Международная Объединенная Академия Наук

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

Рецензируемый научный журнал

Апрель 2021 г.

НОМЕР 72

ЧАСТЬ 8

Самара 2021

УДК 001.1

ББК 60

Т34

Рецензируемый научный журнал «Тенденции развития науки и образования». Апрель 2021 г. № 72, Часть 8 Изд. НИЦ «Л-Журнал», 2021. – 80 с.

DOI 10.18411/lj-04-2021-p8

В выпуске журнала собраны материалы из различных областей научных знаний.

Журнал предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов.

Все материалы, размещенные в журнале, опубликованы в авторском варианте. Редакция не вносила коррективы в научные статьи. Ответственность за информацию, размещенную в материалах на всеобщее обозрение, несут их авторы.

Информация об опубликованных статьях будет передана в систему ELIBRARY

Электронная версия журнала доступна на сайте научно-издательского центра «Л-Журнал». Сайт центра: ljournal.ru

УДК 001.1

ББК 60

<http://ljournal.ru>

Содержание

РАЗДЕЛ XXXVIII. СОЦИОЛОГИЯ	5
Белянская Т.Э., Латышева К.С. Проблемы социализации молодежи в современной России.....	5
Кошелев А.А. Региональный рынок труда: факторы, влияющие на выбор профессии молодыми специалистами	7
Умархаджиева С.Р. Проблемы обязательного медицинского страхования в России и пути их решения.....	9
Умархаджиева С.Р. Практические меры по эффективности социальной защиты семьи, материнства и детства в России.....	12
Умархаджиева С.Р. Влияние школьного климата на девиантное поведение подростков	15
Умархаджиева С.Р. Отечественная система пособий по инвалидности	18
Хаджимурадова Т.Х. Особенности внедрения инновационных социальных технологий реабилитации инвалидов в России	21
Хаджимурадова Т.Х. Договор на оказание медицинской помощи по обязательному медицинскому страхованию	23
Хаджимурадова Т.Х. Особенности правового регулирования мер социальной поддержки безработных	26
Хаджимурадова Т.Х. Понятие и место института льгот в системе права социального обеспечения	29
Хаджимурадова Т.Х. Правовое регулирование льгот в системе социального обеспечения	32
РАЗДЕЛ XXXIX. КРАЕВЕДЕНИЕ	35
Шелаумов А.В. Потенциал Нижегородской области для развития авиатуризма.....	35
РАЗДЕЛ XL. ФИЛОСОФИЯ	38
Шестаков Ю.А. Роль эндогенных и экзогенных аксиологических факторов в формировании культуры национальной безопасности России	38
РАЗДЕЛ XLI. МОДЕЛИРОВАНИЕ	42
Карпенко Н.В., Карпенко С.М. Методика построения эконометрической прогнозной модели курса акций транспортно-логистической компании	42

РАЗДЕЛ XLII. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ	45
Азнабаев О.Ф., Буранбаев Р.А. Физическая культура и спорт в современном мире ...	45
РАЗДЕЛ XLIII. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА	49
Авдеева М.С. Продвижение танцевальной культуры в современных медиа	49
Ермакова А.К. Онлайн-продвижение в модной индустрии	52
Кирина Т.А. Анализ текущего состояния инди-музыкальной индустрии	55
Садова С.Г. Маркетинг в беговой индустрии	58
Хохлова Е.А. Перспективы продвижения корейской индустрии красоты на мировой рынок	63
Шестеркина А.А. Индустрия спортивного питания и специфика его продвижения	66
РАЗДЕЛ XLIV. МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИКА	69
Гурнович Т.Г., Кара М.А. Развитие сельского хозяйства и его технической базы в условиях глобального влияния пандемии COVID-19	69
Dzis Yu., Sidorova E. Brazilian BRICS Chairship for 2019: outlining a course for 2020.....	72

РАЗДЕЛ XXXVIII. СОЦИОЛОГИЯ

Бемянская Т.Э.^{1,2}, Латышева К.С.¹

Проблемы социализации молодежи в современной России

¹Воронежский Государственный Лесотехнический Университет²Воронежский Государственный Педагогический Университет

(Россия, Воронеж)

doi: 10.18411/lj-04-2021-308

Аннотация

В статье поднимается проблема социализации современной молодежи в России. Анализируются проблемы, которые возникают в современном обществе для развития полноценной личности. Обозначаются необходимые тенденции для повышения статуса молодежной группы в обществе.

