображениями, но это исследование выходит за рамки нашей темы.

1. 5 мифов о пользе трудовых мигрантов [Электронный ресурс]. URL: https://www.rabota.ru/research/stati_i_kommentarii/5_mifov_o_polze_trudovyh_migrantov.html.

2. Безбородова, Т.М. Трудовая приграничная миграция и национальный рынок труда / Т.М. Безбородова // Сибирский экономический журнал. 2009. №9. С.1.

3. Безработица в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sci.aha.ru/ATL/ra44b.htm>.

4. Варшавская, Е.Я. Иностраный работник на российском рынке труда (взгляд работодателя) / Е.Я. Варшавская // Трудовая миграция: тенденции, политика, статистика. Материалы чтений памяти Е.В. Тюрюкановой, 12 июля 2012 года. НИУ Высшая школа экономики. 2012. С.20-27.

5. Варшавская? Е.Я. Почти 18 миллионов – вне состава рабочей силы / Е.Я. Варшавская [Электронный ресурс]. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2015/0663/tema01.php>.

6. Володин, В.М. Влияние процессов трудовой миграции на качество человеческого капитала РФ / В.М. Володин, Н.В. Володина, И.А. Питайкина // Вестник Дагестанского государственного технического университета. 2017. Том 44. №1. С.178.

7. Изменение численности населения по вариантам прогноза [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#/.

8. Из России уезжает в разы больше людей, чем учитывает статистика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/10/06/659896-iz-rossii-uezzhaet>.

9. Компоненты изменения численности населения Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#/.

10. Малый бизнес назвал четыре главные проблемы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/25/09/2015/560574bf9a7947d1198f6d29>.

11. Международная миграция [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#/.

12. Минтруд: в России растет скрытая безработица [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/61081>.

13. Россия вошла в пятерку стран с крупнейшей теневой экономикой [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/30/06/2017/595649079a79470e968e7bff>.

14. Уровень безработицы населения по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_force/#.

15. Origins and Destinations of the World's Migrants, 1990-2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pewglobal.org/2018/02/28/global-migrant-stocks/?country=RU&date=2017>.

16. World Economic Outlook Database, April 2018 [Электронный ресурс]. URL: https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/01/weodata/weorept.aspx?sy=1992&ey=2023&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=922&s=NGDP_RPCH,PPPGDP,PPPPC,PCPIPCH,LUR,GGXWDG_NGDP&grp=0&a=&pr.x=36&pr.y=5.

17. World Migration Report 2018 / International Organization for Migration. 2019. С.31.

СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ И КИТАЯ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ: ПРОБЛЕМЫ, ПРИОРИТЕТЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

А.Д. Иванова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье анализируется стратегическое партнерство двух стран-цивилизаций России и Китая в культурной сфере. Автор анализирует основные этапы культурного сотрудничества, содержательно рассматривает специфику и направления культурного взаимодействия двух государств на современном этапе развития российско-китайских отношений. Отдельно в работе выделяются и анализируются ключевые проблемы развития стратегического партнерства России и Китая в социокультурном развитии двух стран, а также выделяются основные направления и перспективы совершенствования в данной сфере межгосударственного сотрудничества.

Ключевые слова и словосочетания: сотрудничество, Россия и Китай, социокультурное сотрудничество, стратегическое направление, проблемы, приоритеты.

COOPERATION OF RUSSIA AND CHINA IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE: PROBLEMS, PRIORITIES AND STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

The relevance of the study of socio-cultural cooperation is realized by the leadership of both countries, which is reflected in the fact that 2006 was declared the “Year of Russia in China”, and 2007 – the “Year of China in Russia”. Familiarity with the socio-cultural characteristics of both countries.

Keywords: cooperation, Russia, China, sociocultural cooperation, strategic direction, sociocultural problems, sociocultural priorities.

Введение. Россия и Китая это одни из наиболее устойчивых цивилизационных пространств, специфика их эволюции, политического и социально-экономического развития во многом определяется социокультурными факторами и доминантами [1; 2]. В свою очередь, стратегические вектор международной и региональной политики современной Российской Федерации, ориентирован на «на Восток», в этом регионе важнейшими ориентирами выступает не только межгосударственные интересы, но и цивилизационные. Неслучайно, и в России, и в Китае социокультурная специфика и цивилизационная идентичность являются фундаментальным основанием как внутривнутриполитической повестки дня, так и важнейшим ориентиром в обеспечении суверенности и стабильного развития на международной арене. Например, в РФ эти основания фиксируются в национальных доктринах (Стратегия национальной безопасности РФ), в Китае в рамках объявленной Си Цзиньпин эпохи Фу син на 19-м съезде КПК [3]. Поэтому, сотрудничество России и Китая – это не только взаимодействие двух государств, но и стратегическое партнерство двух устойчивых цивилизация.

Более того, актуальность и востребованность исследования социально-культурного взаимодействия двух стран обусловлено еще и тем, что социокультурные особенности Китая оказывают влияние не только на политическую жизнь этой страны, но и сопредельных стран, а также и всего мира. Аналогичные суждения можно и о культуре России, поскольку кардинальные социокультурные изменения в российском государстве существенно влияли на политику и социально-экономическое развитие различных стран и регионов мира.

Основная часть.

Целью настоящего исследования выступает рассмотрение ключевых ориентиров и стратегических приоритетов в социально-культурном взаимодействии России и Китая на современном этапе. В рамках данной цели ставятся и решаются ряд взаимосвязанных *задач*: во-первых, выявить основные проблемы во взаимодействии между КНР и РФ в культурной сфере; во-вторых, определить приоритеты и ориентиры в социально-культурном взаимодействии России и Китая на современном этапе развития двух государств.

В последние десятилетия отношения между двумя странами стремительно развиваются во всех областях. Двустороннее сотрудничество в культурной сфере получило мощный импульс в 2006 и 2007 гг., когда сначала в Китае прошел Год России, а затем в России – Год Китая. В рамках этих инициатив было организовано огромное число культурных мероприятий, которые способствовали укреплению дружбы и улучшению взаимопонимания между народами двух стран. Так же были проведены следующие мероприятия: 1) дни культуры Китая в России в 1997, 2004 и 2006 годах; 2) дни культуры России в Китае в 1998 и 2003 годах; 3) год русского языка в Китае в 2009 году; 4) год китайского языка в России в 2010 году; 5) год российского туризма в Китае в 2012 году; 6) год китайского туризма в России в 2013 году и др.

На данный момент отношения между нашими государствами строятся на основании следующих основополагающих документов [4]: 1) договор о добрососедстве, дружбы и сотрудничестве между Российской федерацией и Китайской Народной Республикой подписанный в 2001 году; 2) соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР, о культурном сотрудничестве подписанным в 1992 году; 3) соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР об изучении русского языка в КНР и китайского языка в РФ, подписанным в 2003 году.

В социально-культурной сфере Китай очень много перенял от СССР. Взаимоотношение стран отслеживается еще с 17-го века, а близкое сближение произошло практически сразу после Октябрьской революции, когда начало работать «Общество культурной связи Китая и СССР» в 1935 году [5].

Новый этап в отношениях СССР и Китая наступил в 1949 г., когда коммунистическая партия стала главной в КНР. С этого момента Китай стал перенимать у СССР многие атрибуты коммунистической культуры от униформы и поведения в обществе, до развития производства и контроля предприятий. Так же проводились обмены студентами между ВУЗами, транслировались телепередачи и мультфильмы. Однако Китай никогда не забывал своих корней и сохранял свою историческую культуру. Жители Китая XX века пропитывались культурой и набирались опыта от более развитого на тот момент соседа в лице СССР. Сейчас же ситуация крайне поменялась и в роли догоняющих Россия, однако это не мешает строить крепкие экономические, политические и социальные отношения стран.

В целом историю взаимоотношений Китая и России, в том числе и в социально-культурной сфере можно разделить на 4 условных этапа [6]: 1) 1949-1959 – период тесного культурного обмена между Китаем и Россией; 2) 1960-1970 – период разрыва отношений; 3) 1971-1991 – период восстановления и стабильного развития отношений; 4) 1991- по сегодняшний день – очень активный, можно сказать, «горячий» период культурных отношений между Китаем и Россией.

Сегодня Китай сильная в геополитическом и экономическом плане держава, это неминуемо ведёт и к политике распространения китайской культуры. Вот только некоторые направления международной социально-культурной политики современного китайского государства. В 2002 году был создан Центр китайской культуры в России. В 2006 прошел год Китая в России, а в 2007 год России в Китае. Было организовано множество мероприятий, которые способствовали укреплению взаимоотношений наших стран. А в 2012 прошел год российского туризма в Китае и год китайского туризма в 2013. Были проведены сотни совместных мероприятий, таких как первый Российско-Китайский туристический форум, второй саммит Российско-Китайского туристического форума и был проведен автопробег «Пекин-Москва», который стал одним из самых ярких событий года [7].

Возрос и спрос на изучение китайского языка. В 2008 году был открыт первый Институт Конфуция в МГУ, созданный при сотрудничестве с Пекинским университетом. С каждым годом количество Институтов китайского языка неуклонно растет, что сыграет важную роль в будущем распространении языка и культуры Китая в России. В РФ запланировано внести китайский язык в ЕГЭ, что станет достаточным основанием для поступления в вузы на программы обмена студентами. В Китае так же развивается изучение Русского языка. Еще в 1960 году был издан «Большой русско-китайский словарь», что стало первым шагом к языковому обмену.

Сейчас же русский язык преподается не только в ВУЗах Китая, но и школах. На данный момент русским языком владеют сотни тысяч китайцев, он преподается во многих ВУЗах и школах страны.

Русская литература была и остаётся важной частью культурного обмена между Китаем и Россией. В Китае в конце династии Мин и начале династии Цин уже начинался процесс перевода русской литературы на китайский язык. В начале 20 века в Китае уже было переведено более 80 произведений российских писателей, в том числе на китайский язык перевели произведения А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, И.С. Тургенева, Л.Н. Толстого, А.П. Чехова, Максима Горького и других писателей.

Для освещения мероприятий были созданы информационные центры в Китае и России. Их главной задачей является информационная, медийная и маркетинговая поддержка проходящих в странах мероприятий, связанных с социокультурной деятельностью.

Большую долю социокультурной взаимосвязи государств является строительство и реконструкция памятников и районов. Одним из таких центров стала деревня «Тройка» в городе Сайфэньхэ. Это отреставрированный в 2007 году российский квартал, возведенный нашими советскими соотечественниками. Некоторым зданиям более ста лет. Инициаторами реконструкции были Приморские туристические и коммерческие компании, а Китайская сторона безвозмездно передала землю и здания в собственность организаций. Сейчас это центр Российской культуры в Китае, здесь проводится множество выставок и мероприятий, выступают творческие коллективы Приморья, проводятся русско-китайские переговоры.

Помимо информационных центров, в нашей стране создан специальный культурный центр, который реализует множество мероприятий. Были реализованы: торжества, приуроченные к 50-ти летию полета Юрия Гагарина в космос; 60-ти летняя годовщина образования КНР; 60-ти летие установление дипломатических отношений стран; 10-я годовщина подписания Договора о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между КНР и РФ; Международная олимпиада «Грамотный русский язык» в Пекине; конкурс-фестиваль «Жемчужина Востока» в Пекине. Вот уже несколько лет этот конкурс проводится Фестивальным комитетом «Жизнь городов» под патронажем Общества китайско-российской дружбы, Посольства России в Китае и Представительства «Росзарубежцентра» при МИД России в Китае. Мероприятия проходят круглогодично, охватывая все времена года. [8]

На 2019 год уже запланировано множество мероприятий. Будут отмечать 70-ти летие установления дипломатических отношений между Россией и Китаем. Так же пройдут такие акции как «тотальный диктант», спектакль «Золотой ключик» и выступление русских артистов [9].

Благодаря всем проводимым мероприятиям в России и Китае наши народы сближаются, и дружба воспринимается не как «назначенная» государством, а как взаимовыгодное сотрудничество между странами. Мы многое можем перенять друг от друга, как в культурном, так и экономическом плане.

Стоит отметить, что самый высокий уровень социокультурных отношений между РФ и КНР реализуется на приграничных территориях и подвержена большим количеством возникающих проблем. Современная же социокультурная ситуация в российском и китайском приграничье характеризуется усилением влияния китайской «мягкой силы». Это обстоятельство требует не только контроля со стороны российского правительства, но и применения опережающей стратегии для прогнозирования рисков и предотвращения возможных негативных последствий.

Существенным фактором, который влияет на степень трансформации приграничья, является его территория. Так, крупномасштабные приграничные социокультурные пространства редко, но могут быть полностью изменены, а тенденция к трансформации более характерна для небольших территорий. Процессы культурного изменения выражаются посредством развития приграничных социокультурных пространств и подразумевают заимствования достижений одной культуры у другой. Так, китайские исследователи обеспокоены вопросом сохранения идентичности культуры, в том числе и в приграничье. Гао Дэлян и Чжао Бо уделяют особое внимание влиянию западной культуры на культурную безопасность Китая.

В похожем направлении работают Хань Юань и Чжао Цзылинь, которые анализируют культурную безопасность как китайскую стратегию в контексте глобализации. Национальная культурная безопасность так же является предметом исследований Сунь Нина, который акцентирует внимание на необходимости сохранения традиционных выражений культуры, таких, как народная деятельность, этикет, фестивали и ремесла, поскольку культурное наследие конденсирует уникальные духовные ценности китайской нации и отражает ее жизнеспособность и творчество. Он отмечает, что в последние годы активизация глобализационных процессов на-

несла ущерб культурному наследию страны, что особенно проявляется в пиратстве китайских культурных реликвий в зарубежных странах и в Китае. Можно полагать, что граница является тем фактором, который активизирует проникновение культур, но качество этого проникновения необходимо строго контролировать.

Российские приграничные регионы все больше углубляются в культуру Китая. Так, например, в крае осуществляется популяризация древнекитайских практик саморазвития - ушу и цигун. Особо пользуется популярностью Федерация традиционного ушу Забайкальского края, созданная в 2009 г. В 2017 г. была создана краевая спортивная общественная организация «Ассоциация ушу и цигун Забайкальского края», что свидетельствует о значительной вовлеченности населения данного региона в китайское социокультурное пространство. Кроме того, расширение влияния китайской культуры очевидно в увлечении населения России даосской практикой символического освоения пространства «Фэн-шуй» и в умении использовать китайские палочки в качестве столового прибора. Стоит отметить и популярность китайской кухни, а также проникновения некоторых иностранных слов в лексикон Русского языка.

Но тенденция социокультурной трансформации, воспринимаются не всеми жителями России – позитивно. Многие жители особенно приграничных региона видят в соседнем государстве угрозу и испытывают неприязнь к любым проявлениям китайской культуры на территории регионов. Так в 2016 г. в Чите при праздновании Дня города случился конфуз. Во время салюта вместо гимна Российской Федерации включили китайскую музыку, которую местные жители приняли за гимн Маньчжурии. Жители столицы Забайкальского края и пользователи Интернета, которые увидели видео фейерверка, не оценили культурное взаимопроникновение с Китаем. Большинство людей сочли этот факт признаком интервенции.

Отдельно стоит сказать о результатах комплексного сопоставления социально-экономических и культурных характеристик малых приграничных городов России и Китая (Забайкальск и Маньчжурия). Так, при условии общих критериев сравнения выделяется очень большой контраст социокультурного развития российских и китайских малых приграничных городов, что во многом является результатом целенаправленной политики китайского руководства и отсутствия должного внимания к развитию социокультурной сферы российского приграничья.

Выводы.

Подводя итог нашему исследованию, сделаем ряд общих *выводов*. Ключевой проблемой в социально-культурном взаимодействии двух стран являются вопросы определения «культурного превосходства», а также слабой информированности и «социокультурной просвещённости» (недостаточная осведомленность взаимодействующих субъектов друг о друге). Сложившаяся ситуация в будущем может не только затруднить полноценный и равноправный диалог культур, но и привести к значительной трансформации социокультурных пространств, что в дальнейшем скажется на сохранении культурной идентичности российских территорий. В целях сохранения региональной культурной идентичности возможно дополнение стратегии социально-экономического развития регионов России задачами социокультурной направленности. Основой в этих процессах становится культурно-цивилизационный потенциал региональных культур, который необходимо поддерживать в его аутентичном виде.

В настоящее время, безусловно, стоит вопрос о порождении некоего «культурного продукта», интегрированного активизирующимся взаимодействием культурных практик РФ – КНР. Сейчас довольно трудно описать его качественные характеристики, говорить о том, в каком виде он создан. Правильнее было бы сказать, что пока такого продукта как такового нет. И нужен ли он нам? Это также вопрос дальнейшего исследования, вопрос для рефлексии последующим поколениям, которые уже сегодня становятся свидетелями хаотичного бесконтрольного внедрения элементов китайской культуры в российское социокультурное пространство. Необходимо создавать определенные методы, механизмы, чтобы не только ставить под контроль трансляцию элементов китайской культуры в российское социокультурное пространство, но и следить за тем, как китайские территории сегодня используют элементы русской культуры не по назначению, искажая и трансформируя их традиционную сущность.

1. Данелевский, Н.Я. Россия и Европа: Взгляд на культурные и политические отношения Славянского мира к Германно-Романскому / Н.Я. Данилевский. 6-е изд. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, «Глаголь». 1995. 552 с.

2. Тойнби, А.Дж. Цивилизация перед судом истории / А.Дж. Тойнби. М.: АСТ, 2011. 318 с.

3. Мамычев, А.Ю. Проблематизация коррупции и антикоррупционная политика в современном китайском обществе: научный и официальный политики-правовые дискурсы / А.Ю. Мамычев, Цзоу Л. // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2018. Т.10. № 3 (42). С. 118-134.

4. Кудрина, Е.Л. Россия – Китай: диалог культур, науки и образования 2016 / научная электронная библиотека Elibrary / Е.Л. Кудрина, А.В. Шунков, В.Д. Пономарев [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/>

5. Рушанин, В.Я. Россия и Китай: диалог в сфере культуры и образования 2015 / научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / В.Я. Рушанин, Г.Я. Гревцева [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

6. Ряснов, И. Культурное сотрудничество России и Китая в XXI в. 2016 / научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / И. Ряснов [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>

7. Черевичко, Т.В. /Туризм как вид экономической дипломатии 2016 / научная электронная библиотека Elibrary / Т.В. Черевичко [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/>

8. Трубицына, К.С. Взаимоотношения России и Китая в области культуры в XXI в. / научная электронная библиотека «КиберЛенинка»/ К.С. Трубицына [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>.

9. Список мероприятий на 2019 год / Российский культурный центр в Пекине [Электронный ресурс]. URL: <http://russianculture.cn/ru/>.

10. Морозова, В.С. Региональная культура в социокультурном пространстве российского и китайского приграничья: диссертация ... д-ра филос.наук: 09.00.13 / В.С. Чита, 2013. 378 с.

11. Гао Дэлян. Сифан вэньхуа шэньтоу дуй вого вэньхуа аньцюань дэ инсян: [Влияние проникновения западной культуры на культурную безопасность Китая] / Гао Дэлян, Чжао Бо. . Бэйцзин: Чжунго чуаньмэй дасюэ чубаньшэ, 2012. С. 115.

12. Чжао Цзылинь. Чжунго гоцзя вэньхуа аньцюань лунь: [О культурной безопасности КНР] / Чжао Цзылинь.. Бэйцзин: Хунань дасюэ чубаньшэ, 2012. С. 53.

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ПОТЕНЦИАЛ ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

А.А. Ким
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Республика Корея – является одним из важнейших партнёров России в Азиатско-Тихоокеанском регионе, после Китая и Японии. С Южной Кореей налажено сотрудничество как в торговой, так и в инвестиционной сфере. С одной стороны, Россия, которая обладает огромной территорией с огромными природными ресурсами различного сырья, а с другой стороны Республика Корея с её высокими инновационными достижениями и технологическим развитием. Именно эти факторы является достаточным основанием для развития сотрудничества между этими странами в различных сферах, в том числе и в инвестиционной.

Ключевые слова и словосочетания: *инвестиционное сотрудничество, потенциал, Республика Корея, инвестиционный климат.*

POTENTIAL INVESTMENT COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND THE REPUBLIC OF KOREA

The Republic of Korea is one of the most important partners of Russia in the Asia-Pacific region, after China and Japan. Cooperation with South Korea has been established in both trade and

investment. On the one hand, Russia, which has a huge territory with huge natural resources of various raw materials, and on the other hand, the Republic of Korea with its high innovative achievements and technological development. These factors are the sufficient basis for the development of cooperation between these countries in various fields, including investment.

Keywords: *investment cooperation, potential, Republic of Korea, investment climate.*

Первые шаги на пути установления сотрудничества между нашими странами произошло в 1990 году, когда между СССР (нынешней Российской Федерацией) и Республикой Корея были установлены дипломатические отношения. После этого связи между нашими странами стали стремительно охватывать все сферы деятельности. Инвестиционная сфера не стала исключением, в тот период были заложены основы инвестиционного сотрудничества. Практически все ведущие компании Кореи планировали стремительное и масштабное проникновение на российские рынки. Было намечено реализация многих инвестиционных проектов, однако большинству из этих проектов не суждено было реализоваться.

Основная проблема заключалась в недостаточной проработки правовой базы и отсутствие в России системы страхования и обеспечения гарантий сохранности иностранных инвестиций. То есть корейские компании не решались в полной мере выйти на российские рынки в силу неуверенности в российской правовой базе. Если говорить о сегодняшнем дне, то ситуация с правовыми факторами значительно улучшилась, в силу ввода в действие новых более совершенных законодательных норм. Но, если судить по мнению иностранного инвестора в России, то не до конца преодолена запутанность и усложненность процесса допуска на внутренний рынок страны, данный фактор отмечают компаниями многих стран, действующими в России.

Крупномасштабные инвестиционные проекты, связанные с освоением природных ресурсов российских регионов и создание новых производств и фабрик на Дальнем Востоке России – являются приоритетными и потенциальными направлениями взаимовыгодного сотрудничества между Россией и Республика Корея в инвестиционной сфере. Эти проекты отлично вписываются в Российскую стратегию по созданию на Дальнем Востоке территорий опережающего развития и проведению там же Восточных Экономических форумов, для того чтобы сделать Дальний Восток России благоприятным местом для инвестиций. Что касается проектов между Россией и Республикой Корея, то прорабатываются проекты, предусматривающие масштабный экспорт в Южную Корею нефти, газа, и электроэнергии, взаимодействие в автомобилестроение и судостроении, в областях информационных технологий и связи, в финансовой сфере, в строительстве объектов инфраструктуры, и т.д.

Если посмотреть на данные статистики внешнего сектора центрального банка Российской Федерации, можно отследить тенденцию увеличения прямых инвестиций в Российскую Федерацию из Республики Кореи.

Таблица 1

Динамика инвестиций в Россию из Республики Корея (в млн долл. США)

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018
Всего:	1,892	1,697	2,003	1 937	2,787
Участие в капитале	1,766	1,544	1,806	1 723	2,572
Долговые инструменты	126	153	197	214	215

Источник: Банк России

Что касается потенциалов инвестиционного сотрудничества, то здесь после периода тщетных ожиданий 90-х гг., наконец, как представляется, произошел некоторый позитивный сдвиг, ознаменовавшийся пакетом вложений южнокорейского капитала в целый ряд российских производственных и инфраструктурных объектов. Можно привести такие успешные проекты как: LGElectronics в России, завод по производству бытовой техники и электроники, расположенный в Московской области; Завод SamsungElectronics, расположенный в Калужской области; HyundaiMotorManufacturingRus; Lotte Hotels & Resorts, и другие.

На данный момент, важную роль в поддержание и развитие двустороннего сотрудничества являются проведение встреч на высшем уровне. Благодаря им сформировалась достаточно объёмная договорно-правовая база двухстороннего взаимодействия: было заключено более 50 соглашений, которые охватывают в себя различные сферы деятельности, в том числе и инвестиционную. В силу того, что прошлый правитель Южной Кореи Пак Кэн Хе, был больше ориентирован на сотрудничество с США, отношения между Россией и Республикой Корея были достаточно натянутыми и не продуктивными. Но с приходом к власти в 2017 году Мун Чжи Ина, который крайне благоприятно отзывался о развитии многостороннего диалога между нашими странами, появились новые возможности для сотрудничества. Лидеры стран России и Республики Корея регулярно проводят встречи на высшем уровне, на которых в обязательном порядке заключаются ряд многосторонних соглашений.

Республика Корея всеми способами старается создать благоприятную для своих инвесторов среду. Так например Корея планирует создать к 2022 году "Глобальный инфраструктурный фонд", в который будет инвестировано порядка 100 миллионов долларов, для поддержки работы южнокорейских компаний, нацеленных на осуществление проектов в России, СНГ, странах Восточной Европы и Монголии. Также правительство Кореи пообещала повысить размер суммы поддержки, для компаний, которые первый раз выходит на рынок.

Также хотелось бы отметить и об инвестиционной среде в Республике Корея. Правительство страны пошло на ослабление некоторых ограничений и даже на приближение условий деятельности филиалов и дочерних компаний иностранных фирм к режиму, принятому для национальных фирм. Иностранные инвесторы в Республике Корея пользуются разнообразными льготами. В частности, для компаний, занятых в сфере высоких технологий, практикуется отмена налогов (корпоративного и подоходного) на срок максимум до семи лет (на пять лет – на 100%, еще на два года – на 50%). Для компаний, работающих в зонах для иностранных инвестиций (Foreign Investment Zone), СЭЗ (Free Economic Zone), свободных торговых зонах (Free Trade Zone) или в зонах городского развития (City Development Zone), аналогичные льготы предоставляются сроком до пяти лет (на три года – 100%, на два года – на 50%). Иностранные инвесторы могут также получать дополнительные льготы от местных администраций в виде отмены регистрационных сборов, налога на имущество вплоть до 15 лет.

Таблица 2

Динамика инвестиций из России в Республики Корея (в млн долл. США)

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018
Всего:	32	66	75	64	68
Участие в капитале	32	65	63	52	57
Долговые инструменты	0	1	11	12	11

Источник: Банк России

За 2018 год в южнокорейскую экономику поступило прямых инвестиций из России на сумму 68 млн долл. Как мы видим с 2014 года, инвестиции с Российской стороны выросли почти в 2 раза. Но, справедливости ради стоит отметить, что общая сумма иностранных инвестиций, которые поступило в Южной Корею за 2018 год составляет примерно 23 млрд. долл. (По данным Экспортно-Импортного Банка РК). Из всего выше перечисленного можно сделать вывод, что Корея является крайне благоприятной страной для инвестирования. Но не смотря на все блага которые предоставляет корейская сторона, российские инвестиции в Корею, остаются пока на достаточно низком уровне.

Поводя итоги, можно сказать, что с одной стороны Республика Корея выступает, как крайне привлекательным инвестором для России. С другой стороны, Корея является также и благоприятным местом, куда можно вкладывать инвестиции. Этот факт обуславливается благодаря высокой экономической развитостью страны и грамотно выстроенной политикой в отношении экономики и в других немало важных сферах. Огромная территория России с её природными запасами органического сырья, делает из неё достаточно привлекательным местом для инвестирования. Если характеризовать инвестиционное сотрудничество между Российской Федера-

цией и Республики Корея в целом, можно сказать, что оно является достаточно перспективным направлением, но на данный момент не реализованным в полной мере.

1. <https://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> Центральный Банк Российской Федерации «Статистика внешнего сектора»
2. <https://korea-seoul.mid.ru/otnosenia-mezdu-rossiej-i-respublikoj-korea-v-sferah-politiki-i-ekonomiki> «Отношения между Россией и Республикой Корея в сферах политики и экономики»
3. <https://gia.ru/20180621/1522910881.html> «Межгосударственные отношения России и Республики Корея» 2018 год
4. Латкин, А.П. Российско-Южнокорейское деловое сотрудничество в Приморском крае из 1990-х в 2000-е / А.П. Латкин, Е.В. Горбенкова. Владивосток, 2010.
5. <https://cyberleninka.ru/article/v/problemy-i-perspektivy-investitsionnogo-sotrudnichestva-dalnego-vostoka-rossii-i-respubliki-koreya> А.Б. Левинталь «Проблемы и перспективы инвестиционного сотрудничества Дальнего Востока России и Республики Корея» 2013г.
6. <https://rg.ru/2018/11/16/pravitelstvo-iuzhnoj-korei-sozdast-fond-podderzhki-investicij-v-rossiiu.html> Олег Кириянов «Правительство Южной Кореи создаст фонд поддержки инвестиций в Россию» 2018 г.
7. <https://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&cat=mcat&mcate=220&type=news&news&newsid=3827> И.Г. Атюков «Инвестиционный потенциал Республики Кореи как экономического партнера России»

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ПРОБЛЕМЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ СЕВЕРНОЙ И ЮЖНОЙ КОРЕИ В ОЦЕНКАХ МИРОВОГО СООБЩЕСТВА

Д.В. Линская
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В данном регионе происходят заметные изменения в сторону разоружения КНДР и оттаиванию многолетнего конфликта. Учитывая последние события, нельзя не обратить внимание на проблемы объединения двух государств и причины, потому что любое предполагаемое событие в международных отношениях имеет свои погрешности. Однако данное событие не может оцениваться, как скорейшее приближение к исполнению мечты корейского народа. На это существует ряд причин и мнений. Ожидание экономического упадка, разница идеологий, нескончаемый поток угроз безопасности и многое другое отделяет Корею от объединения.

Ключевые слова и словосочетания: идеология, диктатура, демократия, национальные интересы, проблемы, объединение.

UNIFICATION PROBLEMS OF NORTH AND SOUTH KOREA ACCORDING TO THE WORLD COMMUNITY

Significant changes are taking place in this region towards the disarmament of DPRK and the thawing of a multi-year conflict. Taking into account the recent events, it is impossible not to draw attention to the problems of unification of the two states and the reasons, because any proposed event in international relations has its own errors. However, this event cannot be assessed as the earliest approximation to the fulfillment of the dream of the Korean people. There are a number of reasons and opinions for this. Waiting for economic decline, the difference of ideologies, an end-less stream of security threats and much more separates Korea from the unification.

Keywords: ideology, dictatorship, democracy, national interests, problems, unity.

Официальная позиция Республики Корея, как правительства, заключается в том, что она стремится к разработке и осуществлению политики мирного объединения, основанной на демократическом порядке. Кроме того, формальным образом Северная Корея считается областью, которая не может быть исключена из-за ее ограниченной административной власти, поэтому невозможно отрицать объединение, если в Конституцию не будут внесены изменения [1, с.1]. Однако существуют возражения, основанные на реальных проблемах объединения.

Современные корейцы, как нация, ценят личную свободу и права человека, а также свободу своих мыслей и их распространение, любой человек может изменить свою национальность. Индивидуальные интересы важнее нации. Поэтому, если Северная Корея была бы передовой страной на норвежском уровне, страны легко могли бы объединиться, если им это выгодно. Однако Северная Корея в 2018 году признана государством, где на протяжении 45 лет нарушаются права иностранных граждан и даже собственных [1, с.1]. В 2019 году северо-корейская газета труда заявила, что мир завидует системам Северной Кореи, унаследованным без пристрастия.

Что касается дипломатии на территории КНДР, согласно сообщениям СМИ в 2019 году, министерство иностранных дел было закрыто и было приказано вернуть иностранных дипломатов за границу после того, как они вышли из состава организаций посольств в Северной Корее. Чтобы не допустить наличие северо-корейских перебежчиков к проживанию за границей, бывшие экспатрианты рожали своих детей в Северной Корее по концепции заложников. Всё изменилось с приходом к власти Ким Чен Ына. Однако даже он не в силах изменить всё кардинально.

Существует мнение, что безумно мечтать об объединении со страной, где правит диктатура, результат может быть пугающим. Конечно, это огромная возможность для Северной Кореи, где правит движение антиамериканизма, а Япония является ненавистным объектом.

Направления внешнеполитического сотрудничества, к которому стремится Мун Дже Ин в своей политике – это страны Северной Европы, такие как Дания, Норвегия и Финляндия [1, с.1]. Современные корейцы, как правило, представляют себе стабильное европейское государство всеобщего благосостояния, которое лучше, чем большая страна с большим разрывом между богатыми и бедными. По состоянию на 2018 год наиболее развитой страной является Сингапур. Если население этих государств всеобщего благосостояния увеличится, ВВП на душу населения неизбежно сократится, а разрыв между богатыми и бедными увеличится. Корею можно назвать табелем успеваемости с её населением 50 миллионов человек. Если 25 миллионов бедняков поглотят страну, весь уровень будет нивелирован, а вероятность социальных конфликтов, разногласий и хаоса возрастет.

Надо полагать, что, когда страна объединится, население составит 75 миллионов человек, 25 миллионов из них – это северные корейцы [2, с.1]. Со стороны населения Республики Корея исходит опасение, что прибавление к своему населению 25 миллионов беженцев разрушит успешную систему государства, какое он в нынешнее время. Бонусом является распространение идеологии чучхе на территории устоявшейся страны со своим укладом жизни.

Существует мнение, что прибавление населения низкого качества никак не ухудшит состояние нынешнего государства. Если это так, то развитые страны Запада, которые страдают от проблем с низким уровнем рождаемости, должны быть иммигрированы в любую страну, если там говорят на английском. Однако их иммиграционный скрининг довольно сложен. Даже Австралия, в которой проживает самое маленькое население, является 11-й страной в мире по обучению английскому языку. Северная Корея - одна из самых бедных стран с ВВП на душу населения в 648 долларов США. Теперь можно вообразить, что к этой ситуации добавятся 25 миллионов беженцев, мало говорящих на корейском языке.

Южная Корея – страна демократии. Вливая сюда Север с диктатурой, можно устранить спокойствие и четкую структуру власти. Если возникнут жестокие репрессии, они могут превратиться в антиправительственные организации и привести к гражданской войне или провозглашению независимости. Если у северо-корейских перебежчиков уже есть свои собственные голоса, они думают, что они небезопасны, если дать свободу северным корейцам, антиправительственные беспорядки, протесты и нападения самоубийц могут быть своевременной бомбой [1, с.1].

Даже сегодня теория коммунизма не угасает в глазах КНДР. Тем не менее, всё меньше людей верят в данную идеологию, потому что коммунизм является нереалистичной теорией коррумпции в современном мире. Однако в лекции о воссоединении в 2018 году Северная Корея

публично объявила о бесплатном медицинском обслуживании, жилье и образовании во славу коммунистическому строю на территории государства [2, с.1]. Впрочем, как отмечают исследователи, стремление Северной Кореи к диалогу со своим южным соседом – это «демонстративные меры, адресованы как внутренней аудитории (доказывают величие вождя накануне ружейного съезда партии), так и внешней, прежде всего американцам» [3].

Серьезным опасением является столкновение объединенной Северной Кореи с Китаем. Именно из-за Поднебесной (по сути, Советского Союза) изначально возникла Северная Корея. Это была сложная ситуация, когда все силы были собраны, но китайская армия внезапно обнаружилась, и война стала долгой без каких-либо колебаний, а ущерб жизни и имуществу увеличился в геометрической прогрессии. Первоначально Организация Объединенных Наций признала Республику Корея официальным государством, а Северная Корея была несанкционированным незаконным государством, но Китай и СССР настойчиво выдвинули КНДР на мировую политическую арену. Сегодня, в условиях давления со стороны США и угрозы уничтожения [4], северокорейская политика конфронтации базируется на принуждении к диалогу.

Фактически, существует множество мнений, что угроза безопасности – реальная причина для желания объединиться с Северной Кореей. Есть даже люди, которые устали от провокаций и угроз Северной Корее и собираются иммигрировать. Однако после североамериканских переговоров в 2018 году они вступают в атмосферу, в которой риски безопасности могут быть устранены без объединения [1, с.1]. Фактически, Соединенные Штаты контролируют Китай. Независимо от того, насколько серьезен конфликт между Кореей и Японией, мало кто обеспокоен войной. Однако, если Северная Корея станет проамериканским государством, она окажется в состоянии, в котором она сможет контролировать, и риски для безопасности будут значительно увеличены.

В международной политике существует демократический пацифизм, и нет войны между демократическими нациями. Большинство простых людей неохотно сражаются на самой войне, и идти на войну нелегко, потому что демократическое государство управляется общественным мнением. Конечно, это не означает, что демократические нации сдаются в случае вторжения, и если какие-либо нации являются войсками, они будут сопротивляться на 100%, когда вторгнутся другие. Поэтому Северная Корея использует стратегию, направленную на то, чтобы вызвать антиправительственное мнение в Корее, умышленно создавая волнение войны, а не вооруженную провокацию [2, с.1]. Кроме того, так как война приводит к риску падению цен на акции, а также к уменьшению иностранных посетителей, жалобы становятся больше, и правительство чувствует бремя. Фактически, в июне 2018 года Чунг Джу Хонг из правительства Южной Кореи объявил, что он не уступит угрозе Северной Корее. Было проанализировано, что усталость людей из-за конфронтации с Северной Кореей резко возросла. Южная Корея – демократическая страна, а Северная Корея – диктатура, поэтому пацифизм демократии не работает и ему угрожает война.

Северная Корея, которая в настоящее время является самой большой угрозой безопасности в Корее, может стать щитом для Китая. Это может быть выгоднее с точки зрения безопасности, чем объединенная Корея, а это означает, что Корея столкнется с наихудшей ситуацией на границе с Китаем и Россией. Контролируя широкую границу, она будет ошеломляющей. Если столкнуться с Китаем, независимо от того, насколько жестко их контролируют, нелегальные иммигранты, такие как корейско-китайские люди, и преступные организации, такие как трехстороннее общество, могут пройти через землю, и корейские преступники могут легко сбежать в Китай. Другими словами, огромная угроза, которую нельзя сравнить с демонстрацией вооруженных сил Северной Кореей, станет реальностью.

В отличие от Южной и Северной Кореи, которые пережили трагедии политического переворота и Корейскую войну сразу же после освобождения, весьма вероятно, что объединенная Корея является южнокорейским государством [1, с.1]. Вполне это может вызвать недовольство и на уровне правительства.

Если экономическая и социальная политика объединенного корейского правительства потерпит неудачу, то после Великой депрессии произойдут массовые политические потрясения, подобные Германии, и если это произойдет, хаос буквально захлестнет государство.

Как упоминалось выше, даже если две Кореи интегрированы в одну политическую систему одновременно, по крайней мере треть из них должна испытывать начальный уровень путаницы в изучении демократии. Это может сломать политические рамки Южной Кореи, что может привести только к большой путанице в политике объединенной Кореи.

Прежде чем рассматривать двустороннюю Корею, самым важным является расчет полный краха и демократизации северокорейского режима. Если инфраструктура диктаторская, политика не может течь демократическим путем.

Поскольку население Южной Кореи в два с лишним раза больше, чем население Северной Кореи, в нынешней системе избирательных округов и пропорциональных представительств, вероятно, будет много законодателей южнокорейского происхождения, что может привести к негативной реакции.

1. 남북통일/치안 문제 [Движение Север-Юг / проблема безопасности] [Electronic resources] / 나무위키 [Сайт Namu.wiki, Республика Корея]. URL: <https://namu.wiki/w/%EB%82%A8%EB%B6%81%ED%86%B5%EC%9D%BC/%EA%B2%BD%EC%A0%9C%20%EB%AC%B8%EC%A0%9C>.

2. 남북통일/정치 문제 [Воссоединение Север-Юг / политические вопросы] [Electronic resources] / 나무위키 [Сайт Namu.wiki, Республика Корея]. URL: <https://namu.wiki/w/%EB%82%A8%EB%B6%81%ED%86%B5%EC%9D%BC/%EC%A0%95%EC%B9%98%20%EB%AC%B8%EC%A0%9C>.

3. Толорая Г. Корейский полуостров: будет ли война? Меняющийся контекст и интересы России / Г.Д. Толорая // Россия в глобальной политике. 2016. №3, май-июнь. URL: <http://www.globalaffairs.ru/number/Koreiskii-poluostrov-budet-li-voina-18147>

4. Пресс-конференция Владимира Путина по итогам саммита БРИКС / Посольство России в КНДР. 2017, 5 сентября. URL: <http://rusembdprk.ru/ru/posolstvo/novosti-posolstva/459-press-konferentsiya-vladimira-putina-po-itogam-sammita-briks>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЯГКОЙ СИЛЫ ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ США: ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ НА РФ

С.В. Маслов
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Несмотря на то, что человечество ступило в XXI век, на современном этапе развития мирового сообщества актуальной, по-прежнему, остается проблема противостояния двух великих держав: США, РФ. В условиях, диктующих вести отличную от старой внешнюю политику, государства вынуждены были отойти от использования привычных принципов жесткой дипломатии, перейдя, к так называемой мягкой дипломатии, что открывает темы для дискуссий о реализации данной политики, ее эффективности в практических условиях и том, какое она влияние оказывает на направленную цель.

Ключевые слова и словосочетания: «мягкая сила», США, РФ, культурная дипломатия, стратегия, политический курс, публичная дипломатия, «Жесткая сила».

THE USE OF SOFT POWER IN US FOREIGN POLICY: ITS EFFECTIVENESS AND INFLUENCE ON THE RUSSIAN FEDERATION

Despite the fact that mankind has set foot in the 21st century, at the present stage of development of the world community, the problem of confrontation between two great powers, the United States and the Russian Federation, remains relevant. Under conditions that dictate a different from old foreign policy, states were forced to abandon the use of the usual principles of tough diplomacy,

moving to the so-called soft diplomacy, which opens up topics for discussion about the implementation of this policy, its effectiveness in practical terms and what it is. It has an effect on the target.

Keywords: «Soft power», USA, Russian Federation, cultural diplomacy, strategy, political course, public diplomacy, «Hard power».

Актуальность заявленной темы заключается в современных процессах на мировой политической арене, которым характерен совершенно новый от прошлого характер проведения внешней политики, называемый мягкой силой. В данной статье автор описывает несколько рычагов применяемых, при реализации мягкой силы, пример употребления их правительствами США и РФ, а так же делает вывод о том, что на современном этапе развития более уместно употребление термина «умная сила» из-за смешения традиционных способов ведения внешней политики. Автор использует в статье следующие методы: сравнительный метод изучения и аналитический метод для более глубокого раскрытия темы. Среди используемых источников стоит выделить книги Джозефа Нае, исследования РБК, а также данные, предоставленные правительствами обоих государств, находящиеся в публичном доступе, как на официальных сайтах представительств, так и в сети интернет. В завершении автор приходит к логическому выводу о том, Принцип ведения дипломатии посредством мягкой силы, выраженный в культурной и публичной дипломатии, приносит больше результатов, чем применение принудительных рычагов давления, что было отмечено на примере США.

Термин мягкой силы был введен Американским политологом Гарвардского университета Джозефом Наем в 1990 году и позднее доработан в 2004 в его трудах: «Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power» (1991), «Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics» (2004). Мягкая сила – форма выражения политической власти, один из рычагов управления политической обстановкой, способствующий достижению желаемых результатов посредством добровольного волеизъявления, основанный на принципе не вовлеченности методов принуждения. По словам самого автора термина, язык и культура страны являются основными ее инструментами. Касаясь практического применения «мягкой силы», следует отметить, что впервые, наиболее ярко тенденция не вовлечения инструментов насильного принуждения была применена в 50-90е годы прошлого века, на момент зарождения и развития противостояния между США и СССР, годы, характеризующиеся терминами: «Железный занавес», «Холодная Война», «Гонка вооружений», «Биполярный Мир», «Либерализм» и «Демократия», «Социализм и Коммунизм». Связан этот факт был с твердым убеждением стран-участниц ООН о недопущении новой Мировой войны с вовлечением ядерного вооружения, подобно второй Мировой войне, которая и так погрузила весь мир в хаос, поставив мирное сосуществование под большой вопрос без вовлечения ядерного оружия. Следовательно, с целью достижения поставленной цели, государства должны были в корне изменить свои подходы ведения внешней политики, то есть перейти к более дипломатичным инструментам «мягкой дипломатии». Приоритеты государств от военных отошли к экономическим, в контексте конкуренции за доминирование на политической карте мира. Государства перешли к понимаю комплексной взаимозависимости при решении общих проблем и достижению национальных интересов, возросло стратегическое значение культурных обменов, роль СМИ стала одной из главенствующих, в особенности это отражается во внешней политике США. На политической арене свою нишу занимают негосударственные акторы: все различного рода неправительственные организации, фонды, спонсорские организации, которые в той, или иной степени воплощают внешнюю политику государства.

Что касается практического применения принципов «мягкой силы» воплощаемых правительством США, касаясь, в прошлом, СССР, а в настоящее время РФ, то четко можно сказать, что с самого начала противостояния двух держав, правительство США не придерживалось строго принципов «мягкой дипломатии», о чем свидетельствуют события 1955 года – война во Вьетнаме, продлившаяся 20 лет; конфликты, с военным вмешательством во внутренние дела со стороны США, на Ближнем Востоке, «цветные революции» в странах прошлого социалистического блока, а также события 2019 года в Венесуэле. Стоит отметить тот факт, что даже несмотря на более чем успешную военную экспансию, объективное поражение союзников во Вьетнаме отразило все отрицательные стороны политики «жесткой силы»: серьезные экономические затраты, ухудшение отношений с государствами из-за непривлекательности образа страны, неэффективность политики «жесткой силы» в условиях, когда соперник идеологически настроен. Автор полагает, что именно после поражения 1974, США концентрируются на разра-

ботке ведения внешней политики посредством «мягкой силы», используя методы «публичной дипломатии» и «культурной дипломатии». Первым шагом, на пути к победе над идеологическим соперником, по мнению автора, были Хельсинские договоренности, записанные и признанные в виде Хельсинского акта 35 государствами Европы и Северной Америки. Договоренности предусматривали урегулирование всех возникших споров и вопросов в ходе «Холодной войны». Данный акт, как считает автор, послужил основой для дальнейшего создания благоприятного образа страны. Нарращивание культурных связей, постоянный обмен студентами, профессорами и другими индивидами, представляющими интеллигенцию или элиту общества, закладывали лояльное и одобрительное отношение всего государства в целом на долгосрочную перспективу. Ко всему прочему, Бюро по делам образования и культуры, в частности, выступает с инициативой и способствует осуществлению ряда культурных образовательных программ, таких как, например, программа Фулбрайт, которая предоставляет гранты аспирантам, исследователям, преподавателям и руководителям. Через Госдепартамент реализуются программы по сближению культур с зарубежными партнерами для популяризации американской культуры и искусства. К 1990 годам распространение Западных либеральных ценностей в Европе и многих социалистических странах-участницах СССР, а также создание благоприятного образа страны, выраженного через понятие «Американская мечта» посредством СМИ, принесло свои плоды. Развал СССР являлся следствием, проводимой США, публичной дипломатии и культурной дипломатии. Осознав ошибки прошлых лет, сделав выводы о том, что с идейным врагом бороться надо «изнутри», правительство США все-таки смогло победить в противостоянии без вовлечения военных ресурсов и открытых столкновений, прибегая к манипуляциям среди политических элит, финансируя определенные внутренние структуры, выжигая устоявшийся политический режим. Таким образом, политика, основанная на принципе «мягкая сила», направленная на СССР, оказалась довольно эффективной в рамках долгосрочной перспективы.

Если затрагивать внешнюю политику США по отношению к новой и современной России, то следует отметить то, что методы значительно изменились. Долгосрочная перспектива для США, по мнению автора, не удовлетворяет требованиям современных реалий, в условиях скоротечной глобализации, а также отсутствия идеологических врагов как таковых, поскольку официально РФ, правопреемница СССР, является демократическим государством, продвигая либеральные ценности.

На современном этапе политического сообщества очень важно, чтобы внешняя политика приносила плоды в рамках краткосрочной перспективы, кроме того, появилась необходимость в любой момент взять под контроль тот или иной вопрос, возникший в скором порядке. Для решения этих двух задач правительство США разработало новый метод – «цифровая дипломатия». Начиная с 2009, правительство США использует метод «цифровой дипломатии», автор приводит в пример выступление в Каирском университете президента Б. Обамы в 2009 г «О новой стратегии внешней политики, нацеленной на восстановление имиджа США в мире». Слова президента Соединенных Штатов были переведены на 14 языков, размещены на веб-сайтах и блогах по всему миру, а также переданы в текстовых сообщениях SMS на мобильные телефоны в более чем 170 странах.

Данная политика развивалась дальше и самый большой вклад в нее внесла Х. Клинтон. Что же касается данной политики относительно РФ, то нередкими были выступления американских политиков, которые со скоростью света разносились и разносятся по миру, имея перевод в виде субтитров на многие языки мира. Кроме того, проведение такой политики имеет и латентный характер. Финансируя популярных артистов, которые посещают территорию РФ, Госдепартамент США продвигает национальные интересы и политику через массовую культуру. Высказывания популярных артистов по поводу политических событий зачастую вызывает общественный резонанс. Ярким примером может послужить выступление певицы Мадонны родом из США, которая в ходе своего концерта в России выступила в поддержку участниц группы «Pussy Riot».

Руководствуясь лишь методами, присущими «мягкой дипломатии», США не могут достичь оперативной работы относительно внешней политики, и именно поэтому на современном этапе методы стали смешиваться, постепенное наращивание военной мощи, увеличение количества военных баз и размещение систем ПРО и ПВО по границам с РФ, а также торговые войны и экономические санкции. Все это говорит о частичном вовлечении инструментов «жесткой дипломатии», таким образом, зарождается термин «умная сила». Говоря о политике «умной силы», стоит упомянуть такие страны, как Ливия и Сирия, в отношении которых, по заявлениям Хиллари Клинтон,

США придерживаются именно данного вектора. Выражаясь простыми словами, США используют свой авторитет, который был достигнут кропотливой работой, с целью реализации принципа “кну-та и пряника” в отношении РФ. Зачастую, конечно же, правительство США применяет “кнут” в случае с РФ, о чем свидетельствуют постоянные экономические санкции, постепенное наращивание военной мощи вокруг границ России, а также информационная война.

Таким образом, автор делает вывод о том, что внешняя политика посредством «мягкой силы» со стороны США по отношению к РФ является довольно успешной, а следовательно, эффективной, хотя, опираясь на исторические факты, эффективна такая политика только в долгосрочной перспективе и, зачастую, случаются осечки, которые носят деструктивный характер для всей внешней политики в целом. Исходя из этого, автор полагает, что США на современном этапе развития ищут более скоротечные способы решения данной проблемы, прибегая к смешению принципов «мягкой силы» и «жесткой силы». Именно поэтому, автор считает, что более правильно, в контексте современного ведения внешней политики США, употреблять термин «умная сила».

1. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power [Electronic resource] / J. Nye, 1990. URL: <http://www.kropfpolisci.com/exceptionalism.nye.pdf> <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2010/01/02/>

2. Joseph S. Nye Jr. Soft Power The Means To Success In World Politics Public Affairs (2005) [Electronic resource] https://www.academia.edu/30939110/Joseph_S._Nye_Jr._Soft_Power_The_Means_To_Success_In_World_Politics_PublicAffairs_2005_

3. Совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе. Заключительный акт (1975) – <https://www.osce.org/ru/ministerial-councils/39505?download=true>

4. Конституция РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-3.htm>

5. Полякова, А.А. «Мягкая сила» в контексте внешней политики США: концептуально – теоретические аспекты (2015) А.А. Полякова [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-v-kontekste-vneshney-politiki-ssha-kontseptualno-teoreticheskie-aspekty>

6., Фролова О. А. «Мягкая сила» внешнеполитической деятельности США: институты и механизмы формирования (2013) / О.А. Фролова [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-vneshnepoliticheskoy-deyatelnosti-ssha-instituty-i-mehanizmu-formirovaniya>

7. Авксентьев, В.А. «Мягкая сила» в политике США и России (2016) / В.А. Авксентьев, В.А.Васильченко [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-v-politike-ssha-i-rossii>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОБМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ЭЛЕМЕНТ МЯГКОЙ СИЛЫ

В.В. Милиев
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

На современном этапе развития мирового сообщества для России становится все более актуальной проблема эффективного использования мягкой силы как основного инструмента ведения внешней политики. Ребром стоят проблемы депопуляции, отсутствия квалифицированных трудовых ресурсов, постоянного оттока мозгов за пределы границы государства. Формирование оптимальной миграционной и образовательной политики является важнейшей задачей для Российской Федерации. Ее ключевыми моментами должны стать поэтапное на-

рацивание денежных вложений в образование и формирование наиболее привлекательного имиджа для иностранных студентов. .

Ключевые слова и словосочетания: мягкая сила, имидж, образовательные программы, стипендиаты, гранты, денежные инвестиции, иностранные студенты, образовательная миграция, Россия, Китай, ЕС.

INTERNATIONAL EXCHANGE PROGRAMMES AS THE LAVERAGE OF SOFT POWER

At the present stage of the development of the world community, the problem of the effective use of soft power as the basic tool of conducting foreign policy is becoming ever more relevant for Russia. The problems of depopulation, the lack of qualified labor resources, the constant outflow of brains beyond the borders of the state stand in the forefront. Formation optimal migration and education policy is the most important issue for the Russian Federation. It`s key points should be a gradual increase in monetary investments in education and the formation of the most attractive image for foreign students.

Keywords: *Soft power, image, educational programs, scholars, grants, cash investments, foreign students, educational migration, Russia, China, the EU.*

Актуальность данной темы обуславливается современными процессами на мировой политической арене, которым характерен совершенно иной от прошлого принцип ведения внешней дипломатии, называемый мягкой силой. Международные обменные образовательные программы рассматриваются в качестве одного из рычагов мягкой силы, в частности, на примере его реализации Россией и Китаем, изучается вопрос о надобности скорейшего пересмотра политики культурной дипломатии Российской Федерации в связи с фактами, указывающими на отрицательный результат проводимых на сегодняшний день элементов культурной дипломатии. Автор использует сравнительный метод изучения, сопоставляя элементы культурной политики РФ и КНР, что дает возможность проследить, как именно реализация государственной политики, располагающей огромными денежными вливаниями, становится, в конечном счете, главным условием успешного проведения политики культурной дипломатии. В работе автор прибегает к элементам статистического анализа данных для понимания межвузовского сотрудничества России и Китая, в частности, анализируя данные, предоставленные Владивостокским государственным университетом экономики и сервиса (ВГУЭС).

Термин мягкой силы был введен американским политологом Гарвардского университета Джозефом Наем в 1990 году и позднее доработан в 2004. Мягкая сила – форма выражения политической власти, один из рычагов управления политической обстановкой, способствующий достижению желаемых результатов посредством добровольного волеизъявления, основанный на принципе не вовлеченности методов принуждения. По словам самого автора термина, язык и культура страны являются основными ее инструментами [1, 2, 3].

Обменная образовательная программа – это договоренность в письменной форме или соглашении между двумя и более вузами-партнёрами по обмену студентами. Данное соглашение подразумевает прохождение обучения, стажировки, практики в вузе-партнере в течении определенного времени. На момент стажировки студент находится на территории приглашающей стороны под её полной опекой. Данные программы нацелены на повышение компетенций обучающихся, расширение их кругозора и повышение осведомленности о стране пребывания, которая включает в себя культуру и язык.

Образование является неотъемлемой частью культурной дипломатии. Как уже было упомянуто, международные обменные программы подразумевают проживание студента на территории другого государства, а также полную интеграцию и адаптацию студента в новой среде обитания, включающую в себя: культуру, менталитет, язык, традиции, уклад жизни, отличное от родного мышление и т.д и т.п. Если вспомнить значение понятия «мягкая сила», то можно сделать вывод, что международные обменные программы являются идеальным инструментом для осуществления данного метода. Появляются идеальные условия, при которых становится возможным полное манипулирование сознанием человека, его эмоциональным и психологическим состоянием, становится возможным создание определенного образа страны, так как с самого начала студент – лояльная личность, заинтересованная в той или иной степени, а следовательно, шанс «склонить» или «привлечь» заметно повышается.

Российская политика предполагает довольно интенсивное использование «мягкой силы» [4]. Для осуществления подобной стратегии ведения внешней политики государства разрабатывают и создают различного рода и вида фонды и стипендиаты, а иногда отдельные департаменты (Институты Конфуция, департамент DAAD, SAAS), которые, зачастую, полностью покрывают расходы студента или частично их возмещают. Так, в России существуют следующие фонды: Фонд поддержки образования, благотворительный фонд Владимира Потанина, фонд «Русский мир» и др., но об их существовании мало известно иностранцам, а, следовательно, совершенно уверенно можно сказать, данный метод ведения мягкой дипломатии в целом слаб в РФ. Стоит отметить, однако, международную деятельность российских университетов: к примеру, во ВГУЭС существует подразделение ДМКД – Департамент международной культурной деятельности, обеспечивающий успешный обмен студентами, а также разрабатывающий различные способы повышения привлекательности российского университета: система волонтер-студент, разговорные клубы русского и английского языков, VSUES international club.

В Китае, который еще с 2007 года начал активно вкладывать огромные денежные средства в образование для иностранных студентов, инвестиции исчисляются миллиардами юаней, а количество различного рода обменных программ – сотнями. Во всем мире известны институты Конфуция, которых, к слову, на 2018 год насчитывалось 548 по всему миру [5], каждый знает о высоких стипендиях, превышающих средний уровень дохода в РФ, и доступном образовании в китайских университетах. Культура становится все более важным фактором в совокупной государственной мощи, а Председатель КПК Ху Цзиньтао призывает к повышению роли культурной составляющей «мягкой силы» [7]. Здесь следует отметить тот факт, что еще с 2012 года Китай как никогда активно начинает сотрудничать с рядом зарубежных вузов, в число которых вошел и ВГУЭС.

Опираясь на входящую и исходящую образовательную миграцию, с 2012 по 2019 года на примере ВГУЭС видно активное вовлечение как китайских студентов в российское образование, так и русских в китайское. В основном китайские студенты приезжают учить язык, но не редко встречаются студенты, изучающие точные науки или сферу модной индустрии. Следует заметить тот факт, что количество вузов-партнеров растет в геометрической прогрессии, так, если на момент 2012-2013 гг. ВГУЭС сотрудничал с тремя китайскими университетами, то на 2019 год число выросло до 10. Привлекательность сотрудничества объясняется следующими факторами: бесплатное обучение в вузе-партнере на момент прохождения стажировки, различного вида программы как для бакалавров, так и для магистрантов, предусматривающие материальную поддержку в виде стипендий и государственных грантов. Таким образом, можно сделать вывод, что, помимо самих университетов, государство играет первостепенную роль в проведении культурной дипломатии, так как оказывает существенную денежную поддержку, что делает данный метод крайне эффективным.

Под имиджем страны автор понимает совокупность представлений о стране различных социальных групп, представления касаются внутренних и внешних составляющих. Имидж в современном понимании является неким совокупным эмоциональным восприятием о каком-либо объекте разговора или суждения, в результате действий объекта, которые совершает сам объект и действий другой стороны по отношению к объекту. По своему началу имидж представляет собой некий психологический образ. Этот образ напрямую влияет на поведение и выбор человека. Международные обменные программы являются лучшим инструментом для формирования и поддержания имиджа, так как, повторюсь, студенты уже лояльны и их мышлением легче манипулировать.

Имидж страны, пожалуй, одно из самых главных условий при ведении мягкой дипломатии, так как от имиджа будет зависеть, во-первых, отношения государства с другими факторами, во-вторых, привлекательность для социальных групп различного рода, что, определенно, сказывается на взаимоотношениях людей, наций, государств в долгосрочной перспективе. Именно поэтому, каждое государство активно способствует развитию тенденции международного студенческого обмена, так как понимает, что на смену старшему поколению всегда приходит молодое, более современное поколение и взаимоотношение будут строиться относительно ранее сформированного психологического образа.

Чем существеннее денежные вливания, вкладываемые в культурные обменные программы, тем более привлекательной становится для студента та или иная страна. Это порождает большой поток образовательной миграции в наиболее спонсируемые, известные, то есть благоприятные зоны, что помогает выделить мировые образовательные центры, куда стремится большая часть студентов.

Таким образом, можно выделить следующие центры культурной и образовательной миграции: КИТАЙ, США, ЕС, США, но, также данная тенденция порождает феномен оттока «моз-

гов» или человеческого капитала, что, в свою очередь, в некоторых государствах является важным пунктом в стратегии национальной безопасности.

К примеру, Китай: человеческий капитал – важная составляющая комплексной государственной мощи страны и ее международной конкурентоспособности. Поэтому, в современном мире первостепенная задача каждого государства, по нашему мнению, заключается в построении особенно привлекательного имиджа страны, что позволит постоянно пополнять человеческие ресурсы и сохранять интеллектуальный потенциал внутри страны. Такая политика проводится все активнее в Китае и России. Согласно данным РБК 2016 года, в РФ, на период с 2011 по 2017 год, выделено 4 триллиона рублей на развитие и поддержку образования, в общей сумме ассигнований на пять основных направлений бюджетной системы расходы на образование составили 23-25%, что превышает расходы на оборону, и эта сумма останется примерно на таком уровне вплоть до 2019 года [8].

Несмотря на такие денежные вливания, данный уровень поддержки ничтожен, если сравнивать Россию с ЕС, а тем более с Китаем. Китай потратил на нужды образования, только в 2016 году, 3,9 трлн. юаней (порядка \$585 млрд), сообщает информационное агентство «REGNUM» [9]. Исходя из всего выше сказанного, автор делает вывод о том, что политика культурной дипломатии РФ не дает должного результата.

Связывается это со следующими факторами: отсутствием четкого и внятного имиджа страны, непривлекательностью образования в России и слабой финансовой государственной поддержкой, пропагандой. Именно поэтому автор предлагает увеличить объём денежных средств, вливаемых в образование и поддержание имиджа страны, что в свое время делал Китай.

1. Kushlis Patricia H. Sharpe Patricia Lee. Public Diplomacy Today and Tomorrow [Electronic recourse] / Patricia H. Kushlis, Patricia Lee Sharpe // Whirled View. 2011, October 29. URL: <https://whirledview.typepad.com/whirledview/public-diplomacy-today-and-tomorrow.html> (Public Diplomacy Today and Tomorrow)

2. Nye J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power [Electronic recourse] / J. Nye, 1990. URL: <http://www.kropfpolisci.com/exceptionalism.nye.pdf>
<http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2010/01/02/>

3. Болдырев, Р. Вода камень точит. Феномен «Мягкой силы» на современной политической арене / Р. Болдырев // Infosplanet. 2017. URL: <http://infosplanet.info/obshhestvennyye-otnosheniya/mjagkaja-sila-segodnja/>

4. Ваплер, В.Я. Идея империи и «мягкая сила»: мировой опыт и российские перспективы / В.Я. Ваплер, Н.Э. Гронская, А.С. Гусев, Д.С. Коршунов, А.С. Макарычев, А.В. Солнцев. // Вопросы управления. 2010. №1. Режим доступа: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2010/01/02/>

5. Количество Институтов Конфуция в мире достигло 548 [Электронный ресурс] // News.rambler. 2018, 5 декабря. URL: <https://news.rambler.ru/other/41377377-kolichestvo-institutov-konfutsiya-v-mire-dostiglo-548/?updated>

6. Толстоброва, Н.А. Оценка влияния образовательной миграции на профессиональное образование в России / Н.А. Толстоброва, М.Ю. Осипова [Электронный ресурс] / Современные проблемы науки и образования. 2012. №5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=7228>

7. Троян, И. «Мягкая сила» Китая: культурная экспансия «красного дракона» / И. Троян. [Электронный ресурс] // Информационное агенство Iarex. 2016, 14 апреля. URL: <http://www.iarex.ru/articles/52522.html>

8. Моисеев, И. Исследование РБК: сколько Россия на самом деле тратит на своих граждан / И. Моисеев, А. Зейман, В. Шишков, Владимир Дергачев. [Электронный ресурс] // РБК. 2016, 14 декабря. URL: <https://www.rbc.ru/economics/14/12/2016/584fd32e9a7947c251265ede>

9. Китай наращивает расходы на образование. – [Электронный ресурс] // Информационное агенство Regnum. 2017, 26 октября. URL: <https://regnum.ru/news/2338422.html> (Китай наращивает расходы на образование) (электронный ресурс).

КИТАЙСКАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ НА ДАЛЬНИЙ ВОСТОК РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А.А. Михайленко
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье анализируется китайская трудовая миграция в приграничные регионы Дальнего Востока России. Выявлены особенности трудовых мигрантов, проблемы и определены перспективы.

Ключевые слова и словосочетания: *Трудовая миграция, международная миграция, иностранная рабочая сила, Китай, Дальний Восток России.*

CHINESE LABOR MIGRATION TO THE FAR EAST OF RUSSIA: PROBLEMS AND PROSPECTS

The article analyzes Chinese labor migration to the border regions of the Russian Far East.

Keywords: *Labor migration, international migration, foreign labor, China, the Far East of Russia.*

В современном мире, международная трудовая миграция оказывает все большее влияние на социально-экономическое развитие стран, формирует региональные рынки труда. Важное место в мировом миграционном пространстве занимает Китай, Китай является самой большой страной в мире по численности населения и обладает большим трудовым и миграционным потенциалом. Проанализировать китайскую трудовую миграцию и выявить ее особенности, важнее всего, на примере Приграничных районов Дальнего Востока России.

Важнейшая причина китайской миграции на Дальний Восток России – это перенаселенность Китая. Более половины территории страны не пригодна для проживания, когда же в России наблюдается обратная тенденция – Россия имеет обширные территории и сравнительно небольшое количество населения. Дальний Восток является ближайшим местом пересечения границ двух стран, поэтому особое влияние китайская миграция оказывает на эту территорию. Нехватка рабочих мест в Китае вызывает избыток рабочей силы, также на причины миграции влияет перенаселение страны. [1]

Экономических мигрантов из Китая можно разделить на несколько групп: во-первых, лица, которые обучались до приезда в Россию, во-вторых, работники низкой и средней квалификации, например, строители, работники промышленной и сельскохозяйственной отрасли, в- третьих, специалисты, работники инженерно-технических областей, работники руководящих должностей. В общей структуре миграционного потока наибольшее количество мигрантов приходится на группу рабочих, занимающихся ручным неквалифицированным трудом, физически тяжелой и опасной деятельностью.

Граждане КНР в России, в основном, работают в области строительства, коммерции и мелкого бизнеса, сельском хозяйстве. Большинство китайских мигрантов заняты в частном секторе, на совместных предприятиях или на предприятиях со смешанной собственностью, принадлежащих иностранному физическому и юридическому лицам.

Китайские трудовые мигранты делятся на работающих по найму и самозанятых. Около половины из них работают по найму в организациях и на предприятиях, 15% наняты физическими лицами, индивидуальными предпринимателями. [2]

Предприятия в России все больше пытаются снизить издержки производства, поэтому их так привлекает использование китайской рабочей силы. Мигранты из КНР более неприхотливы в быту и это снижает издержки на их обустройство, также мигранты из Китая ха-

рактируются высокой производительностью труда и способствуют развитию определенных сфер производства, таких как: строительство, сельское хозяйство. Социальные затраты на мигрантов значительно ниже, поэтому работодателям выгодно нанимать иностранцев для работы.

В России основное количество нелегальных мигрантов составляют следующие группы лиц:

– граждане КНР, прибывающие в Россию легально, по действительным туристическим визам, гостевым или служебным визам, частным приглашениям, но с целью, отличающейся от той, что указана в документах;

– граждане, прибывающие нелегально, не проходящие паспортный и иммиграционный контроль, находящие «лазейки» в государственной границе;

– граждане, ранее обучавшиеся в России по студенческой визе, но не желающие возвращаться на родину по окончании учебного заведения;

– граждане КНР, нарушающие правила трудовой занятости, установленные российским законодательством.

Трудовые мигранты из Китая имеют различные цели, среди них такие как: временное пребывание в России с целью заработка и дальнейшего возвращения на родину, желание остаться в стране на постоянной основе, нахождение в России с целью переезда в другую страну. По данным исследований, менее половины китайских мигрантов планируют вернуться на родину. Желание вернуться на Родину имеет связь с длительностью проживания в Российской Федерации, чем дольше китайцы проживают в России, тем меньше они планируют возвращение в Китай. [3]

В последнее время, увеличивающееся число экономических мигрантов привело к формированию китайской диаспоры в России со всеми ее составляющими компонентами, а именно, культурными, социальными, экономическими и политическими сообществами китайцев. Формирование китайской диаспоры и возрастающие потоки мигрантов дают основание исследователям говорить о «демографической экспансии Китая». [4]

Китайская экономическая миграция имеет ряд проблем, обусловленных следующими обстоятельствами:

- формирование теневого спектра экономики;
- демографические и экономические последствия;
- нарастание масштабов миграции;
- проблемы адаптации китайских мигрантов в России;
- необходимость регулирования миграционных потоков.

В настоящее время существуют предпосылки для увеличения масштабов экономической миграции из Китая. Масштабы будут зависеть от внешних факторов, таких как: развитие экономики Китая, миграционная политика России в вопросах социально-экономического и политического развития, также и от внутренних факторов, таких как: ситуация на рынке труда, стратегия Китая в сфере миграции и демографическая сфера. [5]

Роль трудовой миграции в современной России неоднозначна и требует государственного регулирования в этой сфере. Необходимо вести точную и полную статистику о трудовых мигрантах, регулировать все области этой деятельности, ограничение нелегальной миграции и незаконной занятости граждан Китая, снижение рисков, связанных с наймом иностранной рабочей силы. Необходима поддержка национальных и геополитических интересов страны.

Особое значение в области социальной политики имеют меры по стабилизации населения и трудовых ресурсов страны на Дальнем Востоке России. Важным является предоставление преференций для привлечения на территории Дальнего Востока мигрантов из других регионов России, квотирование в использовании трудовых мигрантов из Китая, стимулирование миграции российского населения в приграничные с Китаем районы.

Необходимо расширять информационную базу регулирования миграционных потоков из КНР. Проводить мониторинг и наблюдение за процессами китайской трудовой миграции, выборочных исследований по проблемам миграции.

1. Гун Лян Хуа. Глобализация – доминирующий фактор международной трудовой миграции: монография / Гун Лян Хуа. М.:МАКС Пресс, 2008. 88 с.

2. Богаевская, А.Н. Китайская миграция на Дальний Восток России / А.Н. Богаевская [Электронный ресурс]. URL: <http://www.law.edu.ru/script/cntsource.asp?cntID=100087587>.
3. Красинец, Е.С. Китайская миграция в современной России / Е.С. Красинец. М.: МАКС Пресс, 2010. С. 31.
4. Гельбрас, В. Россия в условиях глобальной китайской миграции / В. Гельбрас. М., 2004. С. 29
5. Пальников, М.С. Китайская миграция и будущее России. Ч. 1 / М.С. пальников [Электронный ресурс] // Сетевое издание центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы: [Электронный ресурс]. URL: http://www.perspektivy.info/oikumena/azia/kitajskaja_migracija_i_budushheje_rossii_chast_pervaja_2008-10-23.htm

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

РОЛЬ РОССИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СМИ В ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОБЛЕМАТИКЕ ИСЛАМСКОГО МИРА

П.Ю. Мулик
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В современном мире одним из самых мощных инструментов влияния на общественное сознание бесспорно являются средства массовой информации. Ведь это ресурс, который есть у каждого гражданина страны в неограниченном доступе. Нередко случается, что именно благодаря масс-медиа мы можем узнать о внешнеполитическом курсе Исламского мира и сложившихся в нём ситуациях, произошедших событиях. Российские и американские СМИ формируют определённое мнение и видение Исламского мира у общества, которые в свою очередь оказывают воздействие на внутривнутриполитический курс государства. Зачастую такое видение сильно различается и даже вступает в некоторую идеологическую конфронтацию.

Ключевые слова и словосочетания: *средства массовой информации, Исламский мир, масс-медиа, идеологическая конфронтация, общественное сознание, внешнеполитический курс, США, Россия.*

THE ROLE OF RUSSIAN AND AMERICAN MASS MEDIA IN THE GEOPOLITICAL ISSUES OF THE ISLAMIC WORLD

The mass media is undoubtedly one of the most powerful instruments of influence on the public consciousness in the modern world. This is a resource that every citizen of country has in unlimited access. It often happens that we can learn about the foreign policy of the Islamic world, the situations that have happened in it and events that have occurred there by the publications of mass media. And mass media of Russia and United States of America form a certain opinion about the Islamic world, such visions of society have an impact on the internal political course of the state. These visions are often very different and even enter into some ideological confrontation.

Keywords: *The mass media, the Islamic world, ideological confrontation, public consciousness, foreign policy, USA, Russia.*

Средства массовой информации существуют уже очень долгое время и охватывают огромную аудиторию. А в XXI веке – веке технологического прогресса и в условиях становления информационно-цивилизационной цивилизации – их нередко называют «четвёртой властью» и институтом социализации [1]. Масс-медиа действительно можно определить, как мощный инструмент, который оказывает воздействие на формирование общественного мнения и сознания. СМИ отображают преобладающие точки зрения того, что происходит в Исламском мире в настоящее время, а

также показывают позицию государства и раскрывают аспекты как его внутренней, так и внешней политики [2].

В данной работе особенное внимание обращается на влияние СМИ именно на внутреннюю политику государства. Оказываемое масс-медиа влияние позволяет по-своему трактовать происходящие на территориях, попадающих под информационный ареал, события. В свою очередь, это ведёт к формированию определённого мнения и сознания у общества, которое может воздействовать и содействовать внутриполитическому курсу государства. Это ещё раз доказывает, что влияние СМИ на информационную среду государства с целью оказать воздействие на общество в своих интересах действительно можно выделить в качестве одного из внутриполитических инструментов.

Актуальность данной темы обуславливается тем, что появился тренд на усиление различий в оценке событий Исламского мира. Во многих случаях публикации современных российских и американских масс-медиа, формирующие определённое видение у российских и американских читателей, различаются и приводят к нарастанию геополитической конфликтности между этими странами. В этом и выражается практическая значимость, ведь специалисту в области геополитики нужно решать проблемы, которые связаны с геополитическими интересами современных государств.

Предметом исследования была выбрана роль СМИ как способ влияния в достижении геополитических целей, а объектом – создаваемые масс-медиа образы, а в качестве материала взяты российские и американские СМИ. Были выбраны такие американские интернет-издания как CNN – Cable News Network, The New York Times, Fox News Channel и The Huffington Post [3,4,5,6]. И российские – RT, РБК, Ведомости и Лента.ру [7,8,9,10]. Данные интернет-издания являются наиболее популярными и доступными в своих странах, а значит имеют наибольшее внешнее влияние. Были выбраны новостные публикации данных интернет-изданий, повествующие о Сирии, в периоды: 2016 год – наступление на город Алеппо – и 2019 год – обстрел боевиками незаконных вооружённых формирований пригородов города Хама.

В операции наступления на Алеппо участвовали Россия и США, поэтому она оказала влияние на характер публикаций. Одной из самых расхожих во мнениях тем стал образ сирийского президента Башара Асада. В масс-медиа Соединённых Штатов Америки, представленных публикациями новостных интернет-изданий Fox News Channel и The Huffington Post, он представлен негативно, как лидер, жаждущий лишь власти и губящий свой народ. В российских СМИ, представленных публикациями новостных интернет-изданий Лента.ру и RT, наоборот, Башар Асад – президент, который пытается прекратить кровопролитную войну, лидер, заботящийся о своём народе. Из этого следует, что у российских читателей формируется образ союзника России, а у американских читателей Башар Асад наоборот будет ассоциироваться с Саадамом Хусейном, в образе тирана, которого нужно свергнуть, чтобы народ зажил лучше. Таким образом США стремятся отстранить его от власти ещё с самого начала конфликта, готова американского читателя такими публикациями к принятию геополитической амбиции США [11,12].

Сильно отличаются и освещения военных действий обеих сторон. Выбранные российские новостные интернет-издания рассказывают о действиях нашей армии в Сирии, о том, как она помогает сирийскому народу бороться с терроризмом. В американских масс-медиа этого нет. Для России публикации новостей такого рода действительно необходимы политически, показывая своим читателям цель многомиллионных расходов из бюджета на армию и присутствия российских войск в Сирии. Американские публикации наоборот критикуют действия России, сообщая, что российские и сирийские ВВС бомбят мирных жителей, что под этими атаками гибнет огромное число сирийцев, тем самым подтверждая недовольство США нахождением российской армии на территории Сирии.

Совершенно по-другому освещаются действия армии Соединённых Штатов Америки в Сирии. Американские представители масс-медиа повествуют американскому читателю о точечных ударах по террористам Исламского государства, что американское войско не бомбит мирных жителей. Действия американских сил в российских средствах массовой информации встречаются гораздо реже, в основном сообщая об отсутствии решительных действий в Сирии со стороны Америки, слабом стремлении уничтожения Исламского государства и ударах по мирным жителям и сирийской армии.

Разнится и отношение к террористической джихадистской организации «Джебхат ан-Нусра», целью которой является свержение режима Башара Асада. Боевики данной группировки нападают на правительственные объекты, ведут бои против сирийской армии и всех сторонников режима президента. Через публикации российских интернет-изданий чётко видна позиция государства – необходимо предпринимать решительные меры по борьбе с данной террори-

стической группировкой и пресечению их террористической деятельности. Также российские средства массовой информации ставят под сомнение действия США по борьбе с данной организацией. За период исследования не было найдено никаких упоминаний об этой террористической организации, да и ударов по организации «Джебхат ан-Нусра» со стороны армии Соединённых Штатов Америки произведено не было.

Обстрел боевиками незаконных вооружённых формирований пригородов города Хама в 2019 году освещается обеими государствами, но новостные публикации снова разнятся. В публикациях американских средств массовой информации заметна тенденция обвинения во всей этой ситуации с повстанческими группировками на северо-западе Сирии перемирия России и Турции, заключённого в сентябре. Американские масс-медиа предпочитают освещать боевые действия и налёты повстанцев, а не операции сирийской армии. Приводится большое количество статистики об убитых и пострадавших мирных жителей под огнём как повстанцев, так и армии Сирии. Российские наоборот подробно повествуют об успехах операций, проводимых сирийской армией, но и отображая действия повстанческих группировок. Упоминания о каких-либо действиях США в данный период на данной территории отсутствуют. Также важно заметить, что американские СМИ продолжают пропаганду образа Башара Асада как жестокого тирана, сообщая, что он пытается восстановить своё влияние и полный контроль над истерзанной войной с ИГИЛ Сирией [13, 14, 15].

В результате проведённого исследования становится очевидно, что средства массовой информации действительно выступают в качестве способа влияния на общество для достижения геополитических целей государства. Это ярко выражено на примере Сирийского конфликта, который несёт в себе безмерное количество нерешённых проблем, которые существуют не только в данной стране, но и в Исламском мире в целом. Сирия является объектом идеологической войны между Россией и Соединёнными Штатами Америки, что проявляется в информационной борьбе данных двух сторон в виде тем Сирийского конфликта, которые несут в себе конфликтность, показывая отношения правительств к данной проблеме.

В итоге было выявлено, что представленные в работе периодические новостные интернет-издания исследуемых стран пытаются сформировать определённые образы событий, происходящих в Исламском мире как несколько лет назад, так и сегодня. Такие образы, в свою очередь, принимаются обществом и ведут к успешному развитию внутривосточных процессов, угодных правительству России и Соединённых Штатов Америки. К таким процессам можно отнести доказательство обществу целесообразности своих военных кампаний и трат на них для завоевания общественной поддержки, которая необходима обоим странам. Этому способствует представляемый американскими СМИ образ России как врага, формирующий у американских читателей негативное мнение о России в целом. Об этом говорит ярко выраженная конфронтация с российской позицией во многих вопросах.

В рамках анализа картины мира через призму средств массовой информации выявляется информационное противостояние, которое происходит и по сей день, отражающее основные черты нового геополитического порядка.

Для того, чтобы противостоять информационному давлению нужно чётко формулировать свою официальную позицию, обращать внимание на проблему массовой дезинформации, периодически давать прозрачные и понятные пояснения ситуаций и политические комментарии, давая информационный отпор.

Таким образом, приняв во внимания, все произошедшие и происходящие сегодня события как в Сирии, так и в Исламском мире в целом, можно уверенно заявить, что между Соединёнными Штатами Америки и Россией информационная борьба неумолимо набирает свои обороты и уже стала одним из приоритетов государственной информационной политики.

1. Сафарян, А.В. СМИ как «четвёртая власть» и институт социализации / А.В. Сафарян // Власт. 2008. №62.

2. Багнюк, В.Е. Конфликтологический анализ критической геополитики / В.Е. Багнюк// Социум и власть. 2016. №3 (59).

3. Электронное периодическое интернет-издание «CNN – Cable News Network» (Электронный ресурс). URL: <https://edition.cnn.com/>

4. Электронное периодическое интернет-издание «The New York Times» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/>

5. Электронное периодическое интернет-издание «Fox News» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.foxnews.com/>

6. Интернет-издание, агрегатор и блог "The Huffington Post" [Электронный ресурс]. URL: <http://www.huffingtonpost.com/>
7. Электронное периодическое интернет-издание «RT» [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/trend/306261-situaciya-v-sirii>
8. Электронное периодическое интернет-издание «РБК» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/>
9. Электронное периодическое интернет-издание «Ведомости» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/>
10. Электронное периодическое интернет-издания "Лента.ру" [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/>
11. Russian Jets Pound Aleppo As U.S. Clings To Diplomacy. [Электронный ресурс] // Интернет-издание, агрегатор и блог "The Huffington Post". 2016, 10 января. URL: https://www.huffpost.com/entry/aleppo-russain-jets-pound_n_57efb4d8e4b024a52d2f4045
12. Bashar Assad moves to regain full control of war-torn Syria with ISIS all but defeated. – [Электронный ресурс] // Электронное периодическое интернет-издание «Fox News». – 2019, 2 апреля. URL: <https://www.foxnews.com/world/bashar-assad-moves-to-regain-full-control-of-war-torn-syria-with-isis-all-but-defeated>
13. Violence escalates in northwest Syria, claiming more lives. [Электронный ресурс] // Электронное периодическое интернет-издание «Fox News». 2019, 5 мая. URL: <https://www.foxnews.com/world/violence-escalates-in-northwest-syria-claiming-more-lives>
14. Syrian government intensifies bombardment of rebel-held area. [Электронный ресурс] // Электронное периодическое интернет-издание «Fox News». 2019, 5 мая. URL: <https://www.foxnews.com/world/syrian-government-intensifies-bombardment-of-rebel-held-area>
15. В ЦПВС сообщили об уничтожении на севере Алеппо 15 боевиков. [Электронный ресурс] // Электронное периодическое интернет-издание «RT». 2019, 5 мая. URL: <https://russian.rt.com/world/news/628146-boeviki-siriya-aleppo>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 342.951:351.82

ВЛИЯНИЕ МАЛАЙЗИИ НА МЕХАНИЗМ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ АСЕАН

М.Д. Муталибова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Вопросы кибербезопасности решаются на национальном и международном (региональном) уровнях. Ведущая роль государства на региональном уровне зависит от вовлеченности в интеграционные процессы кибербезопасности. Юго-Восточная Азия является финансовым и экономическим центром мира, и два государства конкурируют за лидерство. Несмотря на ведущую роль Сингапура в процессах интеграции кибербезопасности, Малайзия предлагает ряд уникальных услуг, которые необходимо изучить. Таким образом, Малайзия может занять монопольное место в системе кибербезопасности АСЕАН.

Ключевые слова и словосочетания: кибербезопасность, информационные технологии, кибератаки, Малайзия, АСЕАН

MALAYSIA'S IMPACT ON ASEAN CYBERSECURITY MECHANISM

Cybersecurity issues are dealt at the national and international (regional) levels. The leading role of the state at the regional level depends on the involvement into the cybersecurity integration processes. South East Asia is the financial and economical centre of the world and two states are competing the leadership. Despite Singapore's leading role in cybersecurity integration processes

Malaysia offers the set of unique services to be explored. Thus Malaysia may take a monopolistic place within the ASEAN cybersecurity system.

Keywords: *cybersecurity, information technology, cyber attacks, Malaysia, ASEAN.*

Being a most connected region of the world, ASEAN is also an international centre of exchange and commerce. That makes it a perfect target to cyber threats and attacks with more severe consequences for the public order and economics of member states than for any other region.

To begin with, cybercrimes are still common occurrence globally and many governments are now paying special attention to protecting their critical infrastructures. Cybersecurity or Information technology security means protecting data, networks, programs and other information from unauthorized or unintended access, destruction or change. It can be also be defined as all operations and activities that are undertaken to minimize threats and any kind of vulnerabilities and enforcing required policies for presentation, data assurance, recovery and other cybersecurity related operations. It encompasses all the mechanisms and processes that protect digital equipment, information and records from illegal or unintended access manipulation or destruction. ASEAN hold an event which brought leading cybersecurity officials from across Asia-Pacific to present case studies of recent cybercrimes they have faced and how they responded to the threat. ASEAN initiatives in cyber sphere are dramatically increasing that the members of this group are gradual leaders of this IT security. One of the industrialized members of this group is Malaysia. Malaysia officially entered ASEAN Declaration on 8 August in 1967. It is wonderful country in Southeast Asia which is federal constitutional monarchy, consisting of 13 states and 3 federal territories. Kuala Lumpur is a capital and official language is Malay.

The aim for this study is to find out effective and reliable cybersecurity service among ASEAN countries.

The methodology for this study comprises of two groups of methods: the general scientific ones (system-structural, formal-logical and hermeneutical methods) and the special legal methods of cognition (comparative legal analyses and formal-legal method). In order to obtain the most reliable scientific results they were used in complex.

In recent years, a sharp increase in the digital economy has been observed in the states of Southeast Asia. In their report “e-Conomy SEA Spotlight 2017: Unprecedented growth for Southeast Asia’s \$ 50B internet economy,” Google and Temasek analysts rated the region’s digital economy in 2017 at \$ 50 billion, which surpassed all experts’ expectations [2, p. 103]. In particular, by the end of 2017, the number of Internet users amounted to more than 330 million people, showing an increase of 70% compared with 2015. More than 90% of these users use smartphones to access the Internet and spend about 3.6 hours a day on the mobile Internet, which is much more than users from other regions. Such a sharp growth in the digital economy of Southeast Asia is associated with the success of six companies, each valued at approximately \$1 billion: 1) Grab Holdings: the developer of mobile transport applications Grab Taxi, GrabCar, GrabBike, GrabExpress used in all countries of South-Eastern Asia; 2) Traveloka: the leader in booking hotels and airline tickets; 3) Tokopedia: the leading e-commerce platform in Indonesia; 4) Go-Jek: a diversified mobile application (transportation, food delivery, transportation, payments, various services); 5) SEA Group: platform for e-commerce, digital entertainment, electronic payments; 6) Lazada: the leading e-commerce platform in Southeast Asia. The growth of the digital economy is mainly associated with the development of four main industries: 1) booking hotels and air tickets (US \$ 26.6 billion in 2017, which shows an increase of 18% compared with 2015); 2) online media (6.9 billion US dollars in 2017, an increase of 36% compared to 2015); 3) e-commerce (11 billion US dollars with an increase in the volume of operations by 41% compared with 2015); 4) transportation services (5 billion US dollars and an increase of 100% compared with 2015)

Such impressive growth rates of the digital economy in Southeast Asia make it necessary to harmonize the legislation of the member states of the Association of Southeast Asian Nations (hereinafter – ASEAN). Five ASEAN participants (Vietnam, Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand) have already joined the so-called ASEAN Single Window (ASEAN Single Window) – an online platform for accelerated customs clearance through electronic exchange of trade documents – for cross-border transactions. Next in line are the harmonization of e-commerce rules, consumer protection, personal data protection, antitrust and cyber security, the development of a legal framework for resolving disputes on the Internet [2, p. 104]

In 2018, the 32nd annual ASEAN summit in Singapore, which this year chairs the Association of Southeast Asian Nations, outlined a cooperation agenda for the year. In particular, such a key aspect of cooperation as cyber security was emphasized, which is associated with the increased nature and scope of cyber attacks. In their statement, the heads of the ASEAN member states addressed relevant relevant minis-

ters about the need to consider all possible ways to coordinate the cybersecurity policy, diplomacy and technical cooperation at different levels of the three ASEAN pillars: ASEAN Political Security Community (APSC), Economic ASEAN Community (ASEAN Economic Community, AEC) and ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC). This issue should also be the subject of discussion at the upcoming ASEAN Ministerial Conference on Cyber Security (ASEAN Ministerial Conference on Cybersecurity, AMCC) and the Telecommunications and Information Technology Ministers Meeting (ASEAN Telecommunications and Information Technology Meeting, TELMIN), as well as at relevant breakout sessions ASEAN Ministerial Meeting on Transnational Crime (ASEAN Ministerial Meeting on Transnational Crime, AMMTC) to determine a specific list of practical actions of the ASEAN member states in the field of cyber security and (protection of personal data and cooperation in cyberspace).

In spite of the leadership of Singapore in considered sphere, Malaysia tends to set a unique aspect of cybersecurity. In order to protect Cybersecurity Malaysia exploits complex secure system. This service is operated by governmental sectors which are connected internationally through the participation in worldwide conferences.

To begin with, Malaysia offers an important and beneficial service “Cybersecurity Malaysia” to prevent from cybercrimes. In essence, this service is committed to providing a broad range of security innovation – led usage, programs and initiatives to help reducing the vulnerability of digital system. At the same time, it strengthens Malaysia’s self – reliance in cybercrime.

It’s corporate logo is “An unquenchable faith to achieve more than the miracles of technology and the promise of future accomplishments”.

The two sets of vertical slats represent gates, which Cybersecurity Malaysia has set up to protect Malaysia’s cyberspace. The font chosen reflects the hi-tech industry that we monitor whilst the grey color in the design represents the many grey areas that pervade the industry and our efforts to help you understand and comprehend such situation. The orange color serves as a warning beacon to anyone thinking of abusing or threatening Malaysia’s cyberspace.

The cursor icon is an important element in our branding designs and should be used in all appropriate situations. Its design is the reverse of a normal computer cursor icon, which signifies that Cybersecurity Malaysia has the capability to track and nullify every malicious action committed on a computer. It consists of a collection of dots, which represent the various tools, skills and people at our disposal that we can call upon to do our job. The colour used is consistent with the overall brand colors, and in this case sends out a clear warning to anyone who has any intention of committing any crime in cyberspace.

Cybersecurity Malaysia offer the following set of programs and services: MyCERT & Cyber999, Digital Forensics (CyberCSI), Malaysian Security Evaluation Facility (MySEF), Malaysian Vulnerability Assessment Centre (MyVAC), Information Security Certification Body, Security Management & Best Practices, Industry Development, Government & International Engagement, Research, Cyber Security Professional Development [1].

Digital Forensics is a scientifically derived and proven method towards the presentation, collection, validation, identification, analysis, interpretation, documentation and presentation of digital evidence derived from digital sources for the purpose of facilitating or furthering the reconstruction of events found to be criminal: or helping to anticipate unauthorized actions shown to be disruptive to planned operations. It includes the following services:

- computer forensics, the motto is “What one can hide, another can discover”. Computer Forensics is the application of scientific examination and data analysis performed on computer storage media to discover potential digital evidence for the purpose of presentation in a court of law;
- mobile phone forensics, the motto is “Every action leaves trail of evidence”. The application of scientific examination and data extraction performed on mobile phone devices for the purpose of presentation in a court of law;
- audio forensics, the motto is “It is more than just a sound that you are hearing”. The application of digital audio science and technology performed on digital audio files or media to discover potential digital evidence for the purpose of presentation in a court of law;
- video forensics, the motto is “Evidence does not lie”. The application of digital video science and technology performed on digital video file or media to discover potential digital evidence for the purpose of presentation in a court of law;
- first responder with a motto “Securing the digital evidence”. The task of assisting Malaysia's Law Enforcement Agencies (LEA’S) in joint-raid activities related to digital crimes.

Data Recovery is the process of salvaging data from damaged, failed, corrupted or inaccessible digital storage media and making it readable using computer applications. Noted examples are hard disks, thumb drives, memory cards and servers. The motto is “Digging in deep to recover loss data”.

Data Sanitization is the process of erasing all important data trails from an unused data storage. Files are not completely deleted when using an operating system's default delete function. The data sanitization process is to ensure that all data can never be recovered. Any highly sensitive data will be unrecoverable or inaccessible if it falls into the wrong hands once it has been sanitized.

Expert Witness is the litigation process that is critical and complicated. It is the outcome of the process that matters in these types of situations. With the records of success rates in state and federal courts, our analysts are committed to providing objectives with clarity. This service is matched with vast knowledge and expertise in the field of digital forensics to conclude complex matters in a court of law. Testimonials given by analysts are recorded from beginning to end, including early case assessments to findings reports.

Their incredible, reputable and experienced analysts have undergone comprehensive training programmers, are experienced and exposed to digital forensics-related legal proceedings. From fraudulent schemes to harassment and seditious charges, they are well-versed and are prepared to give their testimonials when required.

Cybersecurity Malaysia's analysts perform extensive research and analysis for better understanding of the case objectives and analysis results. By implementing this approach, critical and complex issues will be clearly clarified and understood by judges presiding over these proceedings.

There strategic engagement with the Malaysian Governments is aimed at identifying and driving various government collaborations working relations and activities to advocate the cybersecurity agenda. Cybersecurity Malaysia is the Asia Pacific computer Emergency Response Team (APCERT) and organization of Islamic Corporation Emergency Response Team. Since the formation of these two collaborative platforms, Cybersecurity Malaysia has been playing a very active role as steering committee member.

In recognition of these efforts it has been appointed as the chair and upon reaching and term. Cybersecurity Malaysia was elected as the Permanent Secretariat of the OIC-CERT.

In conclusion, Malaysia displays highly intelligent security system that other member of ASEAN should take an example to develop their IT security. The country will continue advance in Information Technology Security and share it's effective work.

1. Cybersecurity Malaysia [Electronic source] // Cybersecurity Malaysia: official site. URL: <http://www.cybersecurity.my>

2. Gorian E. Singapore's leadership on cybersecurity in ASEAN: intermediate results and future prospects // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2018. №10(2). P. 103–117/

Рубрика: Международные отношения

УДК 371.1(519.5+575.1)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМ ОБРАЗОВАНИЯ В КОРЕЕ И УЗБЕКИСТАНЕ

М.Д. Муталибова

бакалавр

С.В. Мясникова

ст. преп., кафедра межкультурных коммуникаций и переводоведения

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье дан сравнительный анализ высшего образования в Южной Корее и Узбекистане. Исследование рассматривает сходство и различие высшего образования в двух странах. Дан подробный анализ отношения молодежи к учебе, а также анализируется значимость английского языка в системе образования.

Ключевые слова и словосочетания: образовательная система, Южная Корея, Узбекистан, высшее образование.

EDUCATIONAL SYSTEMS IN KOREA AND UZBEKISTAN

The report focuses on analysis of higher education in South Korea and Uzbekistan. The research shows the differences and similarities of higher education in both countries. It analyzes the attitude of youth towards studies. The importance of knowledge of English language is one of the vital questions of this article.

Keywords: Educational system, corporation, South Korea, Uzbekistan, higher education.

Education plays an important role in our society, it is vital for the development of people. Proper education for all children is important and the role of government is essential. Educated people make a successful nation. Education allows us to be open to new ideas, to improve ourselves, our environment, our world, and to make the right choices concerning our future. Education plays an important role in moulding one's career. With the help of education, people have more opportunities to improve their skills, gain more knowledge in their professional field.

The aim of this article is to compare educational systems in South Korea and Uzbekistan to find out what advantages and disadvantages they have. South Korea is one of the most industrialized and leading countries in Asia. Some similarities and differences can be found when comparing high schools in both countries.

To begin with, Korean students study in high schools for three years, from first grade (age 15–17) to the third grade (age 17–19), and students commonly graduate at the age of 18 or 19. High school students are expected to study long hours each year moving toward graduation, to become competitive and be able to enter prestigious universities in Korea that almost all parents and teachers want students to enter. Many high school students wake early and leave home in the morning at 5 am. When school is over at 4 pm, they go to a studying room in their school or to the library to study instead of going home. This is called 'Yaja', which literally means 'evening self-study'. They don't need to go home to have dinner since most schools provide paid dinner for students. After finishing yaja (which usually ends at 10 pm, in some schools it can be even later than 11 pm), they return home after studying, then students go to specialty study schools (which are called Hagwon). There they study till 2 am, from Monday till Friday [1]. In addition, they often study on weekends. The Yaja was not really 'self' study for more than 30 years; all high school students were forced to do it. From the 2010s, the Ministry of Education has encouraged high schools to free students of yaja and to allow them to do it whenever they want, and many normal public high schools near Seoul are now no longer forcing students to go to Hagwon. But private high schools, special-purpose high schools (such as science high schools, foreign language high schools), or normal schools far from Seoul are still forcing students to do yaja. There is a commonly known saying in Korea that “If you sleep three hours at night, you may get into a top 'SKY university; If you sleep four hours each night, you may get into some other university; if you sleep five or more hours each night, especially in your last year of high school, forget about getting into any university”. Accordingly, many high school students in their final year do not have any free time for holidays, birthdays or vacations before the NCATs (National College Scholastic Aptitude Test, Korean: 수능, 修能), which are university entrance exams held by the Ministry of Education [1].

Surprisingly, some high school students are offered chances to travel with family to enjoy fun and relaxing vacations, but these offers are often refused on the first suggestion by the students themselves, due to peer influence and a fear of 'falling behind' in studies. Many high school students seem to prefer staying with friends and studying, rather than taking a break. The idea of 'skipping classes' for fun is extremely rare in Korea. Rebellious students will often stay in class and use smart phones linked with the internet to chat with friends behind the teacher's back during classes. High schools in Korea can be divided into specialty schools that deal with students' interest and career path and normal ones- state high school. As for special high schools, there are science (Science high school), foreign language, international and art specialty high schools to which students can be enrolled by passing entrance examinations which are generally highly competitive. These schools are called special-purpose high schools. And there are autonomous private high schools, which are relatively free of the policy of the Ministry of Education. Also, there are schools for talented students. Many special-purpose high schools, autonomous private high schools, and schools for gifted students are known for

their expensive tuition. But at the same time, these schools are also known for students' high academic achievements and college results. More than 50% of the students from these schools are sent to SKY University annually. Other types of high schools include public normal high schools and private normal high schools, both with or without entrance examinations. These high schools are more focused on sending their students to top and popular colleges.

However, since the appearance of special-purpose, autonomous private and international schools and schools for gifted students; almost every normal high school has sent few students to top and popular colleges. Because those schools' infrastructure, proficiency of teachers, and other activities provided by them improve students' school record so that they can enter top colleges. This means these schools won the competition of sending students to universities; therefore, only students whose grades are normal or too low to enter vocational school entered normal high school. Then excellent students avoid entering the normal high schools because the academic level of students in normal school is low. This creates challengeable competition. For students who do not wish college education, vocational schools specializing in fields such as technology, agriculture or finance are available, so students are employable right after graduation. About 20% of high school students are in vocational high schools. The treatment to those who graduated from vocational schools is highly bad.

Speaking about the schedule of many high school students, it is not unusual for them to arrive home from school at midnight or even as late as 3 am after intensive "self-study" sessions supported by the school or parents. Korean government has tried to take strict measures against such serious study habits in order to introduce a more balanced system, and fined many privately run specialty study institutes (Hagwon) for running classes as late (or as early) as 2 am. To solve this problem, Korean government implemented a law that bans hagwons from running classes after 10:00 pm. This law is often broken. Some institutes also offer early morning classes for students to attend before going to school in the morning.

The normal government school curriculum is often regarded as rigorous, with as many as 16 or more subjects. Most students choose to attend privately run profit-making institutes known as hagwon to boost their academic performance. Basic subjects include Korean, English and mathematics, with emphasis on social and physical science subjects. Students do not typically ask questions in the classroom, but prefer to memorize details [1]. It is important to note that the type and level of subjects may differ from school to school, depending on the degree of selectivity and specialization of the school. Specialty, optional, expensive, study schools help students to memorize questions and answers from previous years' CAT tests and universities' interview questions. As it was mentioned, Korean secondary system of education is highly successful in preparing students for teacher-centered education that is often used to teach mathematics, the transfer of information is mostly one way, from teacher to student. However, this is not true for classroom activities where students are expected to take on self-reliant roles. In addition, it is becoming more evident that active use of English language by the students in Korean high schools is increasingly important for helping students to enter top universities in Korea as well as abroad.

As for Uzbekistan, in Uzbekistan educational system is one of the most vital aspects of social life. 11-year – education is compulsory for children starting with 6 or 7 years old. On the one hand after finishing school people have opportunities to stay and continue their study in school in 10th, 11th classes. On the other hand, they can enter vocational training colleges or academic lyceum. Vocational training colleges can give students special knowledge and experience and provide them with qualifications required for future job. In such kind of colleges students spend a lot of time to know well their major. However, in academic lyceum student focuses on obtaining the most important knowledge to enter universities [2].

Preparation for exams to enter the university is completely a difficult process. It is the same as in Korea. Students forget about entertainment and holidays. They pay attention only to learning. They usually take 3 subjects and prepare hard for these subjects. The entrance exam is really difficult. It consists of 30 tests on one subject. Students do not spend their time with their friends or in fresh air. If they fail entrance exams they turn into a person who does not want anything. Because the applicants think that life consists only of education at the university. If they can not cope with the controversial situation they can go on their path. Prestigious universities require really high scores to enter. After graduating from academic lyceum student can not work at governmental agencies and companies officially. That is why university diploma plays the significant role in one's life. From this year applications can be submitted to 3 university where a person wants to study. There are several various schools, including governmental, in order to motivate and encourage students. Also there are branches

of famous foreign universities such as Westminster, Singapore Management, Turin (Italy) where study is conducted only in English. Studying at university is not as difficult as entering university. Students are becoming more self confident during this period. What is more, students can study abroad by exchange programmes. The boys who served in military service can gain 30% to total scores of entrance exam [3].

Moving to university life is rather interesting and stimulating process. Every student has an opportunity to get scholarship. The sum of the scholarship depends on the grades of student.

Due to recent curriculum changes, the education system in Uzbekistan is now placing a great emphasis on English. Every year more than thousand students take IELTS examination and it is popular form of English exam [2].

In conclusion, Korea displays really high quality of higher education. However Uzbekistan also has advantages and disadvantages of higher educational system. Similarly, both countries have problems connected with study time management as students are addicted to overstudy. In order to solve this problem students should be engaged in sports and leisure activities to spend their school years more excitingly.

1. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ncee.org/what-we-do/center-on-international-education-benchmarking/top-performing-countries/south-korea-overview/south-korea-instructional-systems/>

2. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oliygo.uz/>

3. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ziyo.uz/uz>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327.5

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ПРАВА ПОД ВЛИЯНИЕМ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ

Н.В. Норко

магистрант

А.А. Тушков

профессор, д-р ист. наук, кафедра международных отношений и права

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Участники международных отношений тесно связаны друг с другом. Любые изменения в отношениях между отдельными субъектами моментально сказываются на всей системе в целом. Интересы государства в международных отношениях реализуются через выбранную линию поведения или политический курс. Соединенные Штаты и Китай обладают самыми большими экономиками в мире, и нынешняя торговая война, которая происходит между этими странами, будет иметь катастрофические последствия для обеих сторон. И администрация Трампа, и китайское правительство предпринимают недюжинные усилия, чтобы данная война не разрасталась, это окажет очень серьезные последствия для всей глобальной экономики.

Ключевые слова и словосочетания: экономическая дипломатия, торговая война, Евросоюз, Российская Федерация, Китайская Народная Республика, США, экономика.

FEATURES OF FORMATION OF THE SYSTEM OF INTERNATIONAL RELATIONS AND RIGHTS UNDER THE INFLUENCE OF MODERN ECONOMIC DIPLOMACY

Participants in international relations are closely related to each other. Any changes in the relationship between individual subjects instantly affect the system as a whole. The interests of the

state in international relations are realized through the chosen line of conduct or political course. The United States and China have the largest economies in the world, and the current trade war that is taking place between these countries will have disastrous consequences for both sides. Both the Trump administration and the Chinese government are making remarkable efforts for this war to grow, this will have very serious consequences for the entire global economy.

Keywords: *economic diplomacy, trade war, European Union, Russian Federation, People's Republic of China, USA, economy.*

Экономическая дипломатия, как и дипломатия в целом, осуществляется на определенных уровнях.

В процессе реализации стоящих перед ней целей, экономическая дипломатия сталкивается с рядом сложностей, которые мешают оперативному решению актуальных задач. Среди них можно выделить рядовые административно-технические проблемы, неравный доступ стран к переговорному процессу, что обусловлено финансовыми и кадровыми трудностями, проблемы совмещения норм внутригосударственного и международного права и т.д. [1], [2]

Участники международных отношений тесно связаны друг с другом. Любые изменения в отношениях между отдельными субъектами моментально сказываются на всей системе в целом. Интересы государства в международных отношениях реализуются через выбранную линию поведения или политический курс. В современном мире речь идет о геополитических стремлениях государств.

Обычно на региональном уровне происходит активная интеграция стран именно в экономической сфере, что положительно влияет и на глобальный политический процесс. В то же время процесс глобализации отрицательно влияет на внутреннюю экономику стран, потому что ограничивает возможность национальных государств контролировать свои внутренние экономические процессы. [3]

Рассмотрим на сегодняшний день такую проблему, как торговая война Китая и США.

В ходе предвыборной кампании (осень 2016) Дональд Трамп многократно критиковал торговые отношения с Китаем, в частности, заявляя, что Китай «насилует нашу страну» [1][2]. После избрания, Трамп стал первым с 1979 года избранным президентом США, который напрямую позвонил президенту Тайваня, что было расценено как недружественный шаг в отношении КНР, которая придерживается политики «одного Китая».

С приходом к власти президента Дональда Трампа США проводят более жесткую политику по отношению к своим международным партнерам. Пытаясь защитить американских производителей и интересы местного бизнеса, Трамп объявил о начале торговых войн как против Европы, Китая и России, так и против остального мира. Евросоюз отреагировал на эти действия Вашингтона весьма нервно.

Глава Вашингтона Д.Трамп говорил о возможности экономической войны с китайскими компаниями еще в своих предвыборных политических лозунгах. Большинство его электората считали, что это лишь популизм. Но все оказалось не так. Против торговой войны активно возражал главный помощник Трампа руководитель ФРС Джанет Йелен, однако в марте 2018 года он подал в отставку, так и не разубедив президента.

Свобода торговой деятельности провозглашается главной ценностью в современной мировой экономике. Наибольшую выгоду от развития свободной торговли получает та страна, которая сильнее. Экономика США в наши дни – самая мощная в мире. Но свободное развитие международной торговли выдвинуло Китай на второе место после Штатов, и позволило добиться впечатляющих успехов за последние десятилетия, в основном в области мировой торговли. Факт.

В одном из выступлений Трамп заявил: «США не начинают экономическую войну, она была уже проиграна до нас недалекими и непрофессиональными руководителями США. В итоге мы имеем дефицит торгового баланса в 500 млрд. долл. ежегодно, а также теряем больше 300 млрд. долл. в результате нарушения прав интеллектуальной собственности. Мы не имеем права допустить обострение подобного».

Слова президента США интерпретируются так: без торговой войны США постепенно уступает свое первенство в международной торговле Поднебесной, следовательно, нужно начать войну. Если мирная торговля не позволяет им выиграть, экономическая война неизбежна.

Соединенные Штаты являются одним из наиболее крупных торговых партнеров КНР, но Китай уже несколько лет является нетто-экспортером в их взаимной торговле. Стоимость потока американских товаров в Китай составляет 0,7% от объема ВВП Штатов, а общая величина продукции, поставляемой из КНР в Америку – около 3% китайского валового продукта. В Соединенные Штаты поставляется в основном продукция с высоким уровнем добавочной стоимости (самолеты, техника, автомобили, приборы), а в обратном направлении поступают бытовые товары и химия. Поэтому для американцев заменить продукцию из Китая гораздо проще.

В марте 2018 года был составлен список из свыше 1300 наименований китайских товаров, на которые в Штатах могут быть установлены таможенные пошлины, это: лекарственные средства, медоборудование, домашняя техника, товары авиастроения, лампы со светодиодами, оборонная техника и так далее.

Основанием для их введения провозглашается нарушение китайскими поставщиками интеллектуальной собственности. По расчетам американских специалистов, КНР будет расходовать на оплату пошлин свыше 50 млрд. долл. Президент утверждает, что это лишь первый шаг в экономической борьбе с Поднебесной, и впоследствии перечень будет расширен до уровня 100 млрд. долл. Руководство Китая высказалось с резкой критикой Вашингтона и заявило о подготовке ответных мер.

Государственный совет КНР объявил о готовности ввести пошлины в размере 25% на 106 наименований импортируемых из Америки изделий. Перечень включает 14 товарных групп, в том числе: сою, продукцию автомобилестроения, авиастроения, химической промышленности. По расчетам китайской администрации, в истекшем 2017 году объем товарооборота этой продукции составил те же самые 50 млрд. долл. Но президент Трамп не остановился на этом, и 22.03.2018 был выпущен документ «О противодействии экономической агрессии КНР», в котором указывалась неизбежность торговой борьбы с китайскими производителями. [4]

Еще одна претензия Вашингтона относилась к нарушению прав интеллектуальной собственности американских компаний со стороны Китая. В одном из интервью президент озвучил оцениваемый ущерб от таких, предположительно, одобренных руководством КНР действий, в размере 200-300 млрд. долл. Два последующих месяца велись переговоры. Стороны конфликта ссылались на правила ВТО, на них же обращал внимание Евросоюз, утверждая, что в таможенной войне не заинтересован никто.

В японских СМИ в июле 2018 года был опубликован документ, описывающий стратегию КНР в отношении военного конфликта с Соединенными Штатами. Если содержание опубликованных данных соответствует мнению китайских лидеров, то в ближайшем будущем значительно возрастут риски военного конфликта между КНР и США. В соответствии с документом, Пекин намерен не только воевать за интересы Китая, но и оспорить американское доминирование на море.

В стратегии указывается на необходимость всеобъемлющего подчинения войск Китая действиям текущего руководства (Си Цзинпиня), поэтому эксперты считают, что он внес основной вклад в разработку документа. В США новое целеполагание китайских военных сил непременно будет воспринято как вызов своей исключительной роли на международной арене.

Только Вашингтон объявлял весь мир сферой собственных национальных интересов и был готов защищать их путем военного присутствия. Поэтому некоторые эксперты считают, что война между Китаем и США неизбежна. Что может привести к обострению ситуации согласно официальной информации администрации Трампа, торговые пошлины могут быть установлены на всю продукцию, поступающую из Китая. В этом случае КНР не сможет ответить аналогичными мерами, так как сумма американского импорта в страну не превышает 130 млрд. долл. Пекин уж направил жалобу в представительство ВТО, наблюдается девальвация китайской валюты вследствие роста внешнеторговых рисков, но руководство Китая не особенно стремится ее поднимать. [6]

В сентябре 2018 года американский профессор Брайан Бренберг в интервью Newsweek сообщил, что к настоящему времени Белый дом выигрывает от таможенной войны больше, чем Пекин. В своей предвыборной кампании Трамп сделал ставку на противодействие злоупотреблениям в отношении нарушений прав интеллектуальной собственности со стороны Китая. Он говорил, что экономика Поднебесной уязвима при оказании на нее значительного давления, и теперь все больше экспертов склонны считать, что он был прав.

Китай не закупает в США большего объема товаров, чем ввозит, поэтому не может быть на равных в торговой войне. Сейчас экономика КНР испытывает существенные трудности под влиянием американских тарифов, тогда как экономика США активно процветает.

Все больше оппозиционных откликов в китайском обществе получает действующая внешнеторговая политика страны. Китайский юань постепенно слабеет, его падение наблюдалось еще в марте 2018 года с начала политической напряженности между державами. Ослабление валюты может повлечь за собой бегство капиталов из КНР. Эти средства, в итоге, могут попасть в США, основные преимущества которых: понижение ставок налогов, рост процентных ставок, экономический подъем, снижение контроля государственных регуляторов. Все это привлекает зарубежных инвесторов. Если в КНР недовольство действующим курсом прорывается в СМИ, то в Соединенных Штатах все больше позитивных оценок действий правительства. Обоюдный ущерб Для таких огромных экономических систем, как КНР и США, любые действия в торговом противостоянии неизбежно приведут к обоюдному ущербу. Здесь можно рассмотреть не только предполагаемое снижение качества отечественной продукции в результате уменьшения конкуренции, но и реальные иски в ВТО. Факт. Америка для Китая – главный рынок внешней торговли, а КНР для США очень важен как держатель ценных бумаг Казначейства (пока у китайцев их свыше 1,2 трлн. долл.). Помимо этого, Китай очень нужен крупным промышленным компаниям Штатов. К примеру, 20% оборота корпорации Apple реализуется на рынке КНР. [4]

Если таможенная война между КНР и США будет нарастать, то китайцам придется воспользоваться своим главным оружием: продажей казначейских облигаций Соединенных Штатов. Если и эти меры не приостановят таможенное противостояние, под вопросом будет дальнейшая судьба доллара США, а общемировая экономика может окунуться в глобальный кризис.

Пекин от переговоров с Вашингтоном не отказывается и надеется восстановить отношения. Руководство Китая не стремится довести дело до потери значительной части валютного запаса страны в гонке противостояний. Пекин осознает, что в случае мирового глобального кризиса пострадают все. Факт. Торговые войны между Китаем и США выгодны прежде всего третьим странам – Германии, Вьетнаму, Канаде. Обе противодействующие страны только теряют свои преимущества.

Заключение на сегодняшний день экономическая война между странами остается острым вопросом для инвесторов всего мира. Торговая война отразится на каждом из нас, поскольку стоимость жизни значительно возрастет.

Пекин планирует высказать в представительстве ВТО дополнительные претензии за несоблюдение американцами норм международной торговли. Д.Трамп заявляет, что планируется расширить список подпадающих под таможенные тарифы товаров до уровня 267 млрд долл. 12 сентября 2018 года азиатские биржевые индексы достигли минимальных значений за последние 14 месяцев после начала торговой войны. Глобальная экономика крайне взаимосвязана сегодня, США и Китай, развязав торговую войну, с легкостью утянут за собой весь оставшийся мир, что приведет к затягиванию и углублению конфликта. [5]

1. Авдеев, А.Н. Многосторонняя дипломатия в биполярной системе международных отношений / А.Н. Авдеев. М.: Русский Фонд Содействия Образованию и Науке, 2017. 464 с.

2. Богатуров, Д.К. Системная история международных отношений. Т. 1 / Д.К. Богатуров. – М.: Книга по Требованию, 2017. – 480 с.

3. Бусыгина, П.Е. Политическая регионалистика / П.Е. Бусыгина. М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД РФ, Российская политическая энциклопедия, 2016. 280 с.

4. Kitaygid [Electronic Resource]. URL: <https://kitaygid.ru/politika/torgovaya-vojna-kitaya-i-ssha#i>

5. BBC News [Электронный ресурс] // The Upcoming Trade War Between The U.S. And China Will Be The Biggest In The History Of The Planet. URL: <https://www.bbc.com/news/business-45899310>

6. Executive office of the president [Электронный ресурс] // Office of the United States Trade Representative. URL: <https://ustr.gov/countries-regions/china-mongolia-taiwan/peoples-republic-china#>

АРБИТРАБИЛЬНОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ СПОРОВ

Е.А. Ольховская
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Для правовой системы России регулирование предпринимательской деятельности является относительно новой сферой. Еще не сложилась традиция арбитражного рассмотрения корпоративных споров, отсутствует единая позиция в практике, в теории вопрос арбитрабельности корпоративных споров остается дискуссионным. Цель нашего исследования определяется необходимостью многоаспектного изучения одного из наиболее актуальных вопросов арбитражного процесса о возможности рассмотрения корпоративных споров третейским судом.

Ключевые слова и словосочетания: *арбитрабельность, корпоративный спор, третейский суд, арбитражная оговорка.*

ARBITRABILITY OF CORPORATE DISPUTES

For the Russian legal system, business regulation is a relatively new area. The tradition of arbitration resolution of corporate disputes has not yet developed, there is no unified position in practice, in theory the question of the arbitrability of corporate disputes remains controversial. The purpose of our study is determined by the need for a multiaspect study of one of the most pressing issues of the arbitration process about the possibility of arbitration

Keywords: *arbitration, corporate dispute, arbitration court, arbitration clause.*

Развитие экономических связей, сложность их правового регулирования приводят к возникновению правовых споров, следствием чего является активное развитие эффективной системы их разрешения путем применения альтернативных способов, одним из которых по праву может стать третейское разбирательство. Поскольку государственные и третейские суды не являются одноуровневыми элементами юрисдикционной системы, то в целях распределения круга дел, относящихся к их ведению, используются различные термин: «подведомственность» для государственного арбитража и «арбитрабельность» для третейского суда. Каждое государство в соответствии с собственной экономической и социальной политикой решает, какие вопросы могут рассматриваться коммерческим арбитражем, а какие – не могут. Такой вывод следует из пункта 1 статьи II Нью-Йоркской конвенции, которая императивно не закрепляет, какие категории споров должны считаться неарбитрабельными «...в арбитраж могут передаваться споры, связанные с договорным или иным правоотношением, объект которого может быть предметом арбитражного разбирательства» [3]. Право государств устанавливать неарбитрабельность обеспечивается принципом суверенного равенства государств, который раскрывается в пункте 1 статьи 2 Устава ООН: «Организация основана на принципе суверенного равенства всех ее Членов» [11]. Так, например, в Российской Федерации пунктом 3 статьи 33 закона о несостоятельности (банкротстве) определено, что такие споры рассматриваются только в государственном суде: «дело о банкротстве не может быть передано на рассмотрение в третейский суд» [5].

Актуальность темы обусловлена развитием альтернативных процедур урегулирования споров, к которым относится и третейское разбирательство. Вследствие того, что компетенция третейского суда не возникает автоматически, возможен ряд сложностей ее определения, основной из которых является разрешение вопроса арбитрабельности спора.

Предмет исследования составляют основные международные и отечественные нормативно-правовые акты, регулирующие разрешение корпоративных споров, ряд доктрин и научных трудов в данной сфере.

Методологическая основа. Методологическую основу исследования составили общенаучные, частные и специальные методы в комплексе с системным и сравнительно-правовым методами.

Исследование правовой природы арбитрабельности авторами работы проведено на основе детального рассмотрения международно-правовых актов, отечественного законодательства, актов негосударственного регулирования, доктринальных разработок в этой области с целью прослеживания динамики развития института арбитрабельности. В основу исследования легли труды А.В. Габова, М.А. Ероховой, М.С. Калинина, С.А. Курочкина, Л.А. Лунца, Е.Ю. Пашковой, Ю.В. Тая, И.С. Чупрунова и др.

До сентября 2016 года была единая практика, согласно которой корпоративные споры относились к специальной подведомственности арбитражных судов в силу пункта 2 части 1 статьи 33 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации [1]. В связи с принятием Федерального закона от 29.12.2015 №382-ФЗ «Об арбитраже (третейском разбирательстве) в Российской Федерации» [6] в Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации была привнесена новация в вопросе арбитрабельности относительно корпоративных споров. Так, согласно части 2 статьи 33 «не могут быть переданы на рассмотрение третейского суда подведомственные арбитражным судам в соответствии с настоящим Кодексом споры, предусмотренные пунктами 1-5 части 2 статьи 225.1 настоящего Кодекса» [1]. Следствием чего корпоративные споры перестали относиться к специальной подведомственности арбитражных судов.

В теории вопрос вынесения корпоративных споров на рассмотрение третейского суда являлся дискуссионным. Е.Ю.Пашкова, к примеру, считает неправильным предоставлять третейским судьям право рассматривать корпоративные споры. В подтверждение своего тезиса она отмечает, что рассмотрение корпоративного спора третейским судом исключает участие в нем третьих лиц: «если же в отношении прав и обязанностей лица, не являющегося участников третейского разбирательства, третейским судом принято решение, то такое лицо фактически лишается права на судебную защиту, поскольку закон не позволяет ему обжаловать данное решение» [7, с. 23]. Нельзя не согласиться с приведенным мнением, поскольку вынесенные судебные решения затрагивают всех участников общества, остается проблема защиты прав тех лиц, которые не участвовали в разбирательстве. Отрицательной точки зрения придерживается также и Ю.В. Тай, объясняя это тем, что характером корпоративных споров являются как частный, так и административный «... споры между участниками, сопровождающие административные разбирательства и последующие судебные обжалования решений административных органов создают предпосылки для принятия противоречащих друг другу судебных актов ... в рамках рассмотрения административных дел устанавливаются обстоятельства, имеющие значение для разрешения конфликта между субъектами корпоративных правоотношений» [10]. Видится правильным поддержать мнение А.И. Минина, который разделяет позицию А.И. Муранова, цитируя его в своей работе: «... по российскому праву любой частнопредметный спор арбитрабелен, если закон прямо не устанавливает иное. Конституция... говорит о том, что у каждого есть право защищать свои права и свободы всеми способами, не запрещенными законом. Это означает презумпцию арбитрабельности корпоративных споров» [4].

Актуальным на сегодняшний день остается вопрос распространения арбитражной оговорки на лицо, которое, не являясь участником общества, выступает с иском. В связи с разработкой доктрины «снятия корпоративной вуали», которая не была закреплена на законодательном уровне, теоретики рассматривают вопрос о «...возможности ее применения в международном коммерческом арбитраже, в контексте распространения действия арбитражной оговорки на третьих лиц, не подписывавших такую оговорку или соглашение» [9]. Как отмечает А. Кофанов, цитируя Г. Борна, представительство – частный случай распространения арбитражной оговорки на лицо, прямо не подписавшей ее: «...распространение арбитражной оговорки на третьих лиц в соответствии с доктриной «снятия корпоративной вуали» – исключительный случай, а не общее правило. Это выводится из принципа договорной природы третейского разбирательства. Арбитражное соглашение по общему правилу связывает только лиц, подписавших ее. Исключения составляют лишь случаи, когда третье лицо, по сути, представляет собой *alterego* одной из сторон соглашения» [9].

Немаловажный аспект, который влияет на возможность применения арбитражной оговорки к корпоративному спору, это ее объем и формулировка. Так, оговорка была признана незаключенной из-за отсутствия конкретики: «любой спор, разногласие или претензия, связанные с созданием юридического лица, управлением им или участием в нем...» [8]. Суд мотивирует это

тем, «что оговорка включает в себя не только корпоративные споры, которые закон об арбитраже (третейском разбирательстве) прямо разрешает передавать на третейское рассмотрение, но и любые иные споры» [8]. Авторы работы считают, что во избежание признания третейской оговорки незаключенной из-за отсутствия конкретики, следуют заимствовать формулировку, рекомендованную и закрепленную в регламенте третейского суда, в котором будет рассматриваться спор. Так, например, регламент Российского арбитражного центра закрепляет рекомендованную оговорку следующим образом: «любой спор, разногласие или претензия, связанные с созданием Общества, управлением им или участием в нем, сторонами и/или участниками которых являются участники Общества, само Общество, а также иные лица, выразившие волю на обязательность для них настоящего арбитражного соглашения, разрешаются путем арбитража, администрируемого Российским арбитражным центром при автономной некоммерческой организации Российский институт современного арбитража в соответствии с положениями Арбитражного регламента» [2].

Вышеизложенное позволяет сделать ряд выводов. На основе анализа научных трудов и законодательства, регулирующего институт арбитрабельности, авторы определили, что рассматриваемый институт по большей части развивается в международной доктрине, но его специфика зависит от национальной политики государства. Не представляется возможным определить единые критерии арбитрабельности спора, поскольку на это влияет множество факторов внутри каждого государства: социальные, исторические, экономические, политические. На сегодняшний день отсутствует единая позиция относительно защиты прав третьих лиц во внутренних корпоративных спорах, поскольку судебные решения затрагивают права и обязанности всех участников, а не только тех, кто участвовал в разбирательстве. Видится целесообразным разработать на законодательном уровне механизм защиты лиц, которые являются участниками общества, но не принимают участие в споре, поскольку решение суда может ухудшить их положение.

Что касается определения механизма действия арбитражного соглашения по кругу лиц, то, исходя из проведенного анализа научной теории и законодательства, авторы пришли к следующему. По общему правилу арбитражная оговорка распространяется на тех участников спора, которые прямо выразили свою волю обязательности для них такой арбитражной оговорки путем ее подписания или присоединяя после подписания. Но в связи с развитием доктрины «снятия корпоративной вуали» арбитражная оговорка распространяется и на лицо, которое выступает с косвенным иском.

Реализуя принцип автономии воли при заключении арбитражного соглашения, сторонам требуется соблюдение не только формальных требований: правоспособность сторон, предмет соглашения, форма заключения, но и обратить внимание на формулировку оговорки. Авторы работы считают, что во избежание признания третейской оговорки незаключенной из-за отсутствия конкретики, следуют заимствовать формулировку, рекомендованную регламентами третейских судов.

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 24.07.2002 №95-ФЗ (ред. от 25.12.2018) [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/57403436/paragraph/1308847:17>.

2. Арбитражный регламент: утвержден общим собранием учредителей АНО «ИСА» от 20.12.2016 г. протокол №7 (в ред. от 20.09.2017) [Электронный ресурс] // Российский арбитражный центр. URL: <https://centerarbitr.ru/about/text/>.

3. Конвенция ООН о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений от 10.06.1958 (по сост. на 20.04.2018) [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/10164637/>.

4. Минин, А.И. Объективная арбитрабельность в законодательстве, доктрине и арбитражной практике России [Электронный ресурс] / А.И. Минин // Отрасли права. Аналитический портал. URL: <http://xn---7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/5685>.

5. О несостоятельности (банкротстве): федеральный закон от 26.10.2002 №127-ФЗ (ред. от 01.01.2019) [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». –URL: <https://base.garant.ru/185181/>.

6. Об арбитраже (третейском разбирательстве) в Российской Федерации: федеральный закон от 29.12.2015 №382-ФЗ (ред. от 27.12.2018) [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/71295378/>.

7. Пашкова, Е.Ю. Подведомственность арбитражным судам споров, возникающих из корпоративных правоотношений / Е.Ю. Пашкова. М., 2006. 24 с.

8. Постановление от 13.01.2017 № Ф09-11086/16 по делу № А50-11392/2016 Арбитражного суда Уральского округа [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/38744373/>.

9. Применение доктрины «снятия корпоративной вуали» в международном коммерческом арбитраже [Электронный ресурс] // Отрасли права. Аналитический портал. URL: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/18154>.

10. Тай Ю.В. Перемен! Мы ждем перемен [Электронный ресурс] / Ю.В. Тай // Отрасли права. Аналитический портал. – Режим доступа: <http://xn----7sbbaj7auwnffhk.xn--p1ai/article/17337>.

11. Устав Организации Объединенных Наций от 26.06.1945 [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <https://base.garant.ru/2540400/>.

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 336.72

РОЛЬ СТЕРЕОТИПОВ В РОССИЙСКО-КОРЕЙСКИХ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ (НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЫ)

В.А. Сачкова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Работа посвящена исследованию эволюции понятия межкультурной коммуникации, роли стереотипов в межкультурных коммуникациях и их влияние на международные отношения. Роль стереотипов рассматривается на примере наиболее распространенных стереотипов, касающихся России и Республики Корея, особое внимание уделено влиянию стереотипов на межкультурные коммуникации между российскими и корейскими студентами Владивостокского государственного университета экономики и сервиса.

Ключевые слова и словосочетания: *сотрудничество, Россия и Китай, социокультурное сотрудничество, стратегическое направление, проблемы, приоритеты.*

THE ROLE OF STEREOTYPES IN THE RUSSIAN-KOREAN INTERCULTURAL COMMUNICATION (ON THE EXAMPLE OF THE YOUTH ENVIRONMENT)

The report describes the concept of intercultural communication as a whole and on the example of Russian-Korean relations. It describes the concept of stereotype and its role in intercultural communication, as well as discusses the most common stereotypes regarding Russia and the Republic of Korea. The effect of stereotypes on intercultural communication between Russian and Korean students is also considered.

Keywords: *Intercultural communication, stereotype, Russian-Korean intercultural communication.*

Актуальность темы исследования объясняется необходимостью осмысления роли стереотипов в межкультурных коммуникациях, в связи с тем, что современный мир развивается по пути расширения взаимосвязи и взаимозависимости различных стран, народов и их культур. Особенно интересен вопрос роли стереотипов в межкультурных российско-корейских коммуникациях, учитывая процессы на Корейском полуострове, охватывающие интересы в различных сферах экономической, социальной, общественно-политической и культурной жизни азиатско-тихоокеанского региона. Большой рост культурных обменов и прямых контактов между государственными институтами, социальными группами Российской Федерации и Республики

Корея делает актуальным изучение межкультурных коммуникаций, особенно, на примере молодежной среды.

В условиях глобализации общественной жизни наблюдается интенсивное расширение межкультурных контактов, увеличивается взаимозависимость разных культур, стираются политические, идеологические и культурные границы между государствами и народами. Сегодня практически невозможно найти нации и народности, которые не испытали на себе политическое или же культурное влияние других народов, которое осуществляется с помощью прямых контактов между государствами, различными общественными движениями, а также благодаря научному сотрудничеству, торговле, туризму и обменным программам для студентов. Коммуникационные контакты неотъемлемая часть всех сфер жизни общества. Понимание другого человека, его намерений, предугадывание поведения, а также способность сделать себя понятным для других оказываются жизненно важными факторами. Именно поэтому с середины 1970-х гг. актуальной стала проблема диалога и взаимопонимания культур [2, с. 34].

Самостоятельное значение проблема межкультурных коммуникаций приобрела в международных отношениях, которые служат ярким примером становления общения на разных уровнях, поэтому понятие межкультурной коммуникации, представляющей собой сложное явление, включающее разные направления и формы общения между разными лицами, группами, государствами, относящимися к различным культурам, было введено в 1950-х американским культурным антропологом Эдвардом Холлом в рамках, разработанной им по заданию Государственного департамента США, программы адаптации американских дипломатов за рубежом [3, с. 251].

Межкультурные коммуникации в международных отношениях в течение продолжительного периода времени сталкивались с проблемами определенных национальных особенностей, духовных традиций, и религии. Неким тормозом в межкультурных контактах служили наборы общих представлений о нации в целом. Этим тормозом являются стереотипы [1, с. 12].

Своим появлением стереотипы обязаны, налаживанием дипломатических отношений между государствами, межкультурным или межэтническим контактам, в ходе которых обнаружались общие черты, характерные для того или иного народа. Поэтому постепенно складываются этнокультурные стереотипы, представляющие собой общие абстрактные представления о чертах, характерных для какого-либо народа в общем или его культуры.

Стереотип является некой готовой формой восприятия, которая позволяет человеку сократить время реагирования на постоянно изменяющиеся условия окружающего мира, то есть не «открывать Америку» и не «изобретать велосипед» каждый раз [5].

Следует сказать, что раньше стереотипы имели большой вес в межкультурной коммуникации между русскими и корейцами, так как по первому, но естественно ошибочному, взгляду были определены некоторые отличительные национальные черты – лень, упрямство и нелюбовь к труду. С другой стороны, корейцы очень доверчивы, любят декламировать стихи и по характеру похожи на детей.

Безусловно, при первых межкультурных контактах между Россией и Кореей наблюдалось недопонимание, а иногда и создавались благоприятные условия для обид или же ссор, которые могли перерасти в конфликты. Однако, благодаря исследованиям российских учёных, которые с конца 19-го века начали углубляться в корейскую культуру и изучали российских корейцев, переселившихся на Дальний Восток из Кореи, история не знает серьезных проблем в межкультурной коммуникации между Россией и Республикой Корея.

За продолжительный период налаживания и поддержания контакта между двумя странами зародилось большое количество этнических стереотипов. Отсюда складывается такое представление как то, что корейцы едят собак, вся пища острая, все корейцы пользуются пластической хирургией, а русские пьют алкоголь каждый день с детства, они злые и грубые, а в самой стране очень холодно и ходят медведи.

Лучше всего рассматривать какое-либо влияние стереотипов межкультурных коммуникаций на российско-корейские международные отношения на примере молодежной среды, так как все государственные деятели имеют достаточный опыт и достаточно знаний, чтобы не поддаваться влиянию существующих стереотипов и делать необоснованные выводы или решения.

Прекрасную почву для исследований влияния стереотипов на межкультурные контакты предоставляют образовательные обменные программы. Программы международного студенческого обмена давно стали частью глобализационного процесса – повышения культурно-исторической грамотности молодежи разных стран, поэтому вопросы, связанные с адаптацией в среде чужой культуры, всегда стояли остро и имели огромный интерес для исследований [6].

На современном этапе самые первые стереотипы не пользуются популярностью и давно забыты, однако появилось множество других известных стереотипов. Когда произносятся слова «русский» или «кореец», в них обычно вкладывают гораздо больший смысл, чем просто название представителя того или иного народа. Говорящие подразумевают какие-то специфические черты внешности, черты характера, темперамента.

На сегодняшний день, при упоминании Республики Корея, подсознание выдает такие знания как: корейцы едят собак, острая пища, особое отношение к американцам, любовь к алкоголю, отсутствие преступности, лучшая медицина, жить в Корее – иметь много денег, доброжелательность, все корейцы близко знакомы с пластической хирургией, все корейцы красивые [7].

Как русские имеют свое представление о корейцах, так и они о нас. Большинство корейцев убеждено что: в России всегда холодно, красная пища – острая, русские пьют водку каждый день, русские девушки – воплощение красоты.

Конечно же многие стереотипы ложны, но некоторые правдивы. Большинство стереотипов максимально лишены смысла, но другие наоборот несут в себе всю сущность того или иного народа или страны в целом, что позволяет нам иметь общее представление о культуре, обычаях, традициях и образе жизни.

В рамках исследований характеристик стереотипов восприятия в области российско-корейской межкультурной коммуникации был проведен опрос российских и корейских студентов, обучающихся по обменным программам.

Опросы показали, что многие студенты обладают довольно посредственными знаниями о культуре страны, где они получают обучение.

Однако при более близком знакомстве с культурами друг друга, большинство стереотипов теряют свой вес. Преодоление стереотипов и формирование адекватных представлений зависят от уровня знаний о культуре и ее носителях, а также от наличия непосредственных межкультурных контактов между разными людьми. Данные стереотипы оказывают влияние только на общее представление и первичные ощущения при столкновении с другой культурой лицом к лицу. Отсюда следует, что для молодежи абсолютно не важны стереотипные представления друг о друге.

Стереотипов о России и Корее большое множество, они мешают налаживать межкультурные контакты, но только в том случае, если контактирующие не желают углубляться в культуру другого народа. При более близком знакомстве с культурами друг друга, большинство стереотипов теряют свой вес. Преодоление стереотипов и формирование адекватных представлений зависят от уровня знаний о культуре и ее носителях, а также от наличия непосредственных межкультурных контактов между разными людьми.

Из вышесказанного можно прийти к выводам, что особого влияния стереотипы в российско-корейских межкультурных коммуникациях в молодежной среде не имеют. Наличие каких-либо стереотипов влияют только на появление некоторых недопониманий в процессе межкультурной коммуникации, однако они не непреодолимы. Более близкое знакомство с культурой, традициями обычаями и образом жизни другого народа позволяет людям избавиться от стереотипного мышления и создать более реальный образ народа или страны в целом.

1. Фрик, Т.Б. Основы теории межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] / Т.Б. Фрик // Студайлс, 2013. URL: <https://studfiles.net/preview/5786921/>

2. Садохин, А.П. «Свой-чужой в межкультурной коммуникации: подходы к изучению проблемы» / А.П. Садохин // Вопросы культурологии. 2007. №3. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12839276>

3. Куликова, Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурной парадигме: монография / Л.В. Куликова. Красноярск: КГПУ им. В.П. Астафьева, 2006. 392 с.

4. Камалетдинова Г.К. Этнические стереотипы в межкультурной коммуникации [Электронный ресурс] / Г.К. Камалетдинова // Учебные материалы. URL: <https://works.doklad.ru/view/6Y66pdahqHw.html>

5. Вовченко, Н.С. Роль стереотипов и их влияние на процесс развития межкультурных взаимоотношений. [Электронный ресурс] / Н.С. Вовченко // Инфоурок. URL: <https://infourok.ru/rol-stereotipov-i-ih-vliyanie-na-process-razvitiya-mezhkulturnih-vzaimootnosheni-2283938.html>

6. Стереотипы в корейском сознании [Электронный ресурс] // Дорамамания. URL: <http://doramamania.mybb.ru/viewtopic.php?id=1492>

7. Самсонов, Д.А. Этнические стереотипы поведения корейцев автореферат дис.... кандидата исторических наук: 07.00.07 / Д.А. Самсонов; [Место защиты: Отдел Восточной и Юго-Восточной Азии Музея антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН. Санкт-Петербург, 2007 [Электронный ресурс]. URL: http://world.lib.ru/k/kim_german_nikolaewich/2030-13.shtml.

Рубрика: Политические проблемы международных отношений, глобального и регионального развития

УДК 327.5

РАЗВИТИЕ ПОЛИТИКИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ЯПОНИИ

И.Е. Свиноаренко
магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В современном мире любому государству, в том числе и России, недостаточно иметь одну лишь военную мощь для ведения внешней политики и влияния на международной арене. В данной статье рассматривается мягкая сила и ее развитие как инструмент внешней культурной политики на примере Японии.

Ключевые слова и словосочетания: *мягкая сила, культура, образование, Япония, история..*

THE DEVELOPMENT OF "SOFT POWER" OF JAPAN

In the modern world, it's not enough for any state, including Russia, to have only military power to conduct foreign policy and to have influence on the international stage. This article examines into development of soft power in Japan and as well as the analysis soft power as an instrument of foreign cultural policy.

Keywords: *soft power, culture, education, Japan, history.*

Актуальность данной темы обусловлена повышением значимости в современной мировой политике роли невоенных факторов, а также усилением влияния «мягких» инструментов воздействия. Сегодня под влиянием процессов глобализации в качестве главных факторов влияния государств на мировую политику выдвигают факторы «мягкой силы»: достижения в области культуры, искусства, образования, науки, технологий и т.д. Опыт Японии может стать полезным для России, которая только делает первые шаги в данной сфере.

Основная цель работы — выявить роль культурных инструментов в политике Японии и рассмотреть основные этапы ее развития.

В статье использовался сравнительно-исторический метод.

Научная новизна работы заключается в изучении малоизвестных аспектов «мягкой силы» между Республикой Кореей и Японией.

За последние два десятилетия Япония, бесспорно, изменила характер своей внешней политики. Истина этого утверждения проявляется в том, что Япония все чаще и чаще смещается в сторону использования мягкой силы. Такие инструменты, как публичная дипломатия, используются для укрепления позиции страны в глазах мировой общественности путем формирования позитивного имиджа за рубежом. За последние годы Япония преобразовалась из экономического гиганта в сверхдержаву мягкой силы.

Следует отметить, что большая часть мягкой силы Японии уже существовала до официального решения правительства поддерживать ее реализацию во внешней политике. В конце концов, Япония, как и другие азиатские страны, уже имела потенциальные ресурсы для реализации политики мягкой силы. Искусство, мода и кухня древних культур Азии на протяжении веков оказывали сильное влияние на другие части света.

По словам Джозефа Ная, Япония является одним из лидеров в области мягкой силы, потенциал Японии в этом направлении внешней политики является одним из самых высоких в мире. Но в то же время Япония сталкивается с препятствиями для всестороннего осуществления стратегии мягкой силы. Прежде всего, это политика по сохранению внутренних ценностей и образа жизни японцев, а также внезапный рост «Корейской волны» – взрывная популярность корейского культурного экспорта, тем временем Китай также быстро расширяет свою сеть Институтов Конфуция, образовательных центров, размещенных в различных странах для продвижения глобального распространения китайского языка и китайской культуры.

Экономический успех, развитие городов, высокое качество образования, футуристические технологии, таинственная культура, ворвавшаяся в информационное пространство благодаря аниме и манга, создали восприятие Японии как умной и развитой страны. Демонстративное игнорирование геополитических амбиций помогло Японии длительное время сохранять свои стабильные позиции на международной арене.

Сегодня за реализацию политики мягкой силы Японии отвечает Министерство иностранных дел. В 1972 году под руководством Министерства был создан Японский фонд для развития культурного обмена, содействия изучению японского языка за рубежом, исследования деятельности западных учреждений и международных стандартов и программ культурного обмена. В октябре 2003 года Фонд стал независимым учреждением, его деятельность охватывает более 190 стран. Основными направлениями деятельности Фонда являются программы обмена для выдающихся специалистов в области межкультурной коммуникации, науки и культуры, а также программы спортивного обмена и участие японских ученых в международных конференциях, сохранение культурных памятников Японии и сотрудничество в реализации совместных проектов с ЮНЕСКО.

В 1988 году Министерство иностранных дел Японии начало издавать ежемесячный журнал по иностранным делам «Gaiko Forum», в котором также освещались вопросы, связанные с популярной культурой Японии и публичной дипломатией.

В конце 1990-х годов Япония объявила об изменении своих внешнеполитических приоритетов, сместившись к региональным целям, чтобы поднять свой международный статус за счет укрепления позиций в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Япония использовала тесные исторические и культурные связи для расширения своего влияния в АТР и Юго-Восточной Азии. Чтобы укрепить свои региональные позиции, Япония заявила о своей готовности действовать в качестве моста между Западом и Востоком, представляя себя в качестве самой западной державы в Азии. Это стремление находит отклик в Японском фонде, который концентрирует свою деятельность по продвижению языков в этом регионе.

С целью дальнейшего увеличения за рубежом числа изучающих японский язык и преподавателей японского языка Японский фонд осуществляет ряд программ по преподаванию японского языка: направление специалистов по преподаванию японского языка за рубеж; проведение экзамена по определению уровня японского языка (Нихонго норёку сикэн); организация стажировок для преподавателей японского языка и изучающих японский язык в Японии; разработка учебных материалов и т.д. [1]

В 2004 году экс-премьер-министр Асо Таро в своем выступлении о стратегическом развитии Японии подчеркнул, что мягкая сила является одним из наиболее перспективных направлений, а повышение привлекательности Японии в мире – одним из важнейших ресурсов роста страны. В 2005 году был сформирован Консультативный комитет во главе с профессором Университета Хосей – Тамоцу Аоки для концептуализации элементов мягкой силы Японии. К 2014 году расходы правительства на продвижение японской поп-культуры достигли почти 883 миллионов долларов. Правительство осознало значение своей популярной культуры как источника мягкой силы для страны. Например, министерство иностранных дел Японии назначило популярного мультипликационного персонажа Doraemon первым «послом аниме» в стране в рамках усилий по распространению японской культуры.

Министерство иностранных дел Японии активно пропагандирует традиционные японские ценности и организует дипломатические миссии за рубежом благодаря активному сотрудничеству с другими министерствами, ведомствами и различными организациями. МИД Японии приглашает в страну зарубежных общественных деятелей, журналистов, а также лиц, которые в перспективе могут занять в своих странах руководящие должности, для участия в различных мероприятиях, с целью привлечения интеллигенции, оказывающей влияние на международное общественное мнение.[1]

Япония стала первым государством в Азии, которое осознало возможности, открывающие правильное использование мягкой силы как мощного инструмента влияния в мире. После Второй мировой войны Япония была побежденным агрессором, который для восстановления своей экономики и положения в международном сообществе нуждался в достижении нормальных отношений, прежде всего со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, которые больше всего пострадали во время войны.[3]

Политика ОПР (Официальная помощь в целях развития) имеет большое значение во внешней политике Японии. С конца 1970-х годов правительство Японии предоставляло большое количество ОПР слаборазвитым странам с целью расширения своего международного влияния.

После Второй мировой войны Японии удалось решить чрезвычайно сложную задачу: за короткий срок страна не только заслужила репутацию миролюбивой державы и надежного экономического партнера, но и продолжает успешно ее поддерживать.

Осторожная, не агрессивная политика Японии и экономическая помощь странам АТР сыграли ключевую роль в этом. Через участие в международных проектах Япония начала предоставлять официальную помощь в развитии, гранты, не требуя их возврата, и долгосрочные кредиты на льготных условиях.

Поддержание тесных отношений с Соединенными Штатами после войны так же стало основой внешней политики Японии. Обе страны подписали Договор о взаимном сотрудничестве и гарантиях безопасности между США и Японией в 1960 году. С тех пор отношения между Японией и США становятся все более тесными. Япония извлекла большую пользу из этого договора. Наиболее значимым является ориентация внешней политики на экономическое развитие. [4]

Строительство инфраструктурных проектов в Японии является еще одной важной областью, однако сегодня Япония сталкивается с сильной конкуренцией со стороны Китая. Токио инвестирует в строительство школ, больниц, приобретение современного оборудования, строительство дорог и т.д.

Помощь развивающимся странам совместно с финансированием программ развития, предоставление льготных долгосрочных кредитов, обучение персонала и отправка японских специалистов в развивающиеся страны позволило Японии сформировать позитивный имидж страны и благоприятные условия для японского бизнеса за рубежом.[3]

В конце 1970-х годов после начала реформ в Китайской Народной Республике Япония была одним из основных торговых партнеров и по-прежнему является одним из основных инвесторов в своем регионе.

Из-за географической близости и тесных исторических связей, Китай и Республика Корея стали первыми странами, которые почувствовали влияние мягкой силы Японии через популярную культуру.

В какой-то степени Япония вырастила своего конкурента: именно Республика Корея была крупнейшим потребителем продуктов японской популярной индустрии, а затем имитатором, впоследствии добавив свой национальный колорит к наиболее популярным образцам японской поп-культуры.[6]

Япония имеет большой потенциал для развития своей мягкой силы. Несомненно, что наиболее важной опорой мягкой силы Японии является культура. Культурная дипломатия, а также публичная дипломатия включили культурные аспекты Японии в свою деятельность, эффективно способствуя распространению японской культуры во внешний мир.

В результате проделанного исследования можно сделать выводы, что Япония рассматривает политику «мягкой силы» в качестве важного средства завоевания лидирующих позиций на мировой арене. Главной особенностью в развитии политики «мягкой силы» Японии был тот фактор, что правительство страны выстроило продуманную и долгосрочную стратегию, которая позволила за такой короткий срок стать Японии одним из мировых лидеров в этом направлении.

1. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития / В.А. Королев, С.С. Кудрявцева // Вестник международных организаций 2014. Т. 9. № 2. С.190-208

2. Кочнева, Е.Д. Япония как мировой лидер продвижения soft power /Е.Д. Кочнева // Дискурс-Пи. 2014. Вып. № 2-3, Т. 11. С.134-138

3. Грибкова, Д.Е. О "мягкой силе" Японии /Д.Е. Грибкова 2016.[Электронный ресурс]. URL: picreadi.ru

4. Japanese strength in soft power foreign policy / Yoichi Funabashi. 2017.[Электронный ресурс] URL: softpower30.com

5. The Soft Power of Cool: Japanese Foreign Policy in the 21st century / Roberto Nisi // Research for Johns Hopkins University. SAIS Europe. 2017. с. 1-8

6. Japan is using cultural diplomacy to reassert its place in the world – but is the message too exclusive? / Warren Stanislaus. 2018.[Электронный ресурс] URL: theconversation.com

7. The Evolution of Japan's Public Diplomacy: Haunted by Its Past History / Yoshihide Soeya // Understanding Public Diplomacy in East Asia – 2015. с. 79-105

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ДИПЛОМАТИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

А.Д. Семенюк
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Статья посвящена исследованию особенностей общественной дипломатии на этапе современности и ее влиянию на международную политическую жизнь.

Ключевые слова и словосочетания: *внешняя политика, международные отношения, официальная дипломатия, общественная дипломатия, неправительственные организации, международная арена.*

FEATURES OF PUBLIC DIPLOMACY AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of the features of public diplomacy at the stage of modernity and its impact on international political life.

Keywords: *foreign policy, international relations, official diplomacy, public diplomacy, non-governmental organizations, international arena, the institution of public diplomacy.*

Актуальность настоящего исследования определяется несколькими важными моментами.

Во-первых, в настоящее время общественная дипломатия является полноправным участником мирового политического процесса, и развитие международных отношений уже не может определяться только деятельностью международных и государственных организаций.

Во-вторых, в Российской Федерации в условиях развития демократии формируются гражданские институты, т.е. идет активный процесс определения их роли в международной политике, в государстве и механизмах взаимодействия между собой и с государственными структурами. Общественные связи сегодня стали определенно значимой частью всей системы международных отношений. В связи с чем определение характерных черт современной общественной дипломатии является насущной задачей сегодняшнего времени.

Следует отметить, что под общественной дипломатией понимается неофициальная, как внешнеполитическая, так и внутривнутриполитическая деятельность независимых от правительств физических и юридических лиц, неправительственных организаций, движений и институтов, направленная на сохранение мира, развитие и улучшение международных отношений, на развитие взаимопонимания и сотрудничества между народами.

Общественная дипломатия не допускает такие методы, как военное вмешательство или насилие. Ее отличие от официальной внешней политики, по мнению японского ученого М. Итиока, заключается в том, что «мотивируя свои действия национальными интересами, центральное правительство во внешней политике прямо или косвенно всегда использует силу государства, наиболее явно олицетворяемую ее вооруженными силами. Поэтому понимаемый в широком смысле «силовой компонент» внешней политики является ее константой. Осуществляемая же в регионах общественная дипломатия этого элемента лишена полностью. Скорее наоборот, ее

целью является как раз устранение силового компонента из практики международных отношений, причем это устранение осуществляется без военно-политических приспособлений, в буквальном смысле «голыми руками» рядовых граждан» [1].

Следует выделить следующие характерные черты современной общественной дипломатии:

1. отход от идеологической составляющей после окончания «холодной войны», ориентирование на общечеловеческие ценности и постепенное обретение независимости.

Общественная дипломатия авторитарных государств по мере развития в них общества постепенно преобразовывается в общественную и независимую и начинает ориентироваться на общечеловеческие ценности.

Активный рост числа неправительственных организаций в сфере общественной дипломатии во многих странах был вызван, с одной стороны, изменением баланса сил на международной арене по причине распада двухполюсного мира - социалистического во главе с СССР и капиталистического во главе с США, а с другой - влиянием США и их партнеров по блоку НАТО, которые давно уже оценили возможности общественной дипломатии и достаточно активно используют ее в качестве мягкой силы для решения геополитических вопросов;

2. в центре внимания современной общественной дипломатии становится выживание человечества. Поэтому поле ее деятельности расширяется за счет увеличения объема гуманитарных и экологических проблем. Увеличивается круг вопросов, обсуждаемых на международных форумах, поскольку мир столкнулся с новыми угрозами (международной террористической активностью, наркоторговлей, изменением климатических условий, распространением генетически модифицированных продуктов питания, несправедливым распределением естественных ресурсов), что, в свою очередь, требует присоединения к переговорам представителей неправительственных организаций;

3. выход институтов общественной дипломатии на международный уровень в качестве реальных акторов международных отношений.