Ключевые слова: социализация, молодежь, общество, современная Россия.

Abstract

The article raises the problem of socialization of modern youth in Russia. The article analyzes the problems that arise in modern society for the development of a full-fledged personality. The necessary tendencies for raising the status of the youth group in society are indicated.

Keywords: socialization, youth, society, modern Russia.

Путь становления личности начинается с самого рождения и проходит до конца наших дней. Социум активно влияет на наши установки и мировоззрение, усвоение культурных ценностей. Мы, в свою очередь, отдаем обществу частичку своего Я, активно включаясь в происходящее вокруг. Таким образом происходит социализация индивида, овладения накопленным опытом, полученным в межличностных и межгрупповых отношениях [1, с. 144].

Молодежная социальная группа – это поколение людей, живущих в настоящем времени и несущих дух современности, поэтому важно знать то, чем «дышит» современная молодежь.

К сожалению, остро встала проблема деградации и криминализации молодежи в современном обществе. Увеличилось число молодых людей, ведущих асоциальный, распущенный образ жизни.

Истоками данного положения являются недостатки и упущения в воспитании, как в семье, так и в школе, утрачивается авторитет взрослых и важных социальных институтов, помогающих приобрести социальную природу для успешного включения в общество.

Все, с чем сталкивается человек в социальной среде, индивидуально им перерабатывается, становясь частью внутреннего мира. Далее усвоенный опыт становится частью социального поведения человека, отражающего образец для других.

Молодой человек формируется как личность по мере того, как развиваются его общественные особенности, определяющие его как члена конкретно-исторического общества. Формирование самосознания и социального поведения происходит под влиянием современных условий общественной жизни [2, с. 112].

Социализация подрастающего поколения должна быть опережающей, учитывающей возможные в будущем перемены. Существуют, как минимум, три системы социализации. Первая – так называемая направленная социализация, которую образует социальная система. Вторая – система «бессознательной» социализации. Сюда

относят как детские и подростковые компании, так и влияние средств массовой информации, книг, искусства и другое. И третья система - самовоспитание личности, ее способность к принятию верных решений [3].

Молодежь, как социальная группа, имеет отличительные особенности:

1. возраст;
2. психологические особенности: нетолерантность, неустойчивость, стремление к самовыражению, несоответствие своих принципов с ценностями старшего поколения;
3. социальные особенности: принадлежность к различным социальным группам, высокий уровень социальной мобильности, набор разноплановых социальных ролей, нестабильность социального положения;
4. общность стиля и групповых норм.

Современными учеными выдвигаются на первый план основные проблемы молодежи РФ:

1. численность молодого поколения сокращается (по данным государственной статистики численность молодежи в России – почти 40 млн. человек, 27 % населения) [5];
2. растет молодежная безработица и падает престиж многих профессий;
3. вызывает опасность ухудшение здоровья молодых людей;
4. падение духовных и моральных норм;
5. происходит деградация интеллекта;
6. выявляется дезорганизованность в общественной жизни, упали самосознание и самоидентификация.

Социализация затрагивает две основные области: освоение социальных проблем и усвоение культурных норм общества. Социализация предполагает осуществление деятельности личностью для достижения определенных целей и путь решения поставленных задач во многом будет определяться качествами индивида. Важно заметить, что социокультурное пространство просто обязано вдохновлять молодых людей на достижение высоких вершин в саморазвитии и не поддерживать дух иждивенства и безнравственности [4].

Для поддержания развития молодого поколения и обеспечения самовоспроизводства общественной жизни необходимо:

1. Ужесточить общественный и государственный контроль за исполнением действующего законодательства о продаже табака и алкоголя несовершеннолетним;
2. Распространять социальную рекламу, создающую позитивный образ молодежи;
3. Расширить круг пропаганды здорового образа жизни, поощрять увлечение спортом подрастающего поколения.

1. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей / М.Р. Битянова Учебное пособие / М.: Из-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с.
2. Кононова Т.М. Социологическая концепция формирования личности XXI века. Монография / Т. М. Кононова; М-во культуры Российской Федерации, Федеральное гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Тюменская гос. акад. культуры, искусства и социальных технологий». – Тюмень, 2010. – 211 с.
3. Материалы международной научно-практической конференции «Молодежь в условиях социально-экономических реформ», 26-28 ноября, 2015 г, Москва.
4. Материалы XXI региональная научно-практической конференции «Молодежь XXI века: шаг в будущее», 20 мая 2020 г, на базе ФГБОУ ВО «Амурская ГМА Минздрава России».
5. Федеральная служба государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284>)

Кошелев А.А.