Так, уже в 1998 году по шкале, которая была разработана ООН, порядка 100 неправительственных организаций имели «I категорию» (речь идет об организациях с широкими экономическими и социальными интересами и обширной географией) или «катеорию II» (узкоспециализированные организации). Почти 1500 неправительственных организаций, в том числе 22 российские неправительственные организации, приобрели в третьем тысячелетии консультативный статус при ЭКОСОС [2].

В наши дни глобальные экономические силы постоянно оказывают давление на государственный суверенитет через процессы интеграции и регионализации. В подобных условиях роль общественной дипломатии приобретает большое значение. Так как неправительственные организации могут использовать стратегию прямого действия, они преодолевают условия соглашений, которые имеют строго обязывающий характер для суверенных государств;

4. возрастает роль общественной дипломатии в областях, которые ранее считались «заповедной зоной» официальной дипломатии, происходит своеобразный симбиоз государственных и общественных акторов международных отношений в сфере дипломатической деятельности.

На данный момент разработаны разные схемы, в которых пересекается официальная и неофициальная дипломатическая деятельность. Так, Дж. Розенау определяет международную политику как «политику первого и второго мира», где «первый мир» - это господство суверенных государств, и «второй мир» - скопление различных центров власти. Оба «мира» развиваются параллельно и взаимодействуют друг с другом [3].

Б. Хокинг оперирует термином «дипломатия-катализатор», подразумевающим тесное взаимодействие между официальной и неофициальной дипломатией [4].

Общественная дипломатия на современном этапе общественного развития стала участником переговорного процесса, которым раньше занимались только представители официальной дипломатии. Т. Принеси и М. Фингер отмечают: «Дипломатия больше не является традиционным ведением государственной политики. Она есть комплекс взаимоотношений, устанавливаемых как между государственными, так и негосударственными акторами, результатом чего становится постоянный переговорный процесс и создание новых институтов» [5].

Институтом по проблемам достижения консенсуса (некоммерческая частная организация в штате Массачусетс, США) была разработана теория «параллельных международных переговоров». Она была опробована в период подготовки конференции по изменению климата в Киото (1997) и в Буэнос-Айресе (1998). В переговорах, параллельных официальным, принимали участие руководители правительственных делегаций и неправительственных организаций. Все по-

лучили возможность встречаться в неформальной обстановке, позволяющей осуществить то, что обычно сложно сделать на заседаниях форума, т.е. вести свободную дискуссию. Опрос участников переговоров показал, что все были удовлетворены результатом встреч, значительно облегчивших достижение соглашений на официальных встречах [6];

5. характерной особенностью современной общественной дипломатии является оказание ею определенного влияния на политическую власть. В частности, это выражается в лоббистской деятельности национальных меньшинств.

Так, американцы польского происхождения приложили большие усилия, чтобы увидеть Польшу в НАТО. Армянская диаспора занималась выработкой соответствующей проармянской политики США. Потомки выходцев из Ирландии принимали активное участие в разработке способов разрешения конфликта в Северной Ирландии. Диаспоры оказывают огромное воздействие на американскую политику в отношении Греции и Турции, стран Закавказья и Ближнего Востока. Существенной была их роль в дипломатическом признании Македонии, поддержке Хорватии, принятии решения о введении санкций против Кубы, санкций в отношении Южной Африки;

6. специфической чертой общественной дипломатии на современном этапе является ее огромная роль в улучшении международного имиджа страны, преодолении стереотипов, которые сложились во внешнеполитических отношениях с другими государствами.

Причина этого заключается в том, что доверие к общественной дипломатии у народов мира значительно выше, чем к официальным представителям политической власти. Да и сами методы общественной дипломатии, такие как непосредственное неформальное общение людей из разных стран, раскрытие через культурное взаимодействие духовного потенциала того или иного народа, гораздо быстрее сближают людей, чем официально проводимые мероприятия.

В настоящее время многие государства не только сотрудничают с различными акторами общественной дипломатии, но и часто сами иницируют создание специальных программ, которые решают правительственные задачи методами общественной дипломатии. Примером могут являться многочисленные правительственные программы по обмену, среди которых успешно действующая по всему миру японская государственная Программа международных обменов и обучения.

Таким образом, в исследовании выделены основные черты современной общественной дипломатии, которые напрямую связаны с изменениями и развитием мирового политического процесса. Следует констатировать, что в настоящее время общественная дипломатия стала явлением международным. В нее вовлечена общественность многих стран мира. Развитие межнациональных общественных организаций свидетельствует о широком распространении общественной дипломатии в международной сфере. Общественная дипломатия все больше и больше оказывает влияние на государственные структуры, которые, принимая политические решения, вынуждены считаться с ней. Многие государственные институты в настоящее время вынуждены реорганизовывать свою работу с учетом возросшей роли общественной дипломатии и ее возможностей в области международных отношений.

1. Итиока, М., Региональная дипломатия в Японии: Международный опыт Ниигаты - от дружеских связей к оказанию помощи / М. Итиока. Владивосток, 2004. С. 284–285.

2. Медведева, Т.И. Гражданская (народная) дипломатия и ее роль в российско-японском политическом диалоге: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. полит. наук: 23.00.04 / Т.И. Медведева; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. М., 2007. С. 4.

3. Rosenau, J.N. Turbulence in World Politics: a Theory of Change and Continuity / J.N. Rosenau. HemeHempstead, Harvester Wheatsheaf, 1990. P. 29.

4. Hocking, B. Beyond newness and decline of catalytic diplomacy DSP Discussion Papers / B. Hocking. Leicester: Centre for Study of Diplomacy, 1995. P. 24.

5. Princen, T. Environmental NGO's in World Politics: Links the Local and the Global / T. Princen, M. Finger. L., 1994. P. 48.

6. Матвеева, Т.Д. Неправительственные организации в демократических государствах: международные стандарты и опыт России / Т.Д. Матвеева. М.: Изд-во РАГС, 2010. С. 18.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ВИКТИМИЗАЦИИ И ИХ ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ В РОССИИ

Д.А. Становова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В настоящей статье исследован уровень имплементации международных стандартов в законодательство Российской Федерации в сфере противодействия виктимизации жертв насилия. На основе сравнительно-правового исследования были получены выводы о необходимости скорейшей ратификации международных договоров, которые предоставляют гарантии, облегчающие положения жертв преступления и принять соответственно на федеральном уровне закон, объединяющий все представленные в статье гарантии.

Ключевые слова и словосочетания: *виктимизация, жертва преступления, насилие, международные стандарты, помощь жертве..*

INTERNATIONAL STANDARDS FOR VICTIMIZATION ELIMINATION AND ITS IMPLEMENTATION IN RUSSIA

This article examines the level of implementation of international standards in the legislation of the Russian Federation in the area of the victimization elimination. On the grounds of a comparative legal study conclusions were drawn on the need for the necessity of international treaties ratification that provides guarantees to alleviate the state of victims of crime and adopt a law at the federal level.

Keywords: *victimization, crime victim, violence, international standards, victim assistance.*

В настоящее время существует достаточно непростая проблема общественного отношения к жертвам сексуального и домашнего насилия: отрицания тяжести последствий для психического и физического состояния после перенесенного насилия, обвинение жертв в случившейся ситуации (виктимблейминг), одобрение действий насильника и проч. Такое явление получило в науке название «виктимизация» – процесс или конечный результат превращения в жертву преступного посягательства. В науке и общественном сознании имеет популярность теория, согласно которой жертвы преступлений обладают некими особенностями (свойствами личности или особенностями поведения), которые способствуют причинению им вреда. В современных научных работах по виктимологии (разделе криминологии) такой подход подвергается острой критике и обозначается термином «обвинение жертвы» (виктимблейминг).

Данное явление имеет место быть прежде всего в средствах массовой информации (далее – СМИ) и тем самым дает основания для большего осуждения потерпевших. Примером может послужить нашумевший случай с Дианой Шурыгиной, жертвы изнасилования со стороны знакомого на вечеринке. По данному делу 5 декабря 2016 года Ленинский районный суд Ульяновска признал Сергея Семенова виновным в осуществлении сексуального насилия в отношении Дианы Шурыгиной по статье 131 «Изнасилование» Уголовного кодекса Российской Федерации (далее – УК РФ) и статья 132 «Насильственные действия сексуального характера» УК РФ, назначив наказание в форме лишения свободы сроком на восемь лет и три месяца с отбыванием в колонии строгого режима. Это означает, что факт виновности был признан [1]. Но СМИ (прежде всего, федеральные каналы «Первый канал» и «Россия-1») освещают эту ситуацию уже более года, зарождая сомнения том, что Диана Шурыгина не является потерпевшей, а совершению преступного деяния способствовало её поведение. Кроме того, был подвергнут сомнению приговор суда, установившего факт преступления и вину насильника. В результате травля Шурыгиной происходит не только на федеральных каналах, но и со стороны граждан в социальных сетях.

В результате можно наблюдать рост виктимогенной обстановки. Так, на официальном сайте Генеральной Прокуратуры Российской Федерации регулярно публикуются статистические

сборники «Состояние преступности в России». И в сборнике за декабрь 2018 года были указаны данные по категории изнасилования и покушение на изнасилование за 2018 год, составившие 3374 случаев. Но за три последовавших месяца 2019 года количество случаев составило уже 531, показав при этом увеличение динамики на 13,9% [14]. Это свидетельствует о росте количества такого вида преступлений, несмотря на тот факт, что сексуальное насилие характеризуется высокой степенью латентности, а следовательно, реальная картина еще серьезнее. Все вышеуказанное свидетельствует об актуальности темы нашего исследования.

Цель исследования – характеристика уровня имплементации международных стандартов по противодействию виктимизации в Российской Федерации. Задачи исследования – охарактеризовать универсальные и региональные международные стандарты по противодействию виктимизации, а также наличие гарантий противодействия виктимизации в российском законодательстве, с последующим выявлением уровня имплементации таких стандартов в России. Методологическую основу исследования составили сравнительно-правовой и системно-структурный метод.

Актуальность проблемы насилия над женщинами нашла свое отражение в подписанном Россией международном документе – Декларации основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотребления властью, принятой резолюцией 40/34 Генеральной Ассамблеи ООН 29 ноября 1985 года [4]. В ней было дано определение понятия «жертва» – это лица, которым индивидуально или коллективно был причинен вред, включая телесные повреждения или моральный ущерб, эмоциональные страдания, материальный ущерб или существенное ущемление их основных прав в результате действия или бездействия, нарушающего действующие национальные уголовные законы государств-членов, включая законы, запрещающие преступное злоупотребление властью (ст. 1 главы А. Жертвы преступлений). Более подробно регламентированы законные права потерпевших. Помощь оказывается не только со стороны правоохранительных органов, государства в виде выплат за причиненный вред или ущерб, возмещения расходов, понесенных в результате виктимизации, предоставления услуг и восстановления в правах, но и со стороны международных сообществ и добровольных образований, о которых должна быть предоставлена информации в открытом доступе (ст. 8, 12). Также определяется информация по процессуальным аспектам, которая должна быть доступна потерпевшим (ст. 4-7).

Резолюция 48/104 Генеральной Ассамблеи ООН от 20 декабря 1993 года, утвердившая «Декларацию об искоренении насилия в отношении женщин», указывает, что в себя включает насилие над женщиной – это любой акт насилия, совершенный на основании полового признака, который причиняет или может причинить физический, половой или психологический ущерб или страдания женщинам, а также угрозы совершения таких актов, принуждение или произвольное лишение свободы, будь то в общественной или личной жизни (ст. 1) [3]. Эта декларация направлена на принятие различного рода мер по искоренению насилия и защиты женщины при уже совершенном насилии. Для выполнения ее положений в рамках уголовного, административного, гражданского и трудового законодательства должны быть разработаны санкции за противоправные деяния, а также возмещения компенсации ущерба жертве (ст. 4).

Для реализации положений указанной декларации в России было принято Постановление Правительства РФ от 08.01.1996 №6 «О концепции улучшения положения женщин в Российской Федерации» [11]. Данным документом утверждена Концепция улучшения положения женщин в Российской Федерации, где регламентируются санкции для наказания за правонарушения и положения о возмещении вреда в отношении женщин, а также устанавливается необходимость разработки квалифицированной помощи со стороны подготовленного персонала в социальной, здравоохранительной и правоохранительной сфере (ст. 2(д)).

Следующим документом выступает Резолюция 52/86 Генеральной Ассамблеи ООН от 12 декабря 1997 года «Меры в области предупреждения преступности и уголовного правосудия с целью искоренения насилия в отношении женщин» [7]. При принятии концепции восстановительного правосудия в российское законодательство не произошли существенные изменения по отношению к женщинам, подвергшимся насилию, ведь поддержка со стороны государства остается и по сей день минимальной и в плане подготовки персонала, и в финансовом плане, также не произошло изменений в законодательной базе в аспекте ответственности. Так, например, в Уголовном кодексе РФ мы можем найти обстоятельства, отягчающие ответственность при различного рода насильственных действиях только по отношению к женщинам, являющимся беременными, в остальных случаях это обстоятельство не учитывается.

Тенденция обвинения жертвы преступления, а не преступника, чаще всего выявляется по отношению к женщинам или детям, подвергшимся насилию. Данная проблема рассматривалась

на региональном уровне и в результате была принята резолюция Комитета министров Совета Европы от 28 сентября 1977 года №R(77)27 «О компенсации потерпевшим от преступлений» [10]. В данном документе описывается необходимость компенсации жертвам преступлений исходя из объективного и абсолютного характера совершенного преступного деяния и причиненного вреда. Если лицо, совершившее по отношению к потерпевшему преступление, невозможно привлечь к уголовной ответственности, тогда государство должно позаботиться о выплате компенсации пострадавшей стороне. Данная резолюция не принимается во внимание Россией, поскольку на момент ее подписания Россия не состояла в Совете Европы – международной организации, в рамках которой была принята эта резолюция.

Также Россией игнорируются рекомендации Комитета министров Совета Европы от 28 июня 1985 года №R(85)11 «О положении потерпевшего в рамках уголовного права и процесса» [12]. В документе даются рекомендации к осуществлению уголовного правосудия и значительное внимание уделяется положению жертвы, а именно защите интересов и психологического состояния, при этом различного рода процессуальные действия должны осуществляться правоохранительными органами с учетом личного состояния, достоинства и прав потерпевшего. А также защита должна проявляться в оказании социальной, юридической и психологической помощи лицу, являющемуся жертвой, а также его семье.

Что касается международных обязательств, имеющих обязательную силу, то следует упомянуть Европейскую конвенцию по возмещению ущерба жертвам насильственных преступлений [5]. Основной идеей является регламентирование порядка расчета и выплаты компенсации непосредственно жертвам насилия. Договор устанавливает, что государство обязано гарантировать компенсацию, при невозможности получения ее из иных источников, лицам, в отношении которых совершено умышленное насильственное преступление и был нанесен серьезный урон их физическому состоянию или здоровью (ст. 10). Также это правило распространяется на лиц, находящихся на иждивении погибшего. Описана возможность установления стоимостных пределов, они могут меняться в зависимости от финансового положения жертвы, а также сроков (ст.4-8).

Ключевым международным договором регионального характера является Конвенция Совета Европы по предотвращению и борьбе с насилием в отношении женщин и насилием в семье от 07.04.2011 (далее – Стамбульская конвенция) [6]. В ней охарактеризован определенный комплекс стандартов государственных мер по искоренению насилия. Стамбульская конвенция требует: изменения в обществе нормальности существования насилия по отношению к женщинам; обучения персонала по работе с жертвами насилия; на уровне учебных заведений разработать комплекс программ по равенству полов; контакт государства со СМИ в целях информирования общественности. В целях защиты государство должно обеспечить безопасность жертв: создание убежищ и круглосуточных телефонных линий; создание специальных здравоохранительных, юридических и психологических служб поддержки для консультации для жертв и их детей. На законодательном уровне государство должно обеспечить: уголовное преследование за насильственные правонарушения; невозможность оправдания насильственных правонарушений на основе религии, воспитания, культуры и т.д.; оперативное реагирование правоохранительных органов на просьбу об оказании помощи и положительное разрешение опасных ситуаций; гарантию доступа жертвам к специальным мерам защиты на всех процессуальных стадиях разрешения уголовного дела.

Данные Конвенции не были ратифицированы Россией по различным политическим, экономическим и иным основаниям. Одним из основных является культурное основание [2, с. 24]: по мнению органов государственной власти, разрушение традиционных ценностей может привести к потере контроля власти над обществом и нарушению нормального существования общества. В этой связи представители власти считают данное основание достаточным для непредоставления гарантий в отношении женщин и людей в целом. Данное обстоятельство приводит к тому, что неблагоприятно складываются результаты международных отношений. В особенности это влияет на степень незащищенности граждан в таких преступных деяниях, которые связаны с насилием женщин и детей.

Систематизировав международные стандарты противодействия виктимизации, закрепленные в вышерассмотренных документах, дадим их развернутый перечень:

- обобщение данных о произошедших противоправных деяниях – включает в себя обмен опытом, исследования, обобщения данных о борьбе со всеми формами насилия, в том числе о борьбе с виктимизацией (ст. 5 резолюция 48/104 Генеральной Ассамблеи ООН от 20 декабря

1993 года; ст. 13 резолюции 52/86 Генеральной Ассамблеи ООН от 12 декабря 1997 года; ст. 7, 9, 11 Стамбульской конвенции);

- компенсация за причинённый моральный и физический вред – предоставление является обязательным и должно быть справедливым, то есть в зависимости от потери прошлого или будущего заработка, медицинских расходов, также от тяжести вреда, наступившего впоследствии совершенного насильственного деяния. Если жертва насильственного преступления умерла или же стала психически или физически недееспособной, тогда ее семье, а также иждивенцам, предоставляется равнозначная потере и затратам на захоронения компенсация (ст. 12(b) резолюции 40/34 Генеральной Ассамблеи ООН от 29 ноября 1985 года). Если же со стороны обвинения выплаты потерпевшему или его семье, иждивенцам невозможны, тогда государство берет на себя обязательство по помощи жертвам преступления в материальном виде (гл. 1 резолюции Комитета министров Совета Европы от 28 сентября 1977 года №R(77)27; ст. 10(c) резолюции 52/86 Генеральной Ассамблеи ООН от 12 декабря 1997 года; ст. 3, 4, 10, 12-13 Конвенции Совета Европы от 1 февраля 1988 года; ст. 5, 7, 9-13 рекомендации Комитета министров Совета Европы от 28 июня 1985 года №R(85)11; ст. 5(2) Стамбульской конвенции);

- социальные, материальные, юридические, психологические и медицинские услуги. Для таких услуг должны быть предусмотрены достаточные ресурсы и профессиональные работники. Государство предоставляет специальные помещения для оказания помощи потерпевшим, вводятся дополнительные организационные меры, организуется круглосуточная горячая телефонная линия. Предоставление специализированной помощи необходимо для преодоления виктимизации и предоставления своевременной информации о том, в какие службы нужно обращаться, какие действия нужно совершить и как перебороть травму (ст. 14-17 резолюции 40/34 Генеральной Ассамблеи ООН от 29 ноября 1985 года; ст. 4(d) резолюции 48/104 Генеральной Ассамблеи ООН от 20 декабря 1993 года);

- распространение информации среди различных слоёв населения о правильном восприятии жертв преступления, о существовании специализированной помощи жертвам, а также обозначение программ по предотвращению проблемы. При этом необходимо существование общественного урегулирования информационного потока, выраженного в моральном кодексе и иных мерах саморегулирования, просвещения темы насилия и виктимизации. Информирование происходит по всем аспектам: будь-то правовые, материальные (компенсационные), и различным субъектам (ст. 5, 6(a), 15 резолюции 40/34 Генеральной Ассамблеи ООН от 29 ноября 1985 года; ст. 11 Конвенции Совета Европы от 1 февраля 1988 года; ст. 14-15 резолюция 52/86 Генеральной Ассамблеи ООН от 12 декабря 1997 года; ст. 12-16 Стамбульской конвенции).

В России указанные гарантии, облегчающие положение жертв преступления, предоставляются организациями, осуществляющими свою деятельность на общественных (благотворительных) началах: региональная общественная организация Независимый Благотворительный Центр помощи пережившим сексуальное насилие «Сёстры»; центр экстренной психологической помощи Московского психолого-педагогического университета; Муниципальный кризисный центр для женщин «Спасение» в городе Химки и Химкинском районе; Свердловская региональная общественная организация Кризисный центр «Екатерина»; Московский кризисный центр помощи женщинам и детям и др. Организации действуют на основании Гражданского Кодекса Российской Федерации и федеральных законов о некоммерческих организациях и общественных объединениях. В данные центры возможно обратиться для получения юридической, психологической, медицинской помощи, также присутствуют круглосуточные телефонные линии при отсутствии возможности посещения данного заведения. Указанные организации осуществляют также просветительскую работу: взаимодействуют со средствами массовой информации и освещают проблемы отношения к насилию в нашей стране. При этом государство, которое, исходя из международных стандартов, обязано реализовывать подобные программы, финансировать их, иными способами помогать жертвам насильственных действий, устранилось. Положения о предоставлении социальной услуг, закрепленные в федеральном законе от 28.12.2013 №442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» [8] и постановлении Правительства РФ от 24.11.2014 №1236 «Об утверждении примерного перечня социальных услуг по видам социальных услуг», не включают в адресный субъектный состав жертв насильственных преступлений [9]. Законодательство о СМИ содержит гарантию сохранения в тайне предоставленных лицом сведений и материалов и неразглашения личности источника информации (ст. 41), но не указывает на меры регулирования просвещения темы насилия и виктимизации [13]. Нормативно-правовые акты России не раскрывают понятие «жертвы» и не ориентируются на указанные международные стандарты, связанные с гаранти-

рованием прав и законных интересов, включая компенсацию жертвам, получение квалифицированной юридической помощи, применение мер безопасности и т.д. Также отсутствуют нормы по предотвращению виктимизации в СМИ.

В результате проведенного исследования нами были получены следующие выводы. Международные стандарты противодействия виктимизации не находят свое отражения в законодательстве России. Поэтому существует необходимость ратификации международных договоров и разработки единого федерального закона, в котором будут описаны все положения о защите жертв преступлений и предоставлены все основополагающие гарантии данным лицам. Также для полного обеспечения защиты жертв необходимо создание фонда, который будет финансировать все затраты и на создание служб, оказывающих различного характера помощь жертвам, и на обучение квалифицированного персонала, и на выплату компенсации.

1. Берг, Е. Дело Дианы Шурыгиной: от вечеринки в Ульяновске до пяти выпусков «Пусть говорят»: репортаж «Медузы» [Электронный ресурс] / Е. Берг // [meduza.io](https://meduza.io/feature/2017/03/21/delo-diany-shuryginoy-ot-vecherinki-v-ulyanovske-do-pyati-vypuskov-pust-govoryat-reportazh-meduzu). URL: <https://meduza.io/feature/2017/03/21/delo-diany-shuryginoy-ot-vecherinki-v-ulyanovske-do-pyati-vypuskov-pust-govoryat-reportazh-meduzu>

2. Горян, Э.В. Борьба с насилием над женщинами в России: приверженность международным стандартам или апелляция к культурным традициям? / Э.В. Горян // *Международное право*. 2016. №4. С. 11-26.

3. Декларация об искоренении насилия в отношении женщин: резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 20.12.1993 №48/104 [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций: официальный сайт. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/violence.shtml

4. Декларация основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотребления властью: резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 29.11.1985 №40/34 [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций: официальный сайт. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/power.shtml

5. Европейская конвенция по возмещению ущерба жертвам насильственных преступлений (ETS №116) [рус., англ.] (заключена в г. Страсбурге 24.11.1983) [Электронный ресурс] // СПС «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации». URL: <http://docs.cntd.ru/document/8318841>

6. Конвенция Совета Европы по предотвращению и борьбе с насилием в отношении женщин и насилием в семье от 07.04.2011 [Электронный ресурс] // СПС «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации». URL: <http://docs.cntd.ru/document/420206767>

7. Меры в области предупреждения преступности и уголовного правосудия с целью искоренения насилия в отношении женщин: резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 12.12.1997 №52/86 [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <http://base.garant.ru/2565424/>

8. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации: федеральный закон от 28.12.2013 №442-ФЗ (посл. ред.) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/

9. Об утверждении примерного перечня социальных услуг по видам социальных услуг: постановление Правительства РФ от 24.11.2014 №1236 (посл. ред.) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171432/

10. О компенсации потерпевшим от преступлений: резолюция Комитета министров Совета Европы от 28.09.1977 №R(77)27 [Электронный ресурс] // СПС «Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации». URL: <http://docs.cntd.ru/document/901992011>

11. О концепции улучшения положения женщин в Российской Федерации: постановление Правительства РФ от 08.01.1996 №6 (посл. ред.) [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <http://base.garant.ru/1518536/>

12. О положении потерпевшего в рамках уголовного права и процесса: рекомендация Комитета министров Совета Европы от 28.06.1985 №R(85) [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». URL: <http://base.garant.ru/2541416/>

13. О средствах массовой информации: закон РФ от 27.12.1991 №2124-1 (посл. ред.) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

14. Состояние преступности в России: статистические сборники [Электронный ресурс] // Генеральная Прокуратура Российской Федерации: официальный сайт. URL: <https://genproc.gov.ru/stat/data/>.

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 341.215.43

МИГРАЦИОННЫЙ КРИЗИС В ЕС И ПУТИ ЕГО РЕШЕНИЯ

А.Е. Тарасова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

На данный момент в ЕС актуальной является проблема мигрантов. Особенно остро стоит проблема интеграции мигрантов в европейское сообщество. Есть несколько путей решения данной проблемы. Одним из решений может стать пример миграционной политики России.

Ключевые слова и словосочетания: миграция, беженцы, миграционная политика, ЕС.

MIGRATION CRISIS IN THE EU AND THE WAYS OF SOLVING IT

The problem of migrants in the European Union is urgent nowadays. The problem of integration is especially urgent. There are different ways of solving this problem. Russia can offer a solution – a good example of successful migration policy.

Keywords: migration, refugees, migration policy, EU.

Что же такое Европа? Европа прежде всего это страны, которые сумели договориться между собой и прийти к какому-то консенсусу. Хотя эти государства и пришли к какому-то общему знаменателю, они все также стараются сохранять свою культурную идентичность. Европа – это союз, который прочно стоит вот уже полвека и высшей ценностью считает права человека и успешно их отстаивает.

Но есть большая проблем которая намечается в Европе и этой проблемой является миграционный кризис. Актуальность данной темы состоит в том, что миграционная ситуация является проблемной во всем мире. Цель данного исследования охарактеризовать миграционную политику государств ЕС и определить пути выхода из сложившегося кризиса. Задачи данного исследования: проанализировать миграционную политику на примере двух европейских стран; выявить проблемные места; сделать сравнение с миграционной политикой, проводимой в России; рассмотреть возможные пути развития данной ситуации через 20 лет.

Рассмотрим всё вышесказанное на примерах двух стран: Франции и Германии. Согласно официальным данным население Франции составляет примерно 67 миллионов человек и 5,5 миллионов из них являются иммигрантами (иммигранты согласно законодательству Франции – это лица, которые не являются гражданами Франции и были рождены за пределами Франции). Также в 2017 году было зарегистрировано рекордное число запросов на предоставлении убежища – более 100 тысяч (согласно данным Французской службы по защите беженцев и апатридов (Ofpra)) [8]. Данная картина показывает нам, что все больше и больше мигрантов пытаются получить статус беженца во Франции. Также если мы посмотрим на колониальное прошлое Франции, то все больше и больше лиц из данных стран приезжают во Францию и запрашивают статус беженца. Например, жители новой Каледонии на референдуме проголосовали за то, чтобы остаться французской колонией. Чем же так привлекательна Франция для всех? Во Франции существует три вида иммиграции: трудовая, семейная и предоставление убежища для беженцев [1]. Трудовая миграция во Францию довольно сложна: ведь работодатель должен доказать то, что никакой французский гражданин или иностранец, который уже проживает во Франции, не может занять данную должность и поэтому ему нужно нанять для этого иностранца. Процедура семейной миграции довольно интересна: для того, чтобы иммигрировать по се-

мейным основаниям, нужно сдать тест на базовое знание французских ценностей и французского языка. И для того, чтобы получить статус беженца, нужно отвечать условиям статьи 1 Женевской конвенции от 1951 года [3]: если лицо преследуется по расовым, национальным признакам, из-за вероисповедания, языка и из-за принадлежности к какой-то социальной группе и это угрожает его жизни. Также получить статус беженца могут люди, которые преследуются в результате своей борьбы за свободу (политическое убежище). Почему Франция является таким лакомым кусочком для беженцев? Во-первых, большое разнообразие различных льгот, которые предоставляет эта страна. Например, если лицо получило статус беженца, то оно может перевезти во Францию свою семью, чтобы они проживали вместе с ним, бесплатно получить для детей место в детском саду или школе, а также бесплатно получить образование в любом ВУЗе Франции, выезжать из Франции в любую страну мира, кроме той, в которой это лицо подвергается преследованиям. И также лицо имеет право на получение пособия в течение последующего года в размере €325 на каждого члена семьи. Такие лица первоначально размещаются в гостиницах, потом социальные службы обеспечивают бесплатным жильем, кроме того, каждый беженец имеет право на получение бесплатной медицинской помощи.

Германия всегда была и будет такой же привлекательной страной, как и Франция. Стабильная экономика, социальное и правовое обеспечение – все это очень привлекательно для мигрантов. Согласно данным официального бюро статистики Германии примерно 19,3 миллиона населения имеют миграционное прошлое. Для всего мира Германия является второй страной по популярности для мигрантов (после США). Вот основные способы получения статуса иммигранта в Германии. Если вы или ваши родители, или ваши бабушки имеете еврейские корни, то вы можете подать запрос на получение немецкого гражданства. Также вы можете получить вид на жительство, если вы хотите воссоединиться с семьей. Открытие собственного бизнеса – наиболее затратный способ иммиграции. Для этого нужно реально вести коммерческую деятельность, поддерживать работоспособность офиса, нанять персонал, платить налоги и ежегодно декларировать прибыль. Но если ваша компания будет убыточна, то будет невозможно продлить вид на жительство. Также вы можете иммигрировать, если ваша профессия является дефицитной и востребованной на рынке труда в Германии. Также вы можете иммигрировать если кто-то из ваших родственников по национальности был немцем. Как же обстоят дела с беженцами? Согласно действующему законодательству, лицо может получить статус беженца в ФРГ, если на родине происходит нарушение прав, предусмотренных Всеобщей декларацией прав человека 1948 года [2]; если имеет место ущемление по половому, религиозному, расовому или иному признаку; если имеется реальная угроза жизни и здоровью; если лицо преследуется из-за своих политических взглядов; если, будучи предпринимателем, лицо подвергается преследованию со стороны организованной преступности или официальных властей. Беженцы имеют право еще до вынесения решения о предоставлении им статуса беженца претендовать на временное жилье, социальное пособие в размере €395; обучение и трудовую деятельность. После официального присвоения статуса беженца иностранные граждане получают на постоянной основе права на бесплатное образование; трудоустройство и предпринимательскую деятельность; социальное пособие; государственную бесплатную медицинскую страховку. Но главное – это возможность получить немецкое гражданство после 8 лет проживания в стране.

Но почему же, если все, казалось бы, так хорошо, все в Европе говорят про миграционный кризис? Потому что большинство беженцев не хотят интегрироваться в общество страны пребывания и, наоборот, навязывают всем свои идеалы и мировоззрение, из-за чего этническая идентичность коренного населения страны размывается. Также, например, в Германии существует около 40 самых криминализованных районов, в которых проживают беженцы из Африки Азии и Ближнего Востока (хотя официальные власти этого не подтверждают). Местные жители говорят, что ситуация осложняется тем, что правительство продолжает переселять еще больше мигрантов в эти районы. Например, в городе Дуйсбург (земля Северный Рейн – Вестфалия) с общей численностью населения около 500 тысяч человек проживает около 60 тысяч беженцев, которые являются в основном турецкими мусульманами. Район Дуйсбурга Маркслох (Marxloh), будучи одним из самых проблемных в Германии, был описан как «памятник неудавшейся интеграционной политики Германии». Более половины из 20 тысяч жителей района являются мигрантами. Также ситуация осложняется частыми разбоями и нападениями со стороны беженцев. Из-за этого общество в Германии разделилось на тех, кто поддерживают беженцев и тех, кто против них, или попросту на левых и на правых. Все чаще можно увидеть в заголовках немецких новостей что-то про ультраправых. Конечно, и у ультраправых есть здра-

вые мысли (ограничить миграционный поток, чтобы стабилизировать ситуацию в Европе), но чаще всего эти лозунги смешаны с ненавистью к другим людям (ксенофобией) [6]. Также не стоит забывать про левых: они считают, что стоит проводить просто улучшенную политику по интеграции беженцев, и что обычная высылка не решит данную проблему.

Как указывалось выше, во Франции проблема с мигрантами также является довольно серьезной. Франция и в прошлом принимала достаточно большое количество мигрантов, но эти люди чаще всего были выходцами из бывших французских колоний, которым были не так чужды французские идеи. Но в данный момент ситуация осложняется тем, что мигранты чаще всего просто не хотят интегрироваться во французское общество. На данный момент мигрантов все больше привлекает высокий уровень жизни в Европейском Союзе, а не трудоустройство. Во Франции, как и в Германии, есть свои районы, в которых «правят» мигранты (беженцы). В дела так называемого марсельского гетто даже полиция не хочет вмешиваться. Люди, которые там проживают, не работают и живут на социальное пособие от государства и еще получают пособия на детей, следовательно, в таких семьях почти всегда очень много детей.

Проблема беженцев – это не только проблема Франции и Германии, но и всего Европейского Союза в целом. В ЕС существует закон, согласно которому границу какого государства беженец пересек первой, то государство за него и отвечает. Это ужасно бьет по странам, у которых есть выход к Средиземноморскому морю, потому что беженцы чаще всего пытаются именно морем добраться до Европы. Большинство беженцев прибывает из стран Африки и Ближнего Востока, и это является проблемой, потому что эти люди чаще всего являются мусульманами. В чем же проблема с мусульманами? Во-первых, насколько все знают, мусульмане считают всех, кто не являются мусульманами, неверными и, следовательно, процент недопонимания и вражды между ними и европейцами очень велик. Во-вторых, недопонимание также происходит из-за того, что в ЕС сейчас происходит столкновение ислама и христианства. По данным опроса журнала L'Obs проведенного среди французских школьников, около 33% считают себя христианами и около 25% мусульманами [7]. Проблема в том, что у мусульман и у христиан существует различное понимание роли женщины и мужчины в обществе, также различное понимание вообще ценностей. Если для европейцев венцом творения считается человек и в связи с этим европейцы отстаивают и защищают права человека, как только могут, то для выходцев с Ближнего Востока это вообще непонятно. Для них человек является низшим существом. В самом слове ислам заложено слово «покорность», т.е. подчинение всевышнему. Сама проблема кроется в базовых ценностях.

Что же может стать с Европой к 2030 году? Сейчас чаще всего говорят, что Европа станет исламистской, например, французский писатель Мишель Уэльбек в своем романе «Покорность» предположил, что «французская элита отдается исламу после того как во Франции к власти приходит мусульманская партия» [5]. Также руководитель телерадиокомпании «Средне-немецкое вещание» Удо Райтер высказался следующим образом: «День немецкого единства в 2030: федеральный президент Мухаммед Мустафа призвал мусульман уважать права немецкого меньшинства». Насколько эти слова окажутся реальностью, можно лишь догадываться. На мой взгляд, все это может стать правдой, ведь как мы рассмотрели выше, основной поток мигрантов приходится на выходцев из Ближнего Востока. И чаще всего беженцы по прибытию далеко не сразу находят работу, некоторые, наоборот, предпочитают жить на социальные пособия, которые им предоставляет государство и продолжают ничего не делать. А большое скопление людей с одинаковыми взглядами на жизнь, которое никак не может или не хочет интегрироваться, может привести лишь к одному – к изменению доминирующего большинства и как следствие – привести к изменению всего порядка в Европе.

Но есть ли другой план развития события для Европы? Если Европа перейдет миграционную модель России, то все может измениться. В чем же уникальность миграционной модели в России? Каждый беженец получает удостоверение беженца, которое выдается сроком на 3 года и его можно продлить только один раз сроком на год [4]. Россия в отличие от стран Европы не выплачивает социальные пособия такого размера, которые бы позволяли беженцам не работать. Каждый беженец имеет право трудоустроиться без особого разрешения. Тем самым государство перекладывает с себя обязательство заботиться о беженцах в плане финансовой помощи на работодателя или уже на клиентов это беженца, если у него получилось заняться индивидуальным предпринимательством. Также каждый трудовой мигрант должен получить патент на работу, чтобы получить патент нужно обязательно сдать экзамен на знание русского языка, российской истории и законов. Этот экзамен точно дает понять, что человек, который приезжает в Россию, знает основы и принципы, на которых строится российское государство, а значит, может успешно ин-

тегрироваться. Также каждый мигрант может устроить своих детей в детский сад без очереди. Конечно, есть доля незаконных мигрантов, но, чтобы пресечь нелегальную миграцию, РФ сокращает выделение квот на выдачу патентов, ужесточает миграционное законодательство.

Так что же будет с Европой через 20 лет? Либо Европа изменит свое миграционное законодательство и все будет развиваться по позитивному варианту, либо поток мигрантов будет превалировать и порядок вещей изменится. Россия же в свою очередь также будет либо позитивным примером страны, которая смогла решить демографические проблемы с помощью мигрантов, либо придется искать иной выход из данной проблемы. Ну а что же насчет мира? А мир точно изменится...

1. Боргулев, М. Иммиграционная политика Франции: выводы и уроки для России [Электронный ресурс] / М. Боргулев // Refdb.ru. URL: <https://refdb.ru/look/2376388.html>
2. Всеобщая декларация прав человека 1948 года [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
3. Конвенция о статусе беженцев 1951 года [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
4. О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019-2025 годы: указ Президента Российской Федерации от 31.10.2018 №622 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>
5. Уэльбек, М. Покорность / М. Уэльбек. М.: АСТ Corpus, 2016. 352 с.
6. Berning C. Alternative für Deutschland (AfD) – Germany’s New Radical Right-wing Populist Party [Electronic resource] / C. Berning // Cesifo-Group.de. URL: <https://www.cesifo-group.de/DocDL/dice-report-2017-4-berning-december.pdf>
7. L’Obs [Electronic resource] // L’Obs. URL: <https://www.nouvelobs.com/>
8. Office français de protection des réfugiés et apatrides [Electronic resource] // OFPRA. URL: <https://www.ofpra.gouv.fr/en>

Рубрика: Международные отношения

УДК 327[(47+57)]+519.5]

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКО-КОРЕЙСКИХ ОТНОШЕНИЙ В XX–XXI ВКАХ

А.Е. Тарасова

бакалавр

С.В. Мясникова

ст. преп., кафедра межкультурных коммуникаций и переводоведения

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Данная статья фокусируется на зарождении и развитии отношений между Россией и Южной Кореей в XX–XXI веке. В статье освещены вопросы как политического, так и культурного сотрудничества.

Ключевые слова и словосочетания: сотрудничество, Россия, Южная Корея, российско-корейские отношения.

COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN-KOREAN POLITICAL RELATIONS IN XX-XXI CENTURIES

Report focuses on the beginning and on the developing of cooperation between Russia and Korea in XX–XXI centuries. Political and cultural issues are covered in this report.

Keywords: Cooperation, Russia, South Korea, Russian-Korean relationships.

Did Russia know something about Korea in 19th century? Both countries met on different conferences in China but they signed the first treaty in 1884[4]. It was a treaty of friendship and commerce

between Russian Empire and Korea. While preparing this treaty Russian Empire negotiated directly with Korean Empire and not with China as other countries did. Because Korea traditionally was a vassal of China. According to this treaty, countries appointed their diplomatic envoys in the capital cities and different ports. In addition, this treaty opened Korean ports such as Busan, Chemulpo and Wonsan for Russian citizens to trade with other countries. Russian citizens also got permission to move to the Korean territory without a passport at a distance of 40 kilometers from the cities and ports opened for trade. This treaty is significant because only after this treaty the relations between Korea and Russian Empire began to develop. The Russian diplomatic mission appeared in Seoul in 1886 and Karl Ivanovich Veber became the first Chargé d'affaires in Seoul.

The main features in these relations were border trade and Korean immigration to the Far East of Russia. The border trade grew rapidly and because of that, a new convention "Rules of the overland trade with Korea" was signed in 1888 in Seoul. This convention extended the rights of Russians in the border territory with a capital city Kenheung (near the Tumangang River)

Kojong was the emperor of Korea at that time. Kojong was the first and the last emperor of the Korean Empire because of the Japanese occupation in the 1910. In 1895 the queen Min Myeong Seong was killed by Japanese and the coup d'état happened. And on the 11 of February in 1896 Kojong and his son fled from their palace to the Russian legation in Seoul because of that [2]. Russian legation became a center of Korea for a while: representatives of foreign states came there and there the new cabinet of ministers appeared, which was not connected with Japan.

In addition, Kojong was trying to get help from Russian Empire to protect his palace and he asked for help in preparing royal army. In the summer of 1896, Korean Empire received an official invitation to visit the coronation of the Nicholas II. The delegation was formed from four people who were relatives of the deceased queen Min [1]. After the ceremony, Korean delegation arrived in Saint Petersburg in order to ask Russian Empire for help. The main questions negotiated were about sending Russian military trainers to Korea; organizing military protection for emperor Kojong; helping to build telegraph lines; lending a loan for about 3 million of Japanese yens in order to pay back the loan to Japan. Negotiations took place for about a month. The frustration grew more and more as the emperor stayed in Russian legation but it was dangerous for him to get back to the palace and because of that, he asked for protection from Russian Empire. Fortunately, this request was granted on the 21 of October in 1896 and colonel of general headquarters D.V Putyata arrived with Korean delegation. He was responsible for the plan of Korean army organization.

However, why did Kojong ask Russia for help?

Firstly, in the end of the XIX century Korea was so weak and it was impossible for them to protect themselves alone. There was no army in Korea, except royal army. Moreover, because of that China and Japan had an opportunity to have military force in Korea. In order to protect the country and throne, emperor Kojong had to ask for help from another country.

Secondly, why did he choose Russia? Other countries did not have such interest in protecting Korea because Russia was the neighboring country and we were against Japan. In addition, Russia was the only European country that was close enough in order to help quickly and emperor Kojong thought that there were no reasons to be against Russia. Moreover, Russia also had interests in the foreign policy especially in the Far East region. Having common borders, Russian Empire wanted to have a sovereign, powerful, and strong country as a buffer zone in order to be together against the foreign expansion in the Northern-East Asia (especially against Japan).

Many respectful people in that time also told about the cultural communication between our countries. Rear admiral E.I Alekseev wrote: «Army and schools can help us to make our relation resilient against Japanese and American influence»

The relations between Russia and Korea in that time were great because both countries needed each other but when Russia lost Japanese war in 1905, it was awful for Korea because nobody could and wanted to help it. In 1910, Korea was occupied by Japan and this occupation lasted for 35 awful years.

Korea gained its independence in 1945 when Japan lost the Second World War. After that, Koreans did not meet with Russia but with the Soviet Union. At the beginning of the 20th century, our countries suffered a lot. In addition, there was Korean War from 1950 until 1953, which divided country into North and South Korea. North Korea was pro-Soviet country and South Korea was pro-American country [3]. As a result relations between South Korea and Soviet Union were mainly hostile. The first connection between both countries was established in 1980s while the meeting of Roh Tae Woo and Mikhail Gorbachev took place. The relations were developing in three stages: sports, trade and politics. Seoul Olympic Games in

1988 welcomed 6000 Soviet sportsmen and first tourists from South Korea visited Russia [5]. The cooperation began.

Let us precede to the modern relations between Russia and Korea nowadays. Moon Jae-In is the president of South Korea right now. He was elected after the impeachment of Park Keung Hae. Moon Jae In was on the eastern economy forum in 2017 and it was his first visit to Russia. Of course, we all know that South Korea is pro-U.S country but Moon Jae In once said: «I'm pro-U.S., but now South Korea should pursue such a policy in which it can discuss relations with the USA and say no to Americans». In addition, Moon Jae In said that he decided to raise Russian-Koreans relationships «To the brand new level». The main fields in which our countries cooperate are: energy, shipbuilding, trade, tourism. The trade turnover between Russia and the Republic of Korea grew up in 2018 by 29% to \$24.8 billion.

To be honest, this is all very similar to the situation in the 19 century. South Korea wants to reduce the American influence and Russia can help it in this. Nevertheless, there is another question. Is Russia willing to help? We have many different projects in education, economic and cultural spheres and we should not forget that a big amount of ethnical Koreans are still in Russia. According to the statistics for about 150000 of ethnic Koreans, live on the Russian territory. As the president of South Korea said «I hope that our countries will cooperate more closely in order to make our common vision a reality: peace and shared prosperity in the Far East and throughout Eurasia».

To sum it up, Russian-Korean relations have a long history and in the future, this cooperation will only grow. We are different but we have a lot in common and I hope that our cooperation will bring peace and benefits to the Eastern Asia.

1. Пак, Б.Б. Корейская миссия Мин Ёнхвана в Россию летом 1896 / Б.Б. Пак // Вестник Центра корейского языка и культуры. Вып.2. СПб., 1997.

2. Пак, Б.Б.: Политика России в отношении Кореи в период пребывания Коджона в Русской Миссии / Б.Б. Пак [Электронный ресурс]. URL: <https://www.eurasiahub.org/data/ftproot/2010국제역사/박벨라.pdf>

3. Kim DjunKil/ The history of Korea [Электронный ресурс]. URL: https://www.goodreads.com/book/show/273196.The_History_of_Korea

4. Treaty and Diplomatic Relations Between Korea and Russia. Treaty of Amity and Commerce dated June 24, 1884"

5. LukinArtyom. Russia and South Korea: Towards a Strategic Partnership? [Электронный ресурс]. URL: <https://eng.globalaffairs.ru/book/Russia-and-South-Korea-Towards-a-Strategic-Partnership-19773/>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ ГЛОБАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЕВЕРНОЙ ПАЦИФИКИ: ОПЫТ ПОЛИТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В.Н. Федорин

бакалавр

А.А. Тушков

канд. ист. наук, профессор кафедры международных отношений и права

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Проблема обеспечения глобальной безопасности, на сегодняшний день, стоит наиболее остро не-ред всем мировым сообществом. Исследование опыта политического анализа экспертов, изучающих Северную Пацифику, помогает определить степень влияния обстановки в данном регионе на атмосферу гло-бальной безопасности. Это, в свою очередь, позволяет выдвинуть предположения по обеспечению глобальной безопасности.

Ключевые слова и словосочетания: глобальная безопасность, Северная Пацифика, геополитическое противостояние, Российская Федерация, США, Китайская Народная Республика.

GEOPOLITICAL TRENDS OF GLOBAL SECURITY OF THE NORTHERN PACIFIC: THE TENDENCIES OF POLITICAL ANALYSIS

For today, the problem of ensuring global security is the most acute one for the world community. The study of the tendencies of political analysis, submitted by experts studying the North Pacific, helps to determine the impact of the North Pacific's agenda on global security. This, in turn, allows to present the assumptions of ensuring global security.

Keywords: *global security, the North Pacific, geopolitical confrontation, Russian Federation, the USA, the People's Republic of China.*

Геополитическое пространство как Северной Пацифики, так и мира в целом претерпевает значительную трансформацию, что прямым образом сказывается на сохранении атмосферы глобальной безопасности. В связи с этим, на сегодняшний день, вопрос обеспечения глобальной безопасности Северной Пацифики стоит наиболее остро, и в первую очередь перед ведущими (наиболее влиятельными) странами этого региона – Россией, Китаем, США. В свою очередь, стратегическая важность Северной Пацифики для стран всего мирового сообщества как раз и заключается в том, что последствия как взаимодействия, так и противостояния ведущих стран этого региона находят своё отражение во всей геополитической конъюнктуре. Это означает, что проблема обеспечения безопасности Северной Пацифики приобретает уже глокальный характер – т.е. проблема отдельно взятого региона перерастает в глобальную.

Исходя из этого, можно утверждать, что ключевым фактором обеспечения безопасности Северной Пацифики – а значит и безопасности глобальной – является либо всеобъемлющее партнёрство и стратегическое взаимодействие России и Китая с целью сдерживания и предотвращения дальнейшего распространения влияния США и их союзников (в первую очередь, союзников по НАТО), либо стратегическое взаимодействие трёх стран с целью совместной ликвидации существующих угроз (и предупреждения потенциальных рисков) глобальной безопасности.

Стоит отметить, что изучением изменения геополитической обстановки и формирования атмосферы глобальной безопасности в Северной Пацифике занимались многие эксперты. Наиболее авторитетными и известными из них, подробно описавшими положение дел и ход событий в данном регионе, являются: Ларин В.Л., Шинковский М.Ю., Шведов В.Г., Вольтчук А.Б, а также Зыков А.А., Золотухин И.Н., Пемпел Ти Джей. Но прежде чем охарактеризовать положение дел в регионе, необходимо определить, что представляет собой Северная Пацифика.

Опираясь на исследования вышеупомянутых экспертов, можно утверждать, что Северная Пацифика – это регион, отличный от региона Восточной Азии, Северо-Восточной Азии и Азиатско-Тихоокеанского региона в целом, несмотря на размытость, условность границ всех перечисленных и даже на их слияние (с учётом определения территориальных границ того или иного региона).

Северная Пацифика представляет собой Северо-Тихоокеанское трансграничное пространство – объединяющее бассейны Чукотского, Берингова, Охотского, Японского морей и бассейн реки Амур – в котором наблюдается столкновение геополитических, геостратегических, экономических интересов таких влиятельных государств, как Российская Федерация, Китайская Народная Республика, Соединённые Штаты Америки и Япония (так называемые «глобальные державы»), а также интересы Канады, КНДР и Республики Корея.

Стоит отметить, что противоречивость позиций исследователей возникает ввиду стремительно изменяющейся обстановки в данном регионе, и из-за действий стран в нём находящихся, что обуславливает и консолидирующий и, в то же время, разобщающий страны региона потенциал. Так, исследователи и эксперты, изучающие подходы к обеспечению глобальной безопасности в связке с Северной Пацификой (из расчёта её стратегической важности) выделяют следующие тренды:

С одной стороны, считается, что существует большой потенциал для построения в регионе базиса единой системы безопасности, при условии кооперации трёх «глобальных держав» (России, Китая и США), так как Северная Пацифика по территории (своим размерам) несколько меньше, чем АТР (следовательно, количество факторов негативно влияющих на кооперацию и коллаборацию стран региона значительно меньше).

В таком случае Северная Пацифика могла бы играть роль интеграционной платформы для стран – в первую очередь для «глобальных держав» – конечной целью которых можно было бы считать установление атмосферы именно глобальной безопасности.

Вдобавок ко всему, можно утверждать, что концепт Северной Пацифики не нов, несмотря на то, что некоторые эксперты считают такие Концепции, как «Интеграция России в АТР» и «Поворот России на Восток» нововведением, спровоцированным политикой стран Запада (и США в частности), выразившееся в резком повышении стратегической роли региона (Северной Пацифики) для России.

Концепт Северной Пацифики давно используется как площадка для постановки и решения экономических проблем, в частности, для обоснования присутствия США в геоэкономическом пространстве Северо-Восточной Азии и для продвижения идеи Транстихоокеанского партнёрства [1] (до момента подписания Д. Трампом указа о выходе США из Соглашения 23 января 2017 года).

Также, в Северной Пацифике существуют межгосударственные институты, призванные решать общие для стран этого региона проблемы. Одним из таких институтов является The North Pacific Coast Guard Forum (NPCGF), созданный в 2000 г. по инициативе Японии, страны-участники которого выполняют функции пограничной охраны Северной Пацифики [2].

Но с другой стороны, с учётом современных тенденций развития дву- и трёхсторонних отношений между Россией, Китаем и США, внешней политики каждой из стран – а также опыта «успешного взаимодействия» трёх стран в АТР в целом – становится очевидным то, что реализация предполагаемого сценария в Северной Пацифике (по крайней мере, в сегодняшних реалиях) не представляется возможной. Причинами тому являются:

- глубочайший кризис в российско-американских отношениях [3], способный нарушить стратегический баланс сил (санкции и контрсанкции, наращивание обеими сторонами своей военной мощи);
- противостояние Китая и США (т.н. «торговая война», которая ведёт к замедлению роста как экономики азиатского региона, так и мировой экономики [4]);
- неэффективность региональных (и глобальных) интеграционных институтов и союзов (следствием является выход США из Транстихоокеанского партнёрства);
- гегемонистская политика США, видение Штатами России и Китая в качестве одних из главных угроз глобальной безопасности, а также безопасности самих США [5].

Следовательно, существует альтернативный – наиболее приближенный к реальным условиям – вариант обеспечения «глобальными державами» международной безопасности – это взаимодействие в Северной Пацифике России и Китая (не допустив распространения влияния США и НАТО) с целью сохранения стратегического баланса сил и установления атмосферы глобальной безопасности.

В качестве подтверждения данной точки зрения следует привести следующие доводы:

во-первых, на сегодняшний день, «российско-китайские отношения находятся на беспрецедентно высоком уровне и продолжают динамично развиваться» [6], расцениваются обеими странами как «отношения всеобъемлющего партнёрства и стратегического взаимодействия» [7];

во-вторых, явная антироссийская и антикитайская политика США, а именно расценивание России и Китая в качестве основных угроз национальной безопасности (наиболее чётко позиция США по данной проблеме описана в основополагающих стратегических документах США);

в-третьих, «двойная игра» США в форме американской внешнеполитической риторики – громкие заявления официальных лиц – не подкрепленная конкретными действиями со стороны американского правительства и дискредитирующая Соединённые Штаты в глазах мирового сообщества;

несмотря на то, что в ходе телефонного разговора с председателем КНР Си Цзиньпином Д. Трамп заявил о том, что: «США придают большое значение американо-китайскому торгово-экономическому сотрудничеству, готовы продолжить расширять экспорт в Китай», так называемая «торговая война» между КНР и США продолжается до сих пор;

или несмотря на заявление бывшего главы Государственного департамента США Джеймса Бейкера о том, что НАТО «ни на дюйм не двинется на восток», данное им на встрече с президентом Советского Союза Михаилом Горбачевым 9 февраля 1990 года, НАТО, 5 июня 2017 года Черногория стала 29 членом альянса [8,9].

В этой связи необходимо отметить и то, что, несмотря на все действия американской стороны, Россия и Китай неоднократно заявляли (и продолжают заявлять) о своей открытости для диалога и сотрудничества «на равных» для совместного решения глобальных проблем, а также активно призывают США и другие страны к сотрудничеству [10]. Однако, позиция США в отношении России и Китая остаётся неизменной – стратегическое противостояние обеим странам для сохранения за собой статуса мирового гегемона.

В заключение можно утверждать, что перспектива стратегического взаимодействия России, Китая и США – с целью совместной ликвидации существующих угроз (и предупреждения потенциальных рисков) глобальной безопасности – весьма туманна. Следовательно, перспектива обеспечения глобальной безопасности Северной Пацифики (и мира в целом) представляется наиболее осуществимой, при условии сохранения российско-китайских отношений на уровне сегодняшнего дня, т.е. на уровне всеобъемлющего партнёрства и стратегического взаимодействия двух стран. Это будет являться сдерживающим фактором для США и предотвратит дальнейшее распространение их влияния.

1. Strengthening North Pacific Cooperation. Conference Proceedings / ed. by Charles E. Morrison and Marcus Noland. Sejong: Korea Institute for International Economic Policy, 2015. 375 p.

2. North Pacific Coast Guard Forum [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ccg-gcc.gc.ca/Home/NPCGF>.

3. Трамп выдвинул условия для снятия санкций с России [Электронный ресурс]. URL: https://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201808210028-zh7g.htm.

4. Reuters: МВФ считает, что торговая война КНР и США может замедлить рост экономики Азии [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/6258457>.

5. Гегемонистские амбиции Вашингтона приумножились [Электронный ресурс]. URL: <http://risstv.ru/2018/12/19/внешняя-политика-сша-в-2018-году/>.

6. Российско-китайские отношения находятся на беспрецедентно высоком уровне – Шойгу [Электронный ресурс]. URL: <https://riafan.ru/1094017-rossiisko-kitaiskie-otnosheniya-nakhodyatsya-na-besprecedentno-vysokom-urovne-shoigu>.

7. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о дальнейшем углублении отношений всеобъемлющего партнёрства и стратегического взаимодействия [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/supplement/5218>.

8. В НАТО все же обещали СССР не расширяться на восток [Электронный ресурс]. URL: <https://regnum.ru/news/2357302.html>.

9. История расширения НАТО. Досье [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/info/4319661>.

10. Путин: Россия открыта для сотрудничества по антитеррору со всеми странами [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/politika/6191866>

Рубрика: Региональная политика

УДК 94(520).033.55

ИСТОКИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОТИВОРЕЧИЙ СССР И КНР В КОНЦЕ 1960-х годов

Д.А. Фоменко
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В данной статье автор анализирует источники политических противоречий Советского Союза и Китайской Народной Республики в 1960-х годах. Данный вопрос относится к наиболее актуальным проблемам, особенно в настоящее время, когда взаимоотношения между нашими двумя странами как нельзя лучше характеризуют добрососедское и стратегическое партнерское сотрудничество. Однако исторические уроки 60-х годов прошлого столетия дают нам

возможность еще раз обратиться к такому острому вопросу, как трансграничное сотрудничество двух стран, в основе которых стоят политические и геополитические интересы.

Ключевые слова и словосочетания: СССР, КНР, трансграничное сотрудничество, XX съезд КПСС, антисталинизм, мао-изм, политические противоречия, остров Даманский, Коммунистическая партия Китая, провокационная деятельность китайской стороны на советской границе, коммунистические принципы, американский империализм.

THE ORIGINS OF THE POLITICAL DIVISIONS OF CHINA AND THE USSR IN THE LATE 1960-IES

In this article, the author analyzes the sources of political divisions of the Soviet Union and the people's Republic of China in 1960-ies. This question refers to the most pressing issues, especially at a time when the relationship between our two countries could not be better characterize good-neighbourly and strategic partnerships. However, the historical lessons of 60-ies of the last century give us the opportunity to again access the acute issue of cross-border cooperation between the two countries, which are based on political and geopolitical interests.

Keywords: The USSR, PRC, cross-border cooperation, the 20TH Congress of the CPSU, anti-Stalinism, Maoism, Damansky Island political controversies, the Communist Party of China, the provocative activities of the Chinese side on the Soviet border, Communist principles, American imperialism.

Проблема советско-китайских отношений 50-60-х годов XX века, в силу многих причин объективного свойства, остается и сегодня достаточно актуальной. Напряженная конфронтация резко негативно отразилась на системе международных отношений того времени. Братские, чуть ли не родственные отношения 50-х годов резко сменились на неприязательские, враждебные отношения в 60-70-е года, отмеченных различными, вплоть до пограничных вооруженных инцидентов. Но что же побудило двух великих восточных держав к противостоянию?

Во-первых, обвинение Советского Союза в антисталинизме и в фактическом изменении внешнеполитической доктрины страны. В 1956 году в Москве прошел XX съезд КПСС. Итогом его стал отказ советского руководства от культа личности И.В. Сталина. В результате Хрущев и его аппарат были объявлены в Китае ревизионистами, и руководство КПК резко сменила внешнеполитический курс государства, также из КНР были вывезены все работавшие там советские специалисты[1]. В высших эшелонах СССР росло раздражение по поводу внешней политикой «маоистов».

Такие же оценки образа и деятельности И.В. Сталина прозвучали и на VIII Всекитайском съезде КПК (сентябрь 1956 г.), хотя съезд и осудил сам по себе культ личности как отрицательное явление, но вплоть до своего полного разрыва с КПСС руководство КПК продолжало исходить из того, что социалистический лагерь может и должен возглавляться только Советским Союзом. Китайское руководство придерживалось мнения что, антисталинизм, порожденный антигосударственной и безответственной политикой хрущевского руководства, сомкнулся с международным империализмом и стал его важнейшим орудием для подрыва мирового социалистического лагеря. Все это вызвало неразбериху и полное разногласие в мировом коммунистическом рабочем движении, ослабило потенциал и возможности борьбы народов за своё национальное и социальное освобождение.

Во-вторых, обвинение КПСС в соглашении с международным империализмом. Китайские товарищи не соглашались с трактовкой хрущевскими ревизионистами принципа мирного сосуществования с капиталистическими странами в отрыве от принципов классовой борьбы и пролетарского интернационализма. Они выступили против нормализации отношений КПСС с югославскими ревизионистами, обвиняя при этом руководство КПСС в игнорировании Заявления Совещания коммунистических и рабочих партий в Москве (ноябрь 1960г.), исходившего из того, что разоблачение югославских ревизионистов должно оставаться «необходимой задачей марксистско-ленинских партий».

В Пекине резко отрицательно реагировали на согласие Хрущева вывезти, в ходе Карибского кризиса 1962 г., советское ракетное оружие с территории Кубы, охарактеризовав эту позицию как капитулянтство под нажимом США. Китайские коммунисты подвергли критике хрущевское руководство за то, что оно отказалось поддержать КНР в территориальном споре с Индией. Москва не могла придерживаться только китайской стороны, ведь дружба с Индией

была не менее значимой, потому что она открывала для СССР путь ко многим странам «третьего мира». Китайцы почувствовали себя обманутыми и обвинил Советский Союз в забвении коммунистических принципов, в отказе помочь ему стать ядерной державой и продался «американскому империализму». Советские руководители начали подозревать, что китайцы создают препятствия их дипломатии. Отныне разногласия между двумя правительствами больше не прекращались.

В-третьих, не соглашение Советского союза с КПК в развитии социально-экономических отношений. Целью Китайского руководства было форсировать индустриализацию, рассчитывая на экономическую помощь СССР. Советское руководство этого не разделяло и более того расценивала линию на ускорение индустриализации Китая как ошибочную. Тем не менее в 1958 году в Китае был принят курс на осуществление большого экономического скачка[2]. Не оглашая своих разногласий с Китаем, советское руководство стало более критически относиться ко многим аспектам внутренней и внешней политики КНР, рассматривая некоторые ее конкретные проявления как авантюристичные и опасные для интересов СССР. Так, например, даже после окончания Гражданской войны, КНР претендовала на присоединение острова Тайвань.

В октябре 1957 г. было заключено соглашение о содействии Китаю в мирном использовании ядерной энергии с передачей технологии производства ядерного оружия, включая оказание помощи в модернизации хозяйства, подготовки кадров и политико-административной системы. Китай начал бомбардировку островов в Тайваньском проливе. Со стороны Китая не было сделано никаких предупреждений об акции СССР, в результате чего Советский Союз отказался оказывать поддержку КНР. Это стало подрывной точкой в отношениях между Советским Союзом и КНР.

Началась деградация стратегического сотрудничества двух стран. 8 октября 1958 г. Китай отклонил все предложения Хрущева о строительстве радиолокационной станции слежения и советской базы для подводных лодок[3]. В ответ Москва начала продумывать вопрос о целесообразности сотрудничества с КНР в области ядерной энергии.

Несмотря на эти события, важнейшую роль в международных отношениях этих стран играет культурная революция в Китае с 1966-1976 года, которая привела к установлению в стране военно-бюрократической диктатуры, резко усилению роли армии во всех сферах жизни общества, к всеобщей милитаризации страны с целью создания «нового человека». Для достижения этой цели Мао призывал уничтожить «четыре пережитка»: старые идеи, старую культуру, старые обычаи и старые привычки. Центровым субъектом этой деятельности являлись хунвейбины (красногвардейцы), сформированные отряды молодежи, которые вели агрессивную борьбу с «четырьмя пережитками».

Воинствующий антисоветизм, принятый тогдашним китайским руководством в качестве одного из стержней внутренней и внешней политики государства, крайне обострил советско-китайские отношения. Все официальные партийно-государственные мероприятия в Китае проходили в то время под лозунгом: «Советский Союз — наш смертельный враг». Были совершены акты грубого насилия над экипажами задержанных советских кораблей «Загорск», «Свирск», и др. Более половины всех членов Политбюро, а также ЦК и секретарей местных партийных организаций потеряли свои посты в первые же месяцы «культурной революции». Курс на «углубление культурной революции» внутри страны сопровождался беспрецедентным обострением отношений Китая практически со всеми странами-соседями, и в первую очередь с СССР. Торгово-экономические отношения сократились в 3–4 раза. Показатель торговли достиг самой низкой отметки за всю историю советско-китайских связей после образования КНР. Культурные, научные, спортивные обмены между СССР и КНР резко сократились, снизился уровень политических контактов[3].

Против советского посольства в Пекине 26 января 1967 г. начались антисоветские провокационные действия организованных групп китайских граждан. Создана обстановка, в условиях которой посольство лишено возможности нормально осуществлять свою деятельность. IX съезд ЦК КПК, состоявшийся в апреле 1969 г., закрепил антисоветские акценты во внешней политике КНР[3]. На съезде был выдвинут курс на «непрерывную революцию» и подготовку к войне. Однозначно тезис о необходимости подготовки к войне ассоциировался с антисоветскими приготовлениями китайского руководства. Военные приготовления в этом ряду занимали далеко не последнее место.

И, наконец, претензии КПК к пограничному регулированию территории. Изначально это негативное наследие истории династии Цин и Романовых, когда пограничный рубеж был для обоих государств границей крови, что порождало пересмотр государственных границ. Необхо-

димо отметить, что вплоть до 1960 г. никаких споров между двумя соседними государствами по поводу границы не возникало. Но с середины 60-х гг. провокационная деятельность китайской стороны на советской границе значительно активизировалась. С конца марта 1965 г. участились попытки захватить отдельные участки советской территории.

Нарушения границы приобретали все более вызывающий характер. Они развернули строительство крупных военизированных госхозов, по сути представляющих собой воинские поселения. Активизировалось создание «кадровых отрядов» народного ополчения, которых привлекали к охране границы, а также использовали для поддержания «чрезвычайного положения» в прилегающих к границе населенных пунктах.

СССР неизменно придерживалось мнения, что никакой территориальной проблемы между двумя соседними странами нет, что советско-китайская граница имеет прочную договорную основу и какой бы то ни был пересмотр ее недопустим. Масштабность и частота пограничных столкновений наглядно свидетельствовали о стремлении пекинского руководства к развязыванию крупных конфликтов на границе. И 15 марта 1969 г. китайские военнослужащие нарушили советско-китайскую границу на реке Уссури – в районе острова Даманский, инцидента, который перерос в вооруженный конфликт и стал апогеем в советско-китайских отношениях [1].

В общей сложности проведенный анализ советско-китайских отношений в период 50-70 годов XX века показывает стремление китайского руководства к лидерству в социалистическом лагере, именно поэтому КПК начала достижение своей цели с обвинения СССР в соглашении с международным империализмом вплоть до претензии на советскую территорию, тем самым демонстрируя свое могущество и достоинство в борьбе за первенство, при этом жертвуя своим весьма близким и даже братским положением. Однако цель не была осуществлена благодаря, на мой взгляд, рациональному, последовательному подходу СССР к сложившейся ситуации, и умению оценивать конфликт с объективной точки зрения, а также дальновидности политических лидеров.

1. Елисеев, А. Как Хрущёв Китай потерял. Из истории советско-китайских отношений. [Электронный ресурс] <mailto:osipova.mu@mail.ru>// Столетие. Информационно-аналитическое издание фонда исторической перспективы. URL: http://www.stoletie.ru/territoriya_istorii/kak_khrushhov_kitaj_poteral_330.htm

Рубрика: Всеобщая история

УДК 325.2.

К ВОПРОСУ О ДИСКРИМИНАЦИИ КИТАЙСКОЙ ДИАСПОРЫ В США В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX ВВ.

Чжэн Фусюэ
магистрант

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В этой статье рассматриваются события и особенности дискриминации китайских мигрантов в США в конце XIX – начале XX вв. Автор использует материалы, малоизвестные в России. .

Ключевые слова и словосочетания: миграция, китайская диаспора, США, дискриминация, история

ON THE ISSUE OF DISCRIMINATION AGAINST THE CHINESE DIASPORA IN THE UNITED STATES IN THE LATE XIX – EARLY XX CENTURIES

In this article are considering events and specifics of discrimination of Chinese migrants in USA in the end of 19th C. – beginning 20th C. Author uses materials, which are little-known in Russia.

Keywords: migration, Chinese diaspora, USA, discrimination, history.

Актуальность. Дискриминация является проблемой многих обществ и в настоящее время. Поэтому вопрос, на что опирается дискриминационная политика, является очень важным. На примере ситуации с китайскими мигрантами в США мы можем видеть составляющие дискриминационной политики в Америке, которая и тогда являлась многонациональной.

Научная новизна работы заключается в том, что автор представляет материалы, которые неизвестны или малоизвестны в России по представленной теме.

Целью статьи является краткое исследование истории Чайнатауна на западном побережье США и его культурной жизни.

Метод исследования – сравнительно-исторический метод.

Несмотря на то, что китайские мигранты были дешевой рабочей силой, а также их количество постепенно увеличивалось, они подвергались значительной дискриминации по разным направлениям. Впоследствии поток иммиграции (поддерживаемый Договором Берлинггейма от 1868 года) [1, с. 85] был остановлен Актом об исключении китайцев 1882 года (англ. Chinese Exclusion Act). Этот закон запретил иммиграцию граждан Китая в Соединенные Штаты, также лишил гражданства многих из тех, кто уже поселился в стране. Этот акт был вновь принят в 1892 году и продленный на неопределенный срок в 1902 году, отчего китайское население уменьшалось до тех пор, пока этот акт не был отменен в 1943 году Законом Магнусона (англ. Magnuson Act) [2].

Официальная дискриминация распространилась и на самые высокие уровни правительства США: например, в 1888 году президент США Гровер Кливленд, поддержавший Акт об исключении китайцев, провозгласил их «элементом, неосведомленным о нашей конституции и законах, невозможным для ассимиляции с нашим народом и опасным для нашего мира и благополучия».

Многие западные штаты, как, например, Калифорния, Аризона, Вашингтон также приняли дискриминационные законы, затрудняющие пользование землей и поиск работы иммигрантам из Китая. Некоторые из этих дискриминационных законов содержали уточнение о новых налогах на шахтеров, требуя, чтобы каждый из них ежемесячно платил по три доллара, если он не желал быть гражданином Америки. В целом, китайцы, родившиеся за границей, не могли стать гражданами, потому что они были лишены права на гражданство в соответствии с Законом о натурализации 1790 года (англ. Naturalization Act of 1790), который оставлял за собой натурализованное гражданство «свободным белым лицам» [3].

В 1882 году Акт об исключении китайцев запретил китайским рабочим въезд в Соединенные Штаты в течение следующих 10 лет и лишил натурализованного гражданства уже находящихся здесь, как мы отметили выше. Первоначально, предназначенный для китайских рабочих, он был расширен в 1888 году и теперь включал в себя трактовку о запрете въезда всех людей «китайской расы». Несмотря на это, китайские рабочие и другие мигранты по-прежнему незаконно проникали в Соединенные Штаты через Канаду и Латинскую Америку по пути, известному как Китайская подземная железная дорога.

Следующим актом дискриминации китайского населения было событие, согласно которому в начале XX века военный хирург Уолтер Уайман попросил поместить Чайнатаун Сан-Франциско в карантин из-за вспышки бубонной чумы в нем в 1900–1904 гг. Жители Чайнатауна при поддержке губернатора Калифорнии Генри Гейджа (1899–1903) и местных предприятий боролись с карантином в ходе многочисленных федеральных судебных баталий, утверждая, что Служба морской больницы нарушает их права в соответствии с четырнадцатой поправкой Конституции США, когда отказывает им в лечении, и в процессе инициировали судебные процессы против Киньюна – директора Карантинной станции Сан-Франциско, которая не способствовала лечению, просто поддерживая карантин [4].

В 1905 году более 60 профсоюзов сформировали Лигу отчуждения против азиатских мигрантов (англ. Asiatic Exclusion League) в Сан-Франциско, куда входили, в том числе, и лидеры лейбористов Патрик Генри Маккарти (мэр Сан-Франциско с 1910 по 1912 годы), Олаф Твейтмо (первый президент организации), а также Эндрю Фурусет и Уолтер, Маккарти из Союза моряков. Лига почти сразу преуспела в оказании давления на Совет по образованию Сан-Франциско, чтобы запретить азиатским школьникам посещать школы, в которых учатся и дети американского белого населения. Как мы видим, профсоюзы в США далеко не всегда вели прогрессивную деятельность. Также и генеральный прокурор Калифорнии Улисс С. Уэбб (1902–1939 гг.) приложил большие усилия для обеспечения соблюдения Калифорнийского Закона о земле иностранцев 1913 года (англ. California Alien Land Law of 1913), который он написал в

соавторстве, и запретил «иностранцам, не имеющим права на гражданство» (т.е. всем азиатским иммигрантам), владеть землей или имуществом, но впоследствии закон был отклонен Верховным судом Калифорнии в 1946 году.

Другие законы, дискриминировавшие китайских мигрантов, включали в себя Постановление о кубическом воздухе, которое запрещало китайцам занимать спальную комнату с объемом дыхания менее 500 кубических футов (14 м³) между каждым человеком (англ. Cubic Air Ordinance), Постановление об очереди (англ. Queue Ordinance), вынуждающее китайцев с длинными волосами в очереди платить налог, и Закон о недопущении смешения 1889 года (англ. Anti-Miscegenation Act), запрещавший китайским мужчинам-мигрантам вступать в брак с белыми женщинами, и Закон 1922 года (англ. Cable Act), отменяющий гражданство для белых американских женщин, вышедших замуж за азиатского мужчину [4]. Большинство этих законов не были полностью отменены до 1950-х годов, на заре современного движения за гражданские права, в том числе и в отношении китайских мигрантов.

Дискриминация китайских мигрантов доходила и до человеческих жертв в некоторых случаях, как, например, во время резни в Рок-Спрингс. Резня в Рок-Спрингс, также известная как бунт в Рок-Спрингс, произошла 2 сентября 1885 года в современном американском городе Рок-Спрингс в графстве Суитуотер, штат Вайоминг. Бунт и последовавшее за этим убийство китайских шахтеров-иммигрантов белыми шахтерами-иммигрантами стали результатом расовых предрассудков по отношению к китайским шахтерам, которые, как считалось, отнимали работу у американских шахтеров белой расы. Угольный департамент Союза Тихоокеанского региона считал экономически выгодным отдавать предпочтение при найме китайским шахтерам, которые были готовы работать за более низкую заработную плату, чем их коллеги, что раздражало шахтеров из числа местного населения. Когда беспорядки закончились, по меньшей мере 28 китайских шахтеров погибли и 15 получили ранения. В результате беспорядков было сожжено 78 домов китайских мигрантов, отчего имущественный ущерб составил приблизительно 150 тыс. долл. США (4,18 млн. долл. США в современном пересчете) [5].

Организация «Рыцари Труда» (англ. Knights of Labor) – одна из главных организаций США против инвазии китайского иммигрантского труда, которая была сформирована в Рок-Спрингс в 1883 году, причем большинство участников последующих беспорядков были членами этой организации. Тем не менее, не было установлено прямой связи, связывающей беспорядки с действием этой организации [6]. Сразу после беспорядков в Рок-Спрингс прибыли федеральные войска, которые сопровождали выживших китайских шахтеров, большинство из которых бежали в Эванстон (Вайоминг) обратно в Рок-Спрингс через неделю после беспорядков. Реакция на эти события у местного населения была довольно неоднозначной – в Рок-Спрингс местная газета одобрила исход бунта, в то время как в других газетах штата Вайоминг поддержка бунта была ограничена сочувствием к причинам, по которым шахтеры американского происхождения сделали это. Впоследствии резня в Рок-Спрингс спровоцировала волну антикитайского насилия, особенно в районе Пьюджет-Саунд на территории штата Вашингтон [7].

Еще одним актом дискриминационного насилия была резня в каньоне Хеллс (также известная как бойня на реке Снейк) – событие, в результате которого 34 китайских золотодобытчика попали в засаду и были убиты в мае 1887 года. В 2005 году этот район был переименован в Китайскую бухту, а в 2012 году был установлен мемориал, содержащий слова сожаления на трех языках – китайском, английском и не-персе (язык индейской группы в США).

В это же время происходит интенсификация такого дискриминационного процесса против китайских мигрантов, как «Желтая опасность» (англ. Yellow Peril) [8] – это расистская метафора цвета кожи, являющаяся неотъемлемой частью ксенофобского аспекта колониализма, согласно которому народы Восточной Азии представляют собой экзистенциальную опасность для западного мира.

Как психокультурное восприятие угрозы со стороны восточного мира, страх перед «желтой опасностью» в США был более расовым, чем национальным, страх, вызванный не заботой о каком-либо конкретном источнике опасности, исходящей от какой-либо одной страны или народа, но от смутно зловещего, экзистенциального страха перед безликой, безымянной ордой «желтых людей» напротив западного мира. Как форма ксенофобии, «желтый террор» – это страх перед людьми с Востока, как это изображено в книге «Растущая волна цвета против превосходства белого мира» (1920) Лотропа Стоддарда [9].

Вывод. Как мы видим, дискриминация китайцев в США имела расовый и экономический аспекты. Последний выражался в страхе местного населения потерять работу. Но большую

роль играл расовый аспект. Расистские отношения в США являлись базой для многих конфликтов. Эта проблема является актуальной и в настоящее время. Еще одной проблемой стала непоследовательная политика государства, которое нуждалось в дешевой рабочей силе, но не смогло подготовить общество к этому и обеспечить соответствующие условия.

1. Набока, А.В. Ансон Бурлингейм и развитие американо-китайских отношений в 60-х гг. XIX в. / А.В. Набока // Общество и государство в Китае. 2016. № 2. С. 83-90
2. The Right to Leave and Return and Chinese Migration Law [Electronic resources] // Web Archive. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.archive.org/web/20070918121045/http://epress.lib.uts.edu.au/dspace/bitstream/2100/341/2/02Chap1toChap7.pdf>
3. Timeline of Asian American History [Electronic resources] // Web Archive. – [Электронный ресурс]. URL: https://web.archive.org/web/20090422015759/http://www.digitalhistory.uh.edu/asian_voices/asian_timeline.cfm
4. Chinese Immigration and the Chinese in the United States [Electronic resources] // Archive. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.archives.gov/research/chinese-americans/guide>
5. The Rock Springs Massacre [Electronic resources] // Wyoming History. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wyohistory.org/encyclopedia/rock-springs-massacre>
6. Knights Of Labor [Electronic resources] // Encyclopedia. – [Электронный ресурс]. URL: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/economics-business-and-labor/labor/knights-labor>
7. The Rock Springs Massacre [Electronic resources] // History and headlines. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.historyandheadlines.com/september-2-1885-the-rock-springs-massacre-this-time-chinese-are-the-scapegoats/>
8. The Yellow Peril [Electronic resources] // Io9 Gozmodo. [Электронный ресурс]. URL: <https://io9.gizmodo.com/the-yellow-peril-fu-manchu-and-the-ethnic-future-5043319>
9. The Malleable Yet Undying Nature of the Yellow Peril [Electronic resources] // Dartmouth. – [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dartmouth.edu/~hist32/History/S22-TheMalleableYetUndyingNatureoftheYellowPeril.htm>

Рубрика: Актуальные проблемы международных отношений: геополитический и региональный срез

УДК 327

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ СПОР В ЮЖНО-КИТАЙСКОМ МОРЕ НА ПРИМЕРЕ ОСТРОВОВ СПРАТЛИ

М.В. Шевченко
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Азиатско-Тихоокеанский регион является одним из самых динамично развивающихся регионов с постоянными притоками инвестиций, но, как и во всех регионах есть свои «камни преткновения». В данной работе автор исследует территориальный спор в Южно-Китайском море между Китаем, Тайванем, Вьетнамом, Филиппинами, Малайзией и Брунеем на примере островов Спратли, историю его возникновения, позиции сторон и влияние конфликта на современную обстановку в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Целью работы является поиск альтернативного решения спора, которое приведет к улучшению отношений между акторами территориального спора, что в свою очередь благоприятно скажется на обстановке в АТР в целом.

Ключевые слова и словосочетания: *территориальный спор, понятие спора, виды оспариваемой территории, современная обстановка, отношения между странами, исследование спора.*

THE TERRITORIAL DISPUTE IN THE SOUTH CHINA SEA ON THE EXAMPLE OF SPRATLY ISLAND

The Asia-Pacific region is one of the most dynamically developing regions with constant inflows of investment, but, like all regions, has its own “stumbling blocks”. In this paper, the author explores the territorial dispute in the South China Sea between China, Taiwan, Vietnam, Philippines, Malaysia and Brunei using the example of the Spratly Islands, its history, the positions of the parties and the impact of the conflict on the current situation in the Asia-Pacific region. The aim of the work is to find an alternative solution to the dispute, which will lead to the improvement of relations between the actors of the territorial dispute, which in turn will have a positive effect on the situation in the APR as a whole.

Keywords: *territorial dispute, concept of dispute, types of disputed territory, current situation, relations between countries, investigation of a dispute.*

В процессе межгосударственного взаимоотношения часто возникают разногласия, столкновения интересов и позиций. Мирное урегулирование международных споров или конфликтов является самой актуальной темой в современном мире. Каждая уважающая себя страна стремится отстоять свои интересы не только фактически, но и используя юридические инструменты. И в связи с данными проблемами возникает необходимость в поиске алгоритма действий, который приведет к решению вопроса мирным путем. Задачей политологов и международников является поиск данного алгоритма.

Территориальный спор – это спор между государствами по поводу государственной принадлежности определенной территории. Предметом территориальных споров выступает право, связанное с установлением правового режима и принадлежности территории.

Современное международное право с точки зрения правового режима позволяет разделить территорию на три вида: государственная территория, пространства с международным режимом, пространства со смешанным правовым режимом. Территория как объект спора имеет огромное значение для государства: наряду с населением она является материальной основой его существования, определяя перспективы экономического и политического уровня развития. [1, с.42.]

Южно-Китайское море имеет протяженность в 3,63 миллиона квадратных километров. Важность данного моря возникает по трем простым причинам. Во-первых Южно-Китайское море обладает обширным количеством морских обитателей, которые являются пищей для людей. Во-вторых морское дно содержит 11 миллиардов баррелей нефти. В-третьих на морском дне моря находится порядка 190 триллионов кубических фунтов природного газа. А также не мало важным, является то что в Южно-Китайском море проложен маршрут через который осуществляется около трети всех мировых перевозок, что эквивалентно 5,3 триллионам долларов США в год. [2]

Первые отголоски территориального спора возникли в конце 20-х годах, до этого момента никто и не задумывался о делении территории в Южно-Китайском море. Начальной точкой спора можно считать, тот случай, когда Французские Колониальные власти начали осваивать Южно-Китайское море, начиная с Парасельских островов, они со временем перешли и на острова Спратли. В 1930 году французские власти отправили военное судно в акваторию островов для постоянного крейсерования в данном районе. Тем самым не на прямую забирая территорию или угрожая целостности других государств, но и делая намек на то, что они тоже будут претендовать в случае чего на данную территорию. В 1933 году вооруженные силы Индокитайского Союза взяли под свое крыло 7 крупных островов группы Спратли, а летом того же года был выпущен декрет о аннексии данных островов. Переговоры велись, но Китай всеми путями доказывал, что острова не принадлежат Вьетнаму никаким образом, да и вообще-то, там давным-давно проживают поселения китайских рыбаков.

Позднее в 1939 году и Японская сторона оккупировала все острова в Южно-Китайском море. Создав военные станции и порт на островах Спратли. После чего возникло вооруженное столкновение Китая и Японии. Разгромив Японию, Китай включил все острова Южно-Китайского моря в состав Хайнаньского особого административного района. Потом этот вопрос оспаривался, и Франция добилась разделения островов. Но Филиппины так просто не уступали северные острова Спратли, заявив, что они находятся вблизи побережья Филиппин, тем самым подтверждая их связь с Филиппинами, а значит и принадлежат им.

Малайзия и Бруней присоединились в 1954 году к территориальному спору, утверждая близкое расположение островов к их территории. Так как у этих двух стран до сих пор имеются

несовместимые границы. При этом страны не показывают своего военного или физического присутствия на островах. [3]

Претензии на острова неоднократно приводили к вооруженным конфликтам. Неоднократно Гаагский суд подтверждал отсутствие исторических прав Китая на острова Спратли. Некоторые страны считали Россию союзником Китая, оказывая поддержку в споре в Южно-Китайском море. [4]

Мнение мирового сообщества разделилось. Что касается России, то Россия не собирается вмешиваться в данный спор, и поддерживать какую либо из сторон, единственное на чем настаивает Россия, так это решить данный спор используя только пути политико-дипломатического урегулирования на основе международного права и конвенции ООН по морскому праву, и не в коем случае не применять вооруженные силы стран, так как если возникнет вооруженное столкновение, то акторы спора затронут интересы национальной безопасности не только России, но и других стран, в данном регионе. Позиция России весьма ясна и понятна.

Позицию США Министр иностранных дел Российской Федерации прокомментировал такими словами: «Когда наши американские коллеги при каждом удобном случае начинают требовать, чтобы этот спор был решен за счет уступок со стороны Китая публично, в присутствии Китая и стран АСЕАН, мне кажется это тоже, однозначно, достаточно неприкрытая попытка просто вбить клин между китайцами и их соседями». [5]

До 2012 года Соединенные Штаты Америки придерживались нейтралитета в данном вопросе, но в 2012 году Америка оказала повышенное внимание вопросу территориальных споров в Южно-Китайском море и взяла курс на Азию. Данный курс был взят связи с военным и экономическим ростом Китая, что бы сыграло не очень выгодно на руку Америк и. США подразумевала данный ход, как способ нормализации и защиты навигации в Азиатско-Тихоокеанском регионе. [6]

Здесь все очевидно и ясно, Соединенные Штаты Америки опасаются потерять роль лидера в Южно-Китайском море, прикрывая свои действия «исключительно для защиты судоходства». США поддерживают и другие страны, такие как Япония, Австралия, Индия и т.д. Никому из стран не выгодно превосходство Китая над другими странами.

Данный территориальный спор имеет разные фазы взаимодействия, в начале зарождения этого спора все страны были, так скажем на одном уровне и никто не вмешивался в их дела. Ослабление позиций стран АСЕАН произошло после кризиса 1997 года. Тогда позиции США и Китая укрепились по отношению к другим странам. И Южно-Китайское море стало полем битвы всех стран. Каждая страна пыталась добиться По-праву своей территории, заявляя об этом на разных конференциях и слушаниях.

Страны пытались различными способами доказать что это именно их территория, настраивая искусственные острова и поселяя жителей на них, учреждая там свою местную администрацию.

Решением данного спора могут послужить только переговоры, переговоры которые будут длиться годы. Но для того чтобы эти переговоры проходили в положительном русле странам стоит забыть предыдущие споры и вооруженные стычки. Если Китай и страны АСЕАН так или иначе хотят решить этот вопрос без вмешательства «союзников», то они и должны это делать сидя за круглым столом в присутствии членов ООН которые помогут странам разделить территорию этих островов опираясь на морское право, а не на желание стран оторвать кусок по слаще.

Даже если и такой вариант не подойдет, то почему бы не начать развивать эти острова совместно. Тем самым укрепляя позицию стран Азии на мировой арене. Ведь благодаря помощи высокоразвитых стран, страны с развивающейся экономикой могут расти с большей скоростью, нежели если каждый будет сам за себя.

Переговоры и партнерство единственный выход из данных споров. Собрав огромное количество политиков, которые бы смогли на протяжении недели вести переговоры, ища самый подходящий, а главное выгодный для всех сторон выход из данного территориального споры вокруг островов Спратли.

1. Бабурин, С.Н. Территория государства: Правовые и геополитические проблемы: учебное пособие для студенческих вузов / С.Н. Бабурин. М.: Изд-во Московского университета., 1997.-

2. Южно-Китайское море [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Все об акулах». – 2016, 10 апреля. URL: http://scharks.ru/oceans/57-yuj_kitay/index.shtml

3. Westad O.A. In Asia, Ill Will Runs Deep [Electronic resources] / Odd Arne Westad // The New York Times. 2013, 6 January. URL: <https://www.nytimes.com/2013/01/07/opinion/why-china-and-japan-cant-get-along.html>
4. Федоров, Н.В. Конфликт в Южно-Китайском море и российско-вьетнамских отношениях [Электронный ресурс] / Н.В. Федоров // Интернет-журнал «Управленческое консультирование». 2016. №11. URL: <file:///C:/Users/pc/Downloads/450-449-1-PВ.pdf>
5. Лавров: подход США к проблемам Южно-Китайского моря вбивает клин между Китаем и соседями [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «ТАСС». 2019, 25 февраля. URL: <https://tass.ru/politika/6154509>
6. Сушенцов А. Военное присутствие США в АТР [Электронный ресурс] / А.Сушенцов // Интернет-журнал «Российский совет по международным делам». 2012. –URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/voennoe-prisutstvie-ssha-v-atr/>

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

Рубрика: Актуальные проблемы современного дизайна

УДК 72.067

ВКЛЮЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ВГУЭС В ПРОГРАММУ «КОМФОРТНАЯ СРЕДА» (НА ПРИМЕРЕ ДИЗАЙН-ПРОЕКТОВ БЛАГОУСТРОЙСТВА НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

В.В. Вакулина, А.С. Перунова, М.А. Счастливецва

бакалавры

О.Г. Иванова

доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье обосновывается возможность включения студентов ВГУЭС, направления «Дизайн среды» в приоритетную программу «Формирование комфортной городской среды». Рассматриваются концептуальные проектные решения благоустройства территорий сельских населенных пунктов Приморского края, выполненные в рамках этой программы.

Ключевые слова и словосочетания: *комфортная среда, приоритетная программа, дизайн-проект, ландшафтный дизайн.*

INCLUSION OF VSUES STUDENTS IN THE PROGRAM «COMFORT ENVIRONMENT» (SITE IMPROVEMENT DESIGN PROJECTS FOR SETTLEMENTS OF PRIMORSKY KRAI AS AN EXAMPLE)

The article substantiates the possibility of including students of VSUES, the direction of "Environment Design" in the priority program «Formation of a comfortable urban environment». Discusses the conceptual design of an accomplishment of territories of rural settlements of the Primorsky region, performed within the framework of this program.

Keywords: *comfortable environment, priority program, design project, landscape design.*

В современном мире особое значение для человека имеет окружающая среда. Условия труда и отдыха людей тесно связаны с обликом городов и сел, с состоянием жилых и общественных территорий, поэтому в ближайшие годы государством намечено уделить особое внимание благоустройству населенных пунктов, реконструкции парков и придомовых территорий, дальнейшему формированию общественных зеленых зон. В бюджете Приморья на 2018 и 2019 годы по поручению губернатора на реализацию проектов, в том числе связанных с благоустройством территорий, планируется предусмотреть не менее 80 миллионов рублей ежегодно [3].

Актуальность данной работы состоит в том, что в настоящий момент тема благоустройства является одной из наиболее серьезных проблем для населенных пунктов Приморского края.

Цель работы – проанализировать возможность включения студентов с дизайн-проектами по благоустройству территорий населенных пунктов в приоритетную программу.

Для достижения цели в работе рассмотрены дизайн-проекты, выполненные в 2018-2019 гг., исследованы этапы и методы разработки концептуальных проектных решений.

В 2018 году студентам кафедры дизайна и технологий университета представилась возможность выполнить дизайн-проекты по благоустройству территорий населенных пунктов Приморья в рамках дисциплин по ландшафтному проектированию. В течение учебного года были разработаны проектные предложения придомовых территорий в Преображении, Романовке, а также общественных рекреационных пространств в Фокино и Дунае. В 2019 году студенты выполняли проекты благоустройства придомовых и общественных территорий в населенных пунктах: Центральное, Многоудобное, Романовка и Новонежино Приморского края.

Основными методами работы являлись: наблюдение, фотофиксация, анкетирование, анализ нормативных документов и опубликованных источников по данной теме. Студенты с куратором, выезжая в населенные пункты на объекты, встречались с жителями и учитывали их мнение в разработке дизайн-проектов.

В ходе анализа придомовых территорий населенных пунктов края было выяснено, что они находятся в плохом состоянии. В современной жилой застройке придомовые территории являются, в основном, проходными. Невозможность контроля над территорией отрицательно сказывается на отношении жителей к преобразованию этой среды, сохранности оборудования, а также к отдыху вблизи жилища [1]. Пришли в негодность скамьи и детское игровое оборудование, частично или полностью разрушены дорожные покрытия, погибла часть озеленения. В связи с увеличившимся количеством личных автомобилей во дворах не хватает парковочных мест и машины ставят на тротуары и газоны. Дворы стали не уютными.

Анализируя современные тенденции в проектировании общественных территорий, было выяснено, что основным критерием при выполнении проектов должно являться стремление к созданию общественных открытых пространств для рекреационной активности, улучшения здоровья и самочувствия горожан и смешанное функциональное использование района – жильё, работа, отдых [3]. Особое внимание при создании проектов также следует уделить антивандальности элементов наполнения, доступности и комфортности среды. По итогам предпроектного анализа, изучения нормативной литературы и аналогов в современной мировой проектной практике студенты предложили концептуальные решения для каждого проектируемого объекта.

Концепцией дизайн-проекта благоустройства придомовой территории в с. Романовка Приморского края стала идея возвращения двору его прежнего назначения – быть центром общения и любимым местом времяпрепровождения жителей. Была создана центральная композиция придомовой территории с лучевыми и радиальными прогулочными маршрутами. В пространстве двора размещены три детских площадки для детей разных возрастов, открытая спортивная площадка для установки тренажеров, закрытая спортивная площадка, которую можно в зимнее время превратить в каток, места для отдыха со скамьями и столиками. В центре организована небольшая сцена и места для сидения, где жители могут проводить общественные мероприятия и праздники. Предусмотрены стоянки для личных автомобилей с парковочными местами для инвалидов. Предложены элементы наполнения: покрытия, озеленение, малые формы (рис.1).



Рис. 1. Придомовая территория в с. Романовка: а – фотофиксация объекта проектирования; б – концептуальное решение

Дизайн-проект общественной территории в Романовке основан на концепции создания единого пространства для отдыха, общения и проведения мероприятий различного формата. Особое

внимание в проекте уделено организации общественного парка и центральной площади, которая будет являться местом проведения концертов, торжественных мероприятий, фестивалей, дискотек, празднеств, ярмарок и гуляний. Предусмотрена сцена и зрительские места. В парке организованы прогулочные маршруты, места для отдыха, спортивные зоны, скалодром, детская площадка с современным игровым оборудованием, парковки с местами для инвалидов. (рис. 2).



Рис. 2. Общественная территория в с. Романовка: а – фотофиксация объекта проектирования; б – концептуальное решение

При обследовании территории клуба в Новонежино была выявлена необходимость создания современного многофункционального пространства со сценической площадкой для проведения общественных мероприятий, детской площадкой, сквером с местами для отдыха и занятия спортом. Запроектированы малые формы и уличная мебель, элементы покрытий и озеленения. В проекте также реконструирована мемориальная зона с двумя памятниками, расположенными на территории клуба (рис. 3).



Рис. 3. Территория клуба в п. Новонежино: а – фотофиксация объекта проектирования; б – концептуальное решение

Выполненные студентами дизайн-проекты, отвечают нормативным требованиям по планировке и застройке городских и сельских населенных пунктов и организации элементов доступной среды, регламентированными строительными нормами и правилами. При создании проектов благоустройства использован новый прогрессивный принцип универсального проекта (дизайна), который заявлен в Конвенции как обязательный [4]. Студенческие работы направлены на обеспечение градостроительными средствами безопасности и устойчивости развития поселений, рациональное использование природных ресурсов и охрану окружающей среды, сохранение памятников истории и культуры [5].

Большое значение в совершенствовании среды имеют ресурсы природы. Особое внимание при создании ландшафтных дизайн-проектов студентами было уделено поиску решений по применению разнообразных приемов озеленения проектируемых пространств, подбору и созданию ландшафтных группировок в озеленении, которые способствуют повышению художественной выразительности городской застройки, формированию индивидуального облика города и его структурных элементов [1].

На сегодняшний день ландшафтное проектирование обладает широким диапазоном приемов, средств, материалов для решения задач благоустройства жилых и общественных пространств, а студенты-дизайнеры имеют большой потенциал для выполнения ландшафтных проектов, с которыми могут включиться в приоритетную программу «Формирование городской комфортной среды».

В проектах благоустройства придомовых и общественных территорий населенных пунктов Приморского края студентами-дизайнерами предусмотрен концептуальный подход к организации пространств: комплексность, смешанное функциональное использование, сохранение существующего ландшафта, гармоничное включение в окружающую среду, доступность и комфортность.

Научный подход в систематизации результатов предпроектных исследований и опросов населения, при анализе мировой проектной практики и креативность – вот основные факторы которые помогли студентам-дизайнерам в поисках и выполнении концептуальных решений придомовых и общественных территорий. Очевидно, что работы студентов-дизайнеров ВГУЭС нацелены на выработку основных приемов реализации мероприятий по формированию современной комфортной городской среды. Результатом включения студентов в приоритетную программу станут благоустроенные и комфортные дворы, бульвары, скверы и парки, что заметно улучшит качество жизни в городских и сельских населенных пунктах Приморского края.

1. Ландшафтное проектирование: учеб. пособие [для студентов вузов] / : О.В. Храпко, О.Г. Иванова, А.В. Копьёва и др.]; Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса, ДВФУ, Ботан. сад-ин-т ДВО РАН. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2017. 368 с.

2. Масловская, О.В. Современные тенденции создания и преобразования городских площадей / О.В. Масловская, Г.Е. Игнатов. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-tendentsii-sozdaniya-i-preobrazovaniya-gorodskih-ploschadey>

3. PrimaMedia.ru. Приморье находится в лидерах по реализации проекта по комфортной городской среде. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://primamedia.ru/news/618805/>

4. СП 59.13330.2012 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200089976>

5. СП 42.13330.2016 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/456054209>

АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ ЖИЛОГО ПРОСТРАНСТВА МАЛОГАБАРИТНЫХ КВАРТИР

Е.Н. Галяутдинова

магистрант

Н.П. Милова

доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

Современный мир наполнен движением. Жизнь человека задает быстрый темп, но потребность чувствовать уединение и спокойствие крайне высока. Необходимость создания небольшого уютного и тихого места для восстановления гармонии крайне высока, поэтому малогабаритные квартиры весьма популярны. Проблема организации жилого пространства малогабаритных квартир достойна внимания и обсуждения.

Ключевые слова и словосочетания: дизайн, интерьер, дизайн интерьера, жилое пространство, малогабаритные квартиры.

ANALYSIS OF WORLD EXPERIENCE IN THE ORGANIZATION OF RESIDENTIAL SPACE OF SMALL APARTMENTS

The modern world is filled with movement. Human life sets a fast pace, but the need to feel solitude and calm is extremely high. The need to create a small cozy and quiet place to restore harmony is extremely high, so small apartments are very popular. The problem of organizing the living space of small apartments is worthy of attention and discussion.

Keywords: design, interior, interior design, living space, small-sized apartments.

Ритм жизни современного человека заставляет не наслаждаться каждой минутой, а мчаться навстречу новым терниям. Для комфортной жизни важно, чтобы у человека был свой уголок, где он может отстраниться от проблем внешнего мира и отдохнуть, восстановив гармонию внутри себя. Задача дизайнера создать такое пространство, не зависимо от условий, форм и особенностей объекта проектирования.

В рамках исследовательской работы была поставлена цель: выявить основные особенности организации интерьеров малогабаритных квартир в мировой практике.

Задачи, которые необходимо выполнить для достижения поставленной цели:

- провести социологический опрос для выявления общественного мнения относительно малогабаритных квартир;
- изучить вопрос популярности малогабаритного жилья;
- подобрать и проанализировать аналоговые решения организации жилого пространства малогабаритных квартир в мире.

Для реализации поставленных задач будут применены такие научные методы исследования как: анализ, синтез и индукция.

Объект научного исследования – проектирование интерьеров жилых помещений.

Предметом исследования являются особенности мирового опыта дизайн-проектирования жилого пространства малогабаритных квартир.

Актуальность научного исследования заключается в востребованности грамотной организации пространства малой площади для комфортной жизни. Урбанизация ведет к популярности квартир-студий. Из-за необходимости создания эргономичного небольшого жилого пространства возникает все больше задач проектирования, которые нужно решать максимально продуктивно и доступно для современного человека.

Новизна исследования выражена в массовом строительстве жилых зданий с малогабаритными квартирами. Из-за отсутствия опыта дизайн-проектирования подобных помещений востребованность нового взгляда на проблему крайне высока.

Тенденция современного строительства заключается в задаче: разместить максимальное количество жилых помещений на минимальных площадях. В виду этого все больше на рынке недвижимости появляется малогабаритных квартир. Еще одной причиной популярности такого жилья является темп жизни современного человека. Теперь квартира – это прежде всего место отдыха после работы, которое должно отвечать первоочередным потребностям [7]. Не смотря на это, каждый старается создать комфортную среду обитания.

В настоящее время малометражные квартиры – это преимущественно квартиры-студии площадью не более 30 м² [4]. Особенность данных квартир – отсутствие внутренних перегородок, то есть комната и кухня не отделены друг от друга [8]. Основной сегмент всех малометражных квартир заключен в новостройках «эконом» класса или класса «комфорт». Примером подобного строительства в Приморском крае может служить ЖК Академический по адресу пр. 100-летия Владивостоку, 176 и 178 дома [2].

Недостаток малогабаритных квартир – это небольшая площадь зон, а также ограниченное личное пространство проживающих. Однако, если правильно спроектировать квартиру, то она будет максимально комфортной и эргономичной, что и вызывает спрос на услуги дизайнеров интерьеров [9]. Минимальный эргономичный размер малометражной квартиры – 26 м². Квартиры площадью менее 30 м² лучше всего сделать студиями [6].

Специалисты в сфере экономики уверены, что частично спрос на малогабаритные квартиры формируют инвесторы. Из-за небольшой стоимости малометражные квартиры приобретают с целью перепродажи или сдачи в аренду. Сегодня дома эконом- и комфорт-класса строятся довольно быстро и инвестиции окупаются за небольшое время [5].

Для выявления актуальности исследования было решено провести социологический опрос [3]. Был составлен онлайн-опрос, где каждый из рецензентов мог внести свой вклад в изучение данной темы и выявить общее мнение социума.

Основная часть опрошенных были женщины в возрасте 21-25 лет из г. Владивосток, Приморский край Российской Федерации. Большинство из рецензентов арендует жилье, процент собственников жилья около 35%. Это подтверждает теорию экономистов, что часть спроса на жилье создается инвесторами, которые покупают малогабаритные квартиры для дальнейшей сдачи его в аренду. Более четверти опрошенных проживают в малогабаритных квартирах (Рис. 1). Основным критерием для выбора площади жилого пространства является комфорт и удобство проживания. Относительно комфортности проживания в квартирах площадью до 30 м² мнения разделились. Часть опрошенных утоняют плюсы проживания в подобных квартирах: «Удобно для молодежи, которая начинает самостоятельную жизнь, но со временем площадь должна расти». Также отмечается, что малогабаритные квартиры комфортны для проживания лишь одного человека без домашних животных (Рис. 1). Более 50 % опрошенных видят свои плюсы и минусы в квартирах малой площади. И почти 100% поддерживают идеи модернизации интерьерного пространства малогабаритных квартир.

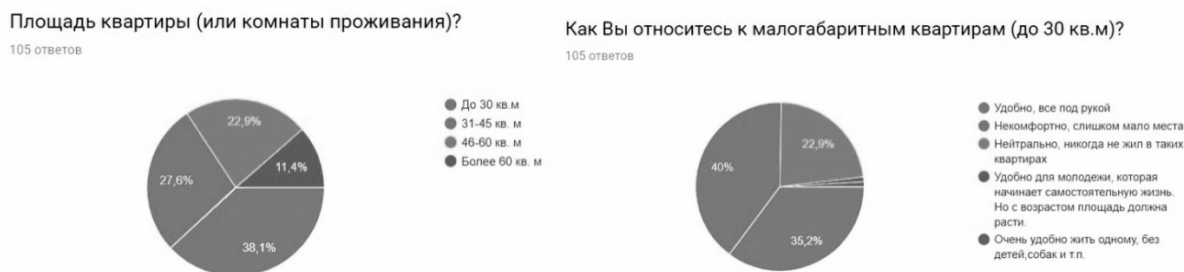


Рис. 1. Результаты социологического опроса

Результаты социологического опроса подтвердили востребованность изучения заявленной темы. Опрос показал высокую гражданскую заинтересованность в модернизации подобных пространств путем грамотного дизайн-проектирования.

Люди все чаще покидают родные места и переселяются в зарождающиеся мегаполисы. Одной из самых заинтересованных стран по рашению вопроса создания гармоничного простран-

ства малой площади является Китай из-за численности населения. На выставке «Pearl River Delta Real Estate Fair» китайская компания «China Vanke» представила новую микроквартиру (рис. 2). Эффективная организация пространства помогает визуально расширить небольшую площадку и избежать ощущения стесненности [1].



Рис. 2. Микроквартира на выставке «Pearl River Delta Real Estate Fair»



Рис. 3. Малогабаритная квартира в жилом комплексе в Нью-Йорке

Мегаполисы больше всего страдают от нехватки жилья, поэтому спрос на малогабаритные квартиры в них гораздо выше, чем в периферии. В 2017 году в Нью-Йорке в районе Махэттена официально был запущен в эксплуатацию компактный жилой комплекс с малогабаритными квартирами. Площадь каждой составляет порядка $27,8 \text{ м}^2$ (Рис. 3) [1]. Дизайн интерьера этих квартир построен на основе складной и встраиваемой мебели.

Ширина самой узкой части здания Keret House (в честь израильского писателя Эдгара Керета) в Варшаве составляет всего $0,91 \text{ м}$ (рис. 4). Дом настолько миниатюрный, что может рассцениваться как художественная инсталляция [1].

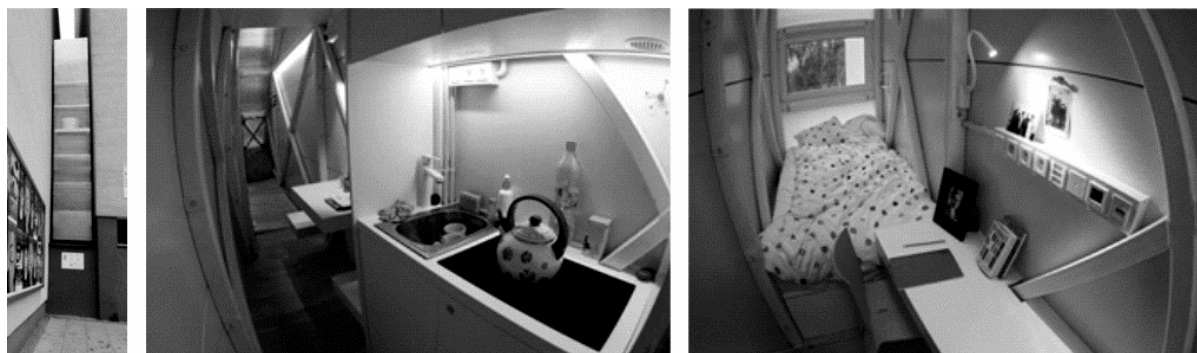


Рис. 4. Здание Keret House и его интерьеры

Еще одним ярким примером жилого пространства малой площади может являться жилой комплекс в Гонконге площадью $55,74 \text{ м}^2$. Он включает 19 ячеек с площадью менее $2,3 \text{ м}^2$. Они известны как «дома-кубики» или «дома-гробы» (рис.5). Большое количество людей живут в «домах-клетках» – двухэтажных клетках площадью не более 2 м^2 . В подобных условиях живут сотни пожилых людей. В одном таком здании может жить 12 человек. Условия проживания довольно скупые (рис. 6) [1].

Анализ мировых тенденций жилых пространств подтверждает актуальность изучения проблематики организации интерьеров малогабаритных квартир. Изучение этого вопроса особенно востребовано в мегаполисах и быстро развивающихся городах.

Из-за растущей популярности квартир-студий можно сделать вывод, что малогабаритные квартиры – это не пережиток советского времени, а одна из тенденций современного рынка недвижимости. Если есть спрос на недвижимость, то возрастает спрос и на дизайн-услуги, так как именно грамотно организованное пространство сделает даже квартиру площадью до 30 м^2 комфортной для проживания.



Рис. 5. «Дом-кубик» в Гонконге



Рис. 6. «Дом-клетка» в Гонконге

1. Двадцать шесть удивительных фото самых малогабаритных квартир в мире / [Электронный ресурс]// Информационный сайт «Yablyk.com». 2019. URL: <https://yablyk.com/230641-26-udivitelnykh-foto-samykh-malogabaritnykh-kvartir-v-mire/>.
2. Жилой комплекс Академический [Электронный ресурс]// Academvl.ru. 2019. URL: <http://academvl.ru/>.
3. Опрос [Электронный ресурс]// Google.com URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQ4vNSgTeBrx57sAIPnNik-rcuCKBUDe0P8dFqQ7cQDVhEdg/viewform>.
4. Принципы дизайна: композиционное равновесие, симметрия и асимметрия [Электронный ресурс] // LPgenerator/ URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/11/11/principy-dizajna-kompozicionnoe-ravnovesie-simmetriya-i-asimmetriya/>.
5. Пространство уюта [Электронный ресурс]// Официальный сайт фирмы ООО «Петербургская Региональная Строительная Компания» «Prostranstvo-uyuta.ru». 2019. URL: http://prostranstvo-uyuta.ru/interior_design/ergonomika-dizajn-kvartiry.php.
6. СНиП 2.08.01-89. Жилые здания [Электронный ресурс] // Ваш дом.ru: СНиПы. URL: <http://www.vashdom.ru/snip/20801-89/>.
7. Теоретические и методологические исследования в дизайне / сост.: О.И. Генисаретский, Е.М. Бизунова; предисл.: Е.М. Бизунова. М., 2004. 327 с.
8. Ткачев В.Н. Архитектурный дизайн. Функциональные и художественные основы проектирования: учебное пособие для студ. вузов / В.Н. Ткачев. М.: Архитектура. С, 2008. 352 с.
9. Чернявина, Л.А. Эргономика: учеб. пособие для студ. вузов / Л.А Чернявина. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2001. 83 с.

Рубрика: Актуальные проблемы современного дизайна

УДК 7.08

ПОПУЛЯРНОСТЬ КИРИЛЛИЦЫ В РОССИЙСКОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Е.И. Дульнева

магистрант

Т.В. Вознесенская

преп., кафедра дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

За годы своего существования кириллица претерпела множество реформ, что не всегда позитивно сказывалось на её облике. С этим связана одна из осязаемых проблем российского графического дизайна – малое количество качественных шрифтов, адаптированных под рус-

связанного пользователя. Данная статья освещает вопрос влияния этого фактора на популярность кириллицы в российском дизайне.

Ключевые слова и словосочетания: графический дизайн, типографика, кириллица, шрифт, гарнитура

THE POPULARITY OF THE CYRILLIC ALPHABET IN THE RUSSIAN GRAPHIC DESIGN

Over the years, the Cyrillic alphabet has undergone many reforms, which is not always a positive impact on its appearance. Related to this is one of the tangible problems of Russian graphic design – a small number of high-quality fonts adapted to the Russian-speaking user. This article shows the impact of this factor on the popularity of Cyrillic in Russian design.

Keywords: graphic design, typography, Cyrillic, fonts, typeface.

Введение. Важность кириллических шрифтов для русскоговорящего человека сложно недооценить – именно через кириллицу многие из нас получают огромные потоки информации на протяжении дня. На восприятие их значительно влияет внешний вид текста на носителе, а значит и эстетика шрифта играет огромную роль в визуальной подаче информации. Однако количество качественных российских шрифтов ничтожно мало по сравнению с латинскими, а адаптации почти всегда проигрывают оригиналу в визуальных качествах, что порождает множество проблем для дизайнеров и негативно влияет на популярность кириллицы в российском графическом дизайне.

Цель данного исследования – выявить место кириллицы в российском графическом дизайне на сегодняшний день и определить динамику её развития.

Задачи исследования – с помощью опросов узнать, как люди оценивают визуальные качества кириллических шрифтов; изучить портфолио ведущих дизайн-студий на предмет частоты и качества использования в них русского алфавита; проанализировать полученные данные и спрогнозировать динамику развития кириллицы в российском дизайне.

Для выполнения задач были применены анализ, синтез и индукция

Объектом исследования являются кириллические шрифты.

Предметом данного исследования является распространение кириллических шрифтов в российском сегменте графического дизайна.

Актуальность работы заключается в остром дефиците качественных кириллических шрифтов и их низкой вариативности.

Новизна работы заключается в анализе положения кириллицы на рынке графического дизайна за последние десять лет.

В работе использованы результаты опросов, теоретические источники, интервью из периодических изданий, а также информация с официальных сайтов упомянутых студий.

Истоки проблемы. По сравнению с историей латиницы, путь кириллицы выглядит крайне тернистым. Кажется, ни одна письменность в мире не претерпела такое количество реформ, каждая из которых так или иначе влияла на её внешний вид.

Самая значимая реформа случилась в 1710 году, когда Пётр I ввёл в использование гражданский шрифт. Лишь тогда кириллица была приближена к тому облику, в котором мы знаем её сегодня, а ведь триста лет – очень малое время для становления внешнего вида букв, особенно если сравнивать с возрастом латиницы [1].

Не только молодость кириллицы влияет на её неустойчивый внешний вид, ведь к 1917 году было отлито большое количество шрифтов. Однако, в СССР произошло важное событие, существенно повлиявшее на развитие полиграфического оформления изданий на протяжении десятилетий. В феврале Всесоюзным комитетом по стандартизации был принят обязательный Общесоюзный стандарт 1337 «Шрифты гартовые». Вступая в силу с 1932 года, ОСТ 1337 регламентировал ассортимент ручных шрифтов, производимых отечественными словолитнями. Кроме того, фактически он определял и шрифтовой ассортимент типографий, поскольку не вошедшие в него шрифты должны были быть изъяты и сданы для переплавки. Таким образом большая часть шрифтов была уничтожена, кириллица потеряла свою вариативность вплоть до 1991 года [2,4].

И вот сегодня перед профессионалами встаёт вопрос: почему красивых русских шрифтов так мало? Молодая кириллица, еще не до конца сформировавшаяся и потерпевшая за свою ис-

торию много кардинальных перемен, требует еще многовековой отточки профессионалами, конечная форма букв всё ещё не найдена [4].

И даже разработанные латинские шрифты зачастую не адаптированы под русский язык или адаптированы плохо, поэтому, стараясь избежать неэстетичных начертаний, в российском графическом дизайне кириллические шрифты часто пытались заменить латиницей, вплоть до написания русских слов транслитом. Особенно такая тенденция прослеживалась до 2010 года. Так, например, Юрий Гордон в своём первом издании «Книги про буквы от Аа до Яя» был вынужден иллюстрировать лигатуры на примере латиницы, ввиду отсутствия необходимого количества качественных кириллических примеров [3, с. 10].

Восприятие кириллических шрифтов на сегодняшний день. По сравнению с 2010-ым годом положение кириллицы значительно улучшается, но как простые пользователи воспринимают кириллические шрифты в настоящее время? Опрос-интервью показал, что кириллица по-прежнему не кажется респондентам достаточно эстетичной.

Респондентам было предложено сравнить шрифты в латинском и кириллическом начертании и выбрать более эстетичный, по их мнению, вариант. В девяти из десяти примерах шрифтов побеждала латиница. В опросе были использованы шрифты Bebas Neue, Arial, Roboto, Georgia, Proxima Nova, Futura, Petersburg, Bliss Pro, Kazimir, San Francisco. Единственным кириллическим шрифтом, победившим в опросе, стал Kazimir авторства Ильи Рудермана и Юрия Остроумецкого. Почти приблизились к латинице кириллические Bebas Neue и Georgia, набрав 45 процентов голосов респондентов.

На вопрос «Для оформления своего бренда вы предпочли бы кириллицу или латиницу?», 69% опрошенных также сделали выбор в пользу латиницы, однако 8% из них в комментариях указали, что это связано с желанием делать свой бренд международным. 21% проголосовал за кириллицу и 7% опрошенных затруднились с ответом.

Интересно, что при этом респонденты боятся перемен. На вопрос «Вы бы хотели, чтобы внешний вид кириллицы был изменён?», 66% ответило отрицательно. В то же время сторонники перемен замечают, что радикальных реформ при этом не хотели бы. Затруднились с ответом 8% опрошенных (рис. 1).

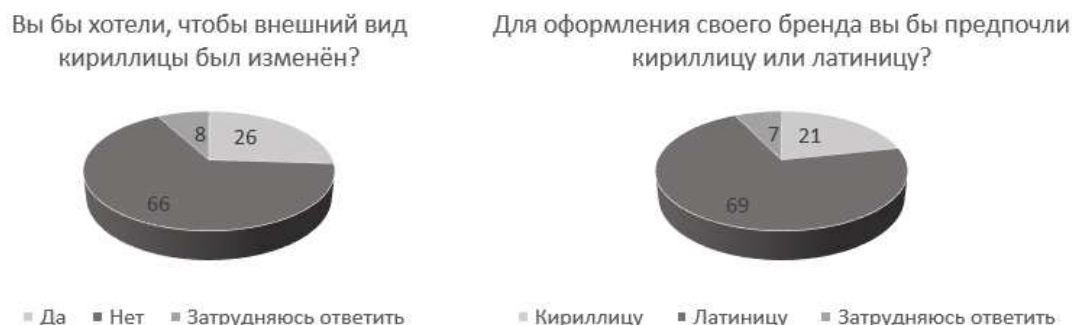


Рис. 1. Результаты опроса

В качестве вывода по опросу можно привести слова шрифтового кириллического дизайнера Ильи Рудермана: «Мы, с одной стороны, говорим о кириллице как о пространстве для большего эксперимента и менее возделанном поле, но, с другой стороны, мы – рьяные консерваторы, которые оберегают кириллицу от любых западных вторжений и любых западных попыток ее расшатать, именно потому, что считаем ее очень особенной системой письменности, возникшей во многом вопреки, а не благодаря» [4].

Работа в студиях. Насколько широко используется кириллица в российском дизайне? По портфолио крупных дизайн-студий видно, что ситуация постепенно меняется и хороший дизайн с использованием кириллицы активно завоевывает свои позиции.

Московская студия Артемия Лебедева с 2010 года выпустила 28 шрифтов, поддерживающих кириллицу. Среди них – узкий гротеск «Яндекса» (рис), лёгкая для чтения фирменная гарнитура М.Видео, богатая гарнитура со скругленными окончаниями штрихов Шланге (Рис. 2) и множество других качественных кириллических шрифтов [7].



Рис. 2. Шрифты «Шланге» и «М.Видео» от студии Артемия Лебедева

Питерская студия Логомашина не занимается разработкой шрифтов, однако является ярким примером качественного использования кириллицы в айдентике в условиях крайне ограниченного набора качественных шрифтов. В работах студии можно наблюдать, насколько по-разному может смотреться один и тот же шрифт в разных контекстах. Например, воздушный фирменный стиль «Тут не пекут» с использованием кириллического Gilgoу, и яркая, провокационная айдентика для игры «Квиз, плиз!» с использованием того же шрифта выглядят совершенно по-разному (рис.3) [5].

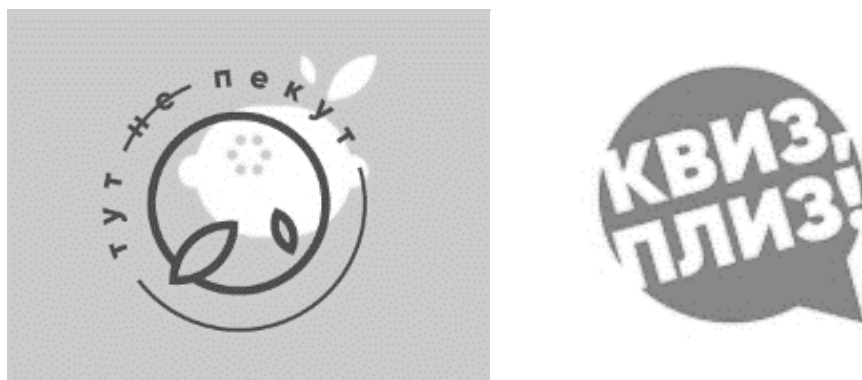


Рис. 3. Логотипы «Тут не пекут» и «Квиз, плиз!» от студии «Логомашина»

Студия АИС – компания сервисного дизайна, разрабатывающая сайты, сервисы, мобильные приложения, личные кабинеты, программы лояльности и системы навигации. Здесь также очень качественно используются адаптации латинских шрифтов. В портфолио можно увидеть сайты ВТБ 24 (OpenSans и Helvetica), Райффайзен банк (Futura) (Рис. 4), Московская биржа (Roboto), Газпромбанк (Sans Serif) и многие другие [8].

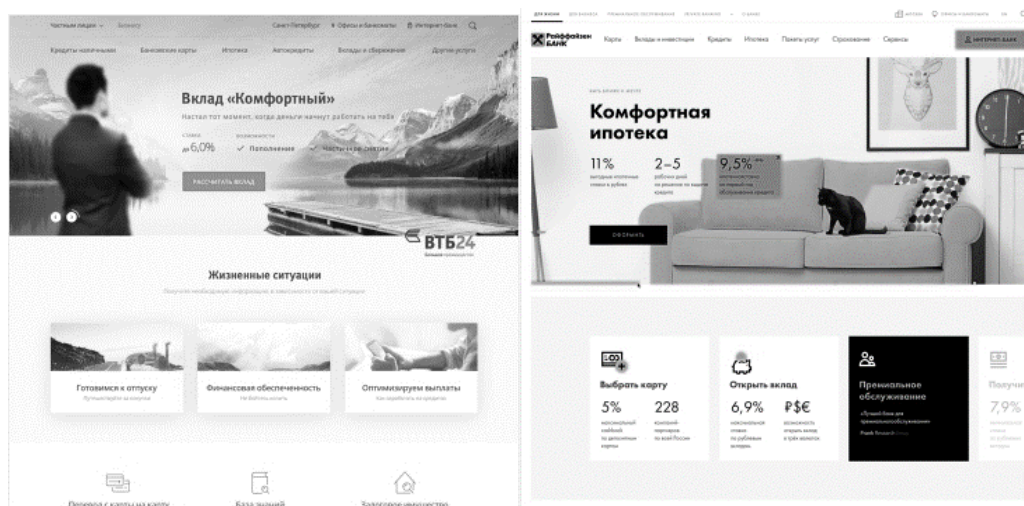


Рис. 4. Сайты «ВТБ24» и «Райффайзен банк» от компании «АИС»

Воронежская студия «Мануфактура» также успешно использует кириллические адаптации в своих проектах. Например, в айдентике жилого дома Альбион (FF Atma Serif), Элтемикс медицина (Analfabeto) (Рис. 5), ресторан «Мясной культ» (Coffee Break). Также Мануфактура качественно вписывает кириллицу в разработку сайтов, как, например, на сайте Зеленоград (GT Walsheim Pro) [6].



Рис. 5. Логотипы «Альбион» и «Алтемикс медицина» от студии «Мануфактура»

Хорошо работает с кириллицей студия Designdepot. Они успешно адаптировали упаковку соусов Develey под российский рынок, сохранив при этом преемственность с оригинальным оформлением европейской линейки (рис. 6). Также стоит обратить внимание на айдентике «Колледж Вейдера» – в презентации проекта можно увидеть как кириллицу, так и латиницу, и здесь русская письменность смотрится не менее стильно. Этим же выделяется Central Park. Большая часть демонстрируемых носителей облачена в латиницу, но кириллица в брошюрах не выглядит чужеродно [9].



Рис. 6. Дизайн этикеток для соусов «Develey» от студии «Designdepot»

Заключение. Несмотря на то, что кириллица по своей популярности значительно отстаёт от латиницы, она начинает постепенно выходить из состояния застоя. Появляется всё больше качественных шрифтовых адаптаций, разрабатываются изначально кириллические шрифты. В портфолио отечественных дизайнеров появляется всё больше примеров качественной айдентики с применением кириллицы. Она всё так же требует отточки профессионалами, но, как писал Юрий Гордон, мы ещё долго можем изобретать велосипед: наши буквы ещё не нашли своей окончательной, прекрасной формы [3, с. 10], а это значит, что у шрифтовых кириллических дизайнеров есть огромный простор для экспериментов.

1. Герчук, Ю.Я. Кириллица в русской культуре / Ю.Я. Герчук [Электронный ресурс]. URL: <https://typejournal.ru/articles/Cyrillic-in-Russian-Culture>.

2. Головченко, К. История одного стандарта / К. Головченко [Электронный ресурс]. URL: <https://typejournal.ru/articles/OST-1337>.
3. Гордон, Ю.М. Книга про буква от Аа до Яя / Ю.М. Гордон. М.: издательство студии Артемия Лебедева, 2017.
4. Дизайнеры Илья Рудерман и Юрий Остроменцкий – о том, откуда взялись шрифты и как они устроены [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/feature/2016/04/21/petr-pervyy-by-olfigennym-art-direktorom>.
5. Логомашина [Электронный ресурс]. URL: <https://logomachine.ru/>.
6. Мануфактура [Электронный ресурс]. URL: <http://factory.mn/>.
7. Студия Артемия Лебедева [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artlebedev.ru/>.
8. Aic [Электронный ресурс]. URL: <https://aic.ru/3/>.
9. Designdepot [Электронный ресурс]. URL: <https://designdepot.ru>.

Рубрика: Здания университетов, академий, колледжей и других высших учебных заведений

УДК 727.3.05

РАЗРАБОТКА ВИЗУАЛЬНОГО КОНЦЕПТА ИМИДЖА КАМПУСА ВГУЭС, г. ВЛАДИВОСТОК

Ю.Р. Ким
магистрант
А.А. Воронкова
преподаватель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Целью данной работы является ребрендинг корпоративного стиля ВГУЭС, создание свежего, передового образа, соответствующего инновационному предприятию в ключе мировых тенденций в дизайн-проектировании интерьеров учебных заведений, основываясь на уже существующем сформировавшемся фирменном стиле.

Ключевые слова и словосочетания: *имидж, ребрендинг, ВГУЭС, модернизация, интерьер, графика, навигация.*

DEVELOPMENT OF A VISUAL CONCEPT IMAGE OF THE VVSU CAMPUS, VLADIVOSTOK

The goal of this work is to rebrand the corporate style of VVSU, to create a fresh, advanced image corresponding to an innovative enterprise in line with global trends in the design of interiors of educational institutions, based on an existing corporate identity.

Keywords: *image, rebranding, VVSU, modernization, interior, graphics, navigation.*

Актуальность. ВГУЭС – единственный вуз Приморского края, имеющий обособленный кампус, расположенный в центре города, инфраструктурные объекты которого находятся в одном территориальном пространстве и соединены между собой системой переходов таким образом, что студентам для перемещения между учебными корпусами и другими объектами инфраструктуры вуза не нужно выходить на улицу. Кампус университета включает в себя 8 учебных корпусов и 20 научных лабораторий, библиотеку, несколько общежитий, 3 спортивных комплекса, автошколу, музейно-выставочный комплекс, молодежный центр, медицинский центр, дендрарий с японским садом камней и жилые дома. В связи с большим размером территории кампуса ВГУЭС в рамках исследования были рассмотрены первый и пятый корпуса, а способы модернизации были введены и использованы на примере кафедры дизайна и технологий.

За более чем пятидесятилетнюю историю своего существования ВГУЭС приобрел высокий статус не только среди российских учебных заведений, но и на международной арене. В связи с этим возникла необходимость трансформации его визуального имиджа в соответствии с его

статусом. Имидж (от англ. image – «образ», «изображение», «отражение») – искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия [1]. Концепцией нового имиджа стал слоган: «Стабильность. Комфорт. Перспектива!». Разработка визуального концепта имиджа кампуса ВГУЭС представляет собой ребрендинг. Ребрендинг (англ. rebranding) — комплекс мероприятий по изменению бренда, либо его составляющих. Ребрендинг кампуса ВГУЭС – тема, актуальность которой без преувеличения можно назвать константой, так как потребность в привлечении новых студентов, преподавателей, партнеров и увеличении лояльности существующих является неизменной.

Цель данной работы – ребрендинг корпоративного стиля ВГУЭС на основе существующего фирменного стиля с учетом модернизации имиджа ВГУЭС, усиления уникальности и увеличения целевой аудитории бренда.

Задачи:

– провести анализ отечественных и зарубежных аналогов интерьеров учебных заведений, а также – существующих проектных предложений фирменного стиля, выполненных студентами кафедры ДЭТ ВГУЭС;

– выявить степень узнаваемости фирменного стиля ВГУЭС; оценить его имидж для различных целевых аудиторий и их лояльность по отношению к нему; определить его слабые и сильные стороны и конкурентные преимущества;

– выполнить проектное предложение стилевого решения интерьеров университета на основе единого образа с сохранением индивидуальных черт отдельных объектов.

Научная новизна: понятие «ребрендинг» используется не только применительно к изменению бренда (название, логотип, слоганы, визуальное оформление бренда с изменением позиционирования, изменение целостной идеологии), но также – к разработке модернизации интерьеров ВГУЭС.

Методы исследования: визуализация, аналогия, анализ. Визуализация (от лат. visualis, «зрительный») – общее название приёмов представления числовой информации или физического явления в виде, удобном для зрительной формы наблюдения и анализа. Это метод представления информации в виде оптического изображения (например, в виде рисунков и фотографий, графиков, диаграмм, структурных схем, таблиц, карт и т.д.) [2]. Используя данный метод, была разработана схема навигации корпусов кампуса ВГУЭС (рис.1). Основными объектами исследования стали первый и пятый корпус. Первому корпусу был присвоен фирменный синий цвет, а пятому – серый.

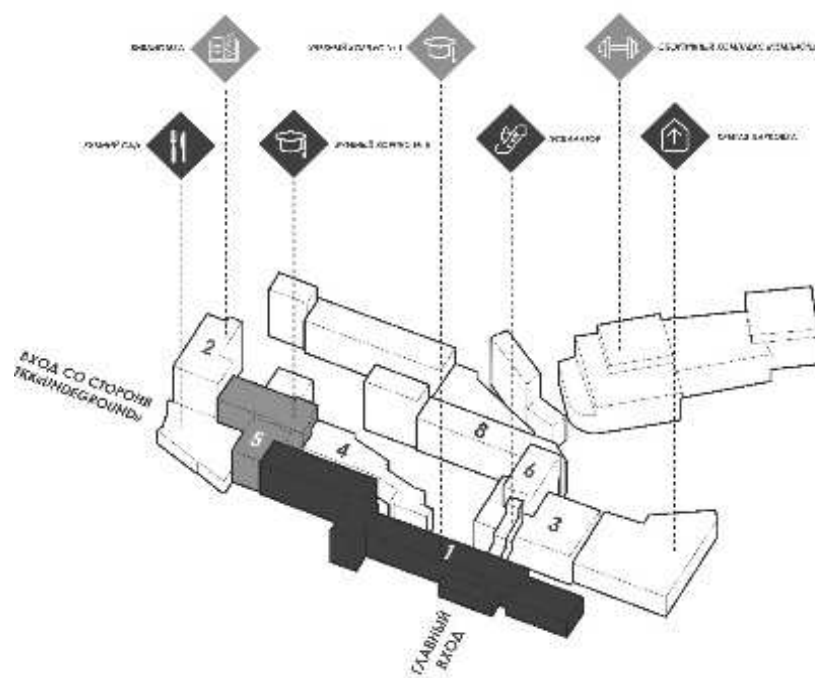


Рис. 1. Схема навигации корпусов кампуса ВГУЭС

На основе схемы корпусов кампуса ВГУЭС были разработаны поэтажные схемы с расположением основных инфраструктурных единиц первого и пятого корпусов (рис. 2) для локализации реконструированных зон: кафедр, институтов, переходов, библиотек с выделением зон, в которые входят информационные и выставочные стенды, лестничные пролеты, зоны интерактивного взаимодействия студентов, например, мобильные кофейни, для последующей модернизации, методы и способы которой будут использованы по аналогии, по всему кампусу университета.

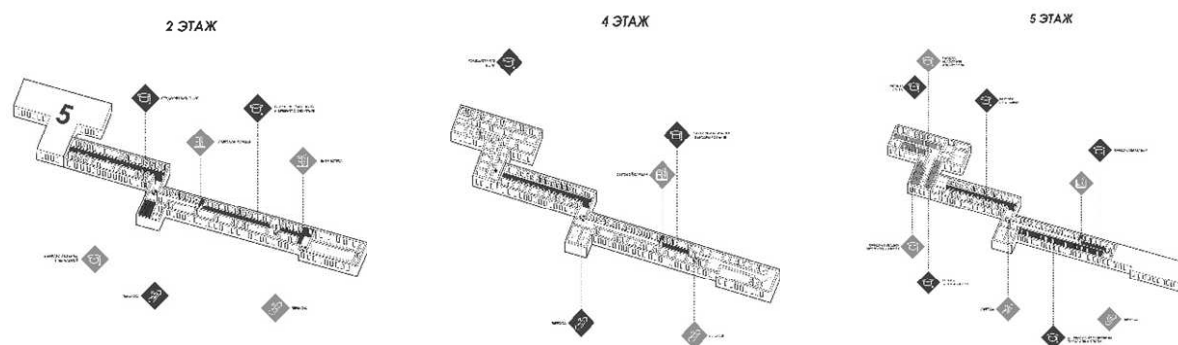


Рис.2. Поэтажные схемы с расположением основных инфраструктурных единиц:
а – схема расположения кафедр и институтов 2 этажа; б – схема расположения кафедр и институтов 4 этажа; с – схема расположения кафедр и институтов 5 этажа

Все этажи первого и пятого корпусов были разделены на составляющие: коридор, лестничный пролет и переходы корпусов. С целью определения приемов их оформления были рассмотрены современные отечественные и зарубежные аналоги высших учебных заведений. В интерьере Квинслендского университета (рис. 3, а) применена отделка деревянными панелями, что придает интерьеру уютный вид, а использование гипсокартонных конструкций для зонирования помещений, придает его композиции интересную и сложную форму [3]. В интерьере школы иностранных языков в Киеве (рис. 3, б), использована яркая настенная и напольная графика и навигация в сочетании с открытыми коммуникациями, что зрительно расширяет пространство, задает направление и траектории движения при помощи светового потока, придает обстановке свежий и современный вид [4]. В отечественном аналоге – дизайн-проекте университета дизайн-студии BG Studio (рис. 3, с) реализована идея модернизации и усовершенствования существующего интерьера путем локальных изменений отделочных материалов, настенной графики и навигации [5].



Рис. 3. Зарубежные и российские примеры интерьеров высших учебных заведений:
а – Квинслендский университет; б – Школа иностранных языков в Киеве; с – Дизайн-проект интерьера университета от дизайн-студии BG Studio

Эмблема университета – образ ученого афинской философской школы Ксенократа символизирует опору на классическое, фундаментальное знание. Выбор сочетания синего и белого цвета для символики университета связан с ассоциациями, которые возникают во многих древних культурах. Синий цвет – цвет неба – символизирует бесконечность, духовную и интеллектуальную жизнь. Белый цвет – символ чистоты, истины, также символ посвящения, новообра-

щения. Он связан с переходом в новое качество жизни человека, получившего знание. Ксенократ, как символ ВГУЭС, олицетворяют все эти качества и служит эмблемой, отражающей статус университета. В ходе исследования с целью определения перспективы дальнейшего использования этой эмблемы, был проведен опрос студентов, преподавателей и гостей вуза. На основе опроса выявлено, что символ, по мнению респондентов, устарел. В связи с этим его использование в разработке визуальной концепции имиджа кампуса не применяется.

Для модернизации интерьера ВГУЭС были предложены следующие дизайнерские решения и отделочные материалы:

- покраска стен в технике «Спрей-арт» в различных вариациях (рис.4), с элементами навигации, например, переходы корпусов (рис.5);
- подшивка гипсокартонных конструкций;
- использование подсветки (светодиодной ленты);
- замена потолка «Армстронг» на новый;
- использование такого напольного покрытия, как «наливные полы»;
- использование деревянных панелей в качестве информационных стендов (рис.6, а);
- перфорированные панели (рис. 6, b).

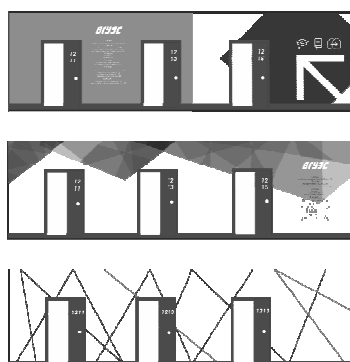


Рис. 4. Варианты графического оформления стен с элементами навигации

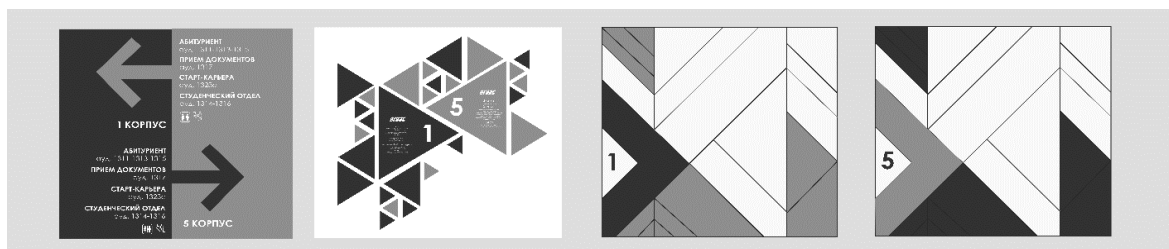


Рис. 5. Варианты графического оформления переходов корпусов



Рис.6. Настенные декоративные конструкции: а – Перфорированные панели; б – Информационные стенды из деревянных панелей

Все выше переселенные приемы были применены в разработке интерьера кафедры дизайна и технологий (Рис.7), расположенной на втором этаже первого корпуса кампуса ВГУЭС. Здесь использованы деревянные панели в качестве информационных стендов (Рис.7), перфорированные панели – как регулярная выставочная экспозиция дипломных и курсовых работ студентов-

дизайнеров. Для обогащения цветовой палитры интерьера, в качестве яркого контрастного акцента, был введен насыщенный красный цвет – технические подвесные софиты, прикрепленные к металлической ферме квадратного сечения, которая является технической конструкцией и задает индустриальную, творческую атмосферу.

В результате получился броский и стильный интерьер, основанный на специфике данной кафедры, что придает ее обстановке индивидуальность, но при этом не выбивается из общей концепции и имиджа.

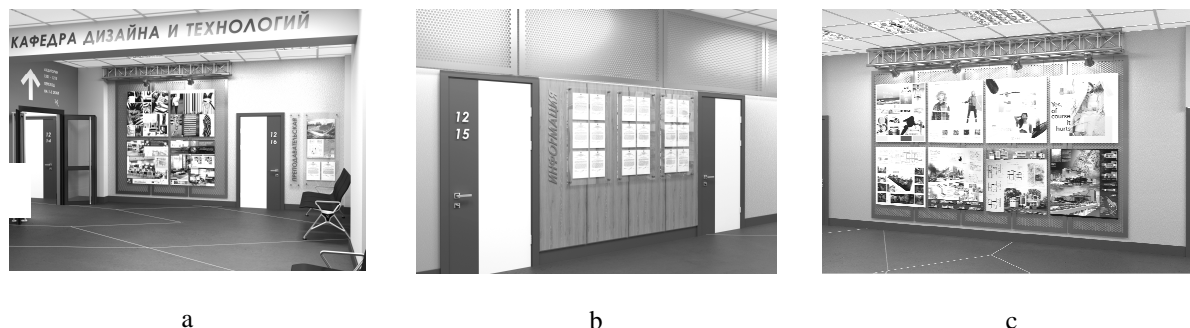


Рис. 7. Разработка интерьера кафедры дизайна и технологий: а – Холл кафедры дизайна и технологий; б – Информационные стенды; с – Выставочные стенды

Выводы. Для ребрендинга фирменного стиля ВГУЭС отдельные его составляющие (синий и белый цвет) были включены в разработку нового имиджа, а некоторые – упразднены (Жсенократ как эмблема ВГУЭС). Ребрендинг позволил усовершенствовать существующий интерьер, придать ему современный вид, используя при этом простые и недорогие для реализации дизайнерские решения. При этом повысилась уникальность каждой отдельной инфраструктурной единицы вуза в соответствии с общей стилевой концепцией: «Стабильность. Комфорт. Перспектива». Смета данного проекта представлена в табл. 1. Проектное предложение рассмотрено ректором ВГУЭС Т.В. Терентьевой и будет реализовано в ближайшем будущем.

Таблица 1

Ориентировочный перечень материалов и цен декоративных и отделочных работ холла и рекреации кафедры ДЗТ

Наименование	S (м.кв.)/ L (м.п.)	Цена за 1 м.кв./1 м.п.	Сумма
Наливные полы	237	200-400	47400-94800
Стены. Грунтовка и покраска стен и дверей: Темно-серый RAL 7042 MAT	6,14	280	1720
Светло-серый RAL 7047	309,11	—	86550
Синий RAL 5015	15,12	—	8995
Облицовка перфорированной панелью: Каркас al-профиль 2400x2400	3029,76	150	5405
Панель al перфорированная 2400x600 (4 шт.)	3029,76	1200	43190
Облицовка МДФ панелью (бескаркасная): МДФ панель CLEAF S128 толщина 16мм	13,16	5000 (с монтажом)	65800
Плинтус Н=100	178,46	100	17850
Декоративные хромированные фермы 300x300x2000	1 шт.	1730	1730
Декоративные хромированные фермы 300x300x4000	1 шт.	3460	10380
Навигация (текст, декор)	1 м.п.	600	600
Светильники	14 шт.	1000	14000
Оргстекло толщина 1мм	9,44x2 слоя	590	6420

Наименование	S (м.кв.)/ L (м.п.)	Цена за 1 м.кв./1 м.п.	Сумма
Крепеж	40 шт.	20	800
Выключатель	13 шт.	200	2600
Светодиодная подсветка	72,57 м.п.	36	252
Итого: 333490 – 381890			

1. Имидж [Электронный ресурс] URL <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/5705> (дата обращения: 23.03.19)

2. Визуализация [Электронный ресурс] URL: <https://cyberpedia.su/17x16dfe.html> (дата обращения: 25.03.19)

3. Квинслендский университет [Электронный ресурс] URL: <https://apartmentinteriors.ru/interyernyy-dizayn-kvinslenskogo-universiteta/> (дата обращения: 01.04.2019)

4. Школа иностранных языков в Киеве [Электронный ресурс] URL: <https://apartmentinteriors.ru/neobychnyy-interyer-shkoly-underhub-v-kieve/> (дата обращения: 05.04.2019)

5. Дизайн-проект университета дизайн-студии BG Studio [Электронный ресурс] URL: <https://apartmentinteriors.ru/neobychnyy-interyer-shkoly-underhub-v-kieve/> (дата обращения: 02.02.2019)

Рубрика: Архитектура

УДК: 72

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ВКЛАДА ЖЕНЩИН ДИЗАЙНЕРОВ

Н.В. Месенева

доцент кафедры дизайна и технологий

Д.А. Бордюг, В.Е. Козинец, А.Д. Криворучко

бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье проанализированы вопросы инновационного вклада женщин дизайнеров в мир архитектуры и дизайна: экстерьер, интерьеры, ландшафт, декоративные формы. Цель работы выявить, что нового принесли современные дизайнеры, выделить их самые креативные и масштабные проекты, рассмотрены новые технологии и материалы. Для примера выбраны работы дизайнеров: Заха Хадид, Паола Навоне и Дебора Суссман.

Ключевые слова и словосочетания: *архитектура, дизайн, интерьер, концепция, новые технологии, проект.*

ANALYSIS OF THE INNOVATIVE CONTRIBUTION OF WOMEN DESIGNERS

The article analyzes the issues of innovative contribution of women designers in the world of architecture and design: exterior, interiors, landscape, decorative forms. The purpose of the work is to reveal what the new designers have brought new, highlight their most creative and large-scale projects, consider new technologies and materials. For example, selected works of designers: Zaha Hadid, Paola Navone and Deborah Sussman.

Keywords: *architecture, design, interior, concept, new technologies, project.*

Актуальность рассматриваемых вопросов состоит в необходимости изучения современных мировых тенденций проектирования дизайна среды, необходимости обновления архитектурной

и дизайнерской теории с точки зрения современного значительно более гуманного отношения к проблемам общества. Новизна исследования состоит в том, что сегодня существуют проблемы недостаточной проработки теории и практики проектирования и формирования гармоничной визуальной дизайн среды, практики применения новейших материалов и технологий в современных проектах. Целью работы является выявление современных теоретических и практических тенденций проектирования дизайна среды. В статье ставится задача изучить существующие проблемы, имеющиеся в области дизайна в мире. Концепция статьи состоит в изучении проектирования более качественной визуальной дизайн – среды. Для решения задач исследования проведен анализ методической и специальной литературы по проблеме, в работе использовались общетеоретические методы научных исследований.

Творчество Заха Хадид. Заха Хадид – возможно, самый необычный архитектор в мире. Журналы представляют все новые ее проекты, один причудливее другого, которые она реализует в разных уголках планеты [1]. Она родилась в 1950 году в Багдаде, где и провела свое детство. После школы в 1968 году Заха отправилась в Бейрут, ливанский город, где в Американском университете изучала математику. В 1972 году она начала свое обучение в школе архитектуры Архитектурной ассоциации в Лондоне (Architectural Association School of Architecture). На протяжении своего обучения на Заху Хадид оказывал большое влияние русский авангард, особенно Казимир Малевич. Ее дипломная работа получила название «Тектоник Малевича» – проект жилого моста на реке Темза. После своего обучения в школе архитектуры Заха Хадид работала в бюро «ОМА» (Office for Metropolitan Architecture), где Заха получила огромный опыт и уже в 1979 году открывает собственную фирму «Zaha Hadid Architects». Первые несколько лет дела шли плохо: тяжелый характер Хадид и ее взгляды на архитектуру отталкивали заказчиков. Эти несколько лет фирма могла заниматься только мелкими заказами, а масштабные проекты копились на листах бумаги. Не смотря на это, Заха Хадид получала за них награды на престижных конкурсах. В 1990 году фирма Хадид начинает разработку проекта здания пожарной части для производителя дизайнерской мебели Virta (рис. 1) в немецком городе Вайль-на-Рейне.



Рис. 1. Пожарная часть Virta



Рис. 2. Музей Гуггенхайма в городе Бильбао

В данном проекте видно увлечение Хадид Малевичем и Кандинским. В русских авангардистах её привлекает дух отваги, риска, новаторства, стремления ко всему новому и вера в мощь изобретательства. В 1997 году к Захе Хадид приходит успех при работе над зданием музея Гуггенхайма в североиспанском городе Бильбао по проекту Фрэнка Гери (рис. 2). Теперь в бюро Хадид начинают поступать заказы. В 2004 году Заха Хадид получила Притцкеровскую премию, впервые доставшуюся женщине. Данная престижная награда подтвердила значимость вклада Хадид в развитие архитектуры и дизайна.

Паола Навоне. Паола Навоне – легенда в мире дизайна, бессмертный арт-директор компании Gervasoni [2]. Паола всегда находится в поисках чего-то нового и ищет связь между различными элементами. Ее слава заключается в том, что она смешивает «все восточное» со «всем западным». Дизайнер много путешествует, она побывала в таких странах как Италия, США, Россия, Франция, Милан и т.д. Проекты, сделанные ей для компаний, наполнены теплом и уютom, поэтому их нельзя отнести к минимализму. Талант Паолы дает ей возможность трансформировать прошлый опыт в новые формы, т.е. создать новый дизайн. Ее работы основываются на традиционных ремеслах, что делает ее очень успешной. Дело в том, что Навоне работает с этностилем. Работа в одной из компаний показала глубокое знание потенциала различных экзо-

тических материалов: новозеландской шерсти, марокканских тканей, знание возможностей традиционных материалов: цемента, металлов и т.д. Использование удивительных комбинаций материалов по сей день один из основных творческих приемов Паолы Навоне. После этого, в восьмидесятых, ее вдохновение перешло на создание собственной коллекции с названием «Де-жа-вю». Ее творения – проволочные вазы, стулья из ротана, уютные клетчатые кресла. В ноябре 2003 года дизайнер представила коллекцию стекла-шелкографии. Они имитировали серебряные египетские аксессуары. Вновь вернемся к компании Gervasoni. Коллекции, сделанные Навоне для этой компании, с авангардно вытянутыми спинками и сочетанием оплывающих линий, созданы в нетрадиционном для компании стиле. Паола открыла новые материалы и интересные сочетания, такие как, плетение из оленьей кожи вместе с алюминием и сталью или, например, заменила лианы пластиковым шнуром. Кстати, плетение – имитация крупной вязки также изобретено Паолой [3]. Паола Навоне разносторонний человек. Она создавала не только интерьеры, но и элементы декора, такие как светильники, вазы, посуда и многое другое, в которых также подчеркивается индивидуальность ее работ.

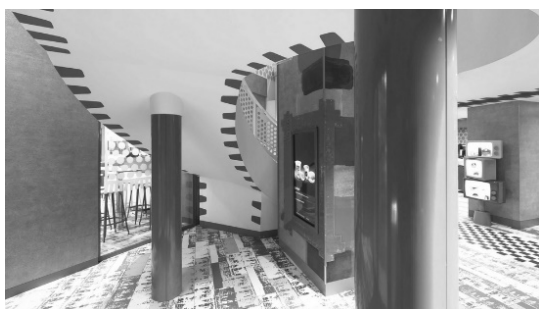


Рис. 3. Парижский McDonald's.