Региональный рынок труда: факторы, влияющие на выбор профессии молодыми специалистами

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени
Н.Г. Чернышевского
(Россия, Саратов)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-309

Аннотация

В данной статье актуализируется вопрос регионального рынка труда и факторов, которые влияют на выбор профессии молодыми специалистами. В качестве метода были выбраны два пилотажных прикладных исследования в форме интернет-опроса, где респондентами выступили работодатели и молодые выпускники. Кроме того, для объективности картины нами был проведен сравнительный анализ, позволивший выявить пересечение мнений по обозначенному вопросу. К числу основных выводов исследования можно отнести, что при выборе профессии молодые люди ориентируются больше на интерес, нежели, чем на потребности рынка. Для работодателя важно наличие компетенций и разумных требований по заработной плате, в то время как для кандидатов высокая зарплата – это отражение их потребностей и успешного обучения в образовательной организации. Среди личных качеств мнение целевых аудиторий в целом совпали, хотя молодые специалисты отмечают в качестве конкурентного преимущества креативность, настойчивость, умение принимать решение в нестандартной обстановке. При этом все группы респондентов отмечают необходимость более глубокой профориентационной работы.

Ключевые слова. Рынок труда, молодежь, цифровые компетенции, образование, конкурентоспособность.

Abstract

This article focuses on the issue of the regional labor market and factors that influence the choice of profession by young professionals. As a method, two pilot applied studies were selected in the form of an Internet survey, where the respondents were employers and young graduates. In addition, for the objectivity of the picture, we conducted a comparative analysis, which allowed us to identify the intersection of opinions on this issue. One of the main conclusions of the study is that when choosing a profession, young people are guided more by interest than by the needs of the market. For an employer, it is important to have competencies and reasonable salary requirements, while for candidates, a high salary is a reflection of their needs and successful training in an educational organization. Among personal qualities, the opinions of target audiences generally coincide, although young specialists note creativity, perseverance, and the ability to make decisions in non-standard situations as a competitive advantage. At the same time, all groups of respondents note the need for deeper career guidance.

Keyword. The labour market, young people, digital competencies, education, competitiveness.

Проблематика рынка труда и место в его структуре современного подрастающего поколения всегда остается актуальной темой в исследовании теоретиков и практиков, как прошлого, так и современности. В этой связи, чтобы не повторяться с уже сформулированными выводами, акцентируем внимание на прикладной аспект, с целью выявить специфику объекта и критерии востребованности современных молодых специалистов.

Следовательно, с целью определения факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность молодежи регионального рынка труда Тамбовской области,

было реализовано 2 пилотажных социологических исследования «Конкурентоспособность молодежи на рынке труда» 18.04. 2020 методом интернет-опроса где респондентами выступили молодых специалисты и работодатели соответственно. Общая выборка первого и второго исследования составила по 100 респондентов, из них 39 – мужчин, 61- женщина, в возрасте от 20-35 лет. Общее число опрошенных работодателей – преимущественно представители государственного (34%), и негосударственного (66%) сектора экономики.

Задачи исследования:

- выявить факторы выбора работы молодыми специалистами;
- рассмотреть требования работодателей относительно качеств молодых специалистов;
- определить уровень соответствия ожиданий и реальности при трудоустройстве.

Как показало исследование, более 71,4 % компаний осуществляют рекрутинг ежегодно, а основными проблемами, с которыми сталкиваются в данном процессе видят нехватку опыта (81%), потребность в повышении квалификации (66,7%), чрезмерно завышенные ожидания кандидата (более 50%). При этом более 70% работодателей отмечают низкий уровень потенциальных сотрудников, в то время как большинство молодежи считают, что их уровень достаточно высокий (более 60%).

Такое несоответствие, на наш взгляд, связано с тем, что руководители оценивают молодых специалистов, с точки зрения практики, а самооценка кандидатов до собеседования основана на успеваемости в образовательной организации, которую они закончили.

В качестве главной причины выбора будущей работы, более 50 % из числа опрошенной молодежи отметили интерес и лишь 22% ориентировались на запросы рынка труда. В тоже время, большинство молодых специалистов, кто уже работает, отметили, что в целом довольны сделанным выбором.