Рис. 4. Дизайн олимпиады 1984 г.

Парижский McDonald's (рис. 3) отремонтирован Паолой Навоне. Американский гигант призвал создать новый дизайн, наполненный необычной атмосферой. Проект занял три года. McDo France решительно отходит от имиджа стандартизированной сети быстрого питания. Этот старейший ресторан фастфуда попал в заголовки новостей весной в 2018 года. Единственное ограничение, которое было предложено при создании дизайна – прочное и не скользкое покрытие. Выполнен дизайн ресторана в любимой сине-зеленой гамме Паолы. 300 – местный двухуровневый ресторан украшают шахматные черно-белые полы, эклектичная мебель и графичные принты [4].

Сейчас все копируют все, не обращая внимание на истинный дизайн. Паола Навоне считает, что, если вы хотите изучать дизайн, «добивайтесь успеха в чем-то одном, очень маленьком, или выходите на крупные масштабы, но никогда не оставайтесь в середине, быть в середине – очень посредственно, и там полно других» [2].

Дебора Суссман. Дебора Суссман в Технологическом институте Иллинойса в Чикаго получила диплом по специальности «Графический дизайн». Там, в ходе обучения, ее талант привлек внимание знаменитого дизайнера Чарльза Имза, который пригласил её на первую работу. В компании братьев Имзов она испробовала множество профессий: от графического дизайнера до кинорежиссера, а затем и заместителя Рея Имза. Работа в такой авторитетной компании дала импульс ее карьере и позволила позже основать собственную студию дизайна. В 1968г. она открыла свою графическую мастерскую, а позже к проекту присоединился ее муж, известный архитектор Пол Прейза. Так появилась компания Sussman/Prejza & Co, успешно работающая и по сей день. Безусловно, вершиной карьеры Деборы стала работа над стилем Олимпиады 1984 года в Лос-Анджелесе. Ее пригласили возглавить проект, чтобы сделать его менее прямолинейным и более космополитичным. Деборе пришлось взять на себя роль миротворца. Палитра цветов, использованных для создания стиля Олимпиады, вызвала шок у консервативных американцев: среди цветов не оказалось ни синего, ни красного. Вместо них Дебора Суссман использовала ультрамарин, пурпур, киноварь и другие яркие цвета (рис. 4), отражающие характер залитого солнцем Лос-Анджелеса и всего Тихоокеанского региона. Также, под ее руководством были разработаны проекты десятков ярких и запоминающихся временных зданий, возведенных на период Олимпиады. Их делали из дешевых материалов, и они выполняли исключительно декоративную функцию. Благодаря буйству красок и нестандартной архитектуре, Олимпийские игры 1984 запомнились всем участникам и гостям. Этот проект стал, пожалуй, кульминацией

концепции «суперграфики», разработанной Деборой. Суперграфика – это масштабный, яркий дизайн, объединяющий несколько зданий или даже целый городской район. Он делает городской ландшафт даже более живым, чем сама архитектура. «Идея суперграфики не в том, что она большая, а в том, что она больше, чем архитектура», объясняла Дебора Суссман свою главную идею. Позже галерея Wuho университета Вудбери продемонстрировала работы Дебора Суссман на выставке Deborah Sussman Loves Los Angeles. Институт искусств Калифорнии показал работы Deborah Sussman: 60+ Лет Дизайна. Немногие люди были такими же красочными и обаятельными, как Дебора. Дизайнер окружающей среды оказала огромное влияние на дизайн и на архитектуру, во многом меняя способ их взаимодействия [5].

Выводы и научная новизна работы. Современный мир архитектуры и дизайна стремительно меняется:

- применение новых материалов в архитектуре и дизайне;
- применение новых технологий в современных проектах;
- применение современных требований эргономики;
- современные требования к созданию комфортной среды;
- современные требования к эмоциональным составляющим;
- формирование гармоничного, целостного художественного образа проекта;
- формирование среды, отвечающей современным функциональным требованиям;
- формирование гибкой среды, способной меняться;
- формирование художественно – толерантной среды как театрального спектакля средствами дизайна;
- создание фирменного стиля среды;
- создание целостного цветового решения среды;
- комплексное проектирование дневной и ночной цветовой среды. И многое другое.

Целью дизайна как феномена современной культуры является содействие повышению качества жизни людей и совершенствование социально-культурных отношений между ними путем формирования гармоничной среды во всех сферах жизнедеятельности людей для удовлетворения всего многообразия их материальных и духовных потребностей [6, с.37].

1. Заха Хадид. Архитектура нового времени / Заха Хадид. Изд-во Бомбора 2019. 284 с.
2. Паола Навоне: человек мира и прима итальянского дизайна [Электронный ресурс].URL: <https://www.interior.ru/design/name/440-paola-navone-chelovek-mira-i-prima-italyanskogo-dizajna.html>
3. Paola Navone – неповторимый дизайнер мебели [Электронный ресурс].URL: <http://ourdesignstudio.ru/interier-design/paola-navone-nepovtorimiy-dizayner-mebeli>
4. Паола Навоне переделывает Макдональдсы [Электронный ресурс].URL: <https://www.interior.ru/design/place/5486-paola-navone-peredelyvaet-makdonaldsy.html>
5. Deborah Sussman Dies at 83; Dressed Buildings in Vivid Colors and Shapes [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2014/08/23/business/deborah-sussman-who-dressed-buildings-in-vivid-colors-and-shapes-dies-at-83.html>
6. Медведев, В.Ю. Сущность дизайна: теоретические основы дизайна: учеб. пособие / В.Ю. Медведев. 3-е изд., испр. и доп.СПб.: СПГУТД, 2009. – 110 с.

Рубрика: Архитектура

УДК 72

К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕШЕХОДНЫХ УЛИЦ г. ВЛАДИВОСТОКА

Н.В. Месенева
доцент кафедры дизайна и технологий
Е.К. Живодерова
бакалавр

Сегодня существует проблема недостаточной проработки теории и практики проектирования городских пешеходных улиц. В статье рассматриваются вопросы организации современных

пешеходных улиц. Целью работы является выявление современных тенденций формирования пешеходных улиц на примере исторического центра города Владивостока. Актуальность проблемы состоит в необходимости изучения современных мировых тенденций проектирования городской среды.

Ключевые слова и словосочетания: архитектура, город, дизайн, концепция, новые технологии, проект.

ON THE ORGANIZATION OF PEDESTRIAN STREETS IN VLADIVOSTOK

Today, there is the problem of insufficient development of the theory and practice of designing urban pedestrian streets. The article deals with the organization of modern pedestrian streets. The aim of the work is to identify current trends in the formation of pedestrian streets on the example of the historical center of the city of Vladivostok. The urgency of the problem is the need to study the current global trends in the design of urban environments.

Keywords: architecture, city, design, concept, new technologies, project.

Обновление окружающего мира, направленность на наиболее современные формы деятельности, характерные черты социокультурной активности жителей, все это существенно меняет функции дизайна городской среды и актуализирует проблему качества жизни горожан [1]. Целью данной работы является выявление новых тенденций организации переходных улиц и примыкающим к ним пространств. Важным этапом исследования является изучение характеристик понятия «дизайн пешеходных зон и их рекреаций» и критерии его оценки. Важность исследования заключается в том, что сегодня недостаточно изучены современные тенденции организации дизайна среды пешеходных улиц.

Материал и методы исследования. Объектом исследования является организация предметно-пространственной среды пешеходных улиц центра Владивостока. Для решения задач исследования выполнен анализ методической и специальной литературы по проблеме, в работе использовались общетеоретические методы научных исследований.

Дизайн выполняет значительную роль в организации современной городской среды. Научная актуальность проблемы дизайна пешеходных улиц состоит в необходимости обновления архитектурно – дизайнерской теории с точки зрения более внимательного отношения к проблемам человека и общества. Сегодня городскую среду необходимо организовывать креативной, динамичной, комфортной, учитывать современные тенденции проектирования городских рекреаций. Пешеходные улицы становятся местом для современных видов деятельности, таких как отдых, музыка, утренняя гимнастика, фестивали, выставки, инсталляции. Создаются специализированные пространства для каждого вида деятельности, рекреации, проектируемые с учетом постоянных, сезонных и краткосрочных видов деятельности. Сегодня существенным становится польза, горожане для отдыха предпочитают как тихие, так и активные занятия. Спорт, прогулки, туристические маршруты рассматриваются как занятия спортом, как средство получения новых знаний и положительных эмоций [2].



Рис. 1. Набережная цесаревича г. Владивосток



Рис. 2. Улица Адмирала Фокина г. Владивосток

Владивосток город-порт, форт на Дальнем Востоке России. Город моряков, рыбаков и конечно, авантюристов. Город-крепость и в то же время «порто-франко» – вольный город на стыке цивилизаций: Япония – на востоке, Китай – на западе, на юге – Корея. Русский город, построенный немцами, датчанами, англичанами. На протяжении развития художественного образа города Владивостока всегда существовала проблема противоречия старого и нового, проблема соответствия исторической части городской среды и требованиями современной жизни (рис. 1 – 2).

Сегодня проблемы преобразования исторической городской среды основываются на современных технических и социальных требованиях с сохранением исторических ценностей и качеств, соответствующих современному пониманию комфорта. В настоящее время отдельные составляющие пешеходных улиц исторической части города являются некомфортными, негармоничными, характеризуются разрушением средовых качеств.

Сегодня изменилось представление о комфорте окружающей среды: функциональном, эмоциональном. Готовность к обновлению окружающего мира, направленность на наиболее современные формы деятельности и общения – характерные черты социокультурной активности жителей крупного города, что отражается на освоении ими в повседневной жизни окружающей городской среды, существенно меняет функции дизайна городской среды и актуализирует проблему качества жизни горожан [2].

Малые архитектурные формы необходимые художественно – декоративные элементы городской среды, организуют комфортные условия для горожан на пешеходных улицах и их рекреациях. Малые архитектурные формы – это сооружения и устройства, обладающие несложными, но самостоятельными функциями, дополняющие архитектуру зданий, сооружений, парков, площадей и улиц и являющиеся элементами благоустройства территории (рис. 3).



Рис. 3. Набережная г. Владивосток

К малым архитектурным формам, формирующим пешеходные улицы относятся объекты:

- декоративного назначения: декоративные стенки, скульптуры, фонтаны, беседки, мосты, оформление фасадов;

- утилитарного назначения: скамьи, урны, ограждения, указатели, лестницы, подпорные стенки, номерные знаки домов, вазы для цветов и озеленения; светильники, киоски, информационные стенды, почтовые ящики навесы у остановок, дорожные знаки осветительное оборудование;

- для площадок отдыха, игрового и физкультурного назначения: качели, карусели, стенки для лазанья, песочницы, горки, навесы;

- оборудование различных площадок в городской среде, скверах, парках; устройства для разграничения функциональных зон (ограды, барьеры между тротуаром и проездом);

- партерные объекты: танцевальные площадки и театральные арены, компоненты графического дизайна, арт-объекты.

Объекты малых архитектурных форм важные элементы городской среды, делают пешеходные улицы более интересными для жителей города. Малые архитектурные формы по своему характеру и стилевому решению являются наиболее изменчивым слоем предметно-пространственной среды города [3]. Сегодня основными принципами проектирования дизайна пешеходных лиц Владивостока являются:

- комплексность, заключающаяся в проектировании комплексов функционально и композиционно взаимосвязанных элементов предметно-пространственной среды;

- проектирование пешеходных пространств в едином стиле с учетом стилевых особенностей городской среды;
- проектирование с учетом ландшафта пешеходных пространств;
- сохранение национального колорита, преемственности, учет культурных традиций пешеходных пространств;
- создание креативного, запоминающегося художественного образа, соответствие художественного своеобразия пешеходных зон своему назначению;
- функциональное зонирование пешеходных улиц, организовывать территорию улиц и их рекреаций как отдельные зоны, различные по своему назначению, расставить акценты в необходимых местах;
- использование природных материалов в городских условиях создает среду близкую человеку эмоционально;
- учет эргономических требований при проектировании пешеходных улиц и их рекреаций в среде города;
- масштабность и соразмерность, гармоничное сочетание частей и целого, соотнесение масштаба архитектурных форм с масштабом человека и окружающего пространства в среде улиц;
- рациональное использование материалов и конструкций в среде улиц.

Архитектурно-художественная система дизайна пешеходных улиц проявляется в фирменном стиле городской среды. Сложившийся фирменный стиль пешеходных улиц центра города Владивостока создает образ – концепцию «город и океан». Фирменный стиль городской пешеходной улицы отражается в: графике, цветовом и световом решении, стиле комплексов уличной мебели и оборудования, стиле графических объектов и другом. Фирменный стиль пешеходных улиц является как постоянным, так и временным, связанным с проведением различных праздников, акций, спортивных, общественных мероприятий. Фирменные стили временного характера периодически обновляют облик пешеходных улиц города, обогащают его собирательный образ морского города в зависимости от времени года и различных общественных мероприятий. Фирменный стиль улиц Адмирала Фокина и Набережная состоит из общего и локальных художественных стилей в архитектурном комплексе пешеходных улиц, включающем: кафе, витрины магазинов, офисов, выставок, арт – галереи, переулки, причудливые старинные китайские, японские и корейские дворики, уличную мебель, графические объекты [4]. Учитывая особенности данных улиц нивелируются границы между интерьерными и экстерьерными пространствами пешеходных улиц.

Заключение. Современная городская среда агрессивна по отношению к человеку. Задача дизайнеров и архитекторов организовывать современную толерантную, доброжелательную, художественную систему пешеходных улиц и их рекреаций, создавать природные и искусственные зеленые пространства, формировать интерес человека к местам, где он живет, учится, работает. Рассмотренные в статье тенденции являются далеко не полным перечнем проблем, которые решают проектировщики при формировании пешеходных улиц и рекреаций городской среды. Решение проблем создания комфортной предметно-пространственной среды исторического центра Владивостока связано с учетом сложившегося художественного облика города.

Целью дизайна как феномена современной культуры является содействие повышению качества жизни людей и совершенствование социально-культурных отношений между ними путем формирования гармоничной среды во всех сферах жизнедеятельности людей для удовлетворения всего многообразия их материальных и духовных потребностей [5, с.37].

1. Птицына, Л.М. Проблематизация дизайна городской среды в современной культурологии: автореф. дис. канд. культурологии: 24.00.01/ Л.М. Птицына. Челябинск, 2012. – 14 с.

2. Месенева, Н.В. К вопросу использования малых архитектурных форм в дизайне городской среды / Н.В. Месенева // Современные наукоемкие технологии, №8, часть 2, с-256-260

3. Гетманченко, О.В. Роль городского дизайна и малых архитектурных форм в развитии туристической индустрии / О.В. Гетманченко, Б.М. Вяткина // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2014. № 5(10). С 103-112

4. Павлинова, С.Н. Дизайн как способ сохранения среды малого исторического города. Современные научные исследования и инновации. 2015. № 3. Ч. 5 / С.Н. Павлинова [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/03/50782>

5. Медведев, В.Ю. Сущность дизайна: теоретические основы дизайна: учеб. пособие. / В.Ю. Медведев. 3-е изд., испр. и доп. СПб.: СПГУТД, 2009. 110 с.

Рубрика: Актуальные проблемы современного дизайна

УДК 730

АНАЛИЗ ПАМЯТНИКОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ

А.А. Молорова

бакалавр

Л.А. Чернявина

доцент, кафедра дизайна и искусств

В статье рассмотрено основное назначение памятников в городской среде их эстетическое влияние на человека. В связи с большой работой по охране памятников в наше время, нельзя не сказать об их главной роли в воспитании. Каждый памятник несет те или функции и осуществляет связь поколений. Авторы данной статьи попытались проанализировать основные этапы развития культуры памятников.

Ключевые слова и словосочетания: памятник, функция менгиры, мегалиты, курганы, места захоронения..

ANALYSIS OF MONUMENTS IN TERMS OF AESTHETIC PERCEPTION

The article discusses the main purpose of monuments in an urban environment, their aesthetic influence on a person. In connection with the great work on the protection of monuments in our time, it is impossible not to say about their main role in education. Each monument carries those or functions and carries out the connection of generations. The authors of this article tried to analyze the main stages of the development of the culture of monuments.

Keywords: the monument, a function of menhirs, megaliths, barrows, places of burial.

Введение. В данной статье авторы попытались проанализировать влияние памятников на людей не только с точки зрения эстетического воздействия, но и рассмотреть другие функции, которые выполняют памятники. Цель: проанализировать памятники с точки зрения эстетического воздействия на человека. Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи: проанализировать функциональные особенности памятников; произвести краткий экскурс в историю возникновения памятников; проанализировать памятники, как память об умерших; рассмотреть памятники, поставленные при жизни; выявить значимость памятников об исторических событиях; проанализировать: памятники, отражающие негативные явления; памятники, отражающие позитивные явления; роль ракурса в восприятии памятника.

Актуальность данной работы подтверждается тем фактом, что в настоящее время проводится большая работа по охране памятников, принимая немаловажное значение памятников в воспитании поколений.

Функции памятников: – Ключевая функция памятников заключается в том, чтобы выразить тем или иным историческим фигурам благодарность, а также установить нравственные ориентиры, вдохновляющие живущие и будущие поколения.

– Свойство сенсорного воздействия. Памятники истории и культуры являются материальными предметами и в силу этого обладают свойством воздействовать на органы чувств и вызывать у человека ощущения. Через чувственное познание памятников человек удостоверяется в факте произошедшего исторического события.

– Свойство быть источником информации. Памятники истории и культуры обладают свойством хранить и передавать информацию. Являясь результатом деятельности человека, они несут на себе следы его преобразующего воздействия.

– Функция трансляции или исторической преемственности социального опыта. Её еще нередко называют функцией информационной. Памятники по праву являются сосредоточением социальной памяти человечества о разных эпохах, событиях и людях.

Благодаря памятникам осуществляется передача социального опыта от поколения к поколению. Памятники выступают в виде механизма трансляции богатейшего опыта, накопленного человечеством.

– Идеологическая функция. Историко-культурное наследие всегда являлось одним из важнейших средств формирования общественного сознания и совершенствования духовной жизни людей.

– Воспитательная функция. С конца 1960-х г.г., когда памятники стали активно использоваться в СССР в целях воспитания всесторонне развитой личности, они стали привлекать внимание исследователей не только как идеологическое средство, но и как особая категория историко-культурного наследия, всесторонне отражающая прошлое.

– Познавательная (гносеологическая) функция. Она связана с использованием памятников истории и культуры в целях получения новой информации о прошедших историко-культурных событиях и явлениях.

– Коммуникативная функция. Памятники обладают той внешне выраженной формой, которую общество отождествляет с определенными событиями, явлениями, понятиями, идеями, они выполняют еще и коммуникативную функцию.

– Утилитарная функция. Она связана с использованием памятников в хозяйственных целях, если это не наносит ущерба их сохранности.

– Компенсаторная функция памятника. Данная функция позволяет человеку отвлекаться от производственной деятельности, получать эмоциональную разрядку. Другое название этой функции – рекреативная – отражает совпадение этой функции с периодом досуга и отдыха,

– Образовательная функция. Она связанная с использованием памятников истории и культуры в целях обучения.

– Регулятивная функция. Регулятивная функция связана с определением различных сторон, видов общественной и личной деятельности людей. Регулятивная функция культуры опирается на такие нормативные системы, как мораль и право [1].

Методы, результаты, обсуждение. Значение памятников в обустройстве территорий и влияния на человека требует комплексного подхода. Были применены методы наблюдения с использованием фотофиксации, опроса, изучения существующей ситуации и обобщения. Менгиры – это самые первые надгробия (памятники), которые начал делать человек. Это еще и первое рукотворное сооружение, некоторым менгирам около 10 тысяч лет. Встречаются они на территории Европы, Азии, Африки. В России, например, широко известны менгиры Хакасии, Алтая, Кавказа и Крыма. Однако и сегодня эти камни хранят множество загадок: некоторые менгиры были гигантскими и достигали по весу сотни тонн, как их передвигали, неизвестно.

На смену менгирам в III–IV веках пришли мегалиты – это каменные глыбы, которые древние люди складывали в архитектурные сооружения. Но они выполняли не только функцию надгробия, но и становились местом паломничества.

В целом мегалиты условно делят на ранние и поздние. Если первые состоят из минимально обработанных камней, то яркий пример вторых сооружений – египетские пирамиды. То есть это не просто каменные глыбы, им придавали правильную форму. Также они встречаются на территории доисторической Греции, в Южной Америке, в Иерусалиме.

Еще один пример древних памятников – курганы, установленные в местах захоронения. Первые из них были датированы IV тысячелетием до нашей эры. Они встречаются на всех континентах, кроме Австралии и Антарктиды, только в разных странах их называют по-разному: так, в США древние индейцы формировали маунды [2].

В эпоху Античности над могилой устанавливали каменные стелы. Позже, с расцветом античной культуры, их стали украшать барельефами и различными композициями. Впрочем, у простых людей обычно стелы были скромные, а у знати, полководцев или правителей Рима и Греции надгробия сродни шедеврам. Богатых людей хоронили в гробницах. Некоторые из них сохранились до нашего времени и стали настоящими памятниками того времени.



Рис. 1. Менгиры

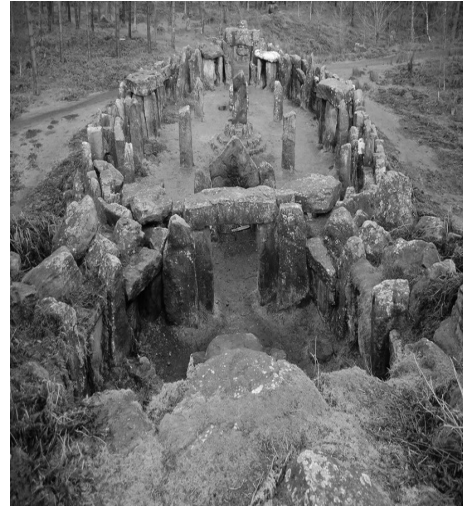


Рис. 2. Мегалиты



Рис. 3. Курганы, установленные в местах захоронения.



Рис. 4. Каменные стелы с барельефами

Во все времена памятники являлись «украшением» места захоронения. Они показывали и до сих пор это делают то, чей покой они стерегут. Так же говорят о финансовом состоянии человека. Обстановка вокруг показывает на то, как люди относятся к этому человеку. Установлено ли что-то рядом, обилие цветов и какие-либо подношения.

Для мемориальных комплексов и семейных захоронений прообразами считаются еще египетские пирамиды. У египтян традиции переняли европейцы, которые начали сооружать фамильные склепы. Сегодня семейное захоронение – свидетельство почитания всего рода. Для их обустройства используют двойные или даже тройные надгробия и памятники, а если могила большая и древняя, ее обозначают оригинальной стелой и мемориальной доской [3].

А Арнольд Шварценеггер? Его 2,5-метровая 260-килограммовая статуя самого себя в образе молодого бодибилдера украшает территории Колумбуса, штат Огайо. Многим деятелям, в основном кино, театра устанавливают памятники при жизни. Например, статуя Боба Марли, легенды регги, до сих пор неплохо себя чувствует, находясь на Ямайке. Памятник режиссеру Вуди Аллену так же хорошо ощущает себя в Испании.

Композиция «Дети – жертвы пороков взрослых» – вечный памятник вечным людским порокам, от которых, в первую очередь, страдают наши дети: Наркомания, Проституция, Воровство, Алкоголизм, Невежество, Лженаучность, Равнодушие (возвышается над остальными фи-

гурами, занимая центральное место среди остальных пороков в композиции), Пропанганда насилия, Садизм, Эксплуатация детского труда, Нищета и Война [4].

Современный концептуальный памятник в Филадельфии – это Порыв. Жители города считают его монументом, посвященным свободе. Он сочетает в себе экстраординарность и красоту. Туристы, которые попали на пересечение улиц Винной и Шестнадцатой, не могут пройти мимо необычной фантазии скульптора. В памятнике есть четыре части, каждая из которых переходит в другую. В итоге все они образуют единый порыв. Установил этот памятник в Филадельфии Зенос Фрудакис еще в 2000 году. Скульптор посвятил свое творение свободе человеческого воображения, творческому порыву. Независимость словно вырывается наружу благодаря усиленной активной работе над собой. Памятник выглядит как стена, в которую помещены четыре скульптуры человека. На нем можно увидеть очертания лиц. Человек не стоит, застыв, он пытается вырваться из своего заточения. Место четвертой скульптуры в стене пустует, а сама она стоит неподалеку, словно победив себя и став свободной. На зияющей дыре красуется надпись: "Стой тут". Каждый, кто пришел посмотреть памятник, может сфотографироваться в пустой нише. С точки зрения художника, это в полной мере будет считаться признанием оков и отказом от свободы мысли [5].

В самом центре Владивостока, на пересечении улиц Муравьева-Амурского и Ивановской установлен мемориальный ансамбль памяти пограничников, погибших при защите границ Отечества. За памятником установлена панель с надписью: «Подвиг ваш не забудется». В этом месте сходятся несколько дорог. Большой поток машин и туристов.

При подъезде к памятнику со стороны Луговой, надпись на памятнике принимает следующий вид: «Подвиг ваш забудется». Такая ситуация привлекла внимание к данному памятнику. Здесь немаловажную роль сыграл ракурс. Сам монумент расположен на значительном расстоянии от задней панели, из-за чего на дальнем расстоянии он перекрывает часть текста. Представляется проезжающим полностью искажённый лозунг. Это приводит в недоумение и вызывает негативные эмоции.

На Корабельной набережной появился новый арт-объект – солнечные часы в виде пары влюбленных. Их конструкция изображает влюбленных с одним сердцем на двоих.

Работа сложная. Конструкция состоит из нескольких десятков деталей. При этом некоторые детали состоят из нескольких частей.

Трехметровая конструкция наклонена под углом 43 градуса – это широта Владивостока. Такое условие обязательно для того, чтобы солнечные часы показывали правильное время. Вес скульптуры примерно 200 кг [6].

Новая достопримечательность, интересна и для туристов, и для гостей Владивостока, появилась в приморской столице. Это кнехт, показывающий время. Старинная швартовая тумба получила новую жизнь в конце апреля в качестве гномона солнечных часов.

Кнехт, показывающий время, – это еще один арт-объект, характеризующий неповторимость приморской столицы, а именно ее отношение к морю, кораблям и туризму. Установленный в конце апреля, этот имеющий самое непосредственное отношение к морю гномон, уже стал популярен среди туристов и горожан.

Гномон – основной элемент часов, отбрасывающий тень, наклонен к циферблату под специально рассчитанным углом, тогда солнечные часы показывают наиболее точное время. Кнехт был выкопан из причального грунта в 2011г. по инициативе руководства Владивостокского морского пассажирского терминала. Более 100 лет тому назад, в 1897 году, на этом месте был заложен первый причал порта Владивосток, тогда он назывался Коммерческой пристанью. Старинный кнехт оказался в стороне от причальной стенки после постройки нового здания Морвокзала и реконструкции причала в середине 60-х годов прошлого столетия. Долгие годы за ненадобностью он простоял в складских помещениях, в 40 метрах от воды. При 2-метровой высоте он большей частью был вмонтирован в грунт, над землей возвышалось около 0,7 метра. Внушительных размеров артефакт – немой свидетель встреч и проводов, что проходили в течение века, почти на самом краю земли.

Из вышесказанного следует, что значение памятников для нынешних и будущих поколений очень велико. Памятники напоминают об исторических событиях важных для государства, известных людях, которые внесли вклад в историю развития Государства и просто помогают не забывать историческую значимость своей Родины. Каждый имеет конституционное право на доступ к культурным ценностям и имеет конституционную обязанность за-

ботиться о сохранении исторического и культурного наследия, беречь памятники истории культуры [7. с. 1].

1. Обучонок. Классификация памятников. Функции памятников [Электронный ресурс] URL: <http://obuchonok.ru/node/3648>
2. Интернет-издание «Naked Science» [Электронный ресурс]. URL: <https://naked-science.ru/article/top/pamyatniki-lyudskim-porokam-i>
3. Журнал «Культурология.РФ» [Электронный ресурс] URL: <https://kulturologia.ru/blogs/060218/37717/>
4. Интернет-сайт о креативных индустриях «Look At Me» [Электронный ресурс] URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/art-radar/49392-deti-zhertvyi-porokov-vzroslyih>
5. Зелёный мир [Электронный ресурс] URL: <https://zelenymir.ru/pamyatnik-svobode-ili-skulptura-poryiv-v-filadelfii-ssha>
6. Сайт г. Владивостока «VL.RU» [Электронный ресурс] URL: <https://www.newsvl.ru/vlad/2013/06/23/113411/>
7. Федеральный закон от 25 июня 2002 г. N 73-ФЗ "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации" <https://rg.ru/2002/06/29/pamjatniki-dok.html>

Рубрика: Актуальные проблемы современного дизайна

УДК 656.14

К ВОПРОСУ ПЕРЕДВИЖЕНИЯ ПЕШЕХОДОВ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

Е.И. Стукун

бакалавр

Л.А. Чернявина

доцент, кафедра дизайна и искусств

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье рассмотрена проблема передвижения по улицам города Владивостока. Передвижение по городу всегда является опасным, а особенно в городе, расположенном на сложном рельефе и с большим количеством транспортных средств. Тротуары практически не приспособлены для безопасного по ним передвижения, а на многих улицах вообще отсутствуют. Поэтому говорить о Владивостоке, как о городе для людей, необоснованно. Авторы статьи представляют исследования по данному вопросу.

Ключевые слова и словосочетания: тротуар, бордюр, маршрут, пешеход, безопасность.

ON THE ISSUE OF THE MOVEMENT OF PEDESTRIANS IN AN URBAN ENVIRONMENT ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF VLADIVOSTOK

The article deals with the problem of movement through the streets of Vladivostok. Getting around the city is always dangerous, and especially in a city located on difficult terrain and with a large number of vehicles. Sidewalks are practically not adapted for safe movement, and on many streets they are completely absent. Therefore, talking about Vladivostok as a city for people is unreasonable. The authors of the article present research on this issue.

Keywords: sidewalk, curb, route, pedestrian, safety.

Введение. Как бы много транспорта не было в городе, какой бы процент горожан не имел автомобилей, все без исключения жители города пользуются тротуарами, пешеходными зонами и улицами. Цель доклада: анализ передвижения пешеходов в городской среде Владивостока. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: выявить исторические аспекты возникновения тротуаров и пешеходных дорожек; проанализировать существующие тротуары с

точки зрения передвижения по ним пешеходов; с учётом выявленных недостатков предложить более удобную и комфортную схему использования и проектирования. Любой житель городской среды пользуется тротуарами и пешеходными дорожками, а если учитывать большое количество туристов, то состояние этих путей передвижения всегда актуально, люди должны чувствовать свою защищённость.

Но, прежде необходимо ознакомиться с основными понятиями: пешеходная зона – городская территория исключительно для пешеходного движения, где запрещено передвижение на автотранспортных средствах, за исключением автомобилей спецслужб, коммунальной техники, маршрутного транспорта, транспорта для инвалидов, а также обслуживания магазинов (при отсутствии альтернативного маршрута); тротуар – каменная, деревянная или асфальтовая пешеходная дорожка, располагающаяся сбоку или по бокам улицы, приподнятая над поверхностью земли или проезжей частью и обрамлённая бордюром для функционального отделения от неё.[1, с.34]

Первые тротуары появились в Париже в 1607 году, но тогда они были предназначены не для пешеходов, а для торговцев. По этой причине их скорее следует считать предками парижского тротуара, поскольку самого понятия тротуар тогда еще не существовало. Оно появилось позднее. Около 1781 года мы находим описание тротуара Парижа у Луи-Себастьяна Мерсье («Картины Парижа»),

Слово «тротуар» от французского trottoir – «семенить». В толковом словаре Ожегова обозначает «идти частым мелким шагом». 11 ноября 1816 года император Александр I утвердил «Постановление о тротуарах», по которому необходимо было строить «из гранитных камней или плит» шириной два аршина (около 1,5 метра) по обеим сторонам улиц тротуар. Цементно-бетонные плиты начали использовать для строительства тротуаров еще в конце XIX и начале XX веков.

Позже тротуары стали отделять от проезжей части. Сначала они были на одном уровне с дорогой, но отделялись от нее водосточной канавой, через которую перекидывались деревянные мостки. Позже тротуары начали поднимать над проезжей частью с целью создания удобств пешеходам и преграды для транспорта. С внешней стороны тротуар окаймлялся бортовым камнем – бордюром (московское название) или поребриком (петербургское). За состояние своего участка тротуара отвечал домовладелец.

На тротуарах и пешеходных маршрутах города всегда грязь, лужи и пришедший в негодность асфальт. Необходимо выяснить причину такой ситуации и найти возможности исправить.

Методы, результаты, обсуждение. Авторы статьи использовали метод наблюдения и фотофиксации. Было установлено, если уровень газона выше уровня бордюра и тротуара (или дороги), то логично, что вода во время дождя или весной, когда тает снег, будет стекать именно на тротуар. Там обязательно появятся лужи, а когда они высохнут, останется пыль. Смыть её толком нельзя, потому что грязной воде некуда стекать. Остаётся только подметание, чаще всего, вручную (рис. 1)

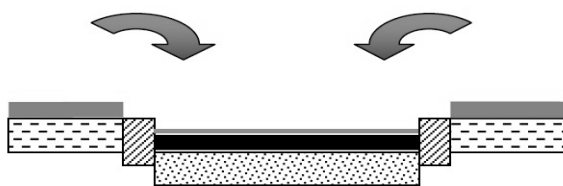


Рис.1. Неправильный тротуар

Вывод: отсутствие нормального оттока воды приводит к сильному загрязнению дороги и её разрушению. С грунтовыми дорожками в парках тоже самое. Из-за луж они быстро разрушаются.

Летом на таких тротуарах обычно возникают большие непересыхающие лужи. Если они всё же высыхают, то там же появляется пыль и смесь песка и соли, которые зимой рассыпают в качестве средства борьбы с гололедицей (рис. 2)



Рис.2. Неправильный тротуар (другой пример)

Если газон ниже уровня бордюра (а ливневой канализации по-прежнему нет), то вода с него на тротуар уже не стекает. Но та, что попадает на тротуар при дожде или снеге, там и остаётся.

Правильные тротуары и зимой, и летом намного легче будет убирать. Зимой на таком тротуаре будет намного меньше льда, а снег, который уже не нужно перебрасывать через бордюр, можно легко сдвинуть на газон мини-трактором или вручную широкой лопатой.

Летом же вообще вся пыль с тротуаров исчезает естественным путём во время дождей (рис. 3)



Правильный вариант – когда бордюр идёт вровень с тротуаром или дорогой, а уровень газона или грунта ниже на несколько сантиметров. Вода будет просто стекать с тротуара на газон вместе с пылью и песком..[2, с.237]

Рис.3. Правильный тротуар

Грязь, листья, полуразрушившиеся плиты, каждый шаг с риском для ног. (рисунок 4). В некоторых местах тротуар разрушен до основания... Однако не так страшен разрушающийся асфальт, как его полное отсутствие... Ул. Фадеева

Вдоль некоторых улиц города очень неудобно идти так как тротуаров там нет. Хотя инфраструктура районов предполагает перемещение людей по этим маршрутам. Так поход в магазин становится весьма опасным предприятием. (рисунок 5). Некоторые тротуары в городе могут внезапно начать сужаться или вовсе оборваться на половине пути. Ул. Луговая, около рынка на Спортивной. Пр. 100-летия Владивостока, весь промежуток от Молодежной до Постышева Владивосток город мостов, однако передвижение по пешеходной части моста представляют опасность. Некомфортно становится уже от сотрясения и шатания при большом потоке машин, а сквозные дыры над двадцатиметровой пропастью негатива.



Рис. 4. Ул. Некрасовская, около пересечения с пр. Красного Знамени



Рис. 4. Ул. Аллилуева, обочины по обеим сторонам дороги

Нормативные требования говорят о том, что пропускная способность 1 м ширины тротуара в момент активного движения пешеходов равняется примерно 2000 человек в час, а на спусках или подъемах – 1500 человек в час. [3, с.43] Из этих показателей и складывается оптимальная цифра. Минимальной шириной тротуара будет 1 метр.

Еще в середине 18-ого века Перт 1 издавал указы регулирующие дорожное движение и отделившие пешеходные зоны. «По указу Его Императорского Величества отныне всем людям, пешим образом ходящим, идти только по тротуарам, а каретам и всадникам пользоваться средней частью улицы – мостовой».

«А ежели кто впредь, в противность Указа, дерзнет так резко и не смиренно ездить... и плетью кого бить, и санями и лошадьми травить, таким по состоянию вины их чинено будет жестокое наказание или смертная казнь...». Однако в наше время никто плетей уже не боится, и большинство пешеходных зон занимают машины.

В европейский городах набирают популярность пешеходные центры. Многие улицы и кварталы перестают считаться проезжей частью.

Материал таких покрытий весьма разнообразен: кирпич, цветной и фактурный бетон, природный камень, брусчатка, плитки [4, с.167].

Единственной пешеходной улицей в городе является «Арбат», ведущий к спортивной набережной, широкая красиво оформленная улица. Однако и на ней очень часто разезжают и паркуются автомобили, что мешает пешеходам.

Заключение. Подводя итоги работы нельзя не согласиться с высказыванием журналиста и дипломата Александра Баунова, который говорит о том, что в стране третьего мира, где тротуары есть, они узкие, потому что главные люди – на дороге, им надо проехать с гиканьем и

свистом мимо серых изб родины. Страна первого мира – это страна спешившегося города. Спешились и идем, во-первых, потому, что не страшно, личностей у стен или маячащих впереди не боимся, к шагам за спиной не прислушиваемся. Во-вторых, потому, что есть куда пойти. Наконец, страна первого мира – это страна равенства водителя и пешехода с некоторым преимуществом последнего. Первый мир защищает слабых, третий уступает сильному. Человек с деньгами не хозяин в городе, где у автомобиля нет преимущества».

На основе всего выше сказанного очевидно, что в настоящее время состояние тротуаров и пешеходных дорог в городе Владивостоке не соответствует нормам. Ходить по ним не просто неприятно и неудобно, но попросту опасно для жизни. Приводит к таким результатам неправильное проектирование пешеходных дорог и использование некачественных материалов, быстро разрушающихся в нашем климатическом районе. Необходимо обратить внимание администрации города на этот вопрос. Пешеходам нужны тротуары, правильно запроектированные и выполненные из качественных материалов, удобные и безопасные для жизни и здоровья.

-
1. Тротуары пешеходные и велосипедные дорожки. <https://studopedia.org/10-210976.html>
 2. Чернявина, Л.А. Основы эргономики в дизайне среды: учебное пособие / Л.А. Чернявина. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2009. 262 с.
 3. СНиП II-К.3-62 Улицы, дороги и площади населенных мест. Нормы проектирования
 4. ГОСТ Р 52766-2007 Дороги автомобильные общего пользования. Элементы обустройства. Общие требования
 5. ГОСТ 12.1.004-91. Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Пожарная безопасность. Общие требования (с Изменением N 1).

Рубрика: Актуальные проблемы современного дизайна

УДК 7.08

КОНЦЕПТ-АРТ КАК ОСНОВНАЯ ДИСЦИПЛИНА ПРИ ПОДГОТОВКЕ ГЕЙМДИЗАЙНЕРА

А.Е. Тихонова
магистрант
О.Г. Иванова
доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье представлены этапы работы по открытию во ВГУЭС нового профиля подготовки «Цифровой дизайн» в рамках лицензированного направления подготовки 54.03.01 «Дизайн». Особое внимание уделено специализации геймдизайн и дисциплинам, которые будут реализованы при освоении специальности. Исследовано современное направление искусства концепт-арт и выявлена необходимость его ведения как дисциплины в программу подготовки студентов.

***Ключевые слова и словосочетания:** дизайн среды, цифровой дизайн, цифровые игры, цифровое искусство, концепт-арт.*

CONCEPT ART AS THE MAIN DISCIPLINE IN THE PREPARATION OF GAME DESIGNER

The article presents the stages of work on the opening of a new profile of training «Digital design» in the li-censed area of training 54.03.01 «Design». Particular attention is paid to the specialization of game design and disci-plines that will be implemented in the development of the specialty. The modern direction of art concept art is investi-gated and the necessity of its conducting as a discipline in the program of training of students is revealed.

***Keywords:** design environment, digital design, digital games, digital art, concept art.*

Введение. Развитие образования является неотъемлемым фактором роста экономики страны. Образование должно быть качественным, практико-ориентированным и находиться в непрерывной связи с требованиями рынка труда, поэтому особую актуальность на сегодняшний день приобрел вопрос о подготовке таких специалистов, которые отвечали бы требованиям современного рынка, ведь именно вузы должны оказывать студентам реальную помощь в получении современных знаний и их практической реализации.

Согласно анализу данных по запросам работодателей видно, что направление коммуникативного дизайна является в настоящее время наиболее востребованным и представлено широким набором вакансий. Среди востребованных вакансий этого направления: веб-дизайнеры, дизайнеры полиграфии, гейм-дизайнеры, дизайнеры интерфейсов, дизайнеры 2d, дизайнеры 3d, моушн-дизайнеры, дизайнеры мультимедиа и т. д. [8]. Исходя из данного анализа, можно сделать вывод, что развитие образования в этих направлениях является одной из первоочередных задач высших учебных заведений.

Именно поэтому с 2018 года по инициативе кафедры дизайна и технологий Владивостокского государственного университета (ВГУЭС) в рамках лицензированного направления подготовки 54.03.01 «Дизайн» идет работа по открытию нового профиля подготовки «Цифровой дизайн» и специализации геймдизайн.

В настоящее время особую актуальность приобретает подготовка специалистов – геймдизайнеров и важность выбора дисциплин для освоения профессии. Планируемыми результатами обучения по дисциплинам являются приобретенные профессиональные компетенции, умения и навыки необходимые при создании концепции игры (концепт-арт), персонажей, моделировании игрового пространства и уровней, а также знания механики и интерфейса игры. Особое внимание уделяется дисциплине «Концепт-арт», так как концепт-художники – это специалисты, которые разрабатывают визуальный дизайн, передающий идею фильма, игры, анимации.

Цель работы – исследовать направление концепт-арт в цифровом дизайне.

Задача работы – выявить необходимость введения дисциплины «Концепт-арт» при реализации профиля «Цифровой дизайн» во ВГУЭС.

В работе обобщены теоретические источники [1, 3, 9, 10], материалы периодических электронных изданий [2, 4, 5, 6, 7, 8].

Концепт-арт как направление в цифровом искусстве. Концепт-арт является начальным и фундаментальным этапом разработки любого проекта медиа-индустрии, в процессе которого создается большое количество вариантов проектируемого объекта, из которых впоследствии выбирается лучший, формируется единая стилистика продукта. Термин «концепт-арт» состоит из двух частей и является иноязычным. «Concept» – абстрактная идея, новая разработка, «art» – сознательное использование воображения в процессе создания объектов, предназначенных для созерцания, которые могут быть оценены с точки зрения эстетики расположения форм, звуков или слов [6]. Момент возникновения данного термина не имеет точной временной характеристики. Существует предположение, что впервые он был упомянут студией Walt Disney Feature Animation при разработке персонажей первого полнометражного анимационного фильма «Белоснежка и семь гномов» в 30-е годы XX столетия. Именно с этого момента начинает формироваться отдельная профессия, которая затем получит название «концепт-художник» и станет востребованной в медиа-индустрии.

Суть современного концепт-арта фактически не отличается от его начальной формы. Изменения коснулись его внешнего вида, сфер применения и назначения. Концепт-арт решает проблему коммуникации разработчика с заказчиком и потребительской аудиторией, посредством системы визуальных образов, которая отражает основную идею проекта [7].

Также не обошел стороной популярное направление искусства и технологический прогресс. Оно является активным развивающимся, актуальным на сегодняшний день видом цифровой живописи. В прошлом веке концепт-художники выполняли свою работу пользуясь традиционными средствами рисования, такими как карандаши, фломастеры, уголь, пастель, акварельные и масляные краски. Но, с внедрением компьютеров и дигитайзеров в процесс создания концепт-арта, они начали придавать своим концептам иной вид с помощью новых возможностей, которые появились благодаря технологическому прогрессу. При создании работ наибольшей функциональностью отличается создание концептов в программах для иллюстрирования, таких как Adobe Photoshop, ZBrush, Corel Painter, Inkscape, SAI. [2].

Концепт-художник соединяет в себе художника в традиционном понимании этого слова, а также дизайнера, так как задача концепт-артера состоит не только в визуализации объекта, но и

в его психологическом влиянии на человека. Концепт-арт строится на опыте прошлого, таких как язык живописи и графики, пропедевтики, а также приемах дизайна, описанные у Иттена в учебниках «Искусство формы» и «Искусство цвета». Но в рамки искусства концепт-арт был возведен относительно недавно [4].

Дисциплина «Концепт-арт» при подготовке геймдизайнеров во ВГУЭС. Целью освоения дисциплины «Концепт-арт» будет являться приобретение профессиональных практических навыков создания иллюстраций, отражающих идею и настроение будущего фильма, видеоигры, анимации и т.д., визуализации основного художественного замысла проекта.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение видов концепт-арта (направлений);
- умение составлять и работать с техническим заданием;
- создание концепции для игровых средств и устройств;
- разработка концепта для игровых персонажей и основных существ;
- создание концепции для неигровых персонажей (NPC), существ и других анимированных объектов, используемых в игре;
- обеспечение ключевых концепций для игровых сред;
- разработка раскадровки для кинозаставок.

В теоретическом курсе будет уделено внимание изучению видов концепт-арта (направления):

- дизайн персонажа – проработка персонажей, их характера и задачи в сеттинге;
- разработка локаций и окружения – прорисовка пейзажей;
- ключевой, или key-арт – ключевые сцены с участием персонажа, освещение в сцене, основные кадры с собранной идеей;
- дизайн техники и реквизита – предметная проработка, прорисовка механизмов [2].

На практических занятиях студенты овладеют навыками составления технического задания, которое информирует об идее проекта и «ключевых понятиях» будущего концепта, игровых персонажах, существах и окружении, некоторые подробности об уровнях и данжах.

Студенты освою несколько методов создания концепт-арта и каждый из них применят на практике.

Метод «от пятна». Сначала делается силуэт будущего персонажа. Работа с силуэтом важна, так как абрис силуэта героя – это тоже примитивная форма, влияющая на подсознание зрителя. По нему аудитория читает очень многое о характере не только персонажа, но и всего произведения в целом (речь идет о графической интерпретации художником). Важно учесть, что зритель способен прочесть более 70% информации о предмете только по его силуэту, если последний разработан художником грамотно. Именно поэтому важной составляющей любого дизайна является психология примитивных геометрических форм. Эти формы часто используются при разработке силуэта, так как очень хорошо работают на символическом уровне восприятия. К примеру, округлые и сферические формы кажутся нам мягкими, безопасными и добрыми, потому что они так хорошо подходят персонажам с соответствующим миролюбивым характером. Кубические и квадратные формы выглядят крепкими, надежными и статичными, поэтому вся машинная и роботизированная техника зачастую обладает квадратными формами. Треугольники же, напротив, кажутся нам острыми, ненадежными и опасными, и поэтому в дизайне любого злодея мы найдем острые углы треугольников [1, с. 118]. Все это можно проработать в методе от пятна буквально за считанные минуты. Это самый распространенный способ создания концептов, так как он быстро и легко передает суть, а заказчик может отследить нужное и отбросить лишнее на начальных этапах работы. В дальнейшем работа над данным эскизом сводится к детализации более живописной.

Метод – «line art», или рисунок простыми линиями. Он дает нам больше информации о деталях, и чаще всего такое изображение в дальнейшем дорабатывается живописно, как и в случае от пятна. Однако, при работе в данном стиле имеется большая вероятность, особенно часто это происходит со многими художниками на начальных этапах обучения, впасть в азарт детализации и забыть о главных формах [9, с. 37].

Метод коллажирования из фотографий – так называемый «photobashing». Суть метода в создании уникального дизайна за счет составления коллажа из фотографий, найденных в Интернете. При этом изображение получается грубым и техничным, но достаточно художественным для передачи основной мысли. Данный способ ускоряет работу в разы и (при умелом использовании) несколько не умаляет художественной ценности работы [5, с. 4].

Прототипирование. На практике используется редко и служит скорее вспомогательным. За основу формы концепт-арта может браться силуэт любого предмета человеческого обихода. Комбинация из ряда предметов создает уникальные формы, которые путем художественной доработки приобретают неповторимость дизайна. В дальнейшем прототип дорабатывается в графическом редакторе. Удобство метода состоит в том, что художнику не приходится работать с чистого листа, а при использовании основы для работы сам концепт-арт создается намного быстрее.

Важным этапом обучения является изучение метода иллюстрации с использованием 3D-графики: трехмерная лепка в программах, имитирующих работу над реальными скульптурами (Zbrush, Sculpttris и др.) или в программах быстрого классического моделирования (например, Google SketchUp, 3ds Max). В дальнейшем такие изображения всегда дорабатываются в графических редакторах в 2D и не могут служить в качестве самостоятельных произведений. Данный метод применяется в случаях, когда техническое задание требует гиперреалистичного изображения несуществующего предмета, который сложно скомпоновать техникой коллажа и, в целом, невозможно снять на фотопленку. Помимо основной задачи данный метод помогает решить проблему построения сложных технических и архитектурных форм и позволяет провести проверку перспективных построений. Также он решает проблему рисования правильного освещения, так как в любом 3D-редакторе художник может быстро настроить свет подобно фотографу: выстраивая в виртуальной студии разные наборы светильников для всех необходимых творческих нужд [10, с. 57].

Заключение. Результатом освоения дисциплины «Концепт-арт» будет являться умение визуализировать основной концепт игры, развитие навыков создания соответствующей атмосферы, посредством выявления образов и их стилистики, детальной проработки каждого персонажа, создание цельного мира, элементы которого взаимодействуют друг с другом и не диссонируют в стилистическом и логическом аспектах, конечный результат должен выглядеть убедительно [6]. Студенты получают знания основ концептуального рисунка, являющегося фундаментом любого проекта, необходимые для формирования основных профессиональных навыков художника/дизайнера и развития умения решать концептуальные задачи визуализации. Изучат существующие способы и приемы разработки игровой мультимедиа, основные принципы, цели и задачи концепт-арта и достигнут понимания, что в целом, представленный авторский игровой продукт должен иметь социально-ценностный, философский, эстетический и воспитательный акценты концептуального мультимедийного произведения, предназначенного для миллионов пользователей Интернета [5].

Углубленное изучение теоретического и практического материала в рамках дисциплины «Концепт-арт» смогут дать учащимся базу, достаточную для работы в сфере игровой индустрии.

-
1. Голубева, О.Л. Основы Композиции / О.Л. Голубева. М.: Сварог и К, 2008.
 2. Зайцева, С. С. Актуальность цифровой живописи и концепт-арта в анимации и киноиндустрии / С.С. Зайцева [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32423672&>.
 3. Коновалов, В.А. Инновационные технологии в творчестве художника анимации и компьютерной графики: монография / В.А. Коновалов, М.В. Коновалов, Е.В. Коновалов. Уфа: Аэтерна, 2015. 200 с.
 4. Королев, А.В. Концепт-арт в современном дизайне / А.В. Королев [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30176154&>.
 5. Пронская, Я.О. Философский, эстетический, воспитательный и миротворческий потенциал концепт-арта в создании персонажей для компьютерных игр / Я.О. Пронская [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27413179&>.
 6. Роганова, Д.А. Исследование семантики, истории термина «Концепт-арт». Проблема идентификации направления среди видов цифрового искусства / Д.А. Роганова, О.Л. Аккуратова [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30568162&>.
 7. Роганова, Д.А. Концепт-арт в разработке компьютерных игр / Д.А. Роганова, О.Л. Аккуратова [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29019256&>.
 8. Шелестова, Е.С. Современное состояние высшего образования в сфере дизайна / Е.С. Шелестова [Электронный ресурс]. –URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-vysshego-obrazovaniya-v-sfere-dizayna>
 9. Jordan Hill. Digital Painting Techniques. 3DTotal.com Ltd. & Focal Press, 2009.
 10. Wolf J. P., Collis K. F. The Video Game Theory Reader. – New York, NY: Taylor & Francis Books Inc, 2003.

К ПРОБЛЕМЕ АВТОБУСНЫХ ОСТАНОВОК В ГОРОДЕ ВЛАДИВОСТОКЕ

К.С. Чуб, Е.О. Бородич

бакалавры

Л.А. Чернявина

доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье рассмотрены автобусные остановки города Владивостока с точки зрения комфортного и безопасного пользования. Несмотря на большое количество личных автомобилей в городе, общественным транспортом пользуется большое количество горожан и приезжих. Изучив нормативные требования, проведя опрос жителей и гостей города, проанализировав существующее положение на автобусных остановках, авторы выявили ряд несоответствий и вносят свои предложения по улучшению создавшегося положения с автобусными остановками в городе.

Ключевые слова и словосочетания: посадочная площадка, разделительная полоса, автопавильон, бордюр, автобусная остановка, заездной карман.

TO THE PROBLEM OF BUS STOPS IN THE CITY OF VLADIVOSTOK

The article discusses the bus stops of the city of Vladivostok from the point of view of comfortable and safe use. Despite the large number of private cars in the city, a large number of citizens and visitors use public transport. After examining the regulatory requirements, conducting a survey of residents and guests of the city, analyzing the existing situation at bus stops, the authors identified a number of inconsistencies and made their suggestions for improving the situation with bus stops in the city.

Keywords: landing pad, dividing strip, auto pavilion, curb, bus stop, luggage pocket.

Введение. Данная статья ставит своей целью проанализировать автобусные остановки города Владивостока с точки зрения комфортности их использования. Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи: провести исследования о возникновении автобусных остановок, рассмотреть нормативную литературу по проектированию автобусных остановок, проанализировать зарубежные аналоги, рассмотреть автобусные остановки города Владивостока с точки зрения их использования. Общественным транспортом пользуется большое количество горожан и приезжих, большое количество туристов, особенно из стран АТР, поэтому возможность комфортного времяпровождения на остановках всегда актуальна для жителей Владивостока и гостей города.

Остановка общественного транспорта — специально отведённое общественное место, предназначенное для посадки/высадки пассажиров рейсового наземного общественного транспорта (автобус, троллейбус, трамвай).

Изначально существовал частный извоз по требованию, а 18 марта 1662 года в Париже открылся первый маршрут общественного пассажирского транспорта, названного впоследствии омнибусом. Активный процесс развития общественного транспорта с конца XIX века повлек за собой и активное развитие всей городской транспортной структуры. Остановочные пункты стали обозначаться в системе улиц городов, получили названия и приобрели архитектурную форму, которая теперь рассматривается как объект искусства.

Как только автобусные остановки стали общественным достоянием к ним начали предъявлять требования, которые должны обеспечить в первую очередь безопасность.

Общие технические требования говорят о том, что автобусные остановки в обязательном порядке должны оборудоваться следующими элементами: остановочная площадка (ширина равна ширине основных полос проезжей части, ее длина не менее 13 м.) для безопасности; по-

садовая площадка (ширина не менее 3 м, а длина – не менее длины остановочной площадки); площадка ожидания (2 чел./м²); разделительная полоса (по всей длине остановочной площадки и в обе стороны за ее пределами на расстоянии 20 м, ее ширина 0,75-0,5 м.); тротуары и пешеходные дорожки (не менее 1,5 м.); пешеходный переход (устраивают на дорогах при интенсивности пешеходного движения 100 чел./ч – 250 чел./ч и более, ширина из расчета 1 м на каждые 500 пешеходов в час, но не менее 4 м.); автопавильон (4 чел./м²); туалет (не менее 10 м от павильона); технические средства организации дорожного движения (дорожные знаки, разметка, ограждения) должна быть оборудована по ГОСТ 10807; ГОСТ Р 51256; ГОСТ 25695; ГОСТ 23457 и разделом 5.); заездной карман (длина участков въезда и выезда принимают равной 15 м.); скамьи. Одну устанавливают в павильоне, другие- на площадке ожидания (1 скамья на 10 м² площадки.); контейнер и урны для мусора размещают в санитарной зоне контейнер, а у автопавильона и на площадке ожидания устанавливают урны для мусора; технические средства организации дорожного движения. Автобусная остановка должна быть оборудована дорожными знаками, разметкой, светофорами и ограждениями; автобусные остановки, находящиеся в пределах населенных пунктов, должны иметь электрическое освещение. [1, с. 24]

Процесс модернизации автотранспортной инфраструктуры за рубежом протекает очень быстро. Благодаря использованию информационных технологий автобусные остановки стали телекоммуникационными центрами. Здесь есть интерактивные дисплеи, позволяющие удобно изучить схему движения общественного транспорта, узнавать расписание движения через любую остановку, узнавать, через сколько минут нужный вам автобус окажется на этой остановке, есть сеть Wi-Fi, позволяющий пассажирам использовать интернет ресурсы, и даже USB-розетки, что позволяет комфортно проводить время в ожидании автобуса.

В Сингапуре архитекторы поставили себе цель – сделать остановки, в которые люди хотели бы приходить: остановки с книгами, парковками для велосипедов, остановки, оформленные местным художником и даже с небольшим садом на крыше. Здесь можно не только почитать печатные книги, отсканировать QR-код и скачать электронные книги из Национальной библиотеки, а также зарядить смартфоны, спланировать самый удобный маршрут, узнать погоду, новости [2, с. 156].

В России процесс модернизации не так быстр. В некоторых больших городах пробуют устанавливать остановки с интерактивной информационной панелью, которая поможет пассажирам узнать всю информацию о расписании автобусов и провести другие мероприятия по обустройству остановок. Но процесс практически стоит на месте. Главная причина, по которой не во всех городах такие остановки получают распространение — низкий уровень культуры граждан, варварское отношение к оборудованию: потенциальные пассажиры уносят с остановок обогреватели, мусорят и разбивают окна [4, с. 28].

Губернатор Пензенской области предложил сделать ожидание транспорта более комфортным. Конструкции из стекла закрыты со всех сторон, летом внутри работает кондиционер, зимой – обогреватель, но долго это не продержалось, люди не берегут оборудование, разбивают его и уносят с остановок.

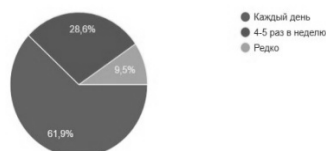
Методы, результаты, обсуждение. Объектом исследования являются автобусные остановки в городской среде. Для изучения темы использованы следующие методы научного исследования: метод системного анализа, методы научной классификации. Для проведения анализа авторы использовали метод опроса в форме интервью и онлайн. Молодые люди отвечали онлайн, а жители старшего поколения опрашивались непосредственно на автобусных остановках. Опрос жителей представлен в табл. 1.

Таблица 1

Опрос среди жителей Владивостока 18-65 лет

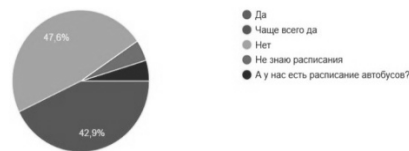
Как часто вы пользуетесь общественным транспортом?

48 ответов



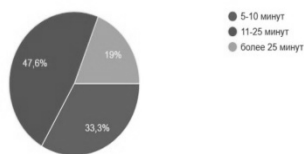
Соответствует ли расписание реальному движению транспорта?

48 ответов



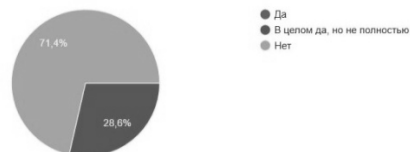
Сколько времени в день в среднем вы проводите на в ожидании автобуса?

48 ответов



Довольны ли вы оснащённостью автобусных остановок города Владивостока?

48 ответов



Жители Владивостока во время опроса озвучили свои пожелания относительно благоустройства остановок для нормального их использования:

Остановкам нужен ремонт, а также не хватает актуальной информации о маршрутах автобусов.

Побольше закрытых остановок.

Теплые помещения для ожидания.

Сделать более удобные места для сидения, на которые можно будет сесть зимой и летом.

Закрытые остановки.

Сделать больше надежных и удобных лавочек. Остановки должны быть с навесом.

Сделать карманы для автобусов, добавить скамейки

Сделать побольше остановок для некоторых районов, благоустроить и оснастить остановки для пассажиров с детьми и инвалидов.

Добавить освещение на остановках.

Далее предоставлен анализ некоторых остановок с точки зрения соответствия их нормативной документации и как следствие, комфортность их использования



Элементы автобусной остановки:

- ✓ - остановочная площадка;
- ✓ - посадочная площадка;
- ✓ - площадка ожидания;
- ✓ - заездной карман;
- ✗ - разделительная полоса;
- ✓ - тротуары и пешеходные дорожки;
- ✓ - пешеходный переход;
- ✓ - автопавильон;
- ✓ - скамьи;
- ✗ - туалет;
- ✓ - контейнер и урны для мусора;
- ✓ - технические средства организации дорожного движения (дорожные знаки, разметка, ограждения);
- ✓ - освещение.

Рис. 1. Остановка Некрасовская (по направлению из города)

Количество людей в час пик-21 человек. Остановочная площадка для остановки автобуса, соответствует ГОСТу, она равна ширине основных полос проезжей части. Посадочная площадка так же присутствует, но её ширина не соответствует ГОСТу, т.к. менее трёх метров. Разделительная полоса не размечена. Материал, из которого изготовлена скамья в автопавильоне, не соответствует требованиям. Также не предусмотрен туалет около остановки, что является нарушением.



- Элементы автобусной остановки:
- ✓ - остановочная площадка;
 - ✓ - посадочная площадка;
 - ✓ - площадка ожидания;
 - ✓ - заездной карман;
 - ✗ - разделительная полоса;
 - ✓ - тротуары и пешеходные дорожки;
 - ✓ - пешеходный переход;
 - ✓ - автопавильон;
 - ✓ - скамьи;
 - ✗ - туалет;
 - ✓ - контейнер и урны для мусора;
 - ✓ - технические средства организации дорожного движения (дорожные знаки, разметка, ограждения);
 - ✓ - освещение.

Рис. 2. Остановка Молодежная (по направлению из города)

Количество людей в час пик – 18 человек. Посадочная площадка в непригодном состоянии, так же, как и площадка ожидания. Бордюр не отделяет проезжую часть от остановочного пункта. Отсутствует знак пешеходного перехода и таблички с расписанием автобусов, разделительная полоса. Тротуары и пешеходные дорожки отсутствуют и не соблюдены их ширина и требования к ним. Срок службы дорожного покрытия и бордюров давно вышел, их состояние представляет опасность для жителей.

Пешеходный переход, надземный или подземный присутствуют около каждого остановочного пункта, но не везде есть знак пешеходного перехода.

Закключение. Остановочные автопавильоны должны соответствовать потоку людей в час пик, как на остановке Некрасовской, где установлено три автопавильона, для размещения большого количества человек, потому что данная остановка находится на пересечении транспортногo узла. Остановки на проспекте Столетия и Второй речке, где при большом скоплении людей, автопавильоны не оборудованы. На остальных рассмотренных остановках: Постышева, Фирсова, Парк победы, автопавильоны установлены в соответствии с потоком людей.

В городе Владивостоке, на представленных остановках, установлены автопавильоны открытого типа, которые не соответствуют погоднo-климатическим условиям города, конструкции очень неустойчивы к ветровым нагрузкам и нападениям вандалов [5, с. 46].

На автобусных остановках присутствуют скамьи, как в автопавильоне, так и на площадке ожидания на некоторых остановках, но несмотря на наличие скамей в автопавильоне, материал, из которого они сделаны, высота, не соответствует требованиям.

Так же в городе не предусмотрены туалеты около автобусных остановок, что является нарушением. Урны установлена, только около одного автопавильона, но это количество не соответствует ГОСТу, так же нет урн на площадках ожидания. Автобусные остановки не везде оборудованы дорожными знаками, разметкой и ограждениями. Знаки автобусного маршрута стоят на половине вышеперечисленных остановок.

Основное освещение от фонарных столбов дороги, что также не соответствует нормам.

Автобусные остановки не рассчитаны на использование инвалидами: посадочные площадки слишком низкие, а ступени автобусов расположены слишком высоко, что делает невозможным использование инвалидами общественного транспорта [6, с. 32].

Исходя из проделанной работы, можно сказать, что большинство остановок города Владивостока построены с нарушением норм и стандартов. Многие требования соблюдены формально, при тщательном анализе видны недочеты в проектировании элементов автобусных остановок и халатное отношение к нормам проектировщиков и строителей. Качество материалов и выполнения работы находятся на низком уровне. Остановки не украшают облик города, не показывают его с позиции развитого, современного и комфортного для жизни.

Город – это живая система, чьи элементы находятся в постоянном динамическом взаимодействии друг с другом, оказывая заметное влияние. Невозможно создать развитую, комфортную для жизни инфраструктуру, если сознание горожан находится на более низком уровне развития. Поэтому работа по благоустройству городской среды должна вестись комплексно и включать не только меры по преобразованию конструктивных решений архитектурных объектов, но и действия по повышению общего культурного уровня горожан.

Просим администрацию обратить внимание на исследовательскую работу и принять меры по решению выявленных проблем.

-
1. ОСТ 218.1.002-2003 Автобусные остановки на автомобильных дорогах. Общие технические требования.
 2. Конструирование в дизайне среды. Углубленный курс : учебное пособие / авт. сост. Л.А. Чернявина. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. 174 с.
 3. Чернявина, Л.А. Основы эргономики в дизайне среды: учебное пособие / Л.А. Чернявина. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2009. 262 с.
 4. СНиП 21-01-97*. Пожарная безопасность зданий и сооружений.
 5. СНиП 2.08.02-89*. Общественные здания и сооружения (с Изменениями N 1-5).
 6. СП 59.13330.2012 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001 (с Изменением N 1).
 7. ГОСТ 12.1.004-91. Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Пожарная безопасность. Общие требования (с Изменением N 1).

Секция. ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Рубрика: Технология швейных изделий

УДК 687

РАЗРАБОТКА АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО ДИЗАЙНА

А.А. Гладких

бакалавр

Т.А. Зайцева

доцент, член Союза дизайнеров России, кафедра дизайна и технологий

И.А. Слесарчук

доцент, канд. техн.наук, кафедра дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В последнее время особую актуальность приобретает проектирование объектов в соответствии с принципами «устойчивого дизайна», предполагающими возможность повторного использования объекта или его элементов, рациональность использования материалов; восполнимость ресурсов. В результате практического применения этих принципов разработана коллекция моделей одежды под девизом «Сарафан».

***Ключевые слова и словосочетания:** устойчивый дизайн, переработка текстильных изделий, экологичный дизайн, дизайн-проект коллекции моделей одежды.*

DEVELOPMENT OF THE AUTHOR'S COLLECTION OF CLOTHES BASED ON THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DESIGN

Recently, the design of objects in accordance with the principles of "sustainable design", assuming the possibility of reusing an object or its elements, the rationality of using materials; resource replenishment. As a result of the practical application of these principles, a collection of models of clothes has been developed under the motto "Sundress".

***Keywords:** sustainable design, processing of textiles, eco-friendly design, design project of a collection of clothing models.*

В последнее время большое внимание уделяется экологичным отношениям современного дизайна к планете, природе, людям. В связи с этим появилось новое направление «sustainable design». В России его называют в России «устойчивым дизайном» [1]. Понятие Sustainable design напрямую связывают с именем Виктора Папанека, и его книгой «Дизайн для реального мира» (1972 год). В ней он отразил главные принципы экологичного проектирования в аспекте решения проблем экономии, такие как минимальный расход материала, стандартизация, взаимозаменяемость элементов, использование модульных решений, принципы переработки и экологичности, экономии ресурсов и органического внедрения их в окружающую среду. В производстве он предлагал стремиться к низким тратам энергии безотходности производства и использованию экологически чистых материалов [2].

Важной особенностью современного дизайна является формирование с учётом «жизненного цикла продукта», который учитывает влияние на окружающую среду всех продуктов и услуг индустрии моды [3]. Сейчас становится важным, как и куда переработается изделие, нанесёт ли урон окружающей среде или приобретёт «вторую жизнь». Дизайнеру важно, чтобы «жизненный цикл» продукта замкнулся и принёс пользу в дальнейшем. Предполагается устойчивый подход к системе, то есть такое отношение к окружающей среде, при котором в результате производства и потребления вещей ей не причиняется вред. Поэтому в современных условиях экологического кризиса, ситуации перепроизводства и перепотребления, снижения значимости мировоззренческих и эстетических идеалов возникают направления и методы в дизайне, позволяющие найти грамотное применение объекту дизайна и дать ему «новую жизнь».

Многие дизайнеры сейчас, используя принципы экологического дизайна, ведут исследования в области разработки новых приёмов обработки, изготовления, окрашивания, переработки изделий с минимальной эксплуатацией природных ресурсов и максимальным продлением жизни вещам [4]. Анализ творчества дизайнеров костюма в этой области показал, что одним из подходов в создании современного костюма является кастомайзинг – переработка старой вещи в новую с целью её персонализации [5], что соответствует принципам экологического дизайна.

М.В. Панкина и С.В. Захарова теоретически выявили принципы современного экологического дизайна, основываясь на четырех законах теории устойчивого развития американского биолога и эколога Барри Коммонера [6], среди которых с точки зрения экологического дизайна одежды представляют особый интерес принципы, связанные с возможностью повторного использования объекта или его элементов; рациональностью использования материалов; восполнимостью ресурсов; рациональностью, простотой и функциональностью формы; использованием этнической модели; разумной экономичностью.

Используя перечисленные выше принципы экологического дизайна, разработан ряд моделей авторской коллекции одежды под девизом «Сарафан» с применением бывших в употреблении изделий из денима (рис. 1). Данная коллекция создана для детского театра моды «Пигмалион» ВГУЭС. Творческим источником послужил традиционный русский сарафан.

Принцип системности выражается в том, что все модели коллекции объединены общей концептуальной идеей, композиционными, функциональными и техническими решениями. Основная концепция коллекции заключается в возрождении прошлого в настоящее через погружение зрителя в национальные традиции русского костюма: «В современном мире так не хватает чего-то традиционного, родного. Так хочется окунуться в традиционное ремесло, когда наши предки вкладывали душу в каждое изделие, бережно храня его и передавая по наследству».

В данной работе автор использовал метод цитат, заимствуя элементы системы «народный костюм»: покрой, цветовое решение, технологию изготовления самого костюма и его элементов (безостатковый плоский крой, лоскутная техника, элементы ткачества).



Рис. 1. Модели авторской коллекции одежды под девизом «Сарафан»

В коллекции использованы одни из основных принципов экологического дизайна – возможность повторного использования объекта или его элементов, рациональность использования материалов; восполнимость ресурсов.

Анализ Интернет-ресурсов показал, что повторное использование объектов текстильного дизайна, в частности, одежды (ресайклинг), происходит в основном путем сохранения или разрушения его целостности. При этом и сохранение, и разрушение может происходить полностью или частично, и приводить к изменениям стиля вещи, способа ношения, функции, смене ассортимента или смене потребительской группы, т.е. изменению потребителей по полу и/или возрасту. В каждой группе производимых изменений используются свои приёмы (рис. 2).

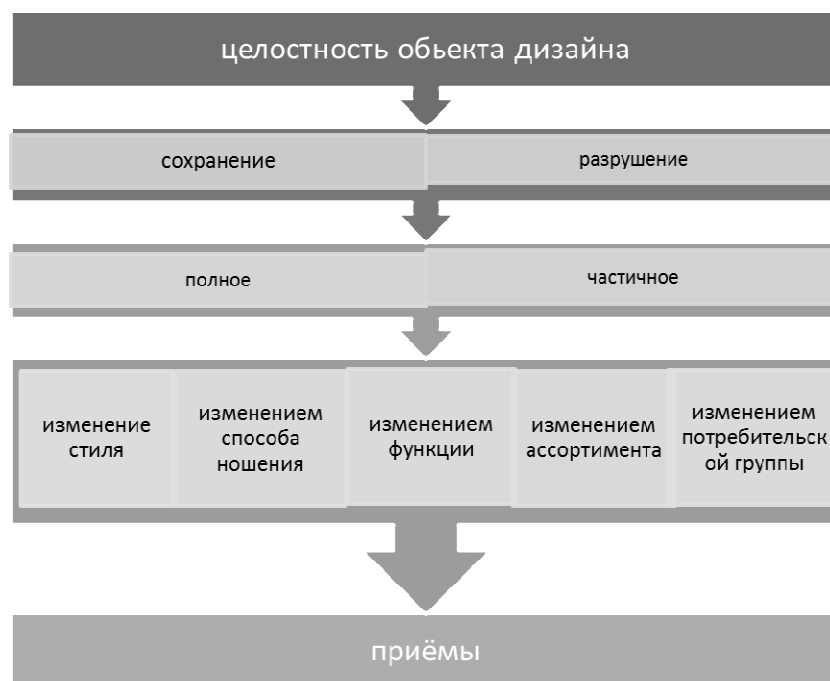


Рис. 2. Концептуальные принципы ресайклинга объектов дизайна

В ходе разработки концептуальной схемы выявлена тесная связь изменений, производимых в изделии. Так, изменение ассортимента с помощью одного из приёмов ведёт за собой изменение функции как исходного изделия, так и в некоторых случаях самого текстильного материала, из которого изготовлено изделие. Чаще всего в рамках вторичного использования изделия применяется не один приём, а несколько взаимодополняющие друг друга приёмов. Так можно использовать материал, оставшийся из перешивания одних изделий в другие, как наполнитель в игрушки или аксессуары.

В данной коллекции использованы приёмы с частичным и полным разрушением целостности изделия, а также с частичным сохранением целостности изделия путём перекраивания бывшего в употреблении изделия с добавлением нового материала, с сохранением конфигурации срезов деталей исходного изделия.

В жилете №1, представленном на рис. 3, конфигурация боковых срезов деталей брюк из денима используется в качестве среднего шва спинки.



Рис. 3. Модель жилета №1

В модели жилета №2, представленного на рис. 4, боковые швы джинсовых брюк играют декоративную роль, создавая имитацию рельефов по переду и среднего шва по спинке.

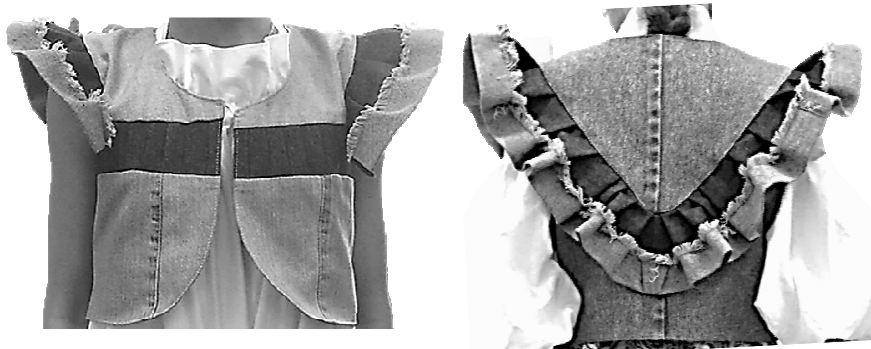


Рис. 4. Модель жилета №2

Для изготовления сарафана, представленного на рис. 5, применён приём с использованием частичного сохранения целостности изделия: использована юбка из денима, у которой отрезана нижняя часть и добавлена ткань из бархата. В качестве декоративного элемента по краям деталей изделия использован приём создания бахромы за счет выдёргивания нитей ткани.



Рис. 5. Модель сарафана с использованием верхней части юбки из денима

Полное разрушение целостности изделия, как приём переработки, применялось в качестве наполнителя в аксессуары (рис. 6). Для этого использовались отходы изделий из денима, оставшиеся после их перекраивания.



Рис. 6 . Головной убор с использованием в качестве наполнителя отходов изделий из денима

Таким образом, практическое использование принципов устойчивого дизайна позволило разработать коллекцию моделей одежды, представленную на XXVI Международном конкурсе молодых дизайнеров «Пигмалион», г. Владивосток.

1. Быстрова, Т.Ю. Направления и проблемы развития «устойчивого» дизайна / Т.Ю. Быстрова // Техническая эстетика научная статья по специальности «Культура. Культуро-

логия». 2016 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-i-problemy-razvitiya-ustoychivogo-dizayna> (дата обращения 14.03.19)

2. Папанек, В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. М.:Издатель Д. Аронов, 2004. 253 с.

3. Баркалова, В. Будущее материалов / В. Баркалова // BURO URL: <https://www.buro247.ru/fashion/fashion-industry/22-nov-2017-the-future-of-recycling-in-fashion.html> (дата обращения 11.02.19)

4. Утилизация и переработка старой одежды [Электронный ресурс] URL: <https://vtorothody.ru/utilizatsiya/odezhdy.html> (дата обращения 2.02.19).

5. Новая жизнь старых вещей – переделка одежды... Круче новой!, [Электронный ресурс] // Своими руками... Да! URL: <https://svoimi-rukami-da.ru/novaya-zhizn-staryh-veshhej-peredelka-odezhdy-kruche-novoj/> (дата обращения 17.03.19)

6. Панкина, М.В. Принципы экологического дизайна, [Электронный ресурс] М.В. Панкина, С.В Захарова Современные проблемы науки и образования. 2014. № 1. Электронный журнал <https://stepik.org/lesson/178981/step/1?unit=153635>

Рубрика: Дизайн

УДК 314.74

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА ВИТРИН ЗИМНЕГО САДА ВГУЭС

К.Р. Митрофанова, А.И. Федосеева, М.А. Мильчакова

бакалавры

О.Н. Данилова

канд. техн. наук, доцент кафедры ДЗТ

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Одним из главных аспектов успешного формирования креативного пространства является выставочная деятельность, которая осуществляется во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса. Необычные образы и экспонаты витрин Зимнего сада создают позитивные эмоции студентов, сотрудников и гостей университета. Ярко и интересно оформленная витрина привлечет внимание абитуриентов.

***Ключевые слова и словосочетания:** витрина, витринистика, дизайн, композиция, позитив.*

THE DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF THE ARTISTIC IMAGE FOR THE DECORATION OF THE SHOWCASES OF THE WINTER GARDEN OF VSUES

One of the main aspects of the successful formation of creative space is the exhibition activity, which is carried out at the Vladivostok State University of Economics and Service. Unusual images and exhibits of the Winter Garden showcases create positive emotions for students, staff and guests of the university. Bright and interestingly decorated showcase will attract the attention of applicants.

***Keywords:** shop window, showcase, design, composition, positive.*

Витрина предназначена для представления арт-объектов или товаров, она является визитной карточкой, что позволяет бренду сохранять свою актуальность. Бесспорно, сейчас существует множество социальных сетей, где можно развивать свой творческий потенциал во всех аспектах, включая цифровую визуализацию проектного образа. Однако практическая реализация проекта, выполнение его в материале представляет собой важный аспект дизайна.

Цель исследования заключается в разработке и реализации концепции художественных образов для оформления витрин Зимнего сада ВГУЭС. Основная задача состоит в практическом использовании основных правил и принципов витринистики.

Для разработки концепции художественного образа и последующего оформления витрин Зимнего сада ВГУЭС необходимо разобраться в самом понятии «витринистика» и выявить принципы влияния визуальных образов на потребителей. Итак, витринистика рассматривается как прикладная дисциплина, которая систематизирует знания о принципах композиционного оформления витрины. Современная витрина может быть представлена в виде красивой вывески или, напротив, как кирпичная или бетонная стена нарочито не оформленная эстетически. При этом практически неважно насколько качественно выполнено экспонируемое изделие. Однако в индустрии моды как правило начинают разработку проекта с учетом новейших трендов в дизайне костюма.

В витринистике существует пять основных факторов, благодаря которым разработана авторская концепция для оформления витрин Зимнего сада ВГУЭС:

1. Важно, чтобы фон экспозиции гармонировал со всей композицией витрины. Фон может быть однотонным с акцентами на декорациях, контрастным или вообще прозрачным, при этом важно, чтобы все элементы композиции гармонично сочетались и внимание зрителей сконцентрировалось на главном.

2. Для визуального восприятия витрины используется два вида света – фоновой и направленный. Рассеянный фоновой свет помогает объединить композицию, а направленный свет (по типу софитов) делает акцент на главном.

3. В витрине должно ощущаться пространство. Перспектива необязательно должна быть глубинной. Пространственную перспективу могут придать геометрические параметры декорации (вытянутые придают возвышенность, широкие делают витрину длиннее).

4. Композиция витрины может быть одно- или двух тоновой, контрастной, с акцентом или без него, но она должна быть гармонична с позиции эстетического восприятия зрителей.

5. Декорации придают витрине эксклюзивность. Это могут быть яркие и неординарные или, напротив, нежные, пастельные и мягкие образы. Важно создать арт-объект.

Композиционные приемы оформления могут варьироваться в зависимости от функционального назначения витрин. Классификация витрин позволяет установить основные закономерности проектирования экспозиции.

Товарные витрины создаются как правило без декораций, при этом главный акцент ставится на демонстрации продукта промышленного производства. Наиболее эффективно они работают в прелюксовом и люксовом сегментах. Масс-маркет в этом плане, конечно же, проигрывает. Следовательно, масс-маркет нуждается в разработке витринных концепций. Однако сегодня все крупные бренды обращаются к концептуальному проектированию и работают в нише товарно-эмоциональных витрин. Товарно-эмоциональные витрины относятся к промежуточным формам экспозиции – здесь присутствует и товар, и эмоциональная художественная концепция. Витрины эмоций – относительно новая форма обеспечения визуальных коммуникаций с потребителем. Задача такой экспозиции – запечатлеть образ продукта или бренда на уровне подсознания. Витрины эмоций в основном используются в люксовых магазинах, но постепенно этот тренд спускается в масс-маркет. Витрины эмоций – это эпатажные витрины, задача которых выделить бренд на рынке.

В настоящее время товарные витрины отошли на второй план, уступив место для рекламы эмоциональным и товарно-эмоциональным витринам: фокус сместился на концепцию и узнаваемость бренда. Лояльному потребителю интереснее наблюдать не только образ, который создал дизайнер, но и то, что происходит вокруг этого образа.

На сегодняшний день ведущими брендами в фэшн-индустрии являются Louis Vuitton, Dolce & Gabbana, Comme des Garçons, Dior и Gucci. Основоположником витрины как арт-объекта стал бренд Louis Vuitton, поводом для этого послужила стилизация объемного изображения страуса, на шею которого висели сумки. После такого перформанса у бренда появилось много последователей и теперь спортивные бренды и даже масс-маркеты делают из своих витрин художественную или дизайнерскую инсталляцию.

Современные тенденции в витринистике развивают несколько трендов:

- актуальны витрины эмоциональные, юмористичные, ироничные;
- получила развитие тема путешествий и атмосфера праздника (например, рождественское дерево из прозрачных слоёв тренча от Maison Margela);
- флорально-растительный тренд обусловлен стремлением людей абстрагироваться и уйти в мир фантазий. Миролюбивые цветочные мотивы призваны подавить агрессию, которая может быть присутствовать у покупателя на подсознательном уровне;

- при создании архитектурных витрин используется формообразование арт-объектов. Акцент на форме достигается благодаря использованию монохромных цветов;
- бюджетные витрины приобретают популярность, особенно в тех странах, где сейчас экономическое положение нестабильно;
- техника исполнения витрины – работа крупными мазками, крупными элементами;
- использование в оформлении витрины баннеров с увеличенными имиджевыми фотографиями (фото-имиджи).

Как и в произведениях искусства, в витринах важна композиция, цвет, свет и стилистика. Универсальных схем нет: какие-то образы, приемы оформления устаревают, выходят из моды. В разное время витрины воздействуют на потребителя по-разному. Витрины могут позабавить или эпатировать, но они абсолютно точно не должны быть скучными.

Исходя из вышеперечисленных правил и модных тенденций разработаны авторские концепции художественного образа для оформления витрин Зимнего сада ВГУЭС (рисунок 1). Творческим источником для проектирования художественного образа послужили как типичные «хэллоуинские» костюмы, так и самые различные вещи, наводящие ужас, страх и непонимание. Объединение авторских проектов в трёх образах – Пугало, Групп Невесты и Призрак Каспер показано на рис. 2. Модели-образы выполнены в материале и были представлены в тематической экспозиции (октябрь 2018 г., Зимний сад ВГУЭС).

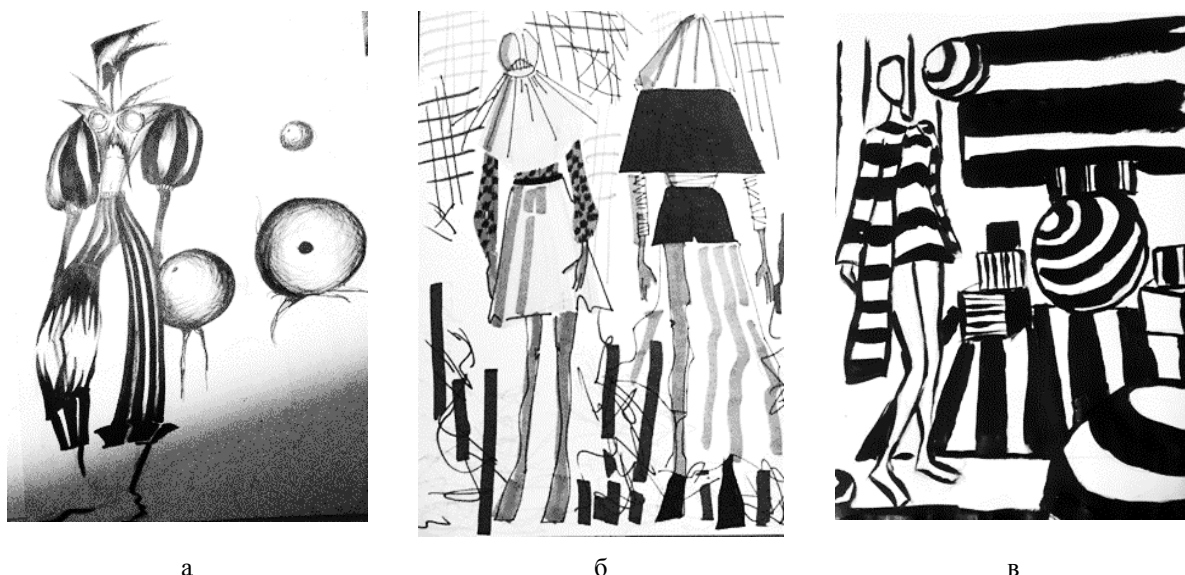


Рис. 1. Эскизные поиски композиции витрины Зимнего сада ВГУЭС на тему «Хэллоуин»:
а – эскиз Мильчаковой М.; б – эскиз Митрофановой К.; в – эскиз Федосеевой А.

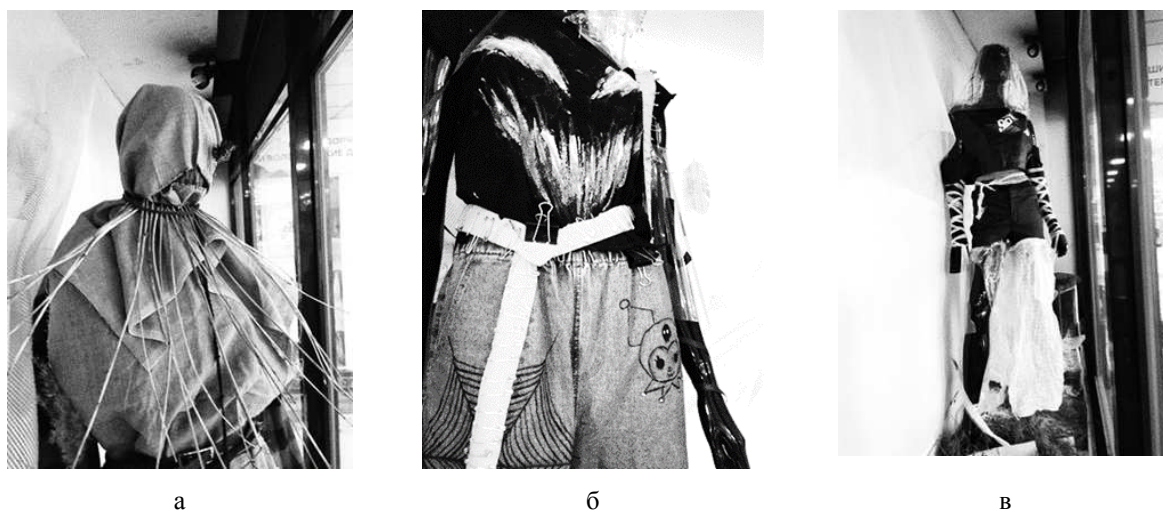


Рис. 2. Экспонаты витрины Зимнего сада по теме «Хэллоуин»: а – модель автора А. Шарпиловой;
б – модель автора М. Мильчаковой; в – Модель автора К. Митрофановой

При разработке художественной концепции экспозиции на тему «Декомпозиция» использован метод «мозгового штурма» для воплощения образцов текстильного дизайна из денима: «вторую жизнь» получили старые джинсы, были модифицированы и трансформированы сарафаны, юбки и проч. Творческим источником композиции послужили азиатские тренды, а именно – гипертрофированная и яркая Азия, т.к. как на данный момент модные тренды развивают именно азиатскую эстетику. Авторские фор-эскизы экспозиции и выполненные в материале изделия представлены на рис. 3 и 4.

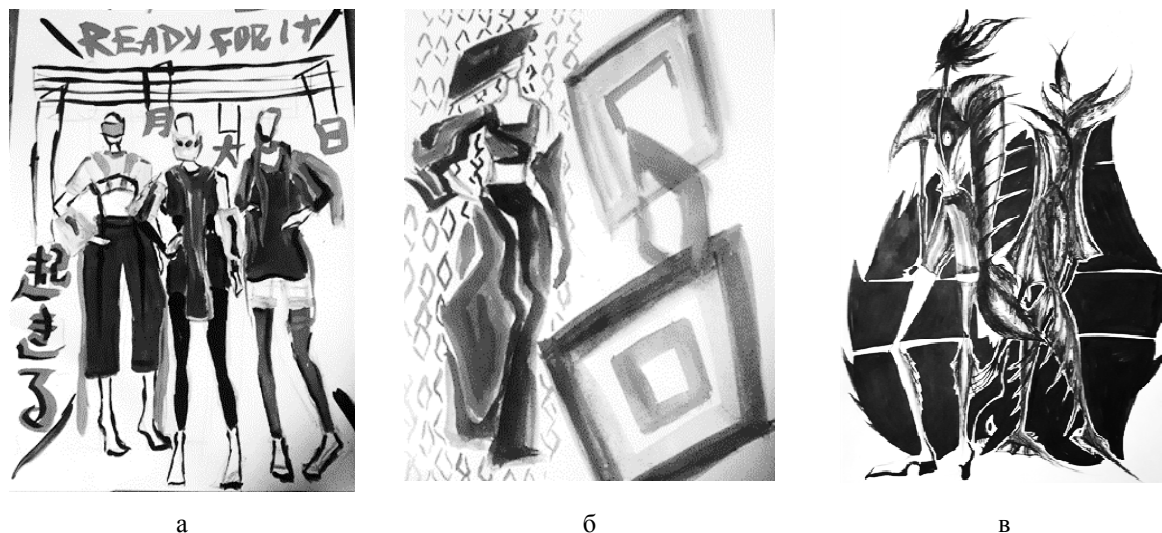


Рис. 3. Эскизный проект экспонатов для оформления витрины «Декомпозиция»: а, б – фор-эскизы А. Федосеевой; в – фор-эскиз М. Мильчаковой



Рис. 4. Тематическое оформление витрины Зимнего сада: а, в – общий вид экспозиции (модели авторов М. Мильчаковой, К. Митрофановой, А. Федосеевой, А. Сашенко, А. Боевой); б – образное решение модели автора К. Митрофановой

В процессе практического воплощения художественной концепции тематических витрин Зимнего сада ВГУЭС учтены основные правила и принципы витринистики, использованы актуальные материалы, цветовая гамма и образная стилистика. Созданы яркие и запоминающиеся образы, способные позабавить или эпатировать зрителей. Дальнейшая проектная деятельность по оформлению витрин во ВГУЭС возможна на основе творческой интерпретации перспективных модных тенденций в дизайне современного костюма.

РАЗРАБОТКА АВТОРСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ МОДЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ ПОД ДЕВИЗОМ «КУЛЬТ»

Д.М. Татаренко

бакалавр

Т.А. Зайцева

доцент, член Союза дизайнеров России, кафедра дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В последнее время особую актуальность приобретает образ культовой личности как творческого источника при проектировании авторских коллекций моделей одежды. Определяя творческие методы для проекта, автором формируется художественный образ, который определяется с учетом вкусовых предпочтений массового потребителя. Художественно-образное решение автора представлено в коллекции моделей одежды под девизом «Культ».

Ключевые слова и словосочетания: дизайн костюма, реплики, творческие методы дизайна, личность, дизайн-проект коллекции моделей одежды.

DEVELOPMENT OF THE AUTHOR'S COLLECTION OF MODELS OF CLOTHES UNDER THE MOTTO "THE CULT"

Recently, the image of a cult personality as a creative source in designing designer collections of clothing has acquired special relevance. Defining creative methods for the project, the author forms an artistic image, which is determined taking into account the taste preferences of the mass consumer. The artistic decision of the author is represented in the collection of clothes under the motto "Cult".

Keywords: costume design, replicas, creative design methods, personality, design project of a collection of clothing models.

В современном обществе все чаще начинают задумываться о проблемах глобализации. Развитие технологий привело к тому, что люди из разных частей мира могут размещать фото и видео своей жизни, продуктов своей деятельности в популярные социальные сети, уверенные в том, что их заметят большинство. Вследствие этого изменились нравственные ориентиры: сейчас дети не мечтают быть учителями, космонавтами, главное – стать востребованным и известным. Всероссийский опрос "ВЦИОМ-Спутник" проведенный с 28 по 29 июля 2018 года среди 1,2 тысячи респондентов в возрасте от 18 лет на тему «Кем хочет стать современный выпускник» показал, что подавляющее большинство видят себя предпринимателями, медийными личностями [1]. Результаты опроса показывают, что на почве быстрого развития техники произошло изменение сознания современного поколения.

Слава и признание, которые являются основополагающими целями молодежи приводят к тотальному подражанию тем, кто уже смог «взойти на Олимп». Подражая индивидам или референтным группам, современный подросток стремится отличиться от других. Еще Г. Зиммель утверждал, что мода дает возможность удовлетворить сразу и желание объединения, т.е. общности с другими, и изоляции, отличия [2]. Таким образом, покупая реплику футболки «Off-white», оригинал которой был замечен на кумире, молодые люди пытаются отделить себя от тех, кто, по их мнению, не популярен, не современен, приближая себя к своему кумиру. Как правило, таким культурным образцом могут быть известные музыканты, которые предпочитают носить авангардную брендовую одежду.

В ходе работы был проведен анализ молодежного сегмента рынка в городе Владивостоке, который выявил обилие реплик излюбленных брендов одежды знаменитостей, несмотря на то, что реплики не могут соперничать с оригинальным продуктом. Потребителю важно только внешнее сходство с оригиналом. В моделях, представленных на рынке, встречается большое количество коллобраций логотипов, надписей и рисунков: по тематике, цветовым решениям, по

пропорциям, масштабности, техникам нанесения. Надо отметить большое разнообразие тематики рисунка принта, но стоит заметить, что «чистый» логотип более не интересен не потребителям, не производителям. Самый легкий способ достичь данного эффекта является нанесение принтов, рисунков и логотипов, используемых в оригинальных моделях из коллекций известных дизайнеров. Очень часто все это можно встретить в одном изделии. Исходя из анализа трендов на 2019–2020 год и изменений социального сознания в обществе можно сделать вывод, что основополагающим и ведущим способом самовыражения являются принты и рисунки на одежде, а также яркие цветовые решения. Также можно выделить в качестве тренда реплики, которые все чаще встречаются на улицах города Владивостока, и как следствие, наличие логотипов, которая позволяет рассказать, подделкой какого бренда является вещь, а также упростить подражание молодежи известным личностям, которые предпочитают ту или иную марку.

В современном мире, как отмечается в социальной психологии, проявляется сильное стремление к славе и самовыражению личности. Кажущимся нормальным и обыденным это явление было мало присуще человеку в первобытные и средневековые общества. В то время шло познание человеком себя как части природы, восприятие красоты мира флоры и фауны[3]. Общественное сознание, отдельный индивид способны изменяться под воздействием эпохи и вместе с тем создавать то самое время, в котором он живет. Сложно было бы представить переход от феодального общества к капиталистическому не будь у отдельных личностей осознанием себя как рупоров социального процесса, способными захватить экономические блага и повернуть вехи истории, не имея чести родиться в королевской семье или знатной, приближенных к главным благам времени. Жажда славы и признания, экономического благополучия тем не менее не является главным фактором изменения общественных процессов. Одним из ключевых моментов в изучении вопроса о влиянии личности становится человеческая природа. Рассмотрим такой пример: маленький ребенок, у которого нет четкого понимания о «хорошем» и «плохом» черпает знания об этом исходя из наблюдения за своими родителями. Адаптируясь во внешней социальной среде, он старается копировать модель поведения одного из родителей. В этом отношении можно утверждать, что родитель на начальном этапе становления личности для своего чада идол. Механизм влияющим на стремление человека к подражанию или желанию стать лидером схож с природой мазохизма и садизма. Мазохизм, по мнению Э. Фромма, появляется с осознанием чувства неполноценности, бессилия собственной незначительности, в то время как садизм рождается с осознанием себя уникальным, не похожим на других т. е. лучше других. Некоторые психологи сделали вывод о том, что если существует данный механизм в природе человека, то и существует «инстинкт», который направлен именно на это[3].

Стремление к власти не является садизмом, однако это одна из основополагающих черт его выражения. Для индивида, стремящегося подчинять себе, быть примером для подражания основополагающим мотивом становится избавиться от чувства внутреннего бессилия, и потому, как правило, внешняя мотивация такой личности становится вера, справедливость, идеалы эпохи. Механизмы подражания имеют идентичную природу – боязни и неуверенности, однако, в этом случае, индивид пытается найти защиту в подражании кумиру.

Образ авторитарной личности узнаваем спустя века благодаря гармоничному сочетанию природной харизмы с внешними атрибутами, одеждой и ее элементами. Например, в 1974 психологом Леонардо Бикманом было проведен эксперимент, цель которого состояла в изучении важности одежды для создания авторитета. Суть заключалась в том, что прохожих просили выполнить странные просьбы (поднять бумажный пакет, встать около дорожного знака). В первом случае экспериментатор надевал повседневную одежду, а во втором – форму охранника[4]. Результат показал, что люди охотнее выполняли просьба человека в форме, многие даже не задали вопросов, в то время как просьбы человека в повседневной одежде отклоняли (задавали много вопросов, игнорировали). В дизайне одежды образ авторитарной личности вписывается в потребительскую культуру. Поэтому при проектировании авторской коллекции моделей одежды необходимо опираться на проектные методы для поиска образной выразительности, так как в этом случае через костюм считывается концепция дизайнера.

В качестве творческого источника при проектировании коллекции моделей одежды под девизом «Культ» были выбраны образы Ивана Грозного, Петра Первого, Екатерины 2, а также Ленина В. И. и Сталина И. В. Одной из задач исследования было выявить факторы, влияющие на ассоциативное восприятие той или иной личности. Для этого был проведен опрос, в котором респондентам (молодым людям в возрасте от 18 до 35 лет) предлагалось перечислить набор элементов одежды, аксессуаров, которые ассоциируют с личностями Сталина И. В. и Ленина В.

И. Все респонденты отметили военную форму цвета хаки (китель, френч) у Сталина И. В. и коричневый (черный) костюм с белой рубашкой у Ленина В. И. В качестве аксессуаров, атрибутов образа все 20 респондентов отметили кепку (Ленин В. И.) и трубку (Сталин И. В.). В качестве особенностей индивидуального стиля были отмечены глубокие залысины у Владимира Ильича и усы Иосифа Виссарионовича. Это говорит о том, что подсознательно образ Сталина И. ассоциируется с Великой Отечественной войной – военная форма, а образ Ленина В. – с образом интеллигента с мягкой внешностью, но с внутренней силой воли. Надо отметить, что респонденты использовали в своих ответах такие слова и словосочетания как красные лампасы, красный галстук, что соответствует революционному цвету победы пролетариата и советского народа в войне. Анализ результатов показал тезис, что созданию образа сильной волевой личности способствуют не только манера говорить, жесты, мимика, но и одежда с атрибутами, создавая узнаваемый образ. Художественный образ в авторской коллекции моделей под девизом «Культ», является гармоничным единством образа личности и костюма в определенной среде. Выразительность образа достигнута с помощью проявления образной идеи, ограниченной определенной темой, в характере формы, фактуры и цвета.

При проектировании авторской коллекции моделей одежды в качестве основных проектных методов стилизации костюма и образа Сталина дизайнером были выбраны методы карикатур и неологии. В стилизации творческого источника выбранные методы отражают отношение дизайнера к выбранному объекту и демонстрируют подход к тематике проекта. При создании одной из моделей за прототип был взят военный китель Сталина И. (метод неологии). Метод карикатур выражался посредством изменения уже известной основы, что позволило сделать подачу более легкой и непринужденной. Кроме того, одной из задач являлось противопоставить образ Сталина, строгого, сурового, бескомпромиссного мужчины с идеалом молодого человека современности – хрупким, нерешительным и изящным. Намеренно пропорции в костюме были искажены – китель и брюки укорочены, а использование решения «колорблок» позволило визуально уменьшить пропорции внутри кителя. Не однозначное отношение дизайнера к личности Иосифа Виссарионовича находит свое отражение в композиционном решении спинки изделия и ее декоре – принте. На рисунке 1 представлен lookbook комплекта «Сталин»



Рис. 1. lookbook комплекта «Сталин»

Таким образом, анализируя современные тенденции, выявив основные аспекты влияния личности на дизайн современного костюма, изучив прототип и феноменологию власти и исторического явления культа была разработана коллекция моделей одежды под девизом «Культ», представленную на XXVI Международном конкурсе молодых дизайнеров «Пигмалион», г. Владивосток [5].

1. Ежедневный всероссийский опрос "ВЦИОМ-СПУТНИК" [Электронный ресурс] URL: wciom.ru
2. Зиммель, Г. Избранное собрание сочинений: в 2 т. / Г. Зиммель. М.: Созерцание жизни, 1996. С. 266–290.
3. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм. М.: АСТ, 2008. С. 100–121.
4. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини, СПб.: Питер, 2018. С. 137–141
5. Гардероб «отца народов» – Сталин. Большая книга о нем. Гл. 5 [Электронный ресурс] URL: www.e-reading.club

Рубрика: Инновации в индустрии моды

УДК 687.1

РАЗВИТИЕ МОДЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Е.Н. Чеботкевич

магистрант

Г.П. Старкова

д-р техн. наук, профессор кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный институт экономики и сервиса
Россия.Владивосток*

В данной статье представлены перспективы развития модельного бизнеса в Приморском крае, выявлены проблемы структурных подразделений и факторы, влияющие на дальнейшее его развитие.

Ключевые слова и словосочетания: модельный бизнес, студия стиля, мода, рынок услуг, структура модельного бизнеса, теория моды, модное поведение, *fashion management*, инновации.

DEVELOPMENT OF MODEL BUSINESS IN PRIMORSKY KRAI: PROBLEMS AND DEVELOPMENT

In this article, the prospects of development of model business in Primorsky krai are reset, and problems of structural subdivisions and factors influencing its further development are revealed.

Keywords: model business, style studio, fashion, service market, model business structure, clothing, fashion theory, fashionable behavior, fashion management, innovation.

Во все времена развития общества мода была и является его неотъемлемой частью. Она выступает в качестве механизма регулирования общественного поведения, обозначает границу в кассовой принадлежности и социальном статусе. Мода всегда привлекала к себе внимание философов, социологов, культурологов, историков и тому подобное. Так, для социологов мода является средством внедрения новых социокультурных форм. Для семиотиков она выступает как одна из знаковых систем. Культурологи под модой понимают периодическую смену образов культуры. Искусствоведы рассматривают моду как эстетический идеал. Экономисты – как стремление к обновлению социума. Психологи утверждают, что мода является механизмом подражания и внушения [1].

Все эти области знания изучают моду с разных ракурсов. Можно утверждать, что она буквально пронизывает все сферы человеческой жизнедеятельности. Мода становится предметом исследовательского интереса и переходит на новую ступень, когда на смену обычаям приходит мода. Таким образом функционирование моды в социуме было обусловлено такими факторами,

как промышленная революция, возникновение массового поточного производства, усиление социальной мобильности, урбанизация, развитие средств связи, транспорта, массовой коммуникации [2]. Следовательно, модой пронизаны все сферы человеческой жизнедеятельности и сегодня чаще рассматривается как коммерческая структура, как бизнес.

Цель данной работы – рассмотреть структуру модельного бизнеса в Приморском крае, выявить перспективы и проблемы его развития.

Для достижения цели были поставлены задачи исследования:

- рассмотреть структуру модельного бизнеса в Приморском крае;
- выявить проблемы развития;
- проанализировать перспективы.

Объектом исследования в данной работе является модельный бизнес, предметом – проблемы и перспективы его развития.

Модельный бизнес, как и любой другой бизнес, представляет собой совокупность действий и стратегий, конечным результатом которых является получение прибыли.

Модельный бизнес, как показано на рис. 1, включает следующие составляющие:

- модельное агентство;
- школа моделей;
- студия стиля.

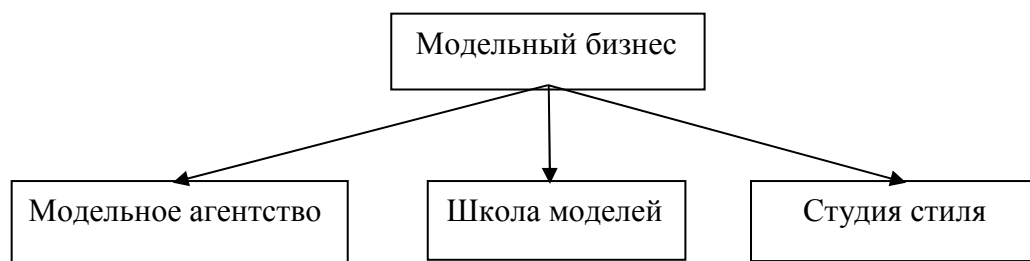


Рис. 1. Структура модельного бизнеса

Многие эксперты утверждают, что в России модельный бизнес проходит этап становления и оформляется в социо-экономическую структуру, где грамотный менеджмент становится основой успеха, что реализуется посредством создания специальных посредников – агентств. Модельные агентства предстают перед нами в совершенно разных формах и размерах. Структура модельных агентств начинает четко выделяться с момента появления новых категорий лиц. Существуют направления нестандартного характера:

- модели невысокого роста;
- крупные модели;
- модели для работы на подиуме;
- мужские модели;
- детские модели;
- группа моделей «новые лица».

Преимущество модельного агентства заключается в целостности и слаженности самого организационного процесса работы в модельном бизнесе.

Модельные агентства в Приморском крае можно разделить на 3 группы:

- Международные агентства;
- Российские агентства, внутренний рынок;
- Региональные агентства.

В настоящее время перед предприятиями на рынке модельных агентств в Приморском крае стоит проблема роста и развития. Выбор необходимых и эффективных конкурентных стратегий играет важную роль в дальнейшем развитии предприятий модной индустрии и увеличении прибыли. Приходится выдерживать жесткую конкуренцию. Таким образом, фактор внешней среды для агентств складывается из общей суммы характеристик его восприятия по сравнению с конкурентами. Анализ конкурентоспособности известных модельных агентств в Приморском крае, позволяет увидеть, как некоторые модельные агентства рекламируют себя в социальных сетях, по количеству подписчиков, видно, что интерес к ним довольно большой, соответственно и охват аудитории.

Можно сделать вывод, что интерес к модельному бизнесу в настоящее время повысился и потребность социума к красоте и моде возрастает.

Проведя анализ работы модельных агентств, выяснилось, что существует ряд проблем, которые влияют на расширение и успех предприятий модной индустрии в регионе:

- недостаточно высокий уровень культуры населения в Дальневосточном регионе;
- удаленность от Центральной части России;
- предвзятое отношение к модельному бизнесу в целом, как результат отрицание выбора профессии модели;
- отсутствие знания английского языка (недостаточный уровень языкового минимума в школьной программе);
- удаленность от Европы;
- много дизайнеров, которые не объединены целями, задачами и структурами;
- спрос на качественные услуги визажистов, стилистов и фотографов не удовлетворяется, так как не отработан механизм финансового партнёрства;
- необходимость удовлетворения спроса активной части населения на моду и красоту.

Для решения этих проблем на базе некоторых модельных агентств были организованы школы моделей, где изучается дефиле, фото позирование, стилистика, колористика, визаж, актерское мастерство, ораторское искусство, психология, диетология и иностранные языки. Охватывается большой пласт населения от 4 лет и до 14, далее группы подростков и более взрослого поколения.

Стремление большей части социума к саморазвитию и усовершенствованию себя, порождает спрос на этот вид услуг и на развитие этого подразделения модельного бизнеса.

В связи с тем, что маркетинговый потенциал российских предприятий на рынке модельных агентств в Приморском крае относительно не высокий, на начальных этапах интеграции на новую ступень, важно учесть ключевую тенденцию развития рынка моды – переход к люкс-категории и обслуживание VIP-клиентов. Усиление люкс-сегмента и развитие новых технологий формирует тактические направления развития студии стиля. Работа студии стиля может быть использована как ведущее конкурентное преимущество. Для модельного агентства одним из приоритетов является стиль моделей, соответственно возникает необходимость в специализированном отделе, отвечающим за этот модный компонент.

Студия стиля – именно такая часть структуры в модельном агентстве. При создании студии стиля в модельном агентстве, персоналу необходимо получить специальные знания и навыки в сфере создания образа и стиля.

Формат студии стиля зависит от многих факторов, включая месторасположение и стартовый капитал. Студии стиля иногда объединяют с салонами красоты или фотостудиями.

Модельные агентства и школы открываются не только в столицах, но и в других городах, у большинства есть филиалы по Приморскому краю. Это дает большой толчок для развития модельного бизнеса в нашем регионе.

Важную роль в развитии играет ежегодное проведение Недели моды на площадке ВГУЭС. Объединение на одной площадке молодых дизайнеров, дизайнеров с опытом, расширение границ общения и обмена опытом, возможность узнать о Приморском крае и Дальневосточном регионе не только в границах нашей страны.

В настоящее время сотрудничество структур модельного бизнеса Приморского края с другими странами можно представить в процентах следующим образом:

- Китай, является лидером 40%;
- Япония 20%;
- Корея 20%;
- Европа 12%;
- США 5%;
- другие страны Азии 3%.

За последнее десятилетие, модельный бизнес в Приморском крае и как следствие, на Дальнем востоке, медленно, но уверенно увеличивал свои ресурсы. С развитием интернета и социальных сетей, его рост уверенно пошел в верх. Стало легче обмениваться информацией и узнавать о проходящих событиях в мире моды прям с места события, показа, шоу, выставок. Поток видео и фотографий позволяет быть в курсе, находясь на расстоянии от происходящего. Доступность информации на форумах и чатах позволила развеять мифы о модельном бизнесе. Информация стала доступна и прозрачна.

Фактически новые технологии используются как на этапе анализа потребителей рынка, организации показов и онлайн презентаций, так и для обработки фотографий, подбора кадров, контроля качества, заменяя тем самым профессию менеджера моды на специалиста в области инновационных технологий управления. Инновационный менеджмент в модельном бизнесе становится основой ретейла.

В связи с повышением интереса населения к самореализации и повышению культурного уровня жизни, можно предположить, что развитие модельного бизнеса в Приморском крае необходимо, как для населения, так и для экономического развития региона. Развитие школ моделей, расширение сотрудничества с Азиатским регионом, открытые студии стиля, ежегодное проведение Недели моды, реклама и положительная репутация – это и есть перспективы развития модной индустрии в Приморском крае.

1. Акер, Д.А. Стратегическое рыночное управление / Д.А. Акер: 6-е междунар. изд. СПб.: Питер, 2012. 496 с

2. Мода и искусство: сб. эссе / ред. Гечи Адам, Караминас Вики; пер. с англ. Е. Демидовой и др. М.: Новое литературное обозрение, 2015.. 256 с.

Рубрика: Региональная экономика

УДК 332.1

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА FASHION-ИНДУСТРИИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА

Ян Ипэн

магистрант

О.Н. Данилова

канд. техн. наук, доцент кафедры ДЗТ

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Регион Дальнего Востока отличается выгодным экономико-географическим расположением. Наличие общих внешних границ и морского побережья с портовой инфраструктурой рассматриваются как основные факторы для развития социально-экономического сотрудничества стран АТР. На примере анализа технологий менеджмента и маркетинга в fashion-индустрии показаны конкурентные преимущества брендов одежды с позиций глокализации.

Ключевые слова и словосочетания: конкурентные преимущества, Дальневосточный регион, fashion-индустрия, бренд одежды, менеджмент в индустрии моды.

COMPETITIVE ADVANTAGE OF THE FASHION-INDUSTRY IN THE FAR EASTERN REGION

The Far East region has a favorable economic and geographic location. The presence of a common external boundary and the seacoast with port infrastructure was considered as the main factors for the development of socio-economic cooperation in the Asia-Pacific region. On the example of analysis of management and marketing technologies in the fashion industry, the competitive advantages of clothing brands from the standpoint of globalization were shown.

Keywords: competitive advantages, Far Eastern region, fashion-industry, clothing brand, management in the fashion industry.

В настоящее время индустрия моды в Дальневосточном регионе является частью процесса глокализации [1, 4]. Наметившиеся тренды на международном рынке одежды создают новые возможности для fashion-индустрии и служат стимулом для подъема легкой промышленности. При этом не существует стабильного консенсуса по некоторым важным вопросам, раскрывающим значение менеджмента в региональной индустрии моды.

Конкурентное преимущество в fashion-индустрии рассматривается в разрезе современных экономических реалий и тенденций развития инновационной экономики. С позиций перспективного развития индустрии моды заслуживают особого внимания фактические достижения сектора швейной промышленности. Индустрия моды относится к сектору креативных индустрий, в котором, несмотря на экономический спад, демонстрируется опережение среднестатистических показателей мировой экономики.

Цель исследования заключается в выявлении трендов развития мировой fashion-индустрии и обосновании конкурентных преимуществ Дальневосточного региона. Основной задачей исследования является анализ конкурентных преимуществ бренда ZARA с позиций глокализации. Предметом исследования являются механизмы управления в индустрии моды, что потребовало выполнения сравнительного анализа деятельности мировых брендов одежды на китайском и российском рынке.

Для выявления факторов конкурентных преимуществ фэшн-индустрии в ДВ регионе в исследовании применялся метод стратегического планирования. SWOT-анализ позволяет выявить категории внутренней и внешней среды организации [5].

Следует отметить, что в общем виде конкурентное преимущество рассматривается как система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности, при этом сохраняется возможность более эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами. Ученые выделяют пять групп факторов конкурентных преимуществ: ресурсные, технологические, инновационные, глобальные, культурные [2]. Ж.Ж. Ламбен (1994) рассматривал характеристики (атрибуты) конкурентных преимуществ (Competitive advantage) со следующих позиций: как базовую услугу (относится к самому товару); как дополнительную услугу, сопровождающую базовую (формы производства, сбыта или продаж, специфичным для фирмы или товара. Конкурентные преимущества Дальнего Востока – это прежде всего выгодное экономико-географическое расположение стран АТР: запасы природных ресурсов; наличие общих внешних границ, протяженного морского побережья, развитой портово-транспортной инфраструктуры.

Уровень экономического взаимодействия между Россией и КНР сегодня достаточно высок. Размер официального импорта товаров широкого потребления из Китая в Россию в настоящий момент составляет порядка 8 млрд долларов США. Для создания приграничных торгово-экономических зон и координации инициатив в данном направлении создается специальный комитет, в состав которого войдут представители различных ведомств [6].

Российская текстильная и швейная промышленность в течение длительного времени (период 2010–2019 гг.) в значительной степени находилась в зависимости от импортных технологий. Для удовлетворения спроса потребителей модной продукции Россия начала постепенно внедрять схемы импортозамещения. В России заметно активизировалась работа по замещению импортной продукции, так, например, в 2015 г. было реализовано 20 отраслевых планов и запущено более 800 проектов. К 2020 г. по прогнозу специалистов ожидается реализация около 900 проектов по импортозамещению [3]. Горизонтальная интеграция в fashion-индустрии характеризуется установлением связей с рыночными субъектами, производящими аналогичную продукцию или предоставляющими схожие услуги, например, в сфере брендинга, выставочной деятельности, профессионального образования и проч.

Инфраструктура Владивостока представляет собой наиболее зрелый на ДВ рынок в плане присутствия международных брендов. Известные международные fashion-бренды (Terranova, New Yorker, Mango) представлены магазинами локальных партнеров – представительств центральных брендов. Это в целом характерно для всего дальневосточного рынка [3]. Самое знаковое для рынка торговой недвижимости fashion-открытие состоялось в 2015 году – тогда Inditex открыл свой первый на Дальнем Востоке магазин Zara. Работавший во Владивостоке магазин Zara открылся в составе ТЦ «Большой ГУМ», но фактически является самостоятельной street retail-точкой со своей внутренней логистикой.

В Китае fashion-индустрия отказалась от продукции, «ориентированной на производство, по низкой цене, с низкими технологиями», т.е. индустрия моды концентрируется на производстве высококачественной популярной одежды. В настоящее время ZARA, как Международный лидер производства одежды и розничных предприятий, имеет в Европе около 40% от всей своей базовой производительности и оставшиеся 60% – охватывает Азию. Концепция fast fashion (“быстрая мода”) хорошо реализована, имеет большое количество внешних самостоятельных поставщиков. Диверсифицированные источники и широкий спектр каналов гарантируют высо-

кое качество продукции, при этом ZARA реализует всеобъемлющий контроль цен на всю свою продукцию. Так как ZARA вступила на китайский рынок, продажи улучшились, и многие потребители в итоге сформировали более высокую лояльность бренда. Многонациональные сетевые предприятия по продажам и отечественные компании использовали успешную модель, направленность бизнеса на дизайн одежды и эксплуатацию бренда в целях снижения затрат, контроля рисков.

Результаты проведенного SWOT-анализ компании ZARA и стратегических ответов приведены в табл. 1, 2.

Таблица 1

SWOT-анализ компании ZARA

	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
В Китае	Хорошая финансовая доходность (продажи). Обширное изучение и использование новых технологий.	Качество одежды ZARA в Китае было поставлено под сомнение. Недостаточные маркетинговые усилия.	Экономическая обстановка в Китае оптимистична. Покупательная способность целевого населения продолжает увеличиваться.	Конкуренция в промышленности становится все более жесткой. Поставка сырьевых материалов ограничивает снижение себестоимости ZARA.
В России	Собственный эффект бренда ZARA очевиден. Высокопрофессиональная команда сотрудников.	Влияние обменного курса валюты. Прогресс в развитии технологий недостаточно контролируемый, значительная доля незапланированных затрат.	Глобальная экономическая интеграция. Способствует укреплению швейной промышленности и международных обменов с Дальним Востоком.	Слабая покупательная способность населения. Влияние финансового кризиса.

Таблица 2

SWOT-анализ стратегических ответов компании ZARA

	Сильные стороны (SO)	Слабые стороны (WO)	Возможности (ST)	Угрозы (WT)
В Китае	Широкий ассортимент изделий и постоянное его обновление. Формирование внутренних благоприятных факторов, активное содействие стратегическому сотрудничеству с well-known компаниями одежды.	Необходимость постоянного улучшения управленческого уровня предприятий с целью повышения качества продукции. Укрепление маркетинговых возможностей.	Использование креативных преимуществ населения, сотрудничество с талантливыми специалистами.	Воспользоваться преимуществами бренда компании и региональными преимуществами, используя инициативу ZARA Market.
В России	Укрепление бренда и постоянное повышение рыночной конкурентоспособности.	Использование институциональных преимуществ ZARA для повышения рыночной выгоды.	Укрепление положения на международных рынках, развитие розничной торговли в различных странах мира.	Захват пространства для мирового экономического развития. Ускорение темпов экономического развития.

Проведенный анализ показал: конкурентные преимущества известных брендов в ДВ регионе сокращают эксплуатационные расходы; рентабельность рынка ZARA была улучшена в Китае за счет соответствия ожиданиям потребителей в модной продукции; использование современных электронных технологий и применение электронной коммерции снижают производственные издержки и расширяют маркетинговые каналы, что обеспечивает новый спрос; Россия использует институциональные преимущества ZARA для стабилизации рыночной

стоимости продукции, укрепления международного статуса рынка продаж и развития розничной торговли.

Успешный бренд является ключом к получению конкурентного преимущества и, в определенной степени гарантирует доступ модных товаров на рынок. Географическое преимущество Дальневосточного региона и экономические взаимозаменяющие факторы создают уникальные условия для создания региональной экономической интеграции. Новые возможности для китайско-российского трансграничного инфраструктурного экономического сотрудничества влияют на развитие конкурентных преимуществ fashion-индустрии.

1. Данилова, О.Н. Репрезентация наследия протодизайна костюма коренных народов российского Дальнего Востока в информационно-креативном пространстве АТР: глокализационный контекст / О.Н. Данилова, А.Б. Каяк // Человек и культура. 2018. № 4. С.22-30. URL: http://e-notabene.ru/ca/article_26819.html

2. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер [Электронный ресурс] URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/Competitive_Advantage_of_Nations.shtml (дата обращения 20.03.2019)

3. Продвижение российского рынка. [Электронный ресурс] URL: <http://www.eeff.net/wechatarticle-341348.html> (дата обращения 18.03.2019)

4. Swyngedouw E. Globalisation or Glocalisation? Networks, Territories and Rescaling// Cambridge Review of International Affairs, № 17(1), 2004. P. 25-48.

5. Panagiotou G. Bringing SWOT into focus / G. Panagiotou // Business Strategy Review.–2003. Vol. 14, № 2. P. 8–10.

6. Молодые учёные вузов России и зарубежья представили своё видение интеграции науки и практики на международной конференции во ВГУЭС. 宋承敏教授. Развитие экономического сотрудничества между регионами Северо-Востока Китая и Дальним Востоком РФ /Сун Чэн-минь [Электронный ресурс]. URL: http://www.vvsu.ru/latest/article/2146031979/molodye_uchenye_vuzov_rossii/ (дата обращения 22.04. 2019)

Секция. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

Рубрика: : Сервисная деятельность

УДК 658

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.Е. Авдеева

бакалавр

И.С. Кочеткова

канд. ист. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Проблема развития, формирования и продвижения брендов важна для многих фирм и предприятий. В условиях конкуренции перед предприятиями возникает сложная задача занять устойчивую позицию на рынке и увеличивать эффективность деятельности. Брендинг является эффективным инструментом формирования потребительского спроса, стимулирования сбыта и продаж. Бренд регулирует поведение покупателя, создает устойчивый благоприятный образ (имидж) компании и товара, гарантирует долгосрочные стабильные отношения с лояльным потребителем. В статье рассмотрены элементы стратегии продвижения бренда сервисного предприятия.

Ключевые слова и словосочетания: бренд; брендинг; продвижение бренда; презентация; конференция..

DEVELOPMENT OF MEASURES TO PROMOTE THE BRAND SERVICE COMPANY

The problem of development, formation and promotion of brands is important for many firms and enterprises. In a competitive environment, enterprises face a difficult task: how to take a steady position and preserve operational efficiency. Branding is a relevant tool for the formation of consumer demand, sales promotion and sales. The brand regulates the behavior of the buyer, creates a stable favorable image of the company and the product, and guarantees long-term stable relations with the loyal customer. The article discusses the elements of a brand strategy for a service enterprise..

Keywords: brand, branding, brand promotion, presentation, conference.

Дэвид Огилви, создатель теории брендинга, определяет бренд как неосознаваемую сумму имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования. Бренд также является сочетанием впечатления, которое он производит на потребителей, и результатом их опыта его использования [1].

Современные исследователи бренда предлагают более широкую формулировку этой категории. Главная цель бренда – достижение долгосрочных конкурентных преимуществ в продвижении товаров или услуг на рынке. Эффективные бренды работают с действенными методами убеждения и оригинальными идеями. Они не только изменяют отношение потребителя к бренду и товарам, но также и преобразуют сознание потребителей. Бренд играет огромную роль в создании имиджа компании.

ООО «Дельрус-ДВРЦ» это производственно-дистрибьюторский холдинг, поставщик технологий лечения и диагностики, комплексных технических решений и услуг по их поддержке и внедрению. Вид деятельности – оптовая торговля фармацевтической продукцией. Компания также предлагает сервисную помощь и производит товары для медицины под собственными торговыми марками, ориентируясь на мировые стандарты [2].

Характеристика процесса формирования бренда этого предприятия включает следующие показатели. В ООО «Дельрус-ДВРЦ» сформулирована миссия компании. Создание позициониро-

вания – главный момент в исследовании стратегии воздействия на внимание покупателей и мотивацию к покупкам. Организация заявляет о ведущей роли на рынке по отношению к соперникам («Дельрус-ДВРЦ» – единственный, который регулярно двигается вперед, однако при этом обеспечивает собственных покупателей первоклассным сервисом»). Подчеркивается специфика продукта («Дельрус-ДВРЦ» выбирает для собственных покупателей оптимальное оборудование»).

Имеются элементы фирменного стиля, такие как слоган, логотип, корпоративные цвета, визитная карточка, печатная продукция.

Анализ имеющейся целевой аудитории включает ТОП-10 заказчиков.

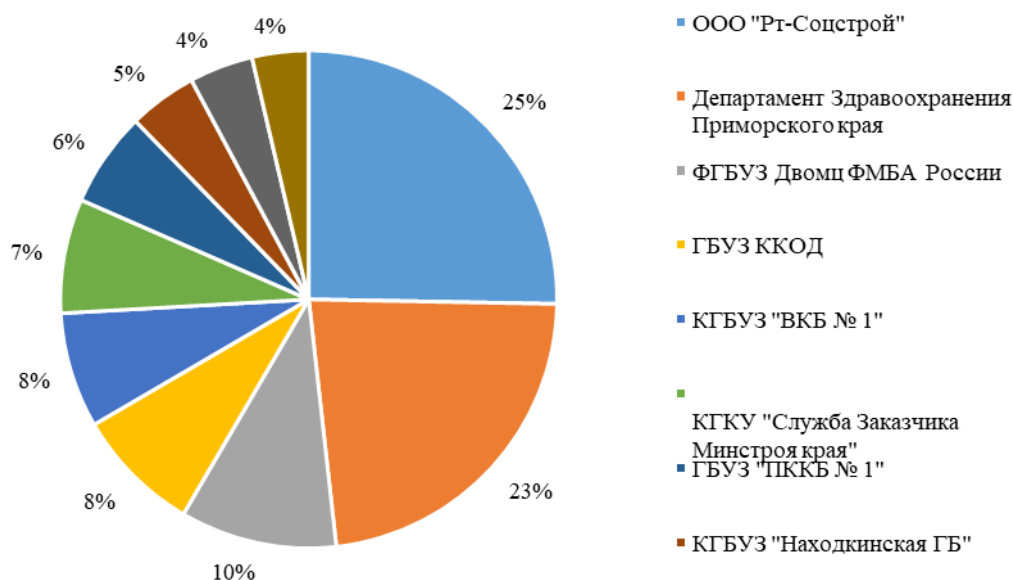


Рис. 1. ТОП-10 заказчиков ООО «Дельрус-ДВРЦ», г. Владивосток

Сравнение показывает, что основным заказчиком в госконтрактах предприятия выступает Департамент Здравоохранения Приморского края (23%) и ООО «Рт-Соцстрой» (25%).

Анализ конкурентов выявил, что основными конкурентами являются компании: Мск ДВ, Юнилаб, Эндоскоп.

Сравнительный анализ конкурентоспособности компаний выявил, что одной из проблем ООО «Дельрус-ДВРЦ», является качество работы персонала. Проведенный опрос, в ходе которого был проанализирован уровень личных деловых компетенций, показал, что сотрудники испытывают определенные трудности в работе.



Рис.2. Уровень личных деловых компетенций

где 1 балла – нет, 2 балла – скорее нет, чем да, 3 балла – иногда, 4 балла – скорее да, чем нет, 5 баллов – да

Выявленную проблему предложено решать путем проведения следующих мероприятий:

1. Коммуникативные тренинги. Цель: повышение эффективности делового взаимодействия с клиентами. Тематика: «Стандарты качественного обслуживания», «Профессиональное общение в сфере оказания услуг», «Продажи в сервисе», «Работа с возражениями и сопротивлениями»,

«Мастер общения с разными типами клиентов», «Эффективные коммуникации в конфликтной ситуации».

2. Мастер-классы представителей «лидеров мнений» в области сервиса.

3. Стажировки и наставничество на рабочем месте.

Еще одним ресурсом в позиционировании бренда является рекламная деятельность.

Основными способами продвижения бренда сервисного предприятия являются: интегрированные маркетинговые коммуникации: маркетинг, реклама, PR, ориентированные на установление отношений с целевой аудиторией; комплексные программы лояльности (система вознаграждений постоянных покупателей); презентации.

Среди указанных способов продвижения бренда предприятия, организации предложено провести презентацию компании.

Основными целями презентации являются информативные, убеждающие, развлекательные и напоминающие. Более подробно цели представлены в виде табл. 1.

Таблица 1

Цели и задачи презентации

№ п/п	Цели	Задачи
1.	Информативные	познакомить аудиторию с новым брендом; информирование потенциальных потребителей о наличии и ассортименте данной продукции, ее внешнем виде, составе, качестве и т.д.; идентифицировать данную продукцию с фирмой-производителем; сформировать у аудитории и поддержать положительный, развивающейся и устойчивый образ компании, предлагающей продукты
2.	Убеждающие	рассказать потребителям о преимуществах продукции, о преимуществах применения новых технологий; рассказать о дополнительных возможностях для покупателей; доказать, что с предприятием выгодно сотрудничать
3.	Развлекательные	создать для аудитории своеобразный праздник, положительные эмоции, которые могут переложены на товар или могут быть ассоциируемы с презентуемым товаром, что является необходимым условием для развития бренда.
4.	Напоминание	поддержать знания об организации, его товаре и технологиях

Проанализируем целевую аудиторию презентации по размеру и составу аудитории, по возможной реакции публики, по уровню понимания аудитории. Сформируем данные в виде табл. 2.

Таблица 2

Целевая аудитория

№ п/п	Основные разделы вопросов по характеристике аудитории	Конкретные вопросы по обозначенным темам
1	Размер и состав аудитории	посетители презентации: жители Владивостока, все желающие, количество одновременно присутствующих на презентации до 300 человек; потенциальные партнеры; постоянные клиенты, компаньоны; представители общественных организаций, государственных органов
2	Анализ возможной реакции публики	интерес к внешнему виду и качеству продукции; желание купить, сделать индивидуальный заказ; проявить интерес к новым технологиям выпуска продукции, возможность сотрудничества; закрепление доверия к предприятию
3	Уровень понимания аудитории	интерес к фармацевтике, представление об оборудовании, технологии производства и т.п.; интерес к потенциальному выгодному сотрудничеству

Программа мероприятия:

1. Вступительное слово ведущих и показ видеофильма о самом предприятии, о его продукции, о технологиях изготовления, отражающие инновационность, общественную значимость, актуальность, оригинальность и технологическую новизну объекта презентации.
2. Краткие сообщения представителей ООО «Дельрус-ДВРЦ» (по 5-10 минут) по вопросам, потенциально интересным для присутствующих, показать продукцию фирмы в реальном воплощении и технологию изготовления на макете, с помощью схем и графиков.
3. Ответы представителей предприятия на вопросы присутствующих.
4. Выступления гостей с замечаниями, комментариями, пожеланиями и поздравлениями.
5. Вручение приглашенным сувениров, рекламных листов, буклетов.
6. Концерт.
7. Окончание презентации.

Приглашения для инвесторов, партнеров, клиентов рассылаются по электронной почте. Информация о мероприятии распространяется по радио, телевидению и с помощью флаеров. Для сотрудников приглашение размещается на информационной доске.

Оценка эффективности презентации это важный этап планирования. Реальная оценка эффективности любого PR-мероприятия, в том числе и презентации возможна только тогда, когда у нее есть четкая цель и ее результат соотносится с поставленной целью.

В нашем случае, перед презентацией ставится не одна, а несколько целей. В этом случае необходим ряд систем оценок эффективности.

Оценка эффективности презентации бренда производится по следующим критериям:

1. увлекательность;
2. содержательность;
3. визуализация;
4. интерактивность;
5. сбалансированность.

Полнота предоставленной информации будет достигнута за счет четкой подготовки выступающих, полнотой раздаточных материалов, уровня посвящения ведущих в тематику, а также использования технических средств.

В нашем случае существует возможность обнаружения относительной эффективности презентации по аналогии с оценкой результативности, при этом выделяются два основных направления:

- по соотношению объемов продаж (в денежном выражении) или прибыли до и после проведения презентации и затраченной на нее суммы;
- изменением процента информированности заданной аудитории об организаторе мероприятия, его товарном знаке, продукции. Тогда эффективность мероприятия оценивается тем, насколько эффективно она выполняет свою информационную функцию.

Форма оценки эффективности презентации – «план-факт», то есть результативность проведения презентации будем оценивать с точки зрения реализации поставленных целей, выполнения всех запланированных действий.

Критерием оценки эффективности презентации выступает бюджет. Предполагается осуществление всех действий на протяжении всего мероприятия в пределах планируемых материальных и нематериальных возможностей.

В результате, можно сделать вывод, что проведение презентации бренда, как PR-мероприятия, будет эффективным и позволит сформировать необходимый образ бренда среди целевых групп аудитории.

1. Перция, В. Брэндмейстеры / В. Перция // Рекламные идеи YES! 1999. № 2. С. 31-32.

2. Сайт предприятия ООО «Дельрус-ДВРЦ» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.delrus.ru>

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ЭЛЕКТРОННОЙ ТУРИСТСКОЙ КАРТЫ С ЭЛЕМЕНТАМИ ВИРТУАЛЬНОЙ ЭКСКУРСИИ НАХОДКИНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА

В.И. Ананьев
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка, Россия*

В статье представлено описание разработки проекта электронной туристской карты с элементами виртуальной экскурсии Находкинского городского округа. Приведены условия, предъявляемые картам. Исследован процесс создания карты с использованием ГИС-технологий. Представлено понятие виртуальной экскурсии.

Ключевые слова и словосочетания: электронная туристская карта, виртуальная экскурсия, ГИС-технологии.

DEVELOPMENT OF THE PROJECT OF AN ELECTRONIC TOURIST MAP WITH ELEMENTS OF A VIRTUAL TOUR OF THE NAKHODKA URBAN DISTRICT

The article used the description of the virtual tour of the Nakhodka urban district. The conditions shown by the cards. The process of creating maps using GIS technology is investigated. Presented the concept of virtual tours.

Keyword: e-tourist map, virtual tour, GIS technology.

Одним из российских регионов, где туризм и гостеприимство стали приоритетной отраслью экономики, является Находкинский городской округ Приморского края. Привлекательность региона среди туристов связана во многом имеющимися на его территории туристскими ресурсами. Благоприятные климатические условия на побережье округа способствуют развитию такого вида массового отдыха, как купально-пляжный.

Несмотря на свою внутреннюю специфику, туризм по-прежнему тесно связан с географическим пространством, поскольку он является сферой, в которой происходят все процессы, связанные с перемещениями людей. Поэтому он опирается на поля, описывающие указанное пространство, в частности, из естественных и исторических наук, которые предоставляют информацию о туристических достопримечательностях различных районов по всему миру. Эти знания доступны в основном через путеводители и туристическую информацию. Доступ к информации о местонахождении туристических достопримечательностей), который легче представить в графической, чем описательной форме, очень важен с точки зрения плавного функционирования туризма.

Существует связь между туризмом и картографией, научная дисциплина и область практической деятельности, которая занимается разработкой, производством и использованием карт. Картографические публикации могут заниматься вопросами, связанными с туризмом двояким образом. Первая группа состоит из так называемых карт туризма (туристических услуг), которые представляют пространственные различия между явлениями, связанными с туристскими потоками. Наглядным примером является карта, которая показывает «туристическую привлекательность» отдельных европейских стран (привлекательность измеряется в зависимости от количества туристов, посещающих отдельные страны за определенный период времени). Карты такого рода напрямую не используются туристами, а их основными пользователями являются исследователи, которые анализируют связанные с туризмом явления.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что для ориентирования на территории исследуемого района туристам необходимо быстрый доступ к информации относительно объектов туризма. Поэтому в данной статье была описана разработка проекта электронной турист-

ской карты с элементами виртуальной экскурсии Находкинского городского округа с использованием ГИС -технологий.

Научная новизна заключается в изучении процесса создания подобных карт.

Цель статьи – исследовать теоретическую часть разработки электронной туристической карты с элементами виртуальной экскурсии. Цель достигается решением следующих задач:

- изучением основных понятий;
- анализ роли карты в развитии туризма;
- анализ особенности и разработки электронной туристической карты.

Методы исследования, применяемые в данной статье: комплексный анализ и анализ синтез.

Туристские карты имеют прикладное значение, используются широким кругом потребителей, как правило, с целью планирования и реализации путешествий. В зависимости от цели предпринимаемого туристского путешествия, туризм подразделяется на следующие разновидности: рекреационный, экскурсионный и специализированный туризм, каждый из которых разделяется в свою очередь на виды. С видами туризма, определяющимися целью туристского путешествия и его разновидностями хорошо соотносится такой классификационный критерий туристских карт как содержание карт. Содержание карт также обуславливается подобными дифференциацией и разновидностями туризма по продолжительности путешествия, по возрасту участников, по ритмике туристских потоков. Следует отметить, что не все без исключения виды и разновидности туризма могут иметь должное представление на туристских картах [1, с. 272].

Виртуальный тур – это симуляция существующего местоположения, обычно состоящая из последовательности видео или неподвижных изображений. Наряду с этим могут использоваться другие мультимедийные элементы, такие как звуковые эффекты, музыка, повествование и текст. Он отличается от использования прямого телевидения для воздействия на телетуризм.

Фраза «виртуальный тур» часто используется для описания различных видео и фотографических медиа. Панорама указывает на непрерывный вид, поскольку панорама может быть представлена либо серией фотографий, либо панорамированием видеозаписи. Однако фразы «панорамный тур» и «виртуальный тур» в основном ассоциируются с виртуальными турами, созданными с использованием фотоаппаратов. Такие виртуальные туры состоят из нескольких снимков, сделанных с одной точки зрения. Камера и объектив вращаются вокруг так называемой точки без параллакса (точная точка сзади объектива, где свет сходится).

Видео-тур – это полный видеоролик о движении. В отличие от статического эффекта виртуального тура, видео-тур – это линейный обход местоположения. Используя видеокамеру, место съемки снимается в темпе ходьбы и непрерывно перемещается из одной точки в другую по всему объекту. 3D виртуальные туры могут быть созданы с помощью 3D реконструкции.

Туристские карты играют определенную роль в формировании и расширении туристского потока и туристических направлений. В связи с этим, к картам данной группы предъявляются следующие условия. Они должны:

- отображать актуальные данные;
- иметь легкодоступную систему условных обозначений. Осуществление данного условия обуславливает широкое применение наглядных условных символов и стремление к унифицированной концепции условных обозначений;
- являться удобными в применении;
- обладать интересным картографическим дизайном, справочными и дополнительными сведениями.

Интеграция ГИС и Интернета поспособствовала формированию такого нового направления как виртуальный туризм. Совершить виртуальное путешествие можно как с помощью различных блогов и туристских порталов, так и с применением интерактивных карт и глобусов (Googlemaps, Панорама улиц от Яндекс, GoogleEarth, NASAWorldWind, виртуальный планетарий Stellarium, экскурсии по музеям и галереям мира ArtProject и др.). Мультимедийные путеводители для Интернета и Web-ГИС туристской тематики формируются и с участием обычных пользователей, и коммерческими организациями, и общественными организациями, и административными структурами и др.

Таким образом, туристские карты обеспечивают развитие въездного и внутреннего туризма. Наличие полной, достоверной и актуальной информации содействует принятию наиболее эффективных решений и, следовательно, повышению темпов развития туризма. Методическая и технологическая база, разработанная в процессе работы над туристской картой, может стать

достаточной основой для последующего формирования механизма информационного обеспечения развития туризма.

На туристических картах нет четко определенной целевой аудитории. Их могут использовать люди, которые имеют большой опыт в области туризма и чтения карт, а также люди, которые не имеют такого опыта, люди с различным образованием и туристы из разных стран и культур. Никакая туристическая карта не может удовлетворить потребности всех туристов, которые ее используют. Содержание туристической карты является решающим фактором ее полезности, поэтому выбор содержания и презентации обусловлен в основном тем, что должна выполнять карта. Разнообразие содержания и разнообразия аудитории отражается, среди прочего, в большом количестве названий опубликованных печатных туристических карт, например, геологической туристической карты, топографической туристической карты, карта туристических достопримечательностей, карты троп для каноэ, карты религиозных объектов или карты кемпингов [2].

Содержание карты также определяется ее масштабом. Когда масштаб изменяется, количество объектов, которые могут быть представлены на карте, тоже меняется, потому что карта должна оставаться прозрачной и привлекательной с точки зрения ее графического дизайна. Существует также общая зависимость от того, что роль топографических элементов возрастает при увеличении масштаба карты. Экспозиция этих элементов зависит от типа туристической карты, которая демонстрирует, как цель карты влияет на выбор графических решений.

Элементы топографического контента играют очень важную роль на туристических картах, поскольку они позволяют пользователям карты ориентироваться в поле. Правильное представление топографического рельефа особенно важно для того, чтобы карта могла выполнять свою ориентационную функцию, особенно в горных районах. Тем не менее, точное представление местности имеет свои сложности. Считается, что сочетание контурных линий и методов затенения является оптимальным решением. Современные туристические карты обычно отражают попытки достичь облегчения четкого образа, применяя вышеупомянутые методы.

Для составления электронных туристических карт с элементами виртуальной экскурсии более приемлемыми считаются ГИС-технологии. В настоящее время они охватывают практически все области работы человека и хорошо удовлетворяют потребности различных прикладных направлений и приложений. На современном уровне развития науки и техники ГИС-технологии считаются необходимым средством для сбора, обработки, хранения, моделирования, анализа и визуализации туристических сведений. В данной работе ГИС-технологии используются как новая методика для составления туристических карт.

Современные ГИС-технологии дают возможность создавать туристические ГИС, – то есть массовые систематизированные туристические данные для организации туристической деятельности. Любой турист с применением материалов такого рода ГИС сумеет быстро получить различную информацию в виде карт, цифровых моделей, графиков, диаграмм и иных способов визуализации.

ГИС существенно ускоряют многие этапы составления карт. Туристические карты, составленные в среде ГИС, различаются хорошим дизайном, точностью, привлекательностью, быстротой и вариантами изготовления. Помимо этого, возможен анализ каждого компонента в отдельности, создание цифровой модели рельефа (ЦМР), организации электронного туризма, распространение информации и т.д. Возможно создать большое число разнообразных слоев информации по туризму.

Для составления электронных туристических карт с элементами виртуальной экскурсии на базе ГИС-технологий нужны полевые работы, формирование «Полевого ГИС-а», включающего GPS-приемник и электронный тахеометр, помогающих довольно быстро осуществить полевую съемку, определить координаты всех точечных объектов туризма.

Туристическая ГИС – это не просто набор систематизированных туристических данных, а особый кладезь туристической информации, свежий взгляд и технология для организации туризма, рационального использования туристических ресурсов, разумной организации туристической деятельности.

Таким образом, на электронных туристических картах с элементами виртуальной экскурсии обязаны быть отображены отдельные формы рельефа, их комплексы и объекты, сопряженные с ними, обладающие туристическим значением, по которым можно проанализировать туристическое состояние, возможности и перспективы территории. Кроме того на этих объектах необходимо внедрить возможность виртуального просмотра достопримечательности. Помимо

этого, на карту обязаны быть перенесены все компоненты рельефа, обладающие туристическое значением, и связанные с ними объекты: объекты сервиса, туристические базы, агентства, комплексы, вокзалы, порты, пристани и т.д. Неотъемлемым компонентом считается легенда карты. Туристическая карта оформляется на персональном компьютере с применением базовых приложений типа ArcGIS ArcMap.

Выводы: грамотно составленная туристическая карта дает возможность целесообразно использовать ресурсы, размещать туристические объекты, типизировать рельеф в целях туризма, что может дать значительную прибыль, долгосрочное функционирование туристических объектов и т.д.

1. Салищев, К.А. Картография: учебник для университетов / К.А. Салищев. М.: «Высшая школа», 2016. 272 с.
2. Уварова, А.К. Классификации туристских карт. [Электронный ресурс] / А.К. Уварова. 2016. URL: <http://www.geogr.msu.ru/cafedra/karta/anniversary/docs/uvarova.pdf>
3. Дьяченко, Н.В. Использование ГИС-технологий. [Электронный ресурс] / Н.В. Дьяченко. 2015. URL: <http://gistechinik.ru/index.php/ru/istochniki/literatura-po-gis.pdf>

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 001.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Т.А. Боярова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

Т.В. Метляева
канд. культурологии, доцент кафедры дизайна и технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье представлено исследование корпоративной культуры сервисного предприятия, ее типы и роль в современном мире, факторы, влияющие на корпоративную культуру. Описаны основные этапы работы по формированию и развитию корпоративной культуры. Приведены примеры совершенствования корпоративной культуры. Исследована нормативная документация сопровождающая деятельность сотрудников сервисной организации в тех или иных обстоятельствах (стандарт правил поведения, конфликтные ситуации). Результаты исследования могут быть применены для совершенствования корпоративной культуры на предприятии, путем применения данных рекомендаций может ожидать укреплению позиций среди конкурентов, а также благоприятный внутренний микроклимат..

Ключевые слова и словосочетания: корпоративная культура, персонал, совершенствование, сервисная организация, обслуживание, стандарты.

IMPROVING THE CORPORATE CULTURE OF SERVICE ORGANIZATIONS

The article presents a picture of the definition of the corporate culture of the service enterprise, its types and role in the modern world, the factors affecting the corporate culture. The main stages of work on formation and development of corporate culture are described. Examples of improvement of corporate culture are given. The normative documentation accompanying activity of employees of the service organization in these or those circumstances (the standard of rules of conduct, conflict situations) is investigated. The results of the study can be used to improve the corporate culture in the en-

terprise, through the application of these recommendations can be expected to strengthen the position among competitors, as well as a favorable internal microclimate.

Keywords: *corporate culture, personnel, improvement, service organization, service, standards.*

«Постоянные перемены, происходящие в обществе, различные составляющие деятельности производства и деловой деятельности, которая приносит финансовый достаток, подъем значительности временного фактора, а также расширения организации и ее пространственных границ, усиление объемов и скорости информационных потоков, а также получения новых знаний повышают значимость внутренних источников экономического роста, способных обеспечить прирост производства» [1, с.25]. Но наряду с этим, данные перемены ставят предприятия в жесткие условия выживания. Важной единицей, которая обеспечивает создание вариационной, адаптивной и тем самым более эффективной и успешной системой организации является корпоративная культура предприятия.

Актуальность работы заключается в том, что она имеет огромное значение для абсолютно любого рода организаций, фирм и без корпоративной культуры организация не будет существовать и иметь какой-либо статус, положение на рынке и т.д. Во всех развитых странах к корпоративной культуре относятся со вниманием, то есть ее создают, поддерживают и совершенствуют. Корпоративная культура отличает одну организацию от другой, придерживается целей, которые наиболее подходят для организации. Компания, которая развивает корпоративную культуру – развивает организацию, тем самым направляя эту организацию на путь успешности и конкурентоспособности.

Научная новизна заключается в анализе корпоративной культуры сервисной организации и описании приемов ее совершенствования.

Цель статьи – проанализировать корпоративную культуру организации социокультурного сервиса и разработать пути совершенствования корпоративной культуры.

Цель исследования достигается решением следующих задач:

Исследование существующей корпоративной культуры в организации социокультурного сервиса;

Формирование этапов совершенствования корпоративной культуры.

В работе использовался структурно-функциональный метод.

«Корпоративная культура – это правила либо принципы деятельности производства в компании, и нормы в поведении людей определенной организации. Общие для всех внутренних клиентов ценности и убеждения, отношения и нормы поведения. Это тот ключ от которого зависит как организация работает, какие мероприятия проводятся внутри неё которых не должен видеть внешний клиент. Это также то, что объединяет сотрудников и наконец, это то, что отличает данную организацию от других» [2, с.213].

В современной науке достаточно исследования данной проблематики, однако термин «корпоративная культура» разные источники трактуют по разному. Во время того, когда основоположник одной из крупных корпораций, занимающихся автомобилями Форд приветствовал своих внутренних клиентов, то есть простых работяг за руку, а также он поздравлял их с семейными праздниками, этими несложными манипуляциями создавалась атмосфера, благоприятная для коллектива, которая основывалась на тёплых, но притом деловых отношениях в коллективе как между подчинёнными, так и руководителем с подчинёнными. Таким образом, создавалась та самая корпоративная культура, о которой сегодня принято говорить, как о чем-то само собой разумеющемся, когда имеют ввиду внутри личностные отношения в коллективе. Это явление, которое неощутимо, но чьи результаты весьма значительны как материально, так и духовно.

«Рассмотрим основные факторы, влияющие на корпоративную культуру:

– индивидуальная независимость, то есть под этим определением понимается уровень ответственности, неподверженности чьему-либо контролю и возможностей выражения инициативы в организации;

– структура, включающая сотрудничество подразделов компании и действующие лица, правила, руководителя и контролирующих подразделений;

– направление, формирует степень поставленных целей и будущего проекта деятельности организации;

– объединение коллектива, под которым понимается степень, до которой субъекты в рамках предприятия пользуются поддержкой в интересах осуществления совместной деятельности;

- управленческое обеспечение, данное понятие трактуется как степень, относительно которой работники предприятия(управления) обеспечивают чёткие коммуникационные связи, мощь и поддержку своим подчинённым;
- поддержка – это уровень помощи, оказываемой руководством своим подчинённым;
- стимулирование, то есть степень взаимосвязи вознаграждения от результатов труда;
- идентифицированность – степень сопоставления работников с предприятием в общих чертах;
- управление конфликтами – степень, с которой разрешаются конфликты на предприятии;
- управление рисками – это степень, до которой сотрудники стимулируются в принятии на себя риска» [3, с.324].