Следует отметить, что и специалисты, и работодатели практически одинаково идентифицировали понятие конкурентоспособности, а именно наличие компетенций, умение работать в команде, брать на себя ответственность и быть востребованным на рынке.

Как показали результаты исследования для работодателя в настоящее время очень важна цифровая компетентность, наличие образования по специальности, и наоборот, гораздо ниже ценится красный диплом и престижность образовательной организации. Удивительно, но молодые специалисты больше, чем работодатели, придают значению знанию иностранных языков, так как, по их мнению, это является ключевым преимуществом.

В процессе исследования удалось выявить, что личные качества работника также имеют большое значение при трудоустройстве для работодателя, а именно ценятся трудоспособность, дисциплинированность, ответственность, стрессоустойчивость, способность налаживать коммуникации, самостоятельность и целеустремленность. В целом мнение молодых специалистов совпадает с мнением работодателей, хотя первые большое значение отводят еще и предприимчивости, креативности, уверенности, инициативности и настойчивости. Именно эти качества и составляют основу конкурентного преимущества на рынке труда.

Идеальный молодой специалист для работодателя представляет собой высокообразованную личность с уже сформированными компетенциями (более 70%), который готов работать за невысокую зарплату (66,7%), эмоционально устойчивый и дисциплинированный (67%), обладающий качествами самоорганизации и готовый повышать свою квалификацию (более 50% респондентов). Рейтинг привлекательности личных качеств по мнению молодых специалистов, в целом совпадает с мнением работодателей, с небольшим отличием, а именно выделяются такие качества как

способность принимать нестандартные решения, дружелюбие и предприимчивость.

Вполне очевидно расхождение мнений респондентов по размеру заработной платы: работодатели объясняют низкий начальный уровень слабыми профессиональными навыками и затратами на обучения, в то время как молодые специалисты в качестве оценки на первое место ставят наличие собственных потребностей.

Среди каналов, которые используются для привлечения молодых специалистов работодатели наиболее эффективными отмечают рекомендации и объявления в СМИ и социальных медиа (около 60%), направление службой занятости (52%), ярмарки вакансий (около 30%). Но более 80 %, по мнению работодателей обращаются в компанию сами, ориентируясь на репутацию и престиж. Большинство молодых специалистов отметили, что личное общение с будущим боссом наиболее эффективный метод, в то время как остальные каналы имеют меньшее влияние.

Среди основных проблем работодатели отметили несоответствие спроса и предложений на рынке труда (более 70%), что подтвердили 42% молодых специалистов, которые главным негативным фактором видят желание компании быстро получить результат при низких затратах на зарплату, обучение и адаптацию (более 57%).

Таким образом можно сделать вывод, что при выборе специальности молодые люди чаще ориентируются на интерес, отчасти учитывают фактор спроса и предложения, что подчёркивает необходимость усиления профориентационной работы с потенциальными кандидатами. В процессе исследования удалось выявить, разные взгляды, на первоначальную заработную плату со стороны работодателя и молодого специалиста, что зачастую связано с желанием первого получить быстрый результат и при этом не нести затрат на обучение. Что касается молодого специалиста, то вопрос заработной платы для него измеряется потребностями, а не компетенциями, из чего следует вывод, что нужно постоянно повышать уровень своих профессиональных знаний.

Умархаджиева С.Р.

Проблемы обязательного медицинского страхования в России и пути их решения

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-310

Аннотация

В представленной статье рассматриваются ключевые вопросы реализации системы обязательного медицинского страхования в России. В конце приводятся основные мероприятия необходимые для совершенствования системы ОМС России.

Ключевые слова: обязательное медицинское страхование, страховые взносы, социальная гарантия, страховая система.

Abstract

The presented article examines the key issues of the implementation of the compulsory health insurance system in Russia. At the end, the main measures necessary to improve the compulsory health insurance system in Russia are given.

Key words: compulsory medical insurance, insurance premiums, social guarantee, insurance system.

В настоящее время Россия обеспечивает обязательное медицинское страхование всего населения, которое покрывает часть расхода людей на медицинское обслуживание. Медицинское страхование определяется как «покрытие, которое

предусматривает выплату пособий в результате болезни или травмы. Оно включает страхование от несчастных случаев, расходов на медицинское обслуживание, инвалидности или несчастного случая и смерти» [2, с.93]. Система обязательного медицинского страхования является одним из видов социального страхования, формой социальной защиты населения Российской Федерации. Поэтому изменения в политике ОМС, введение платных услуг населения в сфере ОМС должны быть тщательно продуманы.