К. Камерон и Р. Куинн выделяют следующие типы корпоративной культуры:

- клановую;
- адхократическую;
- рыночную;
- иерархическую.

Эта типология выделена на основе следующих направленностей – фокус организации на внутренних процессах или на внешних совместно с гибкостью, особыми концепциями и контролем.

«Клановая или как по-другому ее ещё называют, семейная корпоративная культура характерна для компании, которая устремляет своё внимание на заботе о людях и внутреннем уважении к индивидуальности и уникальности каждого сотрудника. Главной ценностью такой культуры является команда, командный дух. Очень часто это компании, которые работают, занимаясь услугами, либо торговлей, то есть всегда у данных компаний есть клиенты.

Адхократическая корпоративная культура в компании проявляется через организацию внимания к внешним позициям на рынке, к потребителям в сочетании с повышенной вариативностью в решении задач. Одна задача должна иметь несколько решений как минимум пять. Данный тип корпоративной культуры присущ для прогрессивных, передовых производственных компаний, которым всегда надо иметь представление о том, что происходит вокруг, производить мониторинг ситуации и в соответствии с этим принимать решения.

Для фирм с *рыночной* культурой присуще фокусирование внимания на внешних положениях (то есть это доля рынка, прирост клиентской базы, завоевание клиентов) в сочетании с постоянностью и контролем (поддержание определённого уровня эффективности компании). Наиболее эффективно с таким типом корпоративной культуры существуют предприятия оптовой торговли; амбиция завоевывать делает их лидерами рынка.

Иерархическая или как ее ещё называют *бюрократическая* корпоративная культура – это культура компаний, которые более обращают свой интерес на внутренней поддержке персонала и распорядочности всех этапов, высоким уровнем контроля. К этому типу чаще всего относятся государственные структуры и предприятия, которые, прежде всего, ориентированы на соблюдение всех правил и внутренний комфорт, нежели на потребительскую базу» [4, с.215].

Основные этапы работы по формированию и развитию корпоративной культуры заключаются в следующем:

- анализ существующей культуры;
- разработка Корпоративного Кодекса;
- определение форм и методов работы;
- реализация проектов;
- анализ изменений.

«Анализ существующей корпоративной культуры проводится по таким основным направлениям:

- базовые ценности (командный дух всех сотрудников компании ради достижения общей цели);
- традиции и символика(заключается в фирменной униформе с отличительными знаками, интерьере с символикой. Что касается традиций то при их множестве, в тоже время их не хватает для хорошей работы сервисной организации. Здесь необходима точечная проработка традиций, их внедрение в организацию и соответственно выполнение. К символике также относится здание, его фасад здания который нуждается в проработке);

– стандарты поведения (доброжелательное отношение к каждому клиенту и индивидуальный подход. Стандарты поведения являются важной проблемой, которую необходимо решить путём написания корпоративного кодекса);

– восприятие бренда (это как бы обратная связь с клиентом, здесь необходимо провести анкетирование на знание символов спортклуба, запоминается ли символ, что означает и т.д.)» [5, с.27].

Вариант совершенствования корпоративной культуры.

– укрепление позиций связанных с корпоративным стилем – униформа с символикой, календари, визитки, дизайн интерьера, который также связан с главным символом предприятия и конечно же фирменный цвет который используется в интерьере, униформе и других составляющих корпоративного стиля. Сюда также относятся мифы, гимн и флаг предприятия, который должен разрабатываться внутренними клиентами предприятия.

– составление корпоративного кодекса, который имеет свою структуру и содержание, для этого нужно соблюдать общие рекомендации по его составлению, так, рекомендуется включить в кодекс следующие пункты:

- обращение руководителя компании;
- введение;
- история создания компании;
- наша компания «Кто мы»;
- наши ценности;
- рабочее место;
- внешний вид сотрудника;
- поздравления с праздничными датами;
- нормы общения;
- увеличение количества тренингов на предприятии социокультурного сервиса;

Еще одно дополнение по корректировке совершенствования корпоративной культуры это:

– мероприятия по сплочению коллектива, так называемый корпоративный отдых или тимбилдинг. Здесь также решение проблемы простое это увеличение поводов мероприятий по тимбилдингу. Например: игры в пейнтбол, корпоративные вечера по тематикам, квест-игра коллективом, выезды на природу, игра в боулинг, бильярд, совместные походы в кафе, рестораны, совместный активный спорт.

Подводя итог хочется сказать что корпоративная культура представляет собой огромную часть явлений материальной и духовной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс корпоративной культуры и ритуалы, традиции, которые формируются с момента образования организации и разделяются всеми членами команды.

Естественно, что корпоративная культура не приносит доход и прибыль сама по себе, но в то же время, вряд ли кто станет спорить с тем, что сплочённая и стремящаяся к единой цели команда, способна решать поставленные перед ней задачи с гораздо большим энтузиазмом и, как следствие, эффективностью, чем разрозненный коллектив работников.

1. Арутюнова, Д.В. Корпоративная культура в организации / Д.В. Арутюнова. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ. 2016. 122 с.

2. Барановский, С.И. Работа в радость / С.И. Барановский, Л.В. Лагодич. Минск: УП «ИВЦ Минфина». 2015. 324 с.

3. Беляев, В.И. Привычка работать вместе / В.И. Беляев. М.: Кнорус. 2017. 672 с.

4. Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. М.: Экономистъ. 2016. 670 с.

5. Глумаков, В.Н. Стратегический менеджмент / В.Н. Глумаков, Н.И. Малышев М.: Вузовский учебник. 2016. 187 с.

АРХЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЧЕРНИГОВСКОГО РАЙОНА ПРИМОРСКОГО КРАЯ НА ПРИМЕРЕ РАССМОТРЕНИЯ ИСТОРИКО- АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО ПАМЯТНИКА ГОРНОХУТОРСКОЕ ГОРОДИЩЕ

А.В. Горбунов
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье раскрыт археологический потенциал Черниговского района Приморского края на примере городища и показана возможность его использования для туристских целей. Даны рекомендации по увлечению туристского потока к археологическим объектам.

Ключевые слова и словосочетания: археологический потенциал, чжурчжэнь, раскопки, городище, культурные комплексы.

STAFF SALARIES IN THE MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM IN ORGANIZATIONS

The article reveals the archaeological potential of the Chernihiv region of Primorsky Krai on the example of the settlement and shows the possibility of its use for tourist purposes. Recommendations on the fascination of the tourist flow to archaeological sites are given..

Keywords: archaeological potential, Jurchen, excavations, ancient settlement, cultural complexes.

Актуальность выбранной темы – несмотря на наличие высокой концентрации археологических памятников на территории Приморского края их посещение ограничивается узким кругом туристов, что не способствует повышению в целом культурного уровня населения.

Научная новизна заключена в исследовании особенностей археологического потенциала Приморского края на примере Горнохуторского городища Черниговского района.

Цель статьи – показать ценность археологического туризма, доказать, что Приморский край имеет значительное количество археологических памятников различных исторических эпох, доказать на примере изучения городища какие его особенности могут привлечь туристов, дать рекомендации по решению проблем, способных стать препятствием в развитии Горнохуторского городища как туристского объекта.

Методы исследования: картографический метод, анализ и исследование текстовых источников и научных монографий, метод аналогии, фотографический метод.

В настоящее время, археологический туризм выделился в самостоятельный вид.

Данный вид туризма позаимствовал некоторые элементы той основы, на которой базируются культурный и познавательный туризм. Эти элементы относятся к историко-культурному потенциалу страны.

Но в отличие от культурного и познавательного видов туризма, которым достаточно иметь привлекательную чем-либо местность, археологический туризм нуждается в обязательном наличии территории, такой, которая обладает археологической ценностью или присутствием на рассматриваемой территории специально сформированных для посещения объектов показа: музеев с наличием археологических экспозиций, реконструированных участков территории с возможностью принять участие в раскопках, специальных туристско-развлекательных центров рассматриваемой тематики и т.д.

Посещая определённый регион с целью туризма, путешественник обращает внимание на местную природу, достопримечательности, историю местности и её культуру – всё это образует культурные комплексы. Культура и история являются элементами, формирующими туристский интерес.

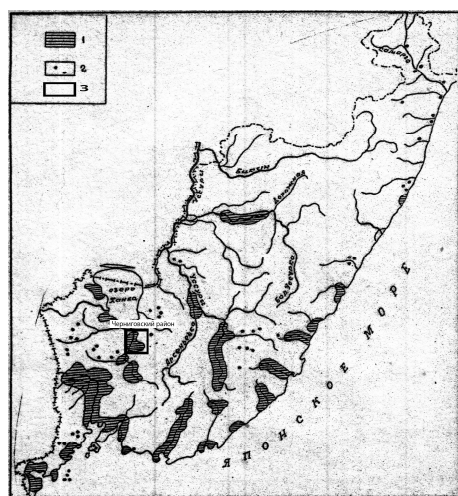
Сами культурные комплексы местности, исходя из своей аттрактивности, определяют особенность территории, на которой они располагаются, формируют её имидж на туристском рынке. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить успешное развитие туризма в регионе. Знакомство с историей и историческими объектами – сильнейший побудительный туристский мотив.

Это очень значимо для Приморского края, что формирует образ, сложившийся не только у соотечественников и у зарубежных туристов. Культурный потенциал территории Приморского края ярко выражен в его историческом наследии. Рекламой региона может послужить тот факт, что здесь расположено 2268 «исторических памятников, относящихся к различным культурно-историческим эпохам» [1]: палеолита, неолита, бронзы, железного века, часть памятников Приморья относится ко времени Бохайского, Цзиньского и других царств, о которых информация недостаточно распространена. Это позволит вдохнуть в территорию некий дух романтики и таинственности.

Если быть более точным, к памятникам археологии относятся остатки древних поселений: городищ, селищ, укреплений, древних курганов, остатков производств, древних дорог, каналов, мест древних захоронений, отдельных участков исторического, культурного слоя населенных пунктов [2].

Важно отметить, что находки в Приморье позволяют судить о заселении американского континента. Доказано, что только в Приморском крае есть антропологический комплекс, располагающий артефактами, возраст которых старше 6 тысяч лет. Есть предположение, что люди, которые тут жили, позднее занимали и территорию древней Беренгии, являвшейся своеобразным «мостом» между 15-ю и 11-ю тысячами лет назад, посредством которого, вероятно, заселялась Америка [3]. Это, в свою очередь, вероятно, позволяло развивать отношения и со странами нового континента.

Из всех археологических памятников приморья Горнохуторское городище расположено в Черниговском районе Приморского края, в трёх километрах от села Горный хутор. Рассматриваемая территория представлена на рис. 1.



Условные обозначения:
1 – зоны с наивысшей концентрацией археологических памятников;
2 – отдельные археологические памятники;
3 – площадь авторских исследований в Черниговском районе

Рис. 1. Карта концентрации археологических памятников Приморского края

Площадь городища равна примерно 7 га. Само городище занимает часть трёхвершинной сопки и в настоящий момент представляет сглаженный временем насыпной земляной вал. Ранее же городище защищалось окружающим его мощным валом, сооружённым из земли, имеющим башни и дополнительные оборонительные сооружения, вынесенные за вал. Внутри городища покрыты искусственными террасовидными площадками. Датируется оно XIII веком, чжурчжэньским периодом.

Горнохуторское городище является одним из первых памятников средневековья, который был обследован, но с недостаточной детальностью, Дальневосточной археологической экспедицией под руководством А.П. Окладникова в 1953 году [6, с. 41].

Данная территория и в наше время характерна рельефом и климатом, благоприятными для проживания. «Плодородные почвы широких речных долин – притоков р. Иистой (Лефу) – пригодны для занятия успешным сельским хозяйством» [4, с. 49].

Леса данной территории очень богаты животными ресурсами, а местные реки и озёра очень богаты фауной – эти условия были в наличии и в период средних веков, что повлияло на тот факт, что жители той эпохи выбрали для жизни именно данную территорию. Местность была плотно заселена, особенно в средние века. Археологические раскопки, выявили здесь большое количество памятников, которые свидетельствуют о достаточно плотном уровне заселенности территории и культурной развитости древних жителей. «Большой частью это были остатки неукреплённых поселений» [5, с. 13-17]. Однако данное Горнохуторское городище относится к немногочисленным для данной местности укреплённым городищам (всего их 3), что уже характеризует городище как особенное.

Важно отметить «белые пятна» в археологических исследованиях Приморья – три укреплённых городища – Горнохуторское, Высокое и разрушенное Черниговское, которые практически не изучались. Это выявляет вторую уникальную черту Горнохуторского городища – при исследовании, городище даст возможность пополнить немногочисленные имеющиеся знания о жизни средневековых жителей Приморского края.

К городищу из долины ведёт древняя дорога. Во времена заселённости городища (средние века) центральная часть городища распахивалась под огороды. В городище были найдены остатки древней улицы, протяжённость которой более 60 м. Эта улица включала в себя, по меньшей мере, 18 жилищ, а также примыкающие к ним хозяйственные и производственные участки в виде площадок, на которых размещались горны и большая плавильная печь.

Почти во всех жилищах при их входе располагались специальные хозяйственные площадки или дворы с хозяйственными ямами, каменными ступами, горнами, а также большие плоские камни, которые, скорее всего, выполняли роль наковален. Это место городища является его центральной частью, именно она на данный момент наиболее изучена. По найденным находкам на центральной улице городища можно сделать вывод о том, что её населяли ремесленники, занимавшиеся производством и обработкой металла. Это объясняется ещё и тем фактом, что в поселениях чжурчжэньского периода существовала традиция расселения по профессиональной направленности [7, с. 65]. Свидетельствует тому и следующий факт: в каждом доме древней улицы было найдено большое количество инструментария, связанного с кузнечным ремеслом. В целом, найденные артефакты Горнохуторского городища сходны с аналогичными находками из других городищ чжурчжэньского периода Приморского края. Артефакты, характерные для чжурчжэньской цивилизации приведены на рисунке 2 [8, с. 41].

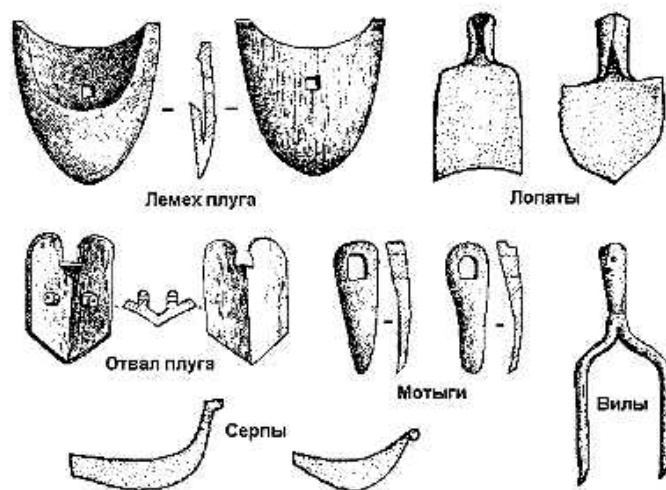


Рис. 2. Артефакты, характерные для чжурчжэньской цивилизации

Как показывают результаты раскопок, население городища предпочитало строить для проживания дома-усадыбы [9, с. 106]. Этот тип жилых сооружений очень характерен для поселений чжурчжэней и для соседнего средневекового Китая. Дома-усадыбы представляли собой территорию, на которой располагалось жилое помещение с двором и примыкающими к нему различными угодами. Уникальность Горнохуторского городища заключается в том, что в отличие от других поселений, его жители предпочитали огораживать комплекс (дом-усадыбу) забором или стеной.

Интересно, что в целом жилища рассматриваемого городища в плане конструктивных подходов совершенно аналогичны подобным сооружениям других чжурчжэньских городищ Приморского края [10, с. 40-49]: возводились строения на специально подготовленной плоскости в виде площадок, искусственно сформированных в террасы. Создавались такие площадки путём подрезания внутреннего почвенного слоя склона сопки, после чего следовало покрытие внешнего края террасы.

Находки, полученные в результате раскопок, представляют собой различные рабочие инструменты (сельского хозяйства: чугунные обломки отвалов, мотыг, лопат, серпов; инструменты для работы с костным и древесным материалом: свёрла, тёсла, долота, пилы, топоры; предметы домашнего обихода: ступы, ножи, рыболовные снасти) – часть найденных инструментов представлена на рис. 3.



Рис. 3. Инструменты, найденные в Горнохуторском городище

Наряду с инструментами было найдено множество изделий из кости – амулеты, скульптуры, иные вещи. Хозяйство поселения носило комплексный характер. Каждая деятельность была, так или иначе, взаимосвязана со всеми другими.



Рис.4. Коллекция стрел, найденных на территории Горнохуторского городища

Значительную долю от числа находок составляют охотничьи и военные находки. Найдено множество наконечников стрел – в каждом раскопе их находили от десяти и более штук. Все наконечники сделаны из кованого железа. Самые распространённые найденные наконечники – бронзобойные. «В большинстве своём они изящные, уплощённые, с длинным пером (до 12 см), но встречаются и миниатюрные с пером длиной до 4,5 см» [6, с. 54]. Данный тип наконечников очень редок и значительное количество таких находок в рассматриваемом городище дополняет его уникальность. Коллекция стрел, найденных на территории Горнохуторского городища представлена на рис. 4.

Найдено много боевых топориков – чеканов, их уже собрана целая коллекция. Обнаружено перекрестие меча с плоской овальной серединой и расширяющимися крыльями. Часто встречаются и элементы боевой экипировки – панцирные пластины защитных доспехов.

Подобные находки говорят о том, что жители поселения были очень искусными мастерами в кузнечном деле, особенно в создании оружия. Но помимо умелой работы с металлом, жители города занимались и другими промыслами и ремёслами.

Одна из самых уникальных находок Горнохуторского городища – это каменная печать чёрного цвета, усечённой пирамидальной формы, с прямоугольным основанием. Печать с похожими узорами, изображением сидящего человека и иероглифами, найдена в Китае, в Монгольском автономном округе провинции Цзилинь, на городище Тахучэн [6, с. 53-54].

Материалы, полученные при исследовании Горнохуторского городища, говорят о том, что при возведении городов-крепостей учитывалось расположение жилищ и амбаров, хозяйственная деятельность населения, от которой требовалась возможность обеспечить удовлетворение нужд жителей города и окрестностей. Строительство соответствовало установленным требованиям по возведению фортификационных сооружений, способных держать длительные осады.

Археологические особенности рассматриваемого городища для наглядности представлены в виде табл. 1.

Таблица 1

Археологические особенности Горнохуторского городища

№	Археологические особенности
1	являлось фортификационным сооружением XIII века чжурчжэньского периода, способное держать длительные осады
2	возводилось как поселение, способное обеспечить удовлетворение нужд не только жителей города, но и всех близлежащих окрестностей
3	характерные постройки городища это дома-усадьбы, уникальные тем, что в отличие от других поселений, дома-усадьбы огораживались забором или стенами
4	Черниговское городище – яркий пример конструктивных подходов и градостроительно-фортификационной традиции государства Чжурчжэнь
5	один из первых памятников средневековья, который был обследован Дальневосточной археологической экспедицией под руководством А.П. Окладникова в 1953 году
6	при более подробном изучении городища даст возможность значительно пополнить имеющиеся знания о жизни средневековых жителей Приморского края
7	городище и его близлежащие территории были плотно заселены
8	жителей поселения – очень искусные мастера, особенно в кузнечном и оружейном деле, люди с развитой культурой
9	хозяйство поселения носило комплексный характер
10	Горнохуторское городище относится к укрепленным городищам – немногочисленным для данной местности (всего их 3)
11	центральная улица городища населялась ремесленниками, занимавшимися производством и обработкой металла
12	в каждом доме в центре городища найдено большое количество инструментария, связанного с кузнечным ремеслом
13	находки городища – это не только рабочий инструмент, предметы домашнего обихода, но и искусные изделия из костей, дерева, металла
14	одна из самых уникальных находок городища – каменная печать. Подобная ей найдена в Китайском городище Тахучэн
15	найденная печать может говорить о высоком уровне административного устройства
16	добыто большое количество оружия. Из находок собраны коллекции с достаточно уникальными изделиями военной тематики
17	найденно много бронебойных наконечников стрел – достаточно редких находок в Приморских городищах
18	наиболее частые находки представлены и фрагментами боевых доспехов

В настоящее время наиболее изучена центральная часть городища, которая представляет собой улицу, состоящую из остатков домов типа «усадьба». Здесь найдено большое количество инструментария типичного для средневековья: сельхозинструмент, предметы домашнего обихода и др. В этом месте также найдено и множество предметов, тесно связанного с кузнечным делом. Получено множество находок, связанных с военной тематикой – оружие, части доспехов. На центральной улице в каждой жилой зоне найдены остатки горнов, плоских камней-наковален, а также остатки большой центральной печи – со специальной ванной – плавильней. Однако, находки не ограничивались военной тематикой – найдены изделия из дерева, кости, керамики. Кстати, преобладал косторезный промысел, что свидетельствует о высоком развитии культуры проживавшего здесь когда-то населения.

К сожалению, в настоящее время затруднено использование Черниговского городища в качестве туристского объекта, чему препятствует ряд проблем:

- отсутствие инфраструктуры, способной обслуживать туристов в месте посещения;
- неиспользование исторического памятника в качестве туристского объекта;
- неосвоенность и неизученность артефактов и значительной площади городища.

Чтобы решить вышеперечисленные проблемы и устранить основные препятствия в использовании городища как туристского объекта, мною предложено развить активную рекламную деятельность, направленную на привлечение внимания к городищу. Рекламная кампания не должна ограничиваться классическими видами рекламных каналов, такими как СМИ, она должна задействовать всевозможные методы, например использование различных тематических мероприятий в местных населённых пунктах, на которых планируется повысить интерес к городищу среди местного населения. Это позволит заинтересовать местное население, что в свою очередь усилит внимание к данному вопросу местных властей. Рекламная деятельность позволит привлечь различные организации в качестве спонсоров.

Исследование, представленное в статье, показывает, что потенциал Горнохуторского городища такие уникальные особенности:

- высокая степень развития культуры и военного дела;
- наличие разнообразных ремёсел, особенно обработки металлов;
- огромное количество артефактов.

Но есть ряд проблем, препятствующих успешному использованию данного исторического памятника как туристский объект. В качестве решения выявленных препятствий, рекомендуется сделать акцент на разработке разносторонней рекламной деятельности.

В целом, Горнохуторское городище целесообразно использовать в туризме, оно способно дополнить туруслуги близлежащих населённых пунктов, так как в настоящее время местный туристский рынок недостаточно богат, а подобная тематика туризма способна повысить интерес населения к путешествиям и истории своего края.

Очень важно подчеркнуть следующее: любое использование рассматриваемого исторического памятника в качестве туристского объекта должно осуществляться таким образом, чтобы оно ни в коем случае не нанесло какой-либо вред данному историческому памятнику, несущему особую научную ценность, а также при использовании данного памятника необходимо руководствоваться принципами мягкого туризма.

1. Археологические памятники на территории Приморского края [Электронный ресурс]. URL: <http://divo999.com/download/arheologicheskie-pamjatniki.pdf>

2. Хореев, В.А. Археологические памятники на территории Приморского края. [Электронный ресурс] / В.А. Хорев. 2017. URL: <http://net.knigi-x.ru/24istoriya/832246-1-arheologicheskie-pamyatniki-territorii-primorskogo-kraya-posetskiy-grot-kraskinskoe-gorodische-novog.php>

3. Тесно работаем с коллегами из других стран!» -- археологи Владивостока отмечают профессиональный праздник [Электронный ресурс] // Официальный новостной сайт г. Владивосток. – Режим доступа: <https://www.newsvl.ru/vlad/2016/08/15/150495/>

4. Средневековые древности Приморья, выпуск 1: сб. статей / отв. ред. Н.Г. Артемьева. В.: Изд-во Дальнаука, 2012. 304 с.

5. Никитин, Ю.Г. Средневековые селища Черниговского района: материалы медиевистов / Ю.Г. Никитин, Ф.П. Тригуб. Ю-Сах.: ДВНЦ АН СССР, 1989. 68 с.

6. Средневековые древности Приморья, выпуск 2: сб. статей / отв. ред. Н.Г. Артемьева. В.: Изд-во Дальнаука, 2012. – 394 с.

7. Шавкунов, Э.В. Культура чжурчжэней-удигэ XII–XIII вв. и проблема происхождения тунгусских народов Дальнего Востока: монография / Э.В. Шавкунов. М.: Наука, 1990. 283 с.
8. Плохих, С.В. История Дальнего Востока России: учебник / С.В. Плохих, З.А. Ковалева. В.: ТИДОТ ДВГУ, 2002. – 244 с.
9. Стужина, Э.П. Китайский город XI–XIII вв.: экономическая и социальная жизнь: монография / Э.П. Стужина. М.: Наука, 1979. 408 с.
10. Артемьева, Н.Г. Домостроительство чжурчжэней Приморья (XII–XIII вв.): монография / Н.Г. Артемьева. Владивосток.: Дальпресс, 1998. 303 с.

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 336

ВЫЯВЛЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И АТМОСФЕРЫ ПРОДАЖ КАК ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.В. Забытова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье рассматриваются вопросы трансформации сферы услуг в сферу сервиса, показываются общие черты и особенности сферы услуг и сферы сервиса, раскрываются возможности конкурентного преимущества предприятия, развивающего сервисное сопровождение производства и реализацию продукции. Сфера услуг в настоящее время является одной из важных отраслей народного хозяйства, призванной удовлетворять индивидуальные запросы и потребности населения в различных видах услуг. Как отрасль социально-экономической деятельности сфера услуг представляет собой совокупность организаций, цель которых – оказание разнообразных услуг населению.

Ключевые слова и словосочетания: сфера услуг, сфера сервиса, качество обслуживания, конкурентные преимущества.

IDENTIFICATION OF CUSTOMER SERVICE FEATURES AND SALES ATMOSPHERE AS A FACTOR IN THE COMPETITIVENESS OF A SERVICE ENTERPRISE

The article considers the issues of transformation of service sector into services sector; common features and specifics of service sector and services sector are shown; possibilities of competitive advantage of enterprise that develops service maintenance and realization of output are revealed. The service sector is currently one of the important sectors of the national economy, designed to meet the individual needs and needs of the population in various types of services. As a branch of socio-economic activity, the service sector is a collection of organizations whose purpose is to provide various services to the population.

Keywords: service sector, services sector, quality of service, competitive advantages.

Актуальность данной статьи заключается в том, что оценка атмосферы продаж – это важная составляющая часть общей картины организации, от атмосферы продаж зависит мнение клиентов о предприятии. Поэтому относиться к оцениванию данного аспекта нужно с особым вниманием и постоянно внедрять что-то новое, что привлечет внимание посетителей к приобретению услуг организации.

Цель, которую преследует данная статья – обоснование особенностей обслуживания потребителей и атмосферы продаж как фактора конкурентоспособности сервисного предприятия.

Для достижения заявленной цели необходимо решить следующие задачи:

– определить особенности обслуживания потребителей;

- исследовать явление атмосферы продаж и факторов на неё влияющих;
- предопределить фактор атмосферы продаж как одно из условий конкурентоспособности.

Научная новизна данной статьи обусловлена тем, что впервые проведён анализ атмосферы продаж и как фактора потребительского поведения.

Объект исследования данной статьи: особенности обслуживания потребителей и атмосфера продаж.

Предмет исследования: особенности обслуживания потребителей и атмосфера продаж сервисного предприятия.

В рамках анализа методов атмосфера продаж и обслуживания важно отметить такой аспект как услуга.

Методы, используемые при написании статьи: метод научного познания и эмпирического исследования.

Стоит начать с того, что услуга есть результат труда, который может обладать специфическими свойствами: неосвязаема, неотделима от своего источника (невозможно отделить процесс обучения от преподавателя и ученика, процесс транспортировки – от перевозчика и транспортного средства, процесс предоставления информации – от того, кто ее предоставляет). Услуга не может быть сохранена отдельно от самого процесса ее предоставления, не может быть «законсервирована» как некий товар, который хранится на складе (поэтому есть склады товаров, но нет складов услуг). Услуга существует только в фактическом процессе оказания и одновременно «впитывается» человеком. Производство и потребление самой услуги дает возможность изменять уровень полезности вещей или характер человеческой сферы жизни [1].

В сфере рыночных отношений сам процесс управления качеством на сервисном предприятии ставится как важный фактор, основное содержание которого – фактически обеспечить такой уровень услуг, который сможет полностью удовлетворять все запросы потребителей. Высокое качество услуг может быть обусловлено самой весомой составляющей – конкурентоспособностью. Предоставляя высокое качество своей работы, услуг сервисное предприятие сможет выжить в условиях даже самой сильной конкуренции и получать стабильную прибыль [2].

Факт того, что качество является составляющим элементом деятельности предприятия выступает как приоритет в достижении высоких результатов в современной теории и практике процесса управления качеством.

Именно качество по своей сути ставится целью и формирует перечень задач в деятельности той или иной компании или фирмы.

Данный факт обусловлен рядом причин, главные из которых следующие:

- в рамках обширного сервисного рынка сам процесс качества – это эффективный инструмент в конкурентной борьбе за потребителя;
- ужесточение системы требований к факту качества приводит к интенсификации сервиса производства и росту его эффективности, что оказывается необходимым фактором благополучного существования сервисного предприятия в современном мире в условиях нестабильной экономики и высокого уровня конкурентоспособности;
- без обеспечения, сохранения и улучшения элементов качества все последствия для любого предприятия и производства могут быть необратимо тяжелыми [3].

Сам факт качества услуги можно определять как уровень соответствия совокупности ее характеристик и системы ожидания потребителя с учетом цены, которую он готов заплатить.

К факторам, которые определяют процесс восприятия потребителем качества услуги можно отнести:

- уровень компетентности: персонал сервисной компании должен обладать требуемым навыками и знаниями, в сфере оказания услуги;
- уровень надежности: компания работает стабильно, обеспечивая требуемый уровень качества только при условии, что все принятые обязательства выполняются;
- степень отзывчивости: все сотрудники компании стремятся быстро, всегда и везде ответить на запрос клиентов;
- степень доступности: как физической, так и психологической: контакты с сотрудниками компании должны быть легкими и приятными;
- уровень понимания: компания должна стараться как можно глубже понять специфическую потребность заказа и приспособиться к таковой;
- уровень коммуникации: компания информирует клиента о предлагаемой услуге на понятном языке, который адаптирован к особой целевой группе;

- уровень доверия: формируется через репутацию фирмы, гарантию серьезного отношения к клиенту;
- степень безопасности: заказчик защищен от рисков финансовых, материальных и моральных;
- степень обходительности: уровень вежливости, уважения, внимания и дружелюбия персонала;
- уровень осязаемости: материальные подтверждения оказываемых услуг (помещения, персонал и т.д.).

Для управления качеством услуг используют комплекс экономических, организационных, технологических, социально-психологических, экспертных методов управления качеством. Все они в той или иной мере находят применение в деятельности сервисных фирм. Вот некоторые из них:

- анализ методов работы с клиентами фирм-конкурентов с целью выделения своих сильных и слабых сторон (что именно привлекает, выделяет вас среди конкурентов, как бы вы хотели выглядеть на рынке сервисных услуг);
- сбор и анализ мнений клиентов о фирме, недостатках и положительном опыте. Возможный вариант: опрос клиентуры по избранным вопросам по телефону, на приемных пунктах;
- установка бесплатного телефона для справок «горячая линия» через которые будут проводиться опрос;
- статистические методы оценки качественных показателей сервисного производства.

Чаще достаточно изучить круг негативных моментов, претензий, высказанных заказчиком, чтобы в последующем положительно влиять на улучшение качества оказания услуг [3].

Важным элементом в системах управления качеством услуг является стандартизация – нормотворческая деятельность, которая находит наиболее рациональные нормы, а затем закрепляет их в нормативных документах типа стандарта, инструкции, методики и требований к разработке продукции, т. е. это комплекс средств, устанавливающих соответствие стандартам. Одним из самых важных элементов механизма управления в современном мире является стандартизация. Ее целью является упорядочить деятельность организации в определенных областях на пользу деятельности, при участии заинтересованных лиц, в частности для достижения оптимальной экономии для всех.

Далее рассмотрим методы формирования позитивной атмосферы продаж.

Самым известным является немедленное появление проблем, в которые потенциальный покупатель полностью погружается, когда мы входим в офис.

Фактически, слишком часто продавцы хотят рассказать о своих продуктах как можно скорее, представляя, что они поймут их лучше, хотя чаще всего покупатель не готов, погружаясь в повседневные или случайные проблемы. Здесь нужно запомнить хорошо известную идею или принцип: прежде чем подавать призыв к общению, важно убедиться, что партнер готов общаться, а также хочет общаться. В то же время, это отличный способ собрать информацию, его интересы в данном конкретном случае и потребности его бизнеса.

Следующее направление связано со средствами устного выражения. Он имеет определенный интерес и должен мгновенно уметь поразить воображение удивительной фразой или блестяще продемонстрировать товар или услугу. Таким образом, для того, чтобы представить этот новый метод, из-за боязни определенной незаинтересованности лидеров общества из-за его технического характера.

При применении третьего способа приходит понимание и принятие клиента как личности: каждому человеку нужно признание. Во-первых, существует первичное признание, а именно признание другого человека в качестве партнера, абсолютно независимого участника переговоров. Это тот случай, о котором уже говорили (разговор с кем-то о его непосредственных интересах). Но есть и признание личного психологического плана. Такое признание делает сама компания или продавец, устно демонстрируя, что они слышали о своем партнере. Признание клиентов позволяет нам создавать творческую и гостеприимную атмосферу и заставляет видеть продажи не как нечто ориентированное на нас и для нас, а как нечто более сосредоточенное [3].

Четвёртый способ подразумевает под собой вариант первого подхода к проблемам. Таким образом, если в первом случае интересы клиента выявляются импровизированным образом, сознательно поднимаем проблемы, присущие профессиям партнера, с которым хорошо знаем друг друга. Он принадлежит к группе, к которой принадлежит собеседник, в чью группу он часто подает информацию, но в которой он всегда стремится получать новости, получать ин-

формацию и интересы, которыми он разделяет. Эта информация часто помогает ему, восстанавливает масштаб его приоритетов, позволяет ему судить о своей правде, информировать его о стремлениях и желаниях его коллег. Этот метод также помогает создать позитивную и конструктивную атмосферу.

Пятый метод заключается в том, чтобы немедленно начать обсуждение основной проблемы, сформулировав предложение, которое может заинтересовать только клиента. Кому, собственно, будет не безразлично предложение сэкономить, сократить расходы, увеличить активный баланс и т. д. Трудно отказаться от такого предложения, которое необходимо уточнить. Кроме того, формулировка этого вопроса позволяет вам определить другие потребности или интересы, о которых вы раньше не думали. Как видим, путь к обсуждению сути сделки требует тщательного изучения потребностей клиента. В связи с этим важно помнить, что все эксперты считают: «На самом деле мы продаем не товары, а идеи или услуги, которые эти товары могут предоставить покупателю».

Следовательно, требования, которые важно знать (потому что они требуют удовлетворения), имеют первостепенное значение, а не продукты, которые должны быть проданы (поскольку они часто уже имеют рекламу, репутацию и т. д.).

Наконец, прежде чем завершить обсуждение вопроса о приеме, стоит упомянуть некоторые конкретные проблемы в этой связи, связанные с физическими и психологическими условиями встречи [4].

Таким образом, во время оценки вопроса атмосферы продаж, важно отметить, что система продаж и обслуживания потребителей складывается из множества факторов, в основе чего лежат факторы взаимодействия потребителя и продавца на психологическом уровне, что устанавливает первый контакт и дает перспективы развития отношений в дальнейшем. Именно сочетание всех этих составляющих и сформирует конкурентное преимущество сервисного предприятия.

Следовательно, задачи статьи решены, цель достигнута.

1. Чудновский, А.Д. Гостиничный и туристический бизнес / А.Д. Чудновский. М: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2016. 163 с.

2. Ильина, Е.Н. Туропреитинг: организация деятельности / Е.Н. Ильина. М: Финансы и статистика, 2015. 148с.

3. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев. М.: Дашков и Ко, 2014. -284с.

4. Тарасова, Н.В. Введение в сервисную деятельность / Н.В. Тарасова. М.: Липецк: Изд-во ЛГТУ, 2017. 120 с.

Рубрика: Молодые ученые на развитие социально-экономического потенциала Дальнего Востока (для магистрантов)

УДК 338, 378.4

ЦИФРОВЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В РЕСТОРАННО-ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ В ЭПОХУ СЕТЕВИЗАЦИИ

А.В. Здор
магистр

Н.Н. Масюк

д-р экон. наук, профессор кафедры экономики и управления ВГУЭС

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В статье описаны особенности инновационного подхода к управлению в ресторанно-гостиничном бизнесе на основе внедрения цифровых технологий. На сегодняшний день данная отрасль представляет собой динамично развивающийся бизнес с высокими темпами роста уровня конкуренции. Руководителю необходимо уделять большое внимание внедрению новых технологий. Причины этого заключаются в том, чтобы привлечь как можно большее количество клиентов, заинтересовав своей гостиницей, своим брендом; расположить гостя к себе

и тем самым сделать его постоянным клиентом; увеличить прибыль предприятия. В данной статье будут рассмотрены наиболее интересные, на наш взгляд, примеры внедрения цифровых технологий в управление ресторанно-гостиничным бизнесом.

Ключевые слова и словосочетания: успех, стремительное продвижение, достижения Билла Гейтса, список Forbes.

THE CAUSES OF THE FALL OF THE MONARCHY

In modern life, the problem of understanding success is urgent. This issue is especially bright now, for the reason that people realize their freedom of choice and their capabilities. There are many ways and variants of future development before a person and success is one of the important criteria.

Keywords: цифровые технологии, ресторанно-гостиничный бизнес, инновации, управление, изменения, трансформации.

Цифровые технологии стремительно входят во все сферы нашей жизни, преобразуя и видоизменяя все виды бизнеса [3,7,10,12]. Цифровизация предоставляет широкие возможности и ресторанно-гостиничному бизнесу как для привлечения клиентов, так и для оптимизации бизнес-процессов и контроля над их исполнением, при этом в условиях инновационной экономики возникают различные варианты стратегического партнерства между экономическими агентами, позволяющие наилучшим образом использовать современные достижения [8,9,14]. Подобное построение бизнеса помогает сделать его более клиентоориентированным, снизить издержки, повысить конкурентоспособность и возможность продвинуть свой бизнес.

Например, то, что раньше было доступно только для ресторанов и гостиниц с высоким доходом, будь то бесплатный Wi-Fi, бронь номеров или онлайн заказ с доставкой на дом, теперь стало обязательным элементом обслуживания. Поэтому, чтобы удержать постоянных посетителей и привлечь новых, современному руководителю необходимо постоянно изучать рынок инноваций в ресторанно-гостиничном бизнесе. Ведь в условиях жесткой конкуренции стильного интерьера и качественной вкусной еды уже недостаточно.

Рассмотрим ряд направлений использования цифровых технологий в рассматриваемой сфере.

Электронные интерактивные меню.

Вместо обычного меню посетителю приносят планшет, в котором он может сделать заказ. Для клиентов посещение ресторана можно сравнить с игрой, позволяющей:

- подобрать из карты вин заведения вино по цене, году, региону, букету, а затем к нему – блюдо из местного меню;
- подсчитать калорийность тех или иных блюд;
- при выборе блюд сразу же видеть окончательный чек заказа;
- в ожидании заказа поиграть в игры, почитать новости и др.

Интерактивное меню позволяет сократить расходы на персонал, оптимизировать бизнес-процессы (более простое редактирование меню, исключение ошибки в заказе со стороны официанта и т.д.).

До недавнего времени данная инновация применялась, в основном, за границей, и только недавно стала внедряться в российских заведениях. В России также появился такой проект, как стартап Plazius (от Сбербанка). Это мобильное приложение, с помощью которого посетитель ресторана может оплачивать счет без официанта, а также переводить чаевые безналичным способом. Plazius работает с 1700 ресторанами в России, у него 350 тыс. активных пользователей [5].

Система наблюдения с помощью веб камер.

Одним из примеров может служить использование камер на кухне, которое использует компания Sealed Air (Нью Джерси), где камерами высокого разрешения ведется запись активности работников в зонах приготовления пищи и других рабочих местах для обнаружения несоблюдения медико-санитарных норм и правил техники безопасности [2]. В ходе испытаний в медицинских учреждениях США рабочие носят идентифицирующие жетоны с радиопередатчиками, которые сообщают системе, когда рабочие приближаются к раковине, чтобы вымыть руки. Система следит за тем, как долго длился процесс, и было ли использовано мыло либо дезинфицирующее средство. Ко всему прочему, она может контролировать, одели ли они перчатки и головные уборы при приготовлении пищи, давая руководству полную картину, для выяснения необходимости в более внимательном подходе к подготовке персонала. Благодаря тому,

что наблюдение может проходить удаленно, данная система может успешно применяться владельцами франшиз, которые обычно испытывают трудности в контроле большого количества предприятий.

В настоящее время веб-камеры используют практически все владельцы крупных ресторано-гостиничных сетей, чтобы контролировать не только основные, но и вспомогательные бизнес-процессы.

Регистрация в отеле с помощью технологии распознавания лиц.

Marriott International запускает пилотную систему регистрации в отеле с помощью технологии распознавания лиц вместе с Fliggy – сервисной платформой для путешественников, которая принадлежит Alibaba Group [1].

На данный момент технология тестируется в двух китайских отелях сети Marriott – Hangzhou Marriott Hotel Qianjiang и Sanya Marriott Hotel Dadonghai Bay- с перспективой глобального использования в отелях сети по всему миру. Это сделает Marriott International первопроходцем применения технологии распознавания лиц в гостиничной индустрии.

Согласно исследованию Marriott International, традиционный процесс заселения в отель занимает около 3-х минут. А во время пиковой загрузки может еще увеличиться, так как гость будет еще несколько минут ждать своей очереди. При помощи нового метода регистрации процесс заселения в отель будет осуществляться за минуту и даже быстрее [4].

Сейчас гости отелей, тестирующих новую технологию, должны лишь сфотографироваться и ввести контактные данные в терминале самообслуживания. Далее терминал сверяет информацию с номером бронирования и распечатывает ключ-карту для доступа в номер.

Голосовой помощник в отеле.

Компания Amazon презентовала специальную версию голосового помощника для отелей — Alexa for Hospitality, который сейчас тестируется в отелях сети Marriott. Сервис реализован на базе «умных колонок» Echo, которые устанавливаются в каждом номере и настраиваются непосредственно под специфику и потребности конкретного гостиничного объекта. Это позволит отелям упростить процессы обслуживания, а у гостей появится возможность получать всю необходимую информацию об отеле и заказывать услуги прямо из номера. Например, узнать расположение ближайшего фитнес-центра, время работы бассейна, заказать обед в номер или уборку, а также связаться с консьержем или ресепшенистом. Для этого достаточно будет попросить: «Alexa, закажи вино» или «Alexa, зарезервируй место в SPA». Данный запрос поступит сотруднику соответствующего департамента отеля. Alexa сможет даже заменить телефон. Компания Amazon продемонстрировала в рекламном видео, как девушка смогла позвонить из своего гостиничного номера детям, используя только Echo. В случае необходимости систему можно настроить для контроля «умной» техники в гостиничных номерах: регулировать температуру воздуха и освещение номера, поднимать и опускать жалюзи, воспроизводить музыку и управлять ТВ. Гости смогут слушать музыку и радио через iHeartRadio и TuneIn, которые настраиваются на воспроизведение музыки, соответствующей бренду отеля. В свою очередь, отель сможет контролировать и ограничивать громкость воспроизведения так, чтобы гости не мешали своим соседям [4].

QR-код.

Изобретение QR-кода – двухмерного штрих-кода – открыло новые неограниченные возможности для on-line взаимодействия компаний и потребителей. В маленьком ярком квадратном лабиринте QR-кода можно запрограммировать все известные инновации ресторанного бизнеса, а также множество новых возможностей. Скорость распознавания QR-кода очень высока, его можно размещать на любых носителях, начиная от кассовых чеков и меню и заканчивая различными вывесками и даже растяжками. Сканировать же его можно мобильным телефоном или видеокамерой ноутбука. QR-код, размещенный на врученном клиенту счете, – это изумительный рекламный ход. В ярком квадратике можно закодировать историю ресторана, происхождение, возраст, авторство уникальных деталей интерьера и картин. Посетители с удовольствием изучат меню заведения с подробной информацией о каждом блюде: составе и происхождении ингредиентов, этапах и способах обработки, питательности и калорийности. Благодаря размещенной в QR-коде информации о времени работы заведения и контактов, обязательно увеличится количество заказов в офисы и на дом. С помощью QR-кода ресторан может оповещать своих клиентов об акциях, лотереях, розыгрышах, активизировать всевозможные программы лояльности, устраивать голосования, интерактивные опросы и быстро получать отзывы о ресторане от клиентов. Посетитель, отсканировав QR-код ресторана и внося в календарь

своего телефона информацию о заинтересовавшем событии или назначенной встрече, уже никогда о них не забудет [6].

Система Fidelio Front Office (FFO).

Система Fidelio Front Office (FFO) является одним из примеров автоматизации основных этапов работы гостиницы: от компьютерного резервирования номеров, регистрации, размещения и выписки гостей до управления номерным фондом, веления бухгалтерии и финансов. К преимуществам FFO следует отнести: легкость в эксплуатации, обусловленную достаточно простой логикой построения системы и удобством интерфейса, высокий уровень безопасности, обеспеченный строгим разграничением доступа пользователей, гибкость настройки. FFO может успешно – использоваться как в отелях, принадлежащих к гостиничным цепям, так и в независимых отелях и пансионатах с совершенно различной технологией работы [8].

Существует и множество других цифровых программных продуктов, которые облегчают и совершенствуют работу ресторано-гостиничных сетей, в числе которых можно назвать Maxi-Booking, CLOFFHtel, Logus HMS, Lite PMS, HotelCloud, PORTIE24, Resonline, FlagmanAir, Hotel Manager, Assistant Ecvі, SalesapCRM и др.

Выводы.

Цифровые технологии значительно упрощают жизнь как руководству, так и клиенту ресторано-гостиничных сетей.

Успешные цифровые преобразования, несмотря на необходимые вложения, позволяют организациям повысить эффективность своего бизнеса и получить дополнительные конкурентные преимущества.

1. Клейман, А.А. Инновационный менеджмент в интегрированных структурах гостиничного бизнеса / А.А. Клейман, О.А. Бабанчикова // Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. 2010. №2(14). С.10-15.

2. Шерешев, Г.Г. Возрастание значения стратегического управления предприятиями ресторано-гостиничного бизнеса в условиях кризиса / Г.Г. Шерешев // Вестник НАТ. 2010. №4. С.37-41.

3. Масюк, Н.Н. Управление изменениями и цифровые трансформации в бизнесе в эпоху цифровизации / Н.Н. Масюк, Чжао Чэнь, Л.К. Васюкова // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы: сб. ст. по материалам Всероссийской научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. Иваново, 2019. С. 253-258.

4. Молчанов, И.Н. Финансовые основы формирования инновационного потенциала / И.Н. Молчанов, Н.П. Молчанова // Вестник Финансового университета. 2016. Т. 20. №4 (94). С. 56-65.

5. Российский рынок общественного питания: рестораны и фаст-фуды. Вып.3. М.: DISCOVERY Research Group, 2009.URL: <http://www.foodsmarket.info/RESEARCH/PARSEXMLPHP/getresearch.php?id=170&h=foodsmarket.info> (дата обращения: 12.03.2010).

6. Добрынин, А.П. Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий / А.П. Добрынин, К.Ю. Черних, В.П. Куприяновский // International Journal of Open Information Technologies. Vol. 1. № 4. 2016. С. 4-10

7. Методология развития экономики, промышленности и сферы услуг в условиях цифровизации / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В.Бабкина. СПб: Политех-Пресс, 2018. 756 с. DOI.10.18720/IEP/2018.6

8. Масюк, Н.Н. Платформы цифрового опыта и цифровой трансформации в инновационной экономике / Н.Н. Масюк, М.А. Бушуева, Л.К. Васюкова, А.Е. Кирьянов // Материалы III Международной научно-практической конференции «Resonances Science» (Карловы Вары, Чехия-Москва, Россия), 7–8 ноября 2018 г.

9. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]: утверждена Распоряжением Правительства от 28.07.2017 г. № 1632-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>

10. Юдина, Т.Н. Осмысление цифровой экономики / Т.Н. Юдина // Теоретическая экономика. 2016. №3. С.12-16.

11. Аверьянов, М.А. Цифровое общество: новые вызовы / М.А. Аверьянов, С.Н. Евтушенко, Е.Ю. Кочеткова // Экономические стратегии. 2016. Т.18. №7 (141). С. 90-91.

12. Сагынбекова, А.С. Цифровая экономика: понятия, перспективы, тенденции развития / А.С. Сагынбекова // Теория. Практика. Инновации (электронный журнал). 2018. №4 (28). Апрель.

13. Куприяновский, В.П. Цифровая экономика -«Умный способ работать» / В.П. Куприяновский, С.А. Синягов, С.И. Липатов, Д.Е. Намиот, А.О. Воробьев // International Journal of Open Information Technologies. 2016. Vol. 4. No 2. С. 26-33.

14. Масюк, Н.Н., Стратегическое партнерство в инновационной экономике знаний / Н.Н. Масюк, Л.В. Межонова, М.А. Бушуева и др.. Владивосток. 2014.

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 38

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

О.Р. Латыпова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка, Россия*

Материал статьи приводит определение социокультурной сферы и раскрывает особенности ее функционирования в целом и в сфере формирования корпоративной культуры в частности. Современное предприятие немислимо без корпоративной культуры, так как именно данный элемент позволяет сплотить персонал единой целью и осознание того, что сотрудники и предприятие единое целое. Особенно актуально принятие сотрудником позиции организации в социокультурной сфере.

Ключевые слова и словосочетания: *социокультурная сфера, услуги, развитие, персонал, управление, культура поведения, корпоративная культура, эффективность, значимость.*

A MODERN VIEW ON THE FORMATION OF CORPORATE CULTURE IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

The material article provides a definition of the socio-cultural sphere and reveals the features of its functioning in general and in the formation of corporate culture in particular. A modern enterprise is unthinkable without a corporate culture, since it is this element that makes it possible to rally personnel with a single goal and the realization that employees and the enterprise are a single whole. Especially important is the adoption by an employee of the position of an organization in the socio-cultural sphere.

Keywords: *sociocultural sphere, services, development, personnel, management, culture of behavior, corporate culture, efficiency, significance.*

Корпоративная культура всегда ставилась как особенный объект с точки зрения оценки и как элементу правления персоналом.

Проблематикой данного вопроса является то, что современный руководитель мало уделяет внимание развитию данной фактора как основы в системе управления предприятием и повышения престижности предприятия на рынке, ведь именно персонал определяет эффективность работы и конкурентоспособность, особенно если это предприятия в сфере социокультурного сервиса.

Актуальность вопроса заключается в том, что грамотно выстроенная и эффективно развиваемая корпоративная культура позволит предприятию максимально выгодно продвигать свою услугу, а значит и получать максимальный уровень дохода.

Цель статья – отразить современное представление о корпоративной культуре в рамках организации социокультурной сферы деятельности.

Задачами статьи ставится раскрытия понятия социокультурной сферы в целом и корпоративной культуры в таковом виде деятельности.

Методами как основной написания статьи ставится – сравнение, контент анализ.

Новизна материал раскрывает в том, что позволяет сформировать комплексное видение корпоративной культуры в сфере социокультурного сервиса.

Претендуя на ту или иную вакантную должность, подавая заявление на предприятия, в целом сотрудник осознает большое количество факторов, которые оказывают влияние не их работу в дальнейшем.

К основным и значимым критериями, которые используются человеком при выборе работодателя можно отнести в первую очередь уровень оплаты труда, далее идет по значимости объем социального пакета или гарантии, куда должны быть включены гарантии оплачиваемого отпуска и временной нетрудоспособности, далее человек оценивает возможность дальнейшего карьерного роста и получения различного рода выгод от компании(скидки к примеру на продукт компании). Особым критерием оценивается коллектив и психологический климат, если человек узнает о сложности в коллективе психологического характера, то данная работа не будет рассматриваться как приоритетное место. Сегодня однозначно можно говорить о том, что уровень материального стимулирования хоть и важен, но не стоит на первом месте для сотрудника при выборе места работы.

Можно говорит о том, что современные материальные стимулы могут быть перспективны только при привлечении сотрудника, но не для удержания и не для повышения уровня эффективности работы. Заработная плата может быть еще и инструментом в качестве удержания сотрудников на предприятии.

Но ресурсы материального характера не безграничны и невозможно повышать оплату труда каждый месяц или каждую неделю. При условии невозможности стабильно повышения материального стимулирования в организации должны быть иные критерии, из за которых работник может оставаться на данном месте и развивать компанию в целом.

Важно оценивать и применять современные методы нематериального (морального) стимулирования [5, с. 98].

Важнейшим аспектом в сфере нефинансового стимулирования ставится такой факт как корпоративная культура компании. Именно корпоративны культура позволяет управлять персоналом, устанавливать корпоративные стандарты и ценности, при этом практически не оказывая непосредственного влияния на подчиненных.

Корпоративная система – есть свод норм и правил, которым сотрудники подчиняются, воспринимают данный факт как систему, единый организм.

Если сотрудник не выполнил задание, то такая система реагирует на данный факт отрицательно. Если же сотрудник отличился в выполнении задания, то система отвечает положительно.

И здесь нет субъективности, но для этого нужны четкие правила, критерии, стандарты, регулирующие деятельность каждого организационного подразделения, каждого работника организации.

Теперь, когда большинство менеджеров понимают, что корпоративная культура является наиболее важным инструментом управления людьми, им приходится решать задачи формирования корпоративной культуры. Для начала необходимо уточнить, что корпоративная культура присутствует в каждой организации, независимо от того, знают ли ее работники или нет. Это может не соответствовать личным ожиданиям каждого сотрудника, но это так [1, с. 112].

Как пример – компания не проводит совещание, все проблемы решаются непосредственно руководителем отделов и генеральным директором. Это также часть корпоративной культуры.

Таким образом, в современных условиях деятельности и развития организаций сферы услуг формируется корпоративная культура. Данный факт становится основным механизмом в системе укрепления производственной деятельности компании в социокультурной сферы, при этом благоприятным считаются исследования и фактические внедрения инновационного типа, различного рода программ и проектов.

При этом корпоративная культура по своей природе обладает огромным потенциалом организационного и образовательного характера, так как она значительно позволяет расширять возможности в сфере социокультурного менеджмента, в то же время корпоративная культура может стать в роли технологии управления кадрами в любой сфере бизнеса, особенно в сфере услуг. Для того, чтобы уметь обеспечивать успех функционирования в социокультурной сфере,

корпоративная культура должна стать доминирующим и значимым аспектом не только для руководящего состава, но и для всего коллектива в целом.

Так как именно от сплоченности и целостности коллектива зависит успех и продвижение организации. Также важно понимать, что именно корпоративная культура во многом способствует улучшению социально-психологического микроклимата в компании социокультурной сферы, способствует повышению квалификации специалистов [3, с. 47].

В современном мире проблема формирования корпоративной культуры привлекает все больше внимания научного сообщества из различных регионов, современные менеджеры заинтересованы в развитии данного вопроса, все больше и больше проводятся важные научно-практические форумы и конференции как на российском, так и на международном уровне. Цель встреч и конференция заключается в том, чтобы исследовать образовательные концепции и механизмы корпоративной культуры.

Совокупность правительственных решений подчеркивает особую важность корпоративной культуры, что подтверждается федеральными программами, указами и законами, принятыми с целью продвижения такого факта как корпоративная культура с точки зрения реализации механизма практики управления.

Сегодня, чтобы руководители компаний в этой сфере стали осознавать важность корпоративной культуры необходимо донести на уровне регионов и страны в целом, о значимости психологического климата о важности удержания квалифицированных сотрудников.

Социальная и культурная сферы, эффективность реализации «продуктов» профессиональной деятельности в сфере отдыха, а также создания и поддержка благоприятного микроклимата в организации сферы услуг – все это несомненно способствует интенсификации творческого потенциала и уменьшению конфликтов [3, с. 158].

В целом, можно обобщить, что корпоративная культура сама по себе является важнейшим элементом в сфере развития предприятия любой сферы деятельности.

Но учитывая тот факт, что предприятия сферы услуг в целом и в сфере социокультурного сервиса в частности зависят напрямую от уровня эффективности работы персонала, то корпоративная культура ставится как основной аспект развития и приоритетный фактор.

Именно корпоративная культура позволит сплотить персонал и осознать, какова цель и миссия компании, при грамотном выстраивании процесс управления и формирования корпоративной культуры предприятия в социокультурной сфере может добиться значительный высот, роста конкурентоспособности, привлечение максимального числа потенциальных и реальных клиентов, а значит и рост дохода и прибыли.

Но все это возможно только в одном случае – если руководство и персонал будут слажено работать, сотрудничать в сфере осуждения какой-либо вопросов и разделять понятия и осознанность цели и задач развития предприятия.

Только в данном направлении можно говорить о эффективном формировании корпоративной культуры организации социокультурной сферы.

1. Агеев, А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А.И. Агеев. М.: Наука, 2015. 178 с.

2. Галкина, Т.П. Социология управления: от группы к команде / Т.П. Галкина. М.: Финансы и статистика, 2017. 224 с.

3. Ерасов, Б.С. Социальная культурология / Б.С. Ерасов. М.: Аспект Пресс, 2017. 216 с.

4. Жарков, А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности / А.Д. Жарков. М.: МГУК, 2016. 238 с.

5. Красильников, Ю.Д. Методика социально-культурного проектирования / Ю.Д. Красильников. М.: МГИК, 2015. 161 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИМИДЖА НОВОНЕЖИНСКОГО СЕЛЬСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ ПРИМОРСКОГО КРАЯ В КОНТЕКСТЕ ЕГО ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

М.А. Левченко

бакалавр

Л.Ю. Фалько

канд. техн. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

В данной статье анализируются модели имиджа территории и методы его оценки, исследованы особенности восприятия туристской целевой аудиторией имиджа сельской территории на примере Новонежинского сельского поселения Шкотовского района Приморского края. Выявлены положительные и отрицательные имиджевые характеристики территории в контексте его туристской привлекательности. Установлено, что перспективными направлениями развития туризма на исследуемой территории являются экологический, спортивный, культурно-развлекательный и гастрономический туризм.

Ключевые слова и словосочетания: имидж территории; модели имиджа; оценка имиджа, туристская привлекательность.

A STUDY OF NOVORAZANSKAJA RURAL SETTLEMENT IMAGE IN THE CONTEXT OF ITS TOURIST ATTRACTIVENESS

This article analyzes the models of the territory image and the methods of its assessment, explores the features of the perception of the rural area by the tourist target audience on the example of the Novonezhinsky rural settlement of the Shkotovsky district of Primorsky Krai. Positive and negative image characteristics of the territory in the context of its tourist attractiveness are revealed. It has been established that promising areas for the development of tourism in the study area are ecological, sports, cultural, entertainment and gastronomic tourism.

Keywords: territory image; image models; image assessment, tourist attraction.

Привлекательный имидж территории усиливает ее позиции в региональной конкурентной борьбе за привлекательные целевые группы. Поэтому имидж территории становится все более важным фактором экономического развития и конкурентоспособности регионов, прежде всего влияя на приток туристов и инвестиций. Межрегиональная конкуренция заставляет органы управления субъектов Российской Федерации разрабатывать и реализовывать имиджевую политику территории, создавать бренд территории, обеспечивая её узнаваемость в стране и мире.

Объектом данного исследования является имидж территории. Научная новизна работы связана с определением структуры имиджевых характеристик сельского региона. Целью исследования является оценка внешнего имиджа Новонежинского сельского поселения Шкотовского района Приморского края потенциальными потребителями территории – туристами. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- выявить теоретические модели имиджа территории и методы оценки имиджа, подходящие для цели исследования;
- провести оценку имиджа Новонежинского сельского поселения;
- определить положительные и отрицательные имиджевые характеристики Новонежинского сельского поселения в контексте его туристской привлекательности.

Для оценки имиджа региона проводятся комплексные социологические исследования, в ходе которых изучается экспертное мнение. В данном исследовании использовались два наиболее распространенных вида социологических опросов: анкетирование и интервьюирование. Анкетирование отражает массовое и статистическое мнение по отношению к региону и составляющим его имиджа. Интервьюирование считается глубинным методом исследования имиджа,

оно позволяет оценить сформировавшийся имидж места в понимании респондента, понять в какой стадии своего развития он находится.

Многообразие существующей научной и практической литературы до сих пор не дает четкой трактовки понятия «имидж» в русском языке. Это обусловлено иностранным происхождением термина и его широкой семантикой, а также столкновением с уже существующим в отечественной науке понятием «образ» и отождествлением с ним.

Анализ существующих определений имиджа показывает, что многие авторы говорят преимущественно об искусственно конструируемом имидже. Некоторые авторы отмечают, что имидж не только продукт эмоционально-психического восприятия чего – или кого-либо, но и сформировавшийся в течение продолжительного времени стереотип, основанный на личном опыте от взаимодействия, последнее можно отнести и к понятию имиджа территории.

Первые исследования в области восприятия территории начали проводиться в 1920-х гг. XX века, когда социологи Х. Зорбо, Л. Вирт, Э. Берджесс, Р. Парк и др., анализировали в своих трудах социальные проблемы американских городов. Их труды послужили методологической базой для современных исследователей в области имиджа территорий и разработки новых научных подходов [1].

Имиджу территории посвящены исследования таких российских ученых, как И.С. Важенина, Э.А. Галумов, А.А. Гравер, П.О. Ермолаева, Т.Н. Гордеева, А.П. Панкрухин, Е.И. Чарушина и многих других [2-5].

Поскольку в настоящем исследовании имидж территории оценивается в контексте туристской привлекательности, нами принято определение Всемирной туристской организации, которое на сегодняшний день считается общепризнанным: «Имидж территории – совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа» [6].

Имидж территории складывается из определенных характеристик, которые и определяют территориальную индивидуальность. В рамках данной работы наиболее значимыми считаются характеристики, которые в первую очередь влияют на формирование внешнего имиджа территории. Рассмотрены модели имиджевых характеристик территории, предложенные Э.А. Галумовым, А.Е. Кирюниным, И. М.Бусыгиной. Установлено, что имидж территории чаще всего ассоциируется с географическим положением, культурой, народом, природой и историей. Именно эти характеристики помогают аудитории отличать одну территорию от другой, поэтому они должны быть задействованы при формировании территориального имиджа [3, 9, 10].

В зависимости от методов оценки, модели имиджа территории будут различаться. В данной работе рассмотрены подходы к оценке территориального имиджа, предложенные Т.Н. Гордеевой, И.Н.Мельником, С. Анхольтом, Е.И. Чарушиной, А.П. Панкрухиным [7,11,12,14].

В результате анализа на первом этапе исследования за основу принята модель оценки имиджа территории по А. П. Панкрухину:

- «слишком привлекательный имидж» – высокая востребованность территории со стороны ее адресных групп, что влечет за собой сопутствующие проблемы;
- «позитивный имидж» – привлекательный имидж территории для жизни, ведения бизнеса и отдыха; адекватное положительное восприятие территории ее целевыми группами;
- «слабый имидж» – может быть следствием либо недостаточности потенциала территории, либо недостаточной освещенности ее преимуществ в информационном пространстве. Подобные территории могут иметь привлекательные характеристики, но не способны трансформировать их в конкурентные преимущества;
- «противоречивый имидж» – диаметрально противоположные массовые представления о территории, которые оказывают значимое влияние на ее имидж в целом;
- «негативный имидж» – приписывается территориям, которые явно непривлекательны для туристов, бизнеса и даже самих жителей.

В каждый определенный период времени территория может оказаться в одной из пяти имиджевых позиций [7].

Исследование имиджа Новонежинского сельского поселения проведено в марте и апреле 2019 года. В анкетировании приняло участие 272 респондента [28]. Женщины составили 76,2%, а мужчины – 23,8% опрошенных. Возраст респондентов варьировался от 14 до 57 лет, при этом большинство респондентов составляют люди от 17 до 30 лет. Подавляющее большинство рес-

пондентов живет во Владивостоке, но в исследовании представлены все города и шесть сельских территорий Приморского края, а также города Москва и Санкт-Петербург.

79,1% респондентов имеют потребность уехать в тихое место, отдохнуть от шумного города. 53,9% опрошенных привлекает парашютный спорт, а 56,3% – занятие такими зимними видами спорта и развлечениями, как катание на лыжах, сноуборде и тюбинге. Заниматься хайкинг-гом, т.е. подъемом на горы, выразили желание 56,8 % потенциальных туристов.

По результатам исследования выявлено, что территория имеет привлекательные имиджевые характеристики, но не способна трансформировать их в конкурентные преимущества. Про село Новонежино знают только 41% респондентов. Из них: большинство просто слышали название такого населённого пункта или знают, что на данной территории есть возможность прыжков с парашютом. Про село Лукьяновка знают 31 % респондентов. Лукьяновка известна как маленькое село между Анисимовкой и Новонежино, где находится база отдыха и начинается дорога к подножью горы Ливайдийская (Пидан). Также одним из показателей «слабого» имиджа является тот факт, что даже те, кто знают сёла Анисимовку и Лукьяновку, горнолыжную базу Грибановку причисляют к конкурентам Новонежинского поселения, не подозревая, что эти сёла и база относятся к территории поселения.

К конкурентам территории и ее туристских объектов респонденты относят: Лозовский и Хасанский район, города Находка, Арсеньев, парк «Штыковские пруды».

Новонежинское поселение ассоциируется у респондентов с зелёным, голубым и белым цветом, природой, горами, чистым воздухом, отдыхом, свободой.

На территории Новонежинского поселения находятся горы Пидан и Фалаза, По результатам опроса 89% респондентов знают про эти объекты туризма; 66 % хотели бы поехать в Новонежинское поселение именно для того, чтобы взобраться на эти горы. Высокая степень их популярности не приносит никаких дивидендов поселению, а связана с экологическими проблемами и загрязнением этих объектов от туристской деятельности.

Мотивацией для поездки в Новонежинское поселение служат: активный отдых на горнолыжном курорте (47% опрошенных); прыжок с парашютом (44%); посещение Майхинской винодельни (40%), посещение аэродрома (25%). Из этого следует, что в Новонежинском поселении находятся объекты, которые интересуют туристов, некоторые из них довольно востребованы. но из-за не сформированного позитивного имиджа и не освещения его в информационных кругах, у целевой аудитории не складывается устойчивое позитивное представление о территории.

В ходе исследования на основе интервьюирования экспертов и анализа планов развития территории выполнен SWOT-анализ структурных компонентов имиджа Новонежинского поселения. По результатам данного анализа были выявлены следующие возможности Новонежинской территории:

- развитие спортивного, курортно-лечебного, культурно-развлекательного, промышленного, гастрономического туризма, при условии объединения их в единую систему туристских услуг;
- привлечение туристов и инвесторов из Китая, Японии, Кореи; России;
- повышение привлекательности поселения на основе разработки и последовательной реализации имиджевой и маркетинговой политики территории.

В противовес данным возможностям, существуют следующие угрозы:

- конкуренция со стороны других регионов Приморского края и Шкотовского района;
- нехватка финансов и инвестиций для развития поселения;
- загрязнение туристических объектов;
- конфликты между местными жителями и туристами;
- потеря туристского рынка из-за низкого уровня сервиса для туристов;
- разрушение памятников культуры и истории вследствие недостаточных мер по их сохранению.

К сильным сторонам имиджа относятся:

- привлекательный, разнообразный природно-ресурсный потенциал и отсутствие загрязняющих производств;
- богатое историко-культурное наследие;
- наличие спортивной инфраструктуры для занятий теннисом, парашютным, авиационным, горным и горнолыжным спортом;
- опыт проведения выставок, экскурсий, концертов как элементов развития туризма;
- хорошие дороги до поселения.

Слабыми сторонами имиджа являются:

- сельское поселение обладает недостаточной узнаваемостью;
- неблагоприятные демографические процессы;
- недостаток квалифицированных специалистов в туристической индустрии
- незаинтересованность населения в развитии внутреннего туризма;
- поселение расположено в стороне от федеральной трассы;
- отсутствует системный подход к организации сервиса на предприятиях туристской индустрии;
- необходимость реконструкции объектов туризма;
- зависимость туристских услуг от климатических условий;
- отсутствие рекламных материалов для продвижения туристских продуктов на Российском рынке.

Таким образом, к положительным имиджевым характеристикам Новонежинского сельского поселения Шкотовского района Приморского края относятся: природно-ресурсный потенциал поселения, богатое историко-культурное наследие, чистый воздух на территории, отсутствие загрязняющих производств, хорошие дороги, а также возможность привлечения туристов и инвесторов из Китая, Японии, Кореи; России; возможность развивать спортивный, курортно-лечебный, культурно-развлекательный, религиозный, промысловый, гастрономический туризм; возможность создания единой системы туристских услуг).

К отрицательным имиджевым характеристикам относятся: недостаточная узнаваемость территории, отсутствие рекламных материалов для продвижения туристских продуктов на региональном и общероссийском рынке, постоянный отток молодёжи, в связи с чем территория испытывает недостаток квалифицированных специалистов в туристической индустрии; незаинтересованность населения в развитии внутреннего туризма; отсутствие системного подхода к организации сервисной деятельности предприятий сферы туризма.

Имидж Новонежинского поселения в целом можно расценивать как «слабый» по классификации А.П. Панкрухина из-за недостаточной узнаваемости территории потенциальными пользователями, отсутствия маркетинговой стратегии по продвижению преимуществ территории в информационном пространстве. Территория имеет привлекательные имиджевые характеристики и высокий туристский потенциал, но не способна трансформировать их в конкурентные преимущества. Отдельные туристские объекты Новонежинского поселения – горы Пидан и Фалаза обладают «слишком привлекательным» имиджем, они узнаваемы и востребованы для туризма, но высокая степень популярности не приносит никаких дивидендов поселению, а связана с экологическими проблемами и загрязнением этих объектов от туристской деятельности.

Работа над формированием позитивного имиджа территории необходима для её дальнейшего развития, в том числе повышения ее инвестиционной привлекательности.

-
1. Куклина, Н.Д. Имиджевое агентство как субъект развития территории (экспериментальное исследование): автореф. дис. ... канд. социол. наук / Н.Д. Куклина. Екатеринбург, 2016, 87 с.
 2. Важенина, И.С. Имидж как конкурентный ресурс региона / И.С. Важенина, С.Г. Важенин // Регион: экономика и социология. 2006. № 4. С. 72-84.
 3. Галумов, Э. А. Международный имидж России / Э.А. Галумов // Стратегия формирования. 2003. №4. С. 30-37.
 4. Чарушина, Е.И. Оценка привлекательности территории / Е.И. Чарушина // Вестник НГИЭИ: 2014. №3 С. 85-100.
 5. Методика социологической оценки имиджа территорий / П. О Ермолаева // Экономический вестник:/электрон. журн. URL: http://cpei.tatarstan.ru/file/File/CPEI%20AN%20RT/vestnik3_4kv2013.pdf (05.07.2008)
 6. Гордеева, Т.Н. Механизмы комплексного оценивания / Т.Н. Гордеева // Имидж города.2018. № 4 С. 47-53.
 7. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: маркетинг региона / А.П. Панкрухин // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 2. С. 9–11
 8. Всемирная туристская организация при ООН// ЮНВТО:/ электрон. журн. URL: <https://www.russiatourism.ru>. (дата обращения 4.04.2019)
 9. Кирюнин, А.Е. Имидж региона как интериоризация культуры / А.Е. Кирюнин // Имидж региона.2004. № 2. С. 37–38.

10. Российские регионы в международном сотрудничестве. Современные международные отношения и мировая политика: учебник / И.М. Бусыгина, под ред. А.В. Торкунова, СПб: Просвещение, 2004. С. 963–986.

Рубрика: Сфера услуг. Экономика сферы услуг

УДК 338.467.6

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

Н.Р. Маматкулов

бакалавр

Т.К. Мирошникова

канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье рассмотрен рынок общественного питания г. Владивосток, оценено текущее состояние рынка. Изучены подходы к сегментированию потребителя рынка общественного питания. На основе проведенного исследования традиционных методик сегментирования потребителя рынка общественного питания, были определены ключевые факторы развития рынка.

Ключевые слова и словосочетания: : рынок общественного питания, сегменты потребителей рынка, структура городского рынка, объем рынка общественного питания в г. Владивосток.

FACTORS OF DEVELOPMENT OF THE CITY FOOD MARKET VLADIVOSTOK

The article discusses the catering market of Vladivostok, assessed the current state of the market. The approaches to segmentation of the consumer market of public catering have been studied. On the basis of the conducted research of traditional methods of consumer market segmentation of the public catering market, the key factors of the market development were identified..

Keywords: The market of public catering, consumer segments of the market, the structure of the urban market, the volume of the public catering market in the city of Vladivostok.

Рынок Приморского края ресторанных услуг развивается неравномерно, так, например, в городе Владивосток он оценивается на конец 2017 года в 1,329 млрд руб., что является 24,1% от общего рынка общественного питания по Приморскому краю. Во Владивостоке каждый месяц открывается как минимум два новых заведения и данная тенденция, по мнению экспертов, сохранится в течение 5 лет. Однако заведений общественного питания во Владивостоке по сравнению с другими крупными городами России и мира на 1000 человек приходится не так уж и много. Так, например, в столице Приморского края, на тысячу жителей приходится 0,1 заведение, тогда как в Москве 0,6, в Петербурге 0,55 ресторанов, в Париже и Праге 7 и 6,5 соответственно. Очевидно, что Приморская столица далека от насыщения. По данным представленным на рис. 1, видно, что рынок общественного питания в 2017 году находится значительно ниже уровня 2015 года.

Это обусловлено, тем, что в статистику 2016 года включены объемы контрактного питания в целом по Приморскому краю. Несмотря на это, можно увидеть ежегодный прирост, как до 2016 года, так и после, однако в последние годы темпы роста снизились. С течением времени доходы населения возрастают. Представители рынка общественного питания стремятся улучшить предлагаемые услуги и продукты, также появляются новые игроки на рынке общественного питания. Из данных представленных в рис. 1, видно, что рынок, хоть и медленно, но раз-

вивается. В связи с тем, что запросы потребителя с каждым годом увеличиваются растет и объем предоставляемых услуг и объем продаж соответственно.