Одним из важных моментов в ОМС является государственная гарантия соблюдения прав застрахованных лиц на защиту от страховых рисков и выполнение обязательств по ОМС независимо от финансового положения страховщика.

Согласно законодательству, источниками финансирования системы медицинского страхования являются средства из национальных и региональных бюджетов на всех уровнях, целевые фонды, государственные и муниципальные компании, организации, общественные объединения, доходы от оборот ценных бумаг, банковских кредитов или доходов от благотворительных и иных источников, не запрещенных законодательством Российской Федерации.

Финансовые ресурсы государственной системы создаются за счет застрахованного лица. Страховые взносы с предприятий, организации и компании выделяются на обязательное медицинское страхование сверх ассигнований, установленных для развития и функционирования здравоохранения. Федеральные и территориальные фонды, независимые некоммерческие финансово-кредитные учреждения, создаются для накопления страховых взносов на обязательное медицинское страхование. Для реализации государственной программы обязательного медицинского страхования созданы специальные федеральные и местные фонды с целью накопления необходимых финансовых ресурсов.

В принципе, социальные гарантии, обещанные гражданам, способствуют улучшению здоровья населения. Основное внимание в законодательстве уделяется управлению медицинскими организациями, игнорирующие вопросы программ по укреплению общественного здоровья.

Модель ОМС в России, по сути, служит для простого перевода денег из страховых фондов через страховые компании и, в конечном итоге, в медицинские учреждения, независимо от фактического объема оказанных услуг. Предполагается, что бюджетные ассигнования будут сохраняться на стабильном уровне и что премии, собранные фондами ОМС, будут дополнительным профицитом. Но на самом деле все средства на нужды здравоохранения должны работать отдельно и делиться на две части: старую (по государственным программам) и новую (по схеме страхования). Вторая часть сразу же создала собственную бюрократию, на данный момент заполненную большим количеством недостаточно квалифицированных кадров.

Один из основных целей медицинского страхования является улучшение финансирования здравоохранения, и до сих пор финансовое положение только ухудшилось. Страховая система должна функционировать через различные вклады, но на данном этапе два основных участника - налоги на заработную плату и центральное правительство не выполняют свои обязанности. Здоровье остается с низким приоритетом для правительства, о чем свидетельствует распределение средств через внебюджетные фонды. Кроме того, даже если деньги откладываются во внебюджетный фонд, они часто исчезают. через коррупционные практики в банковской системе. На наш взгляд конечным результатом является дальнейшее ухудшение медицинской системы [3, с.140].

Российское законодательство в области здравоохранения требует серьезных пересмотров, а правовая база очень слабая и не содержит каких-либо конкретных руководящих принципов для эффективных механизмов управления. Ситуация более

сложная из-за региональной асимметрии. Это объективная причина, препятствующая соблюдению единого стандарта управления для всех регионов.

Сегодня в отрасли складывается понимание, что управление такой сложной и многогранной структурой требует дифференцированного подхода и создания адекватной гибкой структуры (или внесения существенных изменений в существующую), основанной на квалифицированном персонале, который знает, как создавать и применять инструменты для реализации задач здравоохранения и снижения потерь в потенциальной и активной жизни населения.

В настоящее время наиболее востребованными направлениями совершенствования российской системы управления системы обязательного медицинского страхования являются:

- Резкое реформирование системы управления отраслью с целью ее гармонизации с создаваемой системой здравоохранения (или, по крайней мере, с ее прототипом).
- Совершенствование инструментов, отражающих условия социально-экономического развития страны и отдельных регионов с точки зрения социальной направленности и социальной справедливости в здравоохранении.
- Обновление структурных, организационно-методических и мотивационных механизмов, повышающих уровень поддержки научных исследований и разработок, а также степень адаптации мирового опыта в системе здравоохранения.
- Разработка инструментов управления (в том числе на уровне правового и нормативного обеспечения), обеспечивающих эффективную (и зачастую определяющую жизнь) передачу решений и проектов в процессе вертикальных и горизонтальных перемещений в системе управления здравоохранением [1, с.69].