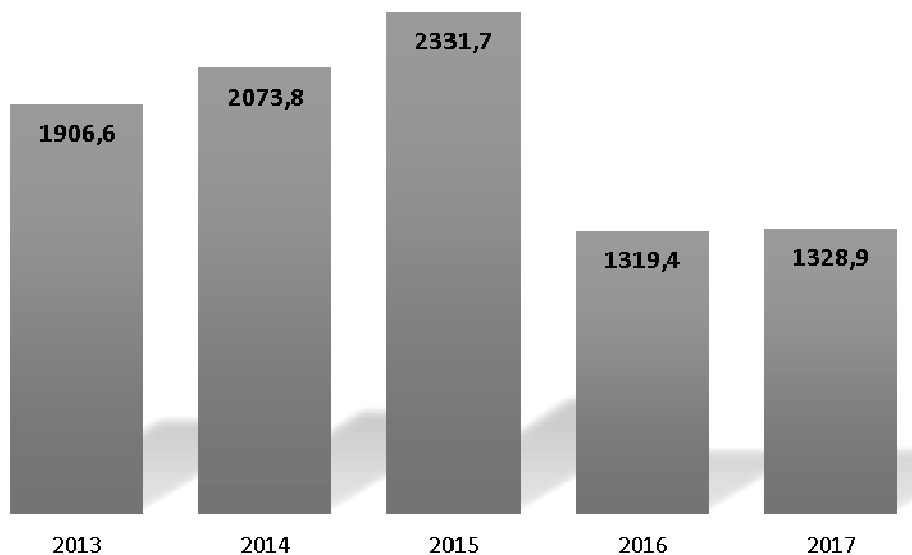


Рис. 1. Оборот общественного питания в г. Владивосток

Особенность ведения маркетинга в области общественного питания определяется несколькими смежными моментами. Рынок, на который ориентирован тот или иной ресторан, столовая кафе, может быть устойчив, если заведение действует вблизи образовательных учреждений, офисов, крупных потоков людей. С другой стороны, может быть и высоко конкурентным из-за отсутствия серьезных финансовых и иных барьеров при входе на рынок. В крупных городах, и в частности в городе Владивосток присуще черты неопределённости и сегментированности, где главная роль в успехе деятельности фирмы на рынке обуславливается адекватным применением инструментария маркетинга и изначально верно выстроенной концепции бизнеса.

Рассмотрим социально демографическую структуру населения города Владивосток в 600 тыс. человек, которые могут потенциально выступать в качестве потребителя услуг заведений общественного питания. Из них постоянный спрос на услуги заведений класса «люкс» могут предъявлять не более 18 тыс. людей. Спрос на заведения средней ценовой категории и (или) периодический спрос элитную продукцию – 55 тыс. людей. Самая большая часть населения предъявляет разовый спрос на заведения средней ценовой категории и выступает постоянным потребителем низко ценового сегмента. В выделенной нами потенциальной сегментации, к представителям данной группы относится порядка 180 тыс. горожан (рис. 2).

Многое зависит от ментальности и образа жизни представителей тех или иных социальных групп. В стратегии маркетинга ресторанного бизнеса принято подразделять посещение ресторанов по отдельным обобщенным целям. Данный подход можно применить к отрасли общественного питания. Так, по мнению О. Назарова, существует 5 основных целей людей посещения ресторанов:

- желание поесть;
- встречи с друзьями;
- романтический ужин;
- деловая встреча;
- тусовочная (самоидентификация в обществе себе подобных).

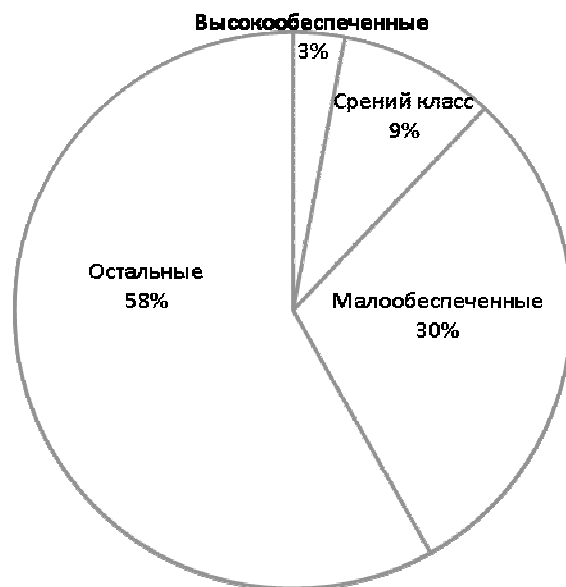


Рис. 2. Сегментация потребителей рынка общественного питания

Принимая данный подход можно отметить ещё одну существенную цель, возведённую в социальный ритуал, это празднование в ресторанах кафе тех или иных, значимых событий: дней рождения, годовщин, юбилеев (циклические); и разовые – выпускные в школах, ВУЗах, празднование свадебных торжеств. Отметим, что в повседневных ситуациях происходит взаимное сочетание большинства из вышеуказанных целей.

В связи с этим, для сегментации потребителя рынка общественного питания важны не только цели посещения, но и финансово-ментальный портрет потребителя. Выделяют критерий периодичность посещения, предполагающий разовые посещения по поводу того или иного значимого события, когда деньги откладываются заблаговременно, и объем разовых расходов, способность осуществлять тот или иной расход за одно посещение.

Среди представителей городского "среднего класса" и, «бедного слоя населения», посещение того или иного заведения общественного питания является необходимостью удовлетворения чувства голода в обеденное время. Посещение заведений общественного питания в существенной степени зависит от рабочего графика, как правило, ежедневные расходы на прием пищи вне дома являются несущественными, представляя постепенное заимствование западной культуры регулярного, повседневного питания вне дома.

Для определения объёма каждого из сегментов потребителей рынка общественного питания, авторами в процессе мониторинга городского рынка определен усредненный критерий – стоимость одного обращения к заведению общественного питания. Для высокообеспеченного населения средний чек составляет 3000 рублей, для средних слоев населения от 600 до 1500 рублей, для малообеспеченных до 500 рублей. Предположим, что частота посещения заведений общественного питания, среди всех социальных категорий одинакова. Исходя из вышеуказанных данных, структура городского рынка будет выглядеть следующим образом:

- высоко обеспеченные 3%;
- малообеспеченные – 29.75%
- остальные – 58.8%

Осуществляя сегментацию потребителей рынка, необходимо отметить, что во всех социальных группах, за исключением элитного ресторанного сегмента (fine dining), структура потребителей существенно сдвинута в сторону молодых потребителей. Это связано с мобильностью молодёжи, которая большую часть времени находится вне дома не только в дневные, но и в вечерние часы. В данных возрастных категориях существенно преобладают такие мотивы для посещения заведений общественного питания, как "тусовочный", "встреча с друзьями", "романтический ужин".

Для конфигурации рынка услуг общественного питания, ровно, как и для формирования действенной маркетинговой стратегии на данном рынке, весьма существенно, что в динамично

развивающихся отраслях такой сферы, как торгово-развлекательная, консалтинговая, финансовая, недвижимость и т.д., преимущественно занята молодежь. Это позволяет рассматривать отрасли рынка, где доминируют представители молодых поколений, как наиболее перспективные. К ним в частности, относятся рестораны, бары, кафе, ориентированные на молодежный досуг.

Так же следует учитывать расположение города Владивосток. Владивосток является столицей Приморского края. Здесь расположено большинство трудовых, производственных и финансовых ресурсов. Город является, ближайшим к странам азиатско-тихоокеанского региона городом с европейской культурой, чем и привлекателен для туристов. Владивосток вошел в топ-10 российских городов для отдыха и туризма по версии "Forbes", а также занял четырнадцатое место в Национальном туристическом рейтинге. Город является центром рекреационного и морского туризма территории залива Петра Великого. На побережье Амурского залива расположена Владивостокская курортная зона, включающая 11 санаториев. Привлекательной для туристов представляется игровая зона "Приморье". Ее главное преимущество – географическая близость Китая. В 2017 году город посетило более 3 млн туристов, что можно отнести к потенциальным потребителям услуг общественного питания. Основой внутреннего туризма является деловой туризм, на который приходится до 70% въездного потока. Расположение в городе 18 иностранных консульств способствует развитию дипломатического туризма.

1. Исаенко, А.В. Теория и практика исследования качества обслуживания на предприятиях общественного питания: монография / А.В. Исаенко, Е.И. Макринова, А.В. Королев. Белгород: Издательство БУПК, 2015. 45 с.

2. Лисенко, Н.А. Методическое обеспечение комплекса маркетинга / Н.А. Лисенко // Вестник ЮУрГУ. 2015. № 27. 127 с.

3. Развитие общественного питания Белгородской области в 2017 году. Белгород: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области, 2018. 26 с.

4. Торговля и платные услуги населению г. Владивосток: стат. сборник. Владивосток: Приморскстат, 2018. 33с.

Рубрика: Парикмахерское искусство

УДК 338

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПАРИКМАХЕРСКОМ ИСКУССТВЕ

И.А. Мезекаева
бакалавр

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Каждая женщина стремится следовать моде. Современные тенденции в цвете – стремление к созданию натуральных оттенков. Существует множество вариантов окрашивания, подчеркивающих индивидуальность человека. Для достижения различных эффектов мастера используют разные приемы и тонкости.

Актуальность данной работы заключается в том, что здесь представлены самые новые разработки и методики в области окрашивания волос.

Новый цвет волос – это один из самых проверенных и эффективных способов поменять свой имидж, начать жизнь «с нового листа», выйти из депрессии и многое другое. Некоторые дамы даже утверждают, что с новым цветом волос у них меняется внутреннее восприятие мира, самой себя. Если вам давно хочется перемен и вы не знаете, с чего начать, то модное окрашивание волос спасёт положение.

В 2019 году основной модной тенденцией в окрашивании будет использование максимально натуральных и природных цветов и оттенков. Если ваш природный цвет волос вам не понравился, то можно слегка изменить его оттенок с помощью оттеночных шампуней, тоников, щадящих красок. Тщательно взвесьте все плюсы и минусы кардинальной смены цвета. Возможно,

восторг от нового цвета станет постепенно меркнуть на фоне постоянного окрашивания корней. Среди самых последних тенденций в окрашивании волос 2019 года можно выделить следующие.

При окрашивании в модный блонд стилисты советуют отдавать предпочтения тёплым и золотистым оттенкам, которые максимально приближены к натуральным пшеничным волосам.

В мелировании тёмных волос и светлых, в том числе, следует избегать ярко осветлённых прядей, которые сильно контрастируют с основным цветом волос. Лучше делать плавные переходы на волосах, стремиться к эффекту естественно выгоревших на солнце волос.

Блондинкам, которые хотят быть в абсолютном тренде в 2019 году, стилисты советуют присмотреться к тонированию нежным оттенком розового кварца. Особенно выигрышно такой оттенок смотрится на озорных стрижках Пикси и укороченный Боб.

Девушкам, цветотип которых максимально приближен или совпадает с «холодной зимой», можно не бояться платинового блонда. Тем более, это будет в тренде 2019 года.

Девушки с русыми волосами, шатенки могут присмотреться к холодным оттенкам своего цвета волос. Актуальным будет лёгкое омбре, перетекающее из орехового подтона в светлые тона на концах волос.

Яркие оттенки рыжего цвета с красным подтоном непременно понравятся любительницам всегда быть в центре внимания.

Одним из трендов 2019 года среди окрашивания станет коричневый цвет во всех его оттенках. Такой вариант цвета волос замечательно подходит девушкам практически любого цветотипа.

Балаяж

Окрашивание, которое притягивает взгляды, придает изысканный шик и элегантность волосам, в котором как нельзя лучше видно работу мастера-колориста, как художника, это все о балаяже, окрашивание, которое в тренде в 2019 году.

Такая техника окрашивания предполагает выделение прядок, на которых выполняются прямые осветляющие мазки, как работа художника, в переводе балаяж и есть рисование по волосам. При окрашивании балаяж, мастер словно рисует картину на ваших волосах из изысканных природных оттенков. Особенностью данной техники является «растягивание» 2-ух или 3-х цветов, которые сочетаются между собой, по всему полотну волос. Это очень нежная и натуральная техника окрашивания, которая относится, к тому же, к 3D техникам. Балаяж придаёт невероятный объём волосам.

Поэтому очень многое будет зависеть от навыков мастера. Такой вид окрашивания акцентирует внимание на глазах, скулах, губах, подчеркивая структуру ниспадающих локонов. Окрашивание балаяж можно носить от 5 до 10 месяцев и оно будет выглядеть потрясающе.

Шатуш

Окрашивание волос «шатуш» непременно останется на пике моды в 2019 году. Шатуш придает локонам эффект выгорания на солнце, его еще называют французским мелированием. Такое окрашивание подойдет как светлым, так и темным волосам. Окрашивание довольно сложное, потому что мастер должен тщательно растушевывать тон, чтобы создать эффект естественно выгоревших волос. Корни во время окрашивания не затрагиваются, а концы традиционно высветляются и при желании колорируются в нужный оттенок.

Окрашивание шатуш позволяет добиться плавного и максимально естественного перехода между оттенками. В этом окрашивании не должно быть резких скачков и переходов от одного тона к другому.

Главное преимущество окрашивания шатуш – отсутствие необходимости в постоянной коррекции. Отросшие корни скрадываются благодаря уникальным особенностям технологии, но эта технология требует работы опытного мастера

Модное окрашивание AirTouch

Техника окрашивания AirTouch пошла от ее названия, что дословно означает «прикосновение воздуха». Потому что суть окрашивания заключается в том, что его делают при помощи фена. Волосы делятся на зоны, потом берется небольшая прядь волос и обдувается струей воздуха фена так, чтобы от каждой из прядок осталось примерно 30-50% изначального объема, чтобы убрать все короткие и слабые пряди. И на те волосы, которые остались в руках мастера, наносится краска, при этом отступив от корней 3-5 см (корни потом тонируются). Именно благодаря такому разделению прядей (чем тоньше пряди разделения, тем качественней будет осветление), волосы в последствии имеют многогранные переходы и переливы.

Схема нанесения довольно сложная и знают ее только мастера колористики. Степень осветления волос и время выдержки также регулирует мастер, поэтому от его мастерства зависит конечный результат.

Главная отличительная черта окрашивания AirTouch в максимально размытых границах растяжки цвета, переход от неокрашенной части головы к светлым концам плавный и совершенно не резкий, очень приближенный к естественному. К тому же окрашивание придает визуальный объем волосам. «Носится» окрашивание 5-6 месяцев, хотя многие носят и 9-10 месяцев, при этом выглядит все очень естественно.

Окрашивание AirTouch можно делать на светлых и на темных волосах, а также разной длины и структуры, даже на вьющихся и кудрявых локонах.

Визуально окрашивание AirTouch очень похоже с балаяж и шатуш.

Брондирование

Брондирование (brown + blond) – сложный процесс окрашивания, чтобы добиться идеальных красивых переходов, нужно приложить руку опытного мастера-колориста. При окрашивании должны быть максимально естественные оттенки, причем такие, которые в цветовой гамме находятся на расстоянии в 2–3 тона друг от друга. Для получения идеального результата исходный цвет должен быть максимально приближенным к натуральному.

При брондировании даже тонкие волосы выглядят объемными и визуально более густыми, это создается за счет игры светлых и темных цветов. Более подробно о технике брондирования можете почитать в этой статье.

Тёмный оттенок лежит в основе, у корней, постепенно перетекая в блонд. Слово «брондирование» произошло от двух английских слов «brown» (коричневый) и «blond» (светлый). По своей сути брондирование – это то же самое омбре, только на шоколадной базе. Коричневый цвет стремится и плавно перетекает к блондинистым кончикам

Splashlight

Техника Splashlight довольно непроста для исполнения, но результат того стоит. С английского языка название этого окрашивания переводится как «брызги цвета, всплески». Конечным итогом техники Splashlight должен стать эффект луча по всему периметру головы. Представьте, что вы стоите под яркими софитами, и ваши волосы приобретают специфическую «линию блеска». Подобный эффект будет виден при любом освещении и вне зависимости от того, стоите вы или движетесь.

Омбре

Такой вид модного окрашивания, как омбре, вот уже несколько сезонов подряд держится в рейтинге самых популярных техник окрашивания. Особенностью этой техники является создание максимально плавного перехода между двумя цветами. Если это классическое омбре, то корни делают более тёмного цвета, а основная длина волос – светлыми. Есть также и обратное омбре, когда цвета перевернуты.

Сомбре

Сомбре – техника окрашивания, одна из новинок последнего времени. Модницы уже успели полюбить данное окрашивание из-за его натуральности и яркости. Сомбре – техника очень схожая с омбре. Отличием его является то, что градиентная линия проходит не только горизонтально, но и вертикально. Такое окрашивание не только ультрамодное, но и практичное. Вам не нужно будет беспокоиться о своих отросших корнях, цвет будет смотреться размыто и очень красиво.

Калифорнийское мелирование

Востребованным среди модниц на долгое время останется и калифорнийское мелирование. Вся прелесть этой техники в создании натурального перехода от затемненных корней к светлой части волос. Мелирование тёмных волос такой техникой также возможно, как и светлых, и коричневых оттенков. Мастера-парикмахеры используют только самые бережные осветляющие пасты на пряди волос. Окрашенные волосы не заворачивают в фольгу для того, чтобы осветляющее действие краски постепенно сходило к нулю, не повреждая волосы. Иногда, при выполнении калифорнийского мелирования используются не только пастельные цвета, но и яркие. Тогда получается сногшибательный эффект многоцветного колорирования.

Пикселс

Одной из тенденций в окрашивании волос 2019 будет являться пиксельная техника. В моду её ввели испанские стилисты. Надо отметить, что такое окрашивание подойдёт далеко не каждой девушке: во-первых, это достаточно экстравагантное окрашивание. Вместо всеми любимых плавных линий и переходов пиксельное окрашивание предлагает чёткие геометрические фигу-

ры различных цветов, которые в хаотичном порядке располагаются на всей длине волос; во-вторых, такое окрашивание требует ежедневной специальной укладки, если вы хотите, чтобы футуристический эффект был заметен. Если волосы не будут гладкими и зафиксированными в строго определённой форме, то рисунки не будут заметны.

Dim-out

Среди новинок в видах окрашивания волос 2019 года находится и Dim-out, или частичное затемнение. При помощи умело созданных тёмных прядей в определённых местах стрижки можно добиться 3D эффекта в объёме волос. Но это окрашивание так же требует постоянной укладки, как и пиксельная техника. «Тёмные» места можно сделать в одной или двух зонах и создать невероятную игру цветов и многогранность переливов.

Каждый год стилисты акцентируют своё внимание на определённых оттенках, цветах волос, техниках окрашивания. Конечно, угнаться за модой порой невозможно. Да и ваши волосы не выдержат постоянной смены цвета в каждом сезоне. Лучше, если вы найдёте своего универсально мастера, который бережно и качественно будет воплощать в жизнь ваши пожелания по смене цвета.

В заключении хочу сказать, что не бойтесь экспериментировать, пробовать новое. Но чтобы быть уверенным в хорошем результате, обращайтесь к профессионалам

-
1. Модные тенденции окрашивания волос [Электронный ресурс] URL: <https://krasotka.cc/krasota/pricheski/modnye-tendentsii-okrashivaniya-voilos-2019-goda>
 2. <http://referat-lib.ru/view/referat-technique/207/206493.htm>
 3. <https://www.salohsecret.ru/okrashivahie/trendy/modnie-vidy-i-tehniki-okrashivahia-voilos>

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УКД 338

СПЕЦИФИКА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ТУРИСТСКОМ АГЕНТСТВЕ

А.А. Моисеенко

бакалавр

Л.А. Мельникова

преподаватель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье рассмотрено понятие качества обслуживания, культуры общения сотрудников с клиентами туристского агентства, приведена типология потребителей, знание и понимание которой отражается на качестве сервиса. Помимо этого, представлены необходимые шаги для успешного взаимодействия с клиентом..

Ключевые слова и словосочетания: турагентство, обслуживание, качество, культура общения, персонал, потребитель, сервис.

THE SPECIFICS OF SERVICE IN A TRAVEL AGENCY

The article describes the concept of quality of service, communication and cooperation with customers, as well as provides typical information about consumers. In addition, the necessary steps are presented for all-round interaction with the client.

Keywords: travel agency, service, quality, communication culture, personnel, consumer, service.

С каждым годом туристская сфера наращивает объем показателей по разным направлениям. Согласно Росстату, самым большим из показателей является выездной туризм. Так, в 2018 году поток путешествующих за границу увеличился на 6% по сравнению с предыдущим годом. Этому способствуют такие факторы как: экономическая возможность поездки, информационная доступность и т.д., что позволяет организовать свой отдых как самостоятельно, так и с помощью туроператора. Основными спорными моментами при организации отдыха через турист-

ские компании являются: нежелание участвовать в групповом туре, невозможность выбрать гостиницу самостоятельно, финансовая сторона, желание путешествовать «дикарями» и попробовать организовать путешествие самому, страх быть обманутым и т.д., что в конечном итоге заставляет туристские компании искать пути привлечения клиентов.

Специфика данного бизнеса заключается в том, что туристский продукт нельзя попробовать и оценить до его получения, что заставляет компании продумывать возможности продвижения своего товара (повышают осязаемость туристских услуг, подчеркивая их значимость, заостряют внимание на получаемых клиентом выгодах, с помощью разных видов рекламы и т.д.), улучшают сам продукт (новые направления, уменьшение цены и т.д.) возникает необходимость в повышении качества туристского обслуживания.

В связи с чем, актуальность исследования в определении специфики обслуживания в туристском агентстве не вызывает сомнения.

Научная новизна заключается в исследовании обслуживания в туристском агентстве.

Целью данной работы является определить специфику обслуживания в туристском агентстве.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- определить сущностные характеристики понятия: качество обслуживания в туризме;
- исследовать стандарты обслуживания клиентов;
- дать классификацию потребителей туристского агентства;
- проанализировать специфику обслуживания в туристском агентстве.

Для рассмотрения специфики предоставления услуг в туристском агентстве необходимо определиться с понятием качество услуг. Согласно ГОСТу Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг – качество услуги определяется совокупностью характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя [1].

Качество туристского обслуживания – это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в путешествиях. На сегодняшний день важнейшим фактором успеха любой компании является качество обслуживания клиентов. Это дает большое преимущество перед конкурентами и позволяет максимально удовлетворить потребителя [2]. Туристское обслуживание должно удовлетворить целый комплекс разнообразных потребностей: в путешествии, питании, проживании, познавательных экскурсиях, спортивных и развлекательных мероприятиях и т. д. Во время программных туров предполагается удовлетворение специфических потребностей в лечении, деловых встречах, походах и др.

Для того, чтобы обслуживание клиентов всегда было на высоком уровне, необходим системный и последовательный подход для создания корпоративных бизнес-процессов. Всегда необходимо брать во внимание то, как создаваемая процедура может повлиять на мнение клиентов о компании и ее продукте. Только таким образом качество обслуживания приобретет стратегический статус, станет элементом корпоративной культуры, постоянно будет способствовать увеличению лояльности клиентов, и, следовательно, повысит доход и оптимизирует затраты на развитие клиентской базы, что отразится на прибыльности фирмы.

Высокий уровень качества сервиса достигается путем анализа собственных стандартов обслуживания, рассмотрения различных факторов, которые на него влияют, культуры общения сотрудников. В общем случае разработка полноценной системы качества обслуживания основывается на комплексном исследовании:

- технологического процесса продаж (методом тайный покупатель);
- области взаимодействия клиента и компании, а также удовлетворенности и лояльности конечного потребителя (исследование удовлетворенности и лояльности с анализом точек контакта);
- лучших российских и зарубежных практик (бенчмаркинг-исследования).

Данный подход позволяет фирме получить ценную информацию, которую затем сможет воплотить в стратегию и тактику, за чем последует аудит или разработка различных программ управления качеством [3].

Стандарты обслуживания персонала являются необходимой частью работы компании в сфере предоставления услуг. Они позволяют оптимизировать работу, сделать ее более понятной, качественной.

Каждая компания сама выбирает то, как будет организован процесс взаимодействия с клиентом. Однако нужно помнить, что необходим взгляд со стороны. Именно поэтому существует практика общения с клиентом, изучение его потребностей, выявление ожиданий. Это достигается путем сбора и анализа обратной связи, опроса самих сотрудников фирмы [4]. Точки кон-

такта фирмы и потребителя – это разного рода сферы функционирования компании, с которыми взаимодействует клиент в течение всего цикла взаимоотношений с компанией.

Для качества туристского обслуживания имеют значение и такие, не поддающиеся прямому измерению характеристики, как эстетика, комфортность, этика, культура труда, поведения и речи и культура общения.

Культура общения – умение сформулировать свои мысли и выслушать клиента, быть отзывчивым и уметь сопереживать [5].

В условиях свободы выбора услуги и отсутствия подчинения клиента сервисной фирме последняя вынуждена изучать клиента и разрабатывать специальные приемы воздействия на потребителя услуги.

Выделяют следующие коммуникативные умения, которыми должны владеть сотрудники контактной зоны:

- быстро устанавливать контакт с клиентами;
- находить эффективные формы общения с посетителями и коллективом;
- регулировать отношения между коллективами и внутри коллектива;
- располагать к себе.

Культура общения зависит и от умения сотрудника контактной зоны пользоваться невербальными средствами общения (мимикой, жестами, пантомимикой). Сотруднику следует меньше говорить самому и больше внимательно слушать клиента.

Для того, чтобы добиться успеха в любой сфере деятельности и, самое главное, – в сфере сервиса, при реализации продукта, необходимо четко представлять себе психологический тип клиента, с которым сотрудник имеет дело.

Существует типология клиентов туристических фирм, разработанная отечественным специалистом в области туризма В.А. Квартальновым. Она создана на основе анализа образа жизни клиентов. Так как образ жизни тесно связан с потребностями, то необходимо эти потребности тщательно изучить, чтобы уметь правильно преподнести товар и продать его, а также чтобы товар соответствовал определенным запросам. Данная классификация позволяет определить как особенности характера и темперамента клиента, так и, в большей степени, его ценности. Помимо этого, менеджер сможет определить направленность тематики турпродукта, который мог бы заинтересовать соискателя. Таким образом, В.А. Квартальнов выделяет пять типов клиентов:

- погруженный в себя искатель наслаждений;
- активная и целеустремленная личность;
- представитель деловых кругов;
- «синие воротнички»;
- традиционный домосед.

Погруженный в себя искатель наслаждений характеризуется как молодой человек, занятый не интересной и монотонной работой. В связи с этим он ищет наслаждения от различных видов деятельности на свежем воздухе. Возможно, ему нравится рыбалка и охота, игра в баскетбол, или он увлекается дорогими спортивными машинами. У него вполне хороший доход, но все приобретения совершаются спонтанно. Он не планирует жизнь надолго вперед. Является постоянным зрителем спортивных, приключенческих и других активных программ.

Активная и целеустремленная личность все силы и энергию направляет на построение карьеры и успешность в ней, любит свою работу. Такой клиент имеет современные взгляды на жизнь, он либерален, уверен в себе. Он постоянно ищет чего-то нового, новых ощущений, жаждет активной деятельности. Такой клиент всегда в курсе событий и тенденций в культуре. Он часто смотрит новости, развлекательные и спортивные программы.

Деловая личность – у этого клиента доход еще больше, чем у двух предыдущих типов, у него больше возможностей и более высокие запросы к отдыху. Он не любит ездить на дальние расстояния, потому что у него хороший дом и сформировавшаяся семья. Такой человек читает деловые газеты и журналы, краткие сводки новостей, смотрит передачи о путешествиях.

«Синие воротнички» – живут в маленьких городах или на окраинах больших городов. Они патриоты и приверженцы строгой морали, считают тяжелую работу необходимостью. Для них лучший отдых – на природе с семьей в палатках. Им нравится охота и рыбалка.

Традиционный домосед не может идти в ногу со временем. Он консервативен и хочет, чтобы люди вокруг него были такими же. Он считает каждую копейку, избегает всего, что может быть связано с риском и не станет совершать покупку в кредит. Любит смотреть комедии [6].

На каждый из типов существует его подробное описание (увлечения, привычки, темперамент, предпочтения), а также даются четкие указания, как вести с таким клиентом, что следует ему предложить, в какой форме обращаться и т.д. Умение сотрудника определить тип клиента, который пришел в офис продаж, поможет ему определить его поведение, интересы, убеждения, ценности, восприятие и нужды, что поспособствует оптимизировать процесс реализации туристского продукта.

Относительно продажи конкретного продукта, важно демонстрировать возможности и преимущества услуг в данной фирме. Необходимо убедить клиента в том, что он обратился по адресу, что у фирмы самый широкий выбор, самые выгодные цены и что искать где-либо еще не имеет смысла. Сотрудник поможет сделать клиенту оптимальный выбор – здесь и сейчас. Для этого нужно:

- создать благоприятную обстановку (добиться расположения клиента);
- использовать наглядные средства для демонстрации видов отдыха;
- вовлекать туриста в действие;
- задействовать логику клиента (рациональные мотивы выбора);
- задействовать его чувства и воображение (эмоциональные мотивы);
- использовать яркие, проникающие в сознание туриста, слова и образы;
- переводить свойства и характеристики услуг в выгоды для туриста;
- приводить доводы в пользу приобретения услуг именно в данной компании и ограничить временной промежуток.

Задача сотрудника – показать широкий диапазон предложений, затем сузить его до максимально устраивающих туриста, чтобы впоследствии остановиться на конкретном туре с оптимальным сочетанием всех его составляющих: курорта, отеля, стоимости, туроператора, программы тура и т.д.

Обслуживание клиентов включает в себя общение с клиентами при непосредственно личной встрече в офисе продаж, посредством телефона, а также имеет и другую сторону – это отличный дизайн, по которому легко запомнить и идентифицировать фирму, привлечь новых клиентов.

Основными этапами общения сотрудника фирмы с клиентом для совершения сделки не, необходимо пройти следующие этапы:

- познакомиться с клиентом и установить с ним контакт;
- выяснить его потребности и запросы;
- продемонстрировать возможности и преимущества;
- подвести клиента к покупке, получить согласие;
- оформить документы;
- позаботиться об обратной связи.

Анализ специфики обслуживания в туристском агентстве проходил на базе деятельности ИП Старостина Е.А., «Жемчужина Востока» и «География» г. Находка. Анализ проходил по следующим методикам, используемые сотрудниками турагентств:

- соблюдаются техники, способствующие установлению контакта (улыбка, зрительный контакт, словесное приветствие, сдержанные жесты и движения, открытая поза, вопрос-реплика);
- поддерживающее эхо;
- развитие диалога;
- техника «Воронка»;
- метод положительных ответов;
- метод двусторонней аргументации;
- прямое завершение сделки.

Сравнительный анализ, проведенный между ИП Старостина Е.А. и двумя другими фирмами-конкурентами «Жемчужина Востока» и «География» показал, что компания ИП Е.А. Старостина, имеет две основных проблемы в обслуживании клиентов туристского агентства. Первая заключается в том, что сотрудником контактной зоны используется малое количество методик общения с клиентами, кроме того, они не всегда эффективны. Вторая проблема связана с недостаточным вниманием со стороны руководства к фирменному стилю компании и оформлению офиса продаж.

Решением найденных проблем является посещение сотрудниками данной фирмы тренинга по повышению знаний и компетенций в области продаж туристского продукта. Посредством

обучения менеджер по продажам узнает о новых методах общения с клиентами, плюсами и минусами использования некоторых из них, научится их использовать. Вторая задача состоит в разработке фирменного стиля компании, тематическом оформлении офиса, что способствует большей заинтересованности клиентов, возникновению у них дополнительных нужд, и, вследствие, большому количеству продаж и прибыли.

Таким образом, в настоящее время сфера услуг занимает большую часть рынка практически любой страны. Это означает, что занятое в обслуживании население должно иметь определенные навыки общения с клиентами. Должны быть учтены особенности каждого потребителя, сотруднику компании необходимо уметь определять тип клиента и основываясь на этом строить с ним беседу. Чтобы повысить качество обслуживания в компании, нужно проводить различные мониторинги точек контакта, таких, как услуга, место продажи, персонала, взаимодействующего непосредственно клиентами и т.д., а также исследовать мнения реальных потребителей. Для обеспечения качественного обслуживания важным этапом является разработка стандартов обслуживания персонала, а также его постоянное обновление с учетом новых тенденций. Стандарты обслуживания не только повышают качество сервиса, но также помогают оптимизировать работу сотрудников компании, делают ее более понятной, минимизируют ошибки.

1. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг [Электронный ресурс]. URL: <https://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293774/4293774207.pdf>

2. Качество обслуживания / [Электронный ресурс]. URL: http://www.your-people.ru/kachestvo_obslyujvaniya.php

3. Стандарты качества обслуживания клиентов / [Электронный ресурс]. URL: <https://www.training-partner.ru/staty/standarty-obslyuzhivaniya-klientov.htm>

4. Москвичев, П.В. Российские потребители оценили качество сервиса на «троечку» / П.В. Москвичев // Мастер продаж. 2013. №2. С. 13-14.

5. Стандарт для сотрудников + выгода для клиентов / [Электронный ресурс]. URL: http://www.your-people.ru/standarty_obslyujvaniya.php

6. Процесс контакта между клиентом и исполнителем / [Электронный ресурс URL: <http://myaria.ru/process-kontakta-mezhdu-klientom-i-ispolnitelem/>

7. Руденко А.М.. Психология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие для вузов. Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2016. 247 с.

8. Суворов, М.А. Искусство продажи туров / М.А. Суворов. М.: Мастер продаж – 2014.

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УКД 398.8

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЯ ТВОРЧЕСТВОМ НА РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ

В.И. Салмашова

бакалавр

Т.В. Метляева

канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В данной статье анализируются влияние занятия творчеством на развитие личности детей и подростков. Исследуется понятия «творчество» и «креативность». Рассматривается влияние творчества и его значимость для ребенка. Проводится анкетирование родителей, чьи дети обучаются в модельных школах и танцевальных коллективах, и детей, обучающихся модельных школах и танцевальных коллективах. Разрабатывается тренинг для развития креативности у детей.

Ключевые слова и словосочетания: творчество, способности, детское творчество, креативность.

THE INFLUENCE OF CREATIVE ACTIVITIES ON THE DEVELOPMENT OF THE PERSONALITY OF CHILDREN AND ADOLESCENTS

This article analyzes the influence of creative activities on the development of the personality of children and adolescents. The notions of "creativity" are explored. The considering of influence of creativity and its importance for the child. A survey of parents whose children are involved in model schools and dance groups, and children studying model schools and dance groups. The creation of training for the development of creativity in children.

Keywords: Creativity, abilities, children's creativity.

Любое творчество – является духовным, преобразующим человека процессом. И дети это чувствуют интуитивно, тянутся к нему не боясь ошибиться или быть непонятыми. Через творчество они познают мир. Творческие занятия помогают становлению мелкой моторики и могут способствовать проявлению склонности ребенка к той или иной сфере деятельности.

Когда родители дают ребенку возможность попробовать себя в таких направлениях, как: музыка живопись, лепка, танцы, театр, то тем самым они могут увидеть, в какой именно области детские способности проявляются больше всего.

Понимание этого способствует выбору в будущем жизненного пути — может быть, увлекшись каким-либо видом творчества, ребенку будет легче определиться с тем, чем он хотел бы заниматься. Возможно, он станет художником или танцором, музыкантом или архитектором. А дети, которые во взрослой жизни не свяжут свою профессиональную деятельность с творчеством, будут более коммуникабельны и трудолюбивы, а также более гибкими в отношении с другими людьми.

Ребенок, который занимается каким-либо видом творчества, вырастая способен анализировать свои желания и потребности, раскрыть свои способности, которыми его наградила природа. Так он получает возможность заниматься любимым делом в жизни и, когда повзрослеет, достичь профессионального роста.

Также, нельзя недооценивать влияние творчества на общее развитие ребенка или подростка. Благодаря этим занятиям и упражнениям развивается не только его познавательная сфера, но и психологически он становится наиболее уравновешенным и гибким по сравнению со своими сверстниками.

Мы считаем, что данная тема актуальна, так как в мире компьютеризации, родители забывают, что именно занятия творчеством необходимы для развития ребенка.

Объект исследования: Детское творчество

Предмет исследования: Влияние занятий в танцевальном и модельном коллективе на развитие личности детей и подростков

Цель: Проанализировать, влияние занятия в модельной школе и танцевальном коллективе на развитие личности детей и подростков.

Задачи:

- Рассмотреть сущность понятия «творчество» и «креативность», их определение;
- Проанализировать подходы к анализу влияния занятий творчеством на развитие личности ребенка и/или подростка;
- Провести анкетирование среди родителей и детей на выявление влияния занятий творчеством на развитие личности ребенка и/или подростка;
- Разработать и апробировать тренинг по развитию творческих способностей у детей.

Продолжая свои исследования, начатые на первом курсе, об особенностях развития детского творчества, в настоящем исследовании мы анализировали, влияние занятий в танцевальном и модельном коллективах детей и подростков.

Мы проанализировали подходы к понятию «творчество» и «креативность». Развели эти понятия и выделили определение, данное Н.А. Бердяевым: Творчество – процесс культурной человеческой деятельности, в результате которого создаются качественно новые материальные и духовные ценности. Творчество – способность человека из доставляемого действительностью материала созидать новую реальность, удовлетворяющую многообразным потребностям человеческой жизнедеятельности.

Тогда как «креативности» Дж. Гилфорд дает такое определение – творческие возможности (способности) человека, которые могут проявляться в мышлении, чувствах, общении, отдель-

ных видах деятельности, характеризовать личность в целом и/или ее отдельные стороны, продукты деятельности, процесс их создания.

Как влияет творчество на ребенка? Зачем ребенку заниматься творчеством?

Н.В. Рождественская утверждает, что творческий человек воплощает свою активность в наиболее сложную форму – в движение человека. Творческий ребенок способен управлять своими внутренними импульсами и побуждениями, разбираться в собственных чувствах, такой ребенок открыт миру людей, он способен сопереживать им.

Е.А. Пуцейко говорит, что любой вид творчества благоприятно влияет на развитие ребенка. Необходимо создать доброжелательную атмосферу для проявления творческих способностей. Театральное и музыкальное творчество тренирует память и мышление, улучшает координацию движения пальцев и рук, способствует преодолению страха публичных выступлений.

Эдвард де Боно приводит структуру качеств, присущих человеку с творческим складом ума: нетрадиционный взгляд на вещи и события; стремление к неопознанному и неосвоенному; потребность бросить вызов привычному взгляду; способность к вдохновению и фантазии; способность к ломке стереотипов в мышлении; способность к активному действию и намеренному выходу за рамки установленных схем.

Эмпирическое исследование проводилось на базе танцевального и модельного коллективов, основной задачей исследования являлось определение пользы этих занятий для развития ребенка.

В современной культуре танцы являются не просто увлечением, но прежде всего, занятие этим видом искусства формирует в человеке отношение к здоровому образу жизни, помогает снять усталость и повышает иммунитет и выносливость. Дети, чьи родители отдают их в соответствующие школы, быстро и легко находят общий язык не только со сверстниками, но и со взрослыми. Танцы способны раскрепостить даже самого застенчивого малыша.

Влияние танцев на физическое здоровье весьма велико. У детей, которые занимаются этим видом творчества, повышается выносливость, укрепляются стенки сосудов и сердечная мышца за счет увеличенной нагрузки. Кровь циркулирует быстрее, что исключает застойные явления, а это помогает бороться с любым воспалительным процессом. Как следствие, дети гораздо реже болеют. Кровь насыщает все органы, а главное, головной мозг, кислородом, полезными веществами, что способствует их развитию. Танцы помогают гармонично развить все группы мышц, что благоприятно сказывается на фигуре.

На психологическое развитие и здоровье танцы тоже влияют весьма положительно. Ребенок, который увлечен этим видом искусства, тренирует волю, учится терпению, а также гораздо реже испытывает проблемы с самооценкой. Танец предполагает изучение красивых движений, что помогает принять себя и свое тело, учит владеть им практически в совершенстве. Легкость, а также изящество движений предполагает перенос этих качеств и в сферу общения. Ребенок раскрепощается, у него повышается самооценка, он становится намного увереннее.

Велико влияние танцев на развитие интеллекта. Свобода движений помогает совершенствовать творческое мышление, способствует развитию способности к импровизации и спонтанности. Умение разработать стратегию поведения в танце – целая наука, которую дети способны быстро и легко освоить.

Мир модельного бизнеса окружает нас повсюду, привлекая красотой, известностью и возможностью личностного и профессионального развития. Поэтому сейчас родители часто отдают свое чадо в модельную школу.

В школах для юных моделей детям помогают раскрыть внутренний потенциал и талант, развить уверенность в себе, избавиться от комплексов и стеснительности. Многие ошибочно полагают, что такие школы — это место, где детей могут научить только подиумной походке и пластике движений, не задумываясь о том, что, прежде всего, целью модельных школ является гармоничное развитие личности ребенка, формирование в нем уверенности в себе, артистичности и успешности.

Набор дисциплин, которые юным моделям предстоит освоить в школе моделей, варьируется, но обычно предлагаются занятия по следующим предметам:

- актерское мастерство;
- дефиле;

- основы имиджа и стиля;
- фотопозирование;
- современная хореография.

Актерское мастерство является одним из самых важных предметов для модели, так как чтобы раскрыться перед камерой, нужно научиться, правильно показывать свои эмоции. Также театр приобщает детей к музыке, литературе, изобразительному искусству – ко всему богатству культуры. Но это не единственная сильная сторона театрального образования. Гораздо важнее то, что театр помогает социальной и психологической адаптации детей, их личностному росту. Театр – коллективное искусство. Он приучает ребёнка к совместной продуктивной творческой деятельности. Не говоря о том, что обучение ребёнка актёрскому мастерству обеспечивает равномерные физические, интеллектуальные и духовные нагрузки, способствует формированию и физического, и духовного здоровья.

В некоторых школах также обучают вокалу, английскому языку, журналистике, этикету, правильному поведению на съемках и кастингах. Такой набор знаний и умений в любом случае будет полезен вашему ребенку для общего развития и будущей самореализации не только в мире моды и красоты, но и в жизни.

В процессе эмпирического исследования было проведено анкетирование среди родителей и учащихся, обучающихся в творческих организациях: студия танцев и фитнеса "Beauty dance", танцевальный центр "Piramida", театр моды "Пигмалион", модельная школа "ProModels".

В результате проведенного исследования, были сделаны следующие выводы:

- 1) 100% опрошенных сказали, что им нравится заниматься творчеством.
- 2) Родители замечают, что после занятия творчеством, у ребенка развились такие личностные изменения как: трудолюбие (55%), общительность (55%), внимательность (38%) и более развитое воображение (38%);
- 3) 55% анкетированных родителей утверждают, что им помогли занятия творчеством во взрослой жизни;
- 4) 83% родителей отмечают, что у ребенка развилось такое физическое качество, как гибкость, а 72% выделяют сформированную осанку, умение держать себя.
- 5) Сами дети замечают, что после занятий они стали более решительными (17%), общительными (58%), артистичны (54%) и трудолюбивы (33%).
- 6) 87% детей выделяют, что после занятий творчеством, у них появилась красивая походка, 62%-отмечают сформированную осанку, умение держать себя.

В процессе исследования был разработан и проведен тренинг с детьми в возрасте 5-6 лет. Тренинг включал в себя несколько упражнений на развитие воображения.

Первое задание для участников было встать в одну линию от самого темного цвета волос, до самого светлого за 10 секунд, не издав ни звука. Далее встать по командам одинаково цвета глаз.

Второе задание, найти необычное применение гимнастического коврика, чем он может быть. Ответы были самые разнообразные: Карандаш, веник, плащ, ковер самолет, автомат и т.д.

Третье задание было изобразить какую-либо профессию, так чтобы все угадали.

Четвертое задание показать выдуманного животного.

В результате нашего исследования мы пришли к выводу, что благодаря развитию творческих способностей ребенок более активный и пылкий. Он способен видеть необычное, прекрасное там, где другие это не видят; он способен принимать свои, ни от кого независимые, самостоятельные решения, у него свой взгляд на красоту, и он способен создать нечто новое, оригинальное.

Мои наблюдения показали, что у детей, занимающихся творчеством, хорошо развито воображение. Например, когда было дано задание, придумать, как можно играть с гимнастическим ковриком, мне сразу посыпались ответы: карандаш, пылесос, веник, плащ, ковер самолет и т.д. Во время задания изобразить животное, дети показывали не только тех зверей, которых они могут увидеть вживую, но и далеких, которых, скорее всего, они видели только на изображениях в книге.

При наличии у ребенка даже самых малейших творческих способностей, ему будет гораздо легче учиться, трудиться, строить отношения с окружающими людьми, справляться с трудностями. Развитие имеющихся творческих способностей ребенка поможет ему в обычной жизни. Он сможет намного быстрее ориентироваться в различных ситуациях, предложит нестандартные способы решения проблем, будет легче воспринимать новые знания. Конечно же, у всех

детей творческие задатки проявляются по-разному. У кого-то они развиты сильнее, у кого-то – слабее, но, в любом случае, всесторонне развитый человек будет учиться, трудиться и взаимодействовать с другими людьми намного успешнее и увереннее.

1. Бердяев, Н.А. Смысл творчества. 1916 / Н.А. Бердяев [Электронный ресурс]. URL <https://www.litmir.me/br/?b=114521&p=1>
2. Лапшина, А.В. Взгляды на понятие «творчество» и его различные трактовки / А.В. Лапшина // Молодой ученый. 2010. [Электронный ресурс] URL <https://moluch.ru/archive/16/1545/>
3. Большой психологический словарь / сост. Мещеряков Б., Зинченко В. Олма-пресс. 2004. [Электронный ресурс] URL <https://vocabulary.ru/termin/kreativnost.html>
4. Рождественская, Н.В. Диагностика актерских способностей / Н.В. Рождественская. СПб.: Речь, 2005. 192 с.
5. Выгодский, Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте / Л.С. Выгодский. СПб.: Союз, 1997
6. Станиславский, К.С. Статьи. Речи. Беседы. Письма / К.С. Станиславский. М., Искусство, 1953г.
7. Как научить детей сотрудничать? Психологические игры и упражнения: Практическое пособие / пер. с нем.; в 4 т. Т. 3 М.: Генезис, 1998. 160 с: ил.

Рубрика: Перспективы развития социокультурного сервиса

УДК 338

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В СФЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО ДОСУГА

А.Н. Саморукова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка. Россия*

В статье представлено исследование культурно-досуговой деятельности, методы разработки интерактивных досуговых мероприятий для молодежи. Рассмотрена сценарная основа культурно-досугового мероприятия, а также представлены варианты мероприятий для молодежи. Результаты исследования могут быть применены для разработки мероприятий в культурно-досуговой деятельности любых предприятий данной сферы.

Ключевые слова и словосочетания: культурно-досуговая деятельность, молодежь, сценарий, досуговые мероприятия.

DEVELOPMENT OF A PROGRAM OF INTERACTIVE ACTIVITIES IN THE FIELD OF YOUTH LEISURE

The article presents a study of cultural and leisure activities, methods for developing interactive leisure activities for young people. The scenario basis of a cultural and leisure event is considered, and variants of events for young people are presented. The results of the study can be used to develop activities in the cultural and leisure activities of any enterprises in this field.

Keywords: cultural and leisure activities, youth, scenario, leisure activities.

В современном мире с каждым днем все больше возрастает важность культурно-досуговых мероприятий. Современная молодежь не находит возможности проводить свой досуг с интересом и пользой по ряду многих причин. Вот несколько из них: в небольших городах и поселках в культурно-досуговая деятельность на очень низком уровне развития, отсутствуют интерактивные технологии, не учитываются современные веяния и интересы молодых людей, а также не раскрываются тенденции информационного мира. Зачастую молодежь обходит стороной культурно-досуговые мероприятия, так как все выше сказанное в эти мероприятия не включено. Чтобы заинтересовать и привлечь молодежь к культурно-досуговой деятельности приносящей

пользу, необходимо подробнее рассмотреть культурно-досуговую деятельность, современные ее формы и технологию построения сценарной основы досугового мероприятия.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем фактом, что ввиду неоднозначной социально-экономической общественной обстановки в России, молодежная досуговая деятельность не развивается должным образом. Так как молодежь в основном предпочитает проводить время за компьютером дома или в кафе, за распитием спиртных напитков, поэтому возрастает необходимость разрабатывать новые формы вовлечения молодежи в активную деятельность, в том числе и досуговую. А также анализировать направленность культурно-досуговой деятельности, чтобы оперативно реагировать на изменяющиеся запросы молодежи.

Научная новизна заключается в исследовании внедрения программы интерактивных мероприятий в сфере молодежного досуга.

Цель статьи – разработать программу интерактивных мероприятий в сфере молодежного досуга. Цель достигается решением следующих задач: определение сущности и содержания культурно-досуговой деятельности, определить технологию сценарного проектирования культурно-досугового мероприятия.

Методы исследования, применяемые в данной статье: аналитические методы – анализа и синтеза, а также структурно-функциональный метод.

В современной науке существует достаточное количество источников, исследующих данное направление. Так, например, Е.В. Мирошниченко считает, что «культурно-досуговая деятельность – это целесообразно организованная и содержательно наполненная активная деятельность людей (как социальных групп, так и отдельной личности) в свободное время»[4, с.6]. Она связана с человеческой потребностью в перемене вида деятельности, – считает автор, в возвращении жизненных сил и социально-культурном развитии.

Тогда как, З.С. Тинькова считает, что «культурно-досуговая деятельность в нашем обществе является автономным образованием, в тоже время она тесно связана с другими видами деятельности: бытовой, религиозной, торговой, социальной, политической. В историческом и современном аспектах отчетливо просматриваются различия между организацией досуга в специализированном центре культурной деятельности (театр, концертный зал, картинная галерея) и в некоем неорганизованном пространстве»[5, с.150]. Культурно-досуговая деятельность в этом случае не является самоцелью, а сопутствует какому-либо другому процессу.

Данное исследование основано на трактовке понятия культурно-досуговая деятельность – Е.В. Мирошниченко

Виды и формы досуговой деятельности человек выбирает сам, опираясь на возможности и предпочтения своего культурного развития, а также исходя из своей принадлежности к традициям, влияния общества и тенденций моды.

В культурно-досуговой деятельности существуют свои субъекты и объекты. Субъектом культурно-досуговой деятельности является – аудитория культурно-досуговых мероприятий (физические и юридические лица, нуждающиеся в отдыхе и желающие провести досуг определенным образом).

Объектами культурно-досуговой деятельности являются узконаправленные учреждения культуры национального, регионального или местного масштаба (библиотеки, музеи, дома культуры) и так далее.

Функции культурно-досуговой деятельности. Основными функциями культурно-досуговой деятельности являются:

- познавательная;
- развивающая;
- релаксационная;
- гедонистическая;
- оздоровительная;
- функция самореализации;
- функция социализации и инкультурации личности.

Для культурно-досугового мероприятия необходима сценарная основа. Современная драматургическая композиция полагается на правила античной трагедии и деления действия на три основные части:

- начало, или завязка действия;
- середина, содержащая перипетию, изменение действия;

– конец, развязка, состоящая либо в гибели героя, либо в благополучном разрешении конфликта.

Для составления сценарий используют следующие структурные элементы и правила их расположения:

- начало состоит из пролога или экспозиции, подготавливает или объясняет;
- завязка сценического действия (игры, зрелища, представления и т.д.);
- развитие действия;
- развязка действия (победа или поражение персонажа; определение победителя участника игры; разрешение конфликта);
- кульминация (наивысшая точка напряжения действия может совпадать с развязкой);
- финал[3, с.461].

Если рассмотреть технологическую последовательность процесса работы над сценарием, можно выделить следующие этапы работы:

1. Целевой. На этом этапе, исходя из социального заказа, формулируется основная цель мероприятия;
2. Моделирующий. Идет формирование замысла и формы проведения мероприятия;
3. Сценарный. Разработка сюжетного хода и выбор сценарного приема;
4. Композиционный. Составление всего материала в целостную форму;
5. Постановочный. Разработка и оформление режиссерского сценария;
6. Экспертный. Анализ сценария после его воплощения.

Сценарий пишется для определенной целевой аудитории, поэтому необходимо учитывать: возраст, социальное положение, образование, круг интересов, особенности места проведения мероприятия, материальные и технические возможности[2, с.85].

Существуют разные виды записи сценария, которые зависят от уровня разработки замысла и самого материала, а также формы мероприятия.

На сегодняшний день сложились следующие формы записи:

1. Сценарный план – набросок сценария с определенной темой и идеей, с заданной основной целью и целевой аудиторией;
2. Либретто – краткое описание содержания произведения;
3. Литературный сценарий – подробная разработка идейно-художественного замысла и сюжета с описанием последовательности сценического действия, публицистическим и художественным материалом[1, с.242].

Для культурно-досугового мероприятия, целевой аудиторией которого является молодежь, необходимо:

- использовать актуальные формы
- обеспечить безопасность
- создать условия для коммуникации

Сегодня, основными формами культурно-досуговых мероприятий для молодежи являются:

1. Спортивные мероприятия (забег, подвижные игры)

Цель таких мероприятий – поддержать физическую форму и здоровый дух, а также формировать сплоченную команду.

2. Квест – приключенческая игра.

Цель – развитие логического мышления и позитивных эмоций.

3. Тематическое мероприятие, к примеру, народное гуляние

Цель – приобщение к национальным традициям и обрядам.

4. Творческий конкурс – мероприятие, в котором каждый может проявить свою фантазию и сообразительность. Это могут быть следующие направления: изобразительное искусство, рукоделие, поэзия и т. д.

Цель – развитие творческого мышления и смекалки.

5. Батл – соревновательное мероприятие, заключающееся в соперничестве между группами или отдельными людьми в различных формах творчества.

Цель – проявить свою индивидуальность и соревновательный дух.

6. Флеш-моб – это общественное мероприятие, в котором все люди выполняют одни и те же действия, например танец.

Цель – дружественная атмосфера с окружающими, чувство единения и равенства.

Сценарий мероприятия «Квест – Город свой люби и знай»

Квест посвящен городу Находка, в котором участникам необходимо пройти 5 станций выполняя различные задания.

Мероприятие будет проходить в определенный (желательно летний) день на природе, все желающие смогут заранее узнать, из социальных сетей (например, таких как «ВКонтакте» и «Инстаграм»), как и когда оно будет проходить, а также будет известна тема квеста и участники смогут к нему подготовиться.

В начале мероприятия участникам объясняются правила квеста.

Для прохождения квеста им необходимо объединиться в группы.

1 станция

Командам необходимо составить из большого количества элементов (такими элементами могут быть разноцветные фигуры из бумаги) флаг и герб города Находка.

После выполнения задания команда может переходить к следующей станции и так продолжается путешествие.

2 станция

Здесь необходимо назвать наибольшее количество культурных и природных достопримечательностей города.

3 станция

Командам необходимо ответить на 10 вопросов, касающихся комплексных знаний о городе Находка. Каждая команда имеет право на одну подсказку, которую необходимо достать из закрытых коробок. При том, что неизвестно в какой коробке подсказка, содержимое коробок тоже неизвестно, а у участников будут закрыты глаза повязками.

4 станция

Перед участниками есть карта города, но некоторые улицы не отмечены. Необходимо восполнить пробелы на карте.

5 станция

Это последняя станция, здесь оглашают команды победителей. Но все еще может измениться и у всех команд есть шанс побороться за первенство. Командам раздают карты местности, на которых отмечены места с кладом (призами и кубками). По очередности от первых к последним нашедшим клад командам распределяются призовые места.

После награждения команд начинается музыка и начинается танцевальный флеш-моб.

Мероприятие позволяет освежить и улучшить знания о своем городе. Провести досуг весело и с пользой.

Делая вывод из всего выше сказанного можно заключить, что культурно-досуговые мероприятия помогают снять коммуникативные барьеры, раскрепоститься, пообщаться, развлечься и узнать что-то новое, а иногда даже открыть в себе творческие способности.

Культурно-досуговая деятельность – это одна из самых значимых сфер в жизни молодежи, это время духовного общения и развития, где молодым людям могут сами делать выбор, касающийся их социальных ролей; сфера, в которой полноценно раскрываются их естественные потребности в свободе и независимости, активной деятельности и самовыражении; деятельность, развивающая личностные способности человека. Поэтому необходимо проводить культурно-досуговые мероприятия для молодежи, задействовать ее в различных конкурсах, квестах, флеш-мобах, для того чтобы прививать культурные традиции, нравственное отношение и снимать коммуникативные барьеры.

1. Гавдис, С.И. Основы сценарного мастерства. / С.И. Гавдис Орел:ОГИИК, Полиграфическая фирма «Картуш», 2005. 242 с.

2. Генкин, Д.М.. Массовые театрализованные праздники и представления: учебное пособие. / Д.М. Генкин, А.А. Конович – М.: ВНИЦ НТ и КИР, 1985. – 85 с.

3. Культурно-досуговая деятельность: учебник / под научной редакцией академика РАЕН А.Д. Жаркова и профессора В.М. Чижикова. – М.: МГУК, 1998. – 461 с.

4. Мирошниченко, Е.В. Деятельность библиотеки по организации досуга населения: Терминологический аспект: научная статья / Е.В. Мирошниченко, Е.А. Белецкая, 2012. М., 6 с.

5. Тинькова, З.С. Теория и методика культурно-досуговой деятельности: учебное пособие / З.С. Тинькова, 2012. 150 с.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ФОТОУСЛУГ В ГОРОДЕ ВЛАДИВОСТОК

О.В. Терновая

бакалавр

Т.В. Метляева

канд. культурологии, доцент

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Статья посвящена анализу существующей ситуации на рынке фотоуслуг. Исследуются подходы к определению сервиса и услуги. Отмечены особенности развития сферы фотоуслуг как бытового обслуживания, а также с точки зрения социокультурного сервиса. Проведена оценка конкурентной среды фотоуслуг с помощью анкетирования потенциальных потребителей, анализа популярных интернет-ресурсов, интервью со специалистами в данной области. Рассмотрены подходы относительно влияния фотообслуживания на социализацию личности. Сделаны выводы относительно востребованности организаций в сфере фотографии, их количества и уровня развития.

Ключевые слова и словосочетания: *сервис, фотоуслуга, бытовое и социокультурное обслуживание, конкурентная среда, клиентоориентированность и конкурентоспособность.*

DEVELOPMENT OF THE PHOTO SERVICES MARKET IN VLADIVOSTOK

This article is devoted to the analysis of the competitive environment of photo services. We study the approaches to the definition of service. The features of the development of the photo services sector are treated as domestic services, as well as from the point of view of socio-cultural service. An assessment of the competitive environment of photo services was carried out with the help of a survey of potential consumers, an analysis of popular Internet resources, and interviews with specialists in this field. We consider the approaches to the impact of photo services on the socialization of the individual. Conclusions regarding the demand of organizations in the field of photography, their quantity and level of development are drawn.

Keywords: *service, photo service, domestic and socio-cultural services, competitive environment, customer focus and competitiveness.*

Актуальность данного исследования отражается в том, что в век быстро развивающихся информационных технологий и увеличения влияния сферы сервиса, человеку необходимо оставаться социально активным и мобильным. Развитие Интернета и социальных сетей порождает у людей потребность в запечатлении себя в разных обстоятельствах, значимых моментах жизни и демонстрации себя окружающим. Поэтому, сейчас очень популярными считаются услуги фотографа, результат взаимодействия с которым помогает людям держиваться активной социальной жизни. Это приводит к появлению все более разнообразных организаций по предоставлению фотоуслуг населению, что приводит к развитию конкуренции. Конкурентная среда в сфере фотоуслуг представляет большой интерес для изучения. Ведь желая сделать фотографии, житель города должен знать, к кому обратиться за качественным обслуживанием и удовлетворяющим запрос результатом.

Целью исследования является анализ уровня развития рынка фотоуслуг на примере Владивостока.

Объект исследования – фотоуслуги, предмет – развитие рынка фотоуслуг во Владивостоке.

В наше время развитие рынка фотоуслуг рассматривается как важный элемент сервисной экономики современного общества. Основной характеристикой такого общества является снижение ценности материального производства (промышленности) и развитие боль-

шого сектора услуг и информации. Так, сфера услуг активно занимает лидирующие позиции в распределении занятости среди трудоспособного населения [1].

Сфера сервиса имеет достаточно богатый опыт как отечественных, так и зарубежных исследований. Существует множество подходов к определению понятия «сервис» и его классификации. Однако единой трактовки данного определения нет. Оправдать этот факт можно тем, что сервис по своей сути невещественен и относится к сфере восприятия человека (эмоции, ощущения). Поэтому он субъективен и часто зависит настроений клиента, места обслуживания и т.д.

Теме изучения сервиса посвятили свое внимание многие ученые. В их числе Ф. Котлер, Н.А. Коноплева, К.Миллер, П.Хагедаль, Д.Шоул, Э.Н.Евстафьев, И.В. Христофорова, К.Лавлок и многие другие. В данном исследовании упор сделан на работы О. Фокиной, Н.А. Коноплевой, Ф.Котлера, Д.Белла, Г.А. Аванесова, Ж.А. Романовича.

Говоря о сервисе, зарубежные и отечественные ученые отмечают его неразрывную связь с услугой, сервисной деятельностью и обслуживанием. Данные процессы объединяет то, что они удовлетворяют потребности людей, посредством оказания помощи. Можно сказать, что сервис – это ряд организованных действий, которые сопровождаются оказанием услуг, удовлетворяющих индивидуальные желания людей [2].

С увеличением благосостояния граждан и ограниченности их в свободном времени, роль бытового обслуживания, к которому также относятся фотоуслуги, сильно возрастает. Такие услуги позволяют освободить время для отдыха и самореализации людей, удовлетворяя их бытовые потребности за отдельную плату. Поэтому, фотоуслуги можно считать важным критерием при оценке уровня благосостояния целого общества. Заметим, что участвовать в художественной фотосессии может позволить себе не каждый в силу дороговизны такого обслуживания.

С одной стороны, фотоуслуги обеспечивают реализацию помощи населению в бытовой жизни. К таким услугам относится фотографирование на документы, фотопечать, реставрационные работы, цифровая обработка. В зависимости от размера организации и ее расположения в черте города, формируется ассортимент услуг, их стоимость. Качество обслуживания в первую очередь зависит от мастерства специалистов, уровня их подготовки и наличия профессионального образования. Это можно считать фактором конкурентоспособности фирмы по оказанию фотоуслуг [3].

С другой – фотоуслуги имеют отношение к социокультурному сервису. Подобные услуги обеспечивают поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. В первую очередь фотографию можно считать творческим процессом, в котором люди реализуют свои креативные идеи, создавая красивые фотографии, отражающие временные и общественные ценности. Участвуя в фотосъемке, люди получают положительные эмоции, совершенствуют навыки общения и раскрепощения, по-новому оценивают себя. Это в свою очередь влияет на развитие самооценки личности, ее социализацию.

Как досуговая деятельность, процесс фотосъемки неразрывно связан с эмоциональными переживаниями, с возможностью знакомиться с новыми интересными людьми, знаниями, позволяет расширять кругозор человека и его опыт. Именно с помощью фотографий людям удается отразить и зафиксировать ценные переживаемые моменты. Так, считая фотоуслуги элементом культурно-досуговой деятельности, становится очевидным ее весомый вклад в развитии личности и общества [4].

Обращаясь к тексту государственного стандарта о бытовых услугах, можно сформулировать следующее определение «фотоуслуги». «Это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также деятельность исполнителей, направленная на удовлетворение индивидуальных потребностей потребителей/заказчиков в фотосъемке, микро-географической обработке фотоплёнок, изготовлении фотоотпечатков (фотоснимков) на фотобумаге и на различных изделиях» [5]. Фотоуслуга – это платный вид сервиса, который относится к массовому общественному потреблению.

Теми организациями, что оказывают фотоуслуги для потребителя во Владивостоке являются: фотолаборатория, фотокабина, фотоцентр, фотоателье, а также частный фотограф, фотошкола, фотостудия. Название организации зависит от формата оказания услуги (например, срочное фото), ассортименту услуг или сопутствующих товаров и т.д. Ключевым фактором в работе подобных фирм является наличие механического и электрического тех-

нологического оборудования. Поэтому, важнейшие инструменты в фото деятельности – это фотоаппараты, фотоосветители, компьютеры, фотопринтеры, объективы и дополнительные приспособления, позволяющие воплощать разнообразные идеи клиента и фотографа. Отметим, что все лица по оказанию специальных фотоуслуг и успешно их выполняющие (фотограф, фотооператор, фотолабарант и т.д.) должны иметь соответствующую подготовку, т.е. профессиональное образование.

Фотобизнес во Владивостоке набирает популярность среди специалистов, которые получили образование фотографа. Это приводит к появлению все более разнообразных организаций по предоставлению фотоуслуг населению, что порождает конкуренцию. Наиболее распространенным видом продвижения фотоуслуг сейчас является социальная сеть «Инстаграм», где активно предлагают свои услуги и товары как начинающие фотографы, так и профессионалы своего дела. Это происходит потому, что данная площадка удобна в использовании и ведении бизнеса. Она располагает эффективными инструментами охвата аудитории и трансляции своей деятельности – портфолио. Ведь в первую очередь именно портфолио с продуктами фотоуслуги – это фактор оценки организации/специалиста, что увеличивает к нему интерес и формирует конкурентные преимущества.

Все фотоуслуги разделены по разным признакам классификации: (технологическому, по методам, формам и уровню обслуживания и т.д.). Говоря о технологическом аспекте, услуги делятся на:

- фотосъемку (художественную, документальную, репродукционную, спец фотосъемку и т.д.);
- химико-фотографическую обработку фотографических пленок (операции: проявление, промывка, фиксирование, отбеливание, сушка и т. д.);
- фотопечать: проекционную, контактную;
- реставрацию и восстановление фотоизображения на аналоговых и цифровых носителях;
- художественную обработку фотоизображений на аналоговых и цифровых носителях;
- ретуширование негативов;
- прочие услуги – предложение сопутствующих товаров (ламинирование, рамки и т.д.).

Конкретный вид фотоуслуг выбирается клиентом исходя из его потребностей, собственных интересов и денежных возможностей. Выбранная ниша (вид фотоуслуг) способствует организации перспективному развитию в среде конкурентов.

Конкуренцию можно определить, как соперничество между участниками, заинтересованными в достижении одной и той же цели [6]. Наличие же на рынке Владивостока большого числа предприятий, оказывающих фотоуслуги, указывает на развитие конкурентной среды. Самым действенным способом анализа такой среды можно считать анкетирование, интервьюирование, контент-анализ, что позволяет охватывать конкретную аудиторию потребителей и узнавать их мнение относительно предлагаемого сервиса.

Согласно результату опроса потребителей, мы выяснили, что чаще всего обращаются к услугам индивидуального фотографа молодые люди от 18 до 30 лет, которые имеют стабильный доход. Однако, работающие люди в возрасте от 40 лет до 60 начинают активно пользоваться услугами фотографа, тем самым получая фотографии на память и формируя семейные ценности через архивы, фотоальбомы.

В настоящее время на рынке прослеживается тенденция к увеличению стоимости фотоуслуг. Средний уровень дохода потребителей фотоуслуг составляет не менее 10000 рублей. Средняя стоимость часа художественной фотосъемки в среднем варьируется от 1500 до 5000 тысяч рублей. Цена основывается исходя из опыта фотографа, его профессионального уровня, вида фотосъемки, дополнительного оборудования и услуг (например, свадебная фотосессия обойдется клиенту намного дороже, чем индивидуальная в фотостудии). Наряду с этим, происходит насыщение рынка традиционных фотоуслуг. Так, сети фотоцентров или индивидуальные фотографы оказывают стандартный набор услуг примерно одинакового качества. Согласно проведенному анализу сайтов и деятельности фотосалонов в черте Владивостока, можно выделить следующие популярные услуги:

- срочное фото на документы;
- услуги печати (ксерокопии, фотографии разного формата в цвете и ч/б);
- изготовление сопутствующих товаров (рамки, магниты, открытки и т.д.);
- фотоальбом;

- реставрация и обработка изображений;
- фотопечать на разных предметах (кружки, пазлы, одежда и т.д.);

Наиболее популярными фотоцентрами и фотоателье, которые оказывают вышеперечисленные услуги считаются: Фото-Миг (13 филиалов), Фарт-фото (2 филиала), Фотоателье «Золушка», Фото-фаст, Астра-фото, Фаст-фото и др.

В черте города насчитывается более 40 точек, где можно получить фотографии на паспорт или сопутствующие фототовары, обработку, фотопечать хорошего качества. Цены при этом варьируются в одном сегменте и зависят от своего расположения, филиалов в городе, качества печати, используемого оборудования. Однако, конкуренция выдерживается и каждый имеет свой сегмент лояльных потребителей. Это касается услуг быстрого фото на документы или печать, название фирм отражает специфику их деятельности (срочное фото, фотография, фото). Данные организации имеют интернет-сайты с подробным описанием своих услуг, ценовой политикой, предлагаемыми фототоварами, есть форма обратной связи. Там также можно ознакомиться с отзывами клиентов и узнать о способах оплаты.

В анкетировании, направленном на потребителя фотоуслуг с целью анализа их осведомленности согласно конкурентов в фотоиндустрии, приняло участие несколько групп: студенты (55%), работающие (40%), временно не работающие (5%). Согласно результатам анкетирования, можно сделать вывод, что 100% респондентов хотя бы раз обращалось к фотоуслугам разного вида. При выборе организации или специалиста по оказанию фотоуслуг они ориентируются в первую очередь на:

- Стоимость услуги (67,6%)
- Портфолио/работы (55,9%)
- Обработка/индивидуальный стиль (41,2%)
- Отзывы (38,2%)
- Опыт фотографа (26,5%)
- Репутация фотографа/салона (17,6%)
- Месторасположение салона (8,7%)

Наряду с вышеперечисленными аспектами мы проанализировали и уровень обслуживания клиентов на предприятиях фотоуслуг по пятибалльной шкале (1 – не удовлетворен, 5 – полностью удовлетворен). Результаты опроса показывают, что предоставлением услуг клиенты довольны (52,5% опрошенных отметили «4», 30% – «5»). Это говорит о высоком уровне обслуживания на предприятиях фотоуслуг, что характеризуется приемлемыми ценами, удобным расположением, профессионализмом сотрудников и хорошо организованной контактной зоной. Так, на вопрос: «Что понравилось в процессе обслуживания больше всего?» были получены следующие ответы, отраженные в рис. 1.



Рис.1

Данные результаты указывают на то, что потребители ценят доброжелательное отношение к себе, внимание и профессионализм со стороны персонала. И даже стоимость услуг при этом уступает уровню обслуживания. Это важная особенность оказания фотоуслуг, которая формирует их конкурентоспособность, а также важность для населения.

Исходя из того, что многие респонденты имели опыт участия в художественной фотосъемке, стоит выделить тенденции по популярности разных ее видов. Художественная фотосъемка представляет собой творческий процесс взаимодействия клиента с профессиональным фото-

графом, которые вместе договариваются о креативной идее. Такая фотосъемка отражает чувства и восприятие окружающей среды именно со стороны фотографа. Так, наиболее популярные среди профессиональных видов съемки отражены в рис. 2.



Рис.2

Согласно интернет-сайту <https://wedmen.ru/vladivostok/>, где собраны в одном месте ведущие фотографы города Владивосток, число участников составляет 198 профессионалов в сфере фотографии (свадебная, семейная, любовная, детская, портретная). Сайт города <https://www.farpost.ru/vladivostok/service/foto-video> согласно запросу «фотосессии во Владивостоке, фото, цены на услуги фотографов» предоставляет посетителям рекомендации относительно фотоуслуг (сайт располагает 365 предложениями).

На третьем этапе исследования практической части проводился анализ страниц в социальной сети «Инстаграм». Так, при вводе в поисковой системе ключевых слов «фотограф Владивосток» нашему вниманию предлагалось множество аккаунтов. Для данного исследования были отмечены только те профили, которые имели более одной тысячи подписчиков, наиболее активную обратную связь с ними. Перечень наиболее популярных фотографов из сети Инстаграм представлен далее:

Дарина Похомова – @darina_photographer (20,6 тыс. подписчиков).

Светлана Шумилова – @cler_photo(11,4 тыс. подписчиков).

Владимир Шек– @nefformatstudio (11,4 тыс. подписчиков).

Антон Блохин – (10,4 тыс. подписчиков).

Трещев Данил – @treshchev (8,3 тыс. подписчиков).

Александр Виноградов – @vinogradovphoto.ru (6380 подписчиков).

Алексей Романов – aleksey_romanov (5925 подписчиков).

А. Минина @alexminina (2,9 тыс. подписчиков).

Данный список может дополняться, ведь по данным различных интернет ресурсов о фотографии считается, что во Владивостоке предлагают свои услуги более 400 профессиональных фотографов.

Стоит отметить, что развиваются и часто открываются различные фотостудии, которые имеют интересное оформление пространства. Так, приходя в фотостудию, фотограф должен ее оплатить согласно аренды по времени использования (почасовая оплата). Цены за аренду помещения в фотостудии варьируются от 500 до 3000 рублей за час. Далее приводится перечень наиболее популярных фотостудий Владивостока: No_name Studios, Art Hall Studio, Fusion, Фотостудия studio KISS, Фотостудия Sweet Home Studio, Dvery, the place, Nude studio, БирюЗа, Loft №1, Photo zone, Фабрика кино, ФотонЛ, Миндаль и др.

Таким образом, исследование фотоуслуг в городе Владивосток показало, что сейчас это быстро развивающаяся сфера сервисной экономики. В черте города расположено множество центров по оказанию фотоуслуг бытового характера. Также, очень популярными становятся организации, которые оказывают художественные фотоуслуги, которые направлены на создание специальной творческой атмосферы, качественных фотографий с обработкой – фотостудии.

Жесткой конкуренции между фотографами и салонами практически нет. Причина мирного сосуществования заключается в том, что каждый занял свою нишу (документы, печать, портретная съемка, рекламная, репортажи и т.д.) и работает в ней. Это происходит в условиях постепенно формирующегося спроса на высокохудожественную съемку. Важно отметить, что предоставляемые компанией услуги фотографии (их разнообразие и необычность) в значительной степени зависят от степени квалификации самого фотографа и его команды, а также от оборудования.

Ценность фотографий для человека возрастает с каждым годом, поэтому услуги фотографа и специальных центров остаются востребованными у населения. Ведь фотоуслуги способны остановить и сохранить памятные моменты жизни.

1. Белл. Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с английского. 2-е изд., испр. и доп. М.: Academia, 2004. 788 стр.

2. Коноплева, Н.А. Сервисология (человек и его потребности): учебное пособие / Н.А. Коноплева. 3-е изд., доп. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2017. 224 с.

3. Воронцова, Т.В. Бытовое обслуживание в городе: состояние и перспективы развития / Т.В. Воронцова // Проблемы развития территорий. 2012. вып. 6 (62). С. 45-53.

4. Крынина, О.Ю. Социально-культурный сервис современной России: генезис и тенденции развития / О.Ю. Крынина, Э.С. Асанова [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-kulturnyy-servis-sovremennoy-rossii-genezis-i-tendentsii-razvitiya>.

5. ГОСТ Р 52112-2003 Услуги бытовые. Фотоуслуги. Общие технические условия. 2004. 15 с.

6. Тультаев, Т.А. Маркетинг услуг: учебно-методический комплекс / Т.А. Тультаев. М.: Изд. центр ЕАОИ. 2008. 176 с.

Научное издание

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

Материалы XXI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

17–19 апреля 2019 г.

В пяти томах

Том 3

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

В авторской редакции
Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано в печать 28.10.19. Формат 60×84/8
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 52,08.
Тираж 600 экз. Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано в множительном участке ВГУЭС
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41