Особое внимание следует уделить следующему:

Реализация тенденции перехода функций управления с федерального на региональный уровень. Без соответствующей управленческой, правовой и нормативной поддержки это приводит к расхождениям в выработке эффективных управленческих решений в регионах (более того, это может вызвать - и часто приводит к - неудачам в реализации программ для регионов из-за неопределенности в законности определенных управленческих действий или может привести к неоправданным изменениям в управлении в регионах, что усложняет процесс управления).

Поддержка компетентностных функций органов здравоохранения на муниципальном уровне (поскольку на муниципальном уровне компетентностные характеристики являются первичными и основными, и их ограничение на этом уровне наносит непоправимый ущерб качеству медицинской помощи).

Совершенствование управления финансовыми потоками в отрасли с активной интеграцией методов управления экономикой, основанных не на «лоскутном» перераспределении выделяемых ресурсов, а на достижении целей с минимизацией законных и практически обоснованных затрат и эффективным использованием имеющихся средств [5, с.13].

Конечно, отсутствие четких руководящих принципов для создания российской модели здравоохранения и слабая работа по совершенствованию системы управления в отрасли не только негативно влияют на программно-ориентированный механизм системы здравоохранения, но часто искажают и даже отрицают все действия при достижении первичной цели, которые в конечном итоге превращаются в перечень обязательных мер, фрагментарный и без взаимосвязи.

На наш взгляд российская система обязательного медицинского страхования нуждается в реформе из-за наличия ряда проблем: нехватка медицинского персонала (особенно в первичном звене) и диспропорция в его структуре. Недостаточная квалификация медицинского персонала, проблемы базового медицинского образования, отсутствие преемственности последипломного образования, недостаточное внедрение современных образовательных технологий; несистематическое управление, включая отсутствие стратегии развития здравоохранения, отсутствие ответственности и ответственности руководителей на всех уровнях за достижение результатов установленных показателей, а также неадекватные и противоречивые правовые рамки для охраны здоровья.

1. Агеева Н. Р. Страхование: теория, практика и зарубежный опыт: учебник / Н. Р. Агеева – М.: Юность, 2016. – 325 с.
2. Алещенко О.М., Никишина Н.В. Особенности и проблемы обязательного медицинского страхования в РФ // Финансовый вестник. 2016. № 3. С. 87-93.
3. Алиева Б. Х. Основы страхования: учебник / Б. Х. Алиев. – М.: ЮНИТИДАНА, 2014. – 503 с.
4. Романова Т. Ф. Страхование: теория и практика: научно-практическое пособие / Т. Ф. Романова. – Ростов н/Д.: РГЭА, 2016. – 287 с.
5. Федорова Т. А. Медицинское страхование и защита здоровья населения. / Т. А. Федорова // Финансы. – 2016. – № 10. – С. 9-18.

Умархаджиева С.Р.

Практические меры по эффективности социальной защиты семьи, материнства и детства в России

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-311

Аннотация

В представленной статье определяется, что неблагоприятные социальные условия в семьях являются основными детерминантами, которые способствуют ухудшению здоровья, что ведет к росту заболеваемости и повышению спроса на медицинскую помощь. Поэтому необходима чётко продуманная государственная политика социальной защиты семьи, которая дает возможность восполнить недостатки как на индивидуальном, так и на семейном уровне, обеспечивая всеобщий доступ к услугам, льготам и трансфертам из государственных учреждений.

Ключевые слова: семья, социальное обеспечение семьи и детства, социальная политика, социальное пособие.

Abstract

This article identifies that unfavorable social conditions in families are the main determinants that contribute to poor health, which leads to an increase in morbidity and an increase in demand for medical care. Therefore, a well-thought-out state policy of social protection of the family is needed, which makes it possible to fill the shortcomings at both the individual and family levels, ensuring universal access to services, benefits and transfers from public institutions.

Key words: family, social security of family and childhood, social policy, social benefit.

Важность вопросов защиты семьи как стратегического направления социальной политики страны, неоднократно становилась темой обсуждений Президента РФ: «создание условий для роста рождаемости, охрана материнства и детства, укрепление

института семьи имеет ключевое значение для настоящего и для будущего нашего государства и требуют системной работы органов власти всех уровней». В «Концепции государственной семейной политики в РФ на период до 2025 года», наряду с сохранением системы социальной поддержки семей, находящихся в тяжелой жизненной ситуации, новым направлением становится пропаганда успешности семей и профилактика семейного неблагополучия, при этом, в центр внимания государства и общества поставлена «обычная» семья.

Современная социальная политика в России ориентирована на формирование региональной системы социальной поддержки семьи, так как совершенствовать работу в области социальной защиты семьи эффективно именно на региональном и муниципальном уровнях. В связи с этим представляется важным анализ и разработка мер повышения эффективности социальной защиты семьи, на муниципальном уровне.

Основные инструменты семейной политики являются: прямые платежи (денежные выплаты); услуги по уходу за ребенком; снижение налогов для семей с детьми; отпуск по уходу за ребенком (гендерное равенство, материнство отпуск, платежи); уровень занятости женщин (гендерное равенство, справедливости оплаты труда, совмещение работы и семейные обязательства) [2, с. 106].

В России в рамках семейной политики существует два основных типа родительских отпусков: отпуск по беременности и родам, отпуск по уходу за ребенком (отпуск для родителя или другого близкого родственника, который начинается после декретного отпуска).

В рамках отпуска по уходу за ребенком, также существует отпуск по уходу за ребенком отцовства. Отпуск по беременности и родам защищен работой и оплачивается по ставке 100 процентов годовой заработной платы за рассматриваемый период по Трудовому кодексу РФ.

Охрана материнства и отпуск по уходу за ребенком включает защиту от приостановки или потери дохода во время отпуска по беременности и родам, а также доступ к медицинскому обслуживанию матери. Отпуск по беременности и родам подкрепляется денежными пособиями, которые полностью или частично заменяют заработки женщин на последних этапах беременности и после родов, имеют решающее значение для благополучия беременных женщин, новых матерей и их семей. Отсутствие гарантированного дохода на последних этапах беременности и после родов вынуждает многих женщин, особенно женщин в неформальной экономике, преждевременно возвращаться на работу, тем самым подвергая риску свое здоровье и здоровье своих детей.

Охрана материнства также включает защиту прав женщин на работе в период материнства и за ее пределами с помощью мер, обеспечивающих защиту занятости, защиту женщин от дискриминации и увольнений и позволяющих им вернуться на работу после декретного отпуска в условиях, учитывающих их конкретные обстоятельства. Он также включает компоненты безопасности и гигиены труда, которые необходимы для защиты здоровья беременных и кормящих женщин и их детей, а также репродуктивного потенциала женщин [1, с. 102].

Материнские, отцовские и родительские пособия компенсируют потерю заработка из-за наличия и воспитания детей. Специальное пособие по уходу или пособие по базовому тарифу выплачивается родителям, ухаживающим за больным ребенком или ребенком-инвалидом. Матери новорожденных получают пособие по беременности и родам.

Политические меры, применяемые в настоящее время для стимулирования рождаемости, скорее всего будут иметь лишь кратковременные эффекты, в основном выдвигающие сроки предполагаемых рождений, а не генерирующие новые роды; они вряд ли окажут долгосрочное влияние на рождаемость. Тем не менее, есть возможности

для государственной политики создать среду, в которые семьи могут достичь своих целей в области рождаемости [3, с. 89].

Таким образом, учитывая намерения большинства россиян о рождаемости, политика, направленная на решение иметь второго ребенка, может быть наиболее эффективной. Согласно исследованию репродуктивного здоровья, около половина женщин с одним ребенком хотела иметь другого, хотя только 15 процентов женщин с двумя детьми хотели третьего. Эти предпочтения предполагают, что тратить государственные ресурсы на продвижение многодетных семей (с тремя и более детьми) могут быть неэффективными. Вместо этого приоритет поддержки и поощрения рождений второго порядка может повысить уровень рождаемости без необходимости изменения репродуктивных норм. Наибольшее влияние на рождаемость может быть достигнуто с помощью комплексного подхода, направленного на позволение семьям достичь желаемого размера семьи, не подвергая себя экономической уязвимости.

Опыт других стран показывает, что больше эффективная социальная политика направлена не только на повышение уровня рождаемости, но и на обеспечение высоких показателей рождаемости, которые будут поддерживаться; поэтому «необходим всеобъемлющий комплексный долгосрочный подход. Финансовые переводы должны эффективно поддерживать уровень жизни малообеспеченных семей с детьми за счет снижения их уязвимости. Для других семей, рождаемость может быть лучше всего стимулирована мерами, способствующими большей гендерной справедливости в семьях и на рабочих местах, помогая улучшить способность женщин сбалансировать работу и материнство. Такая политика может включать отпуск по уходу за отцом для поощрения их участие в уходе за детьми и сокращение разрыва в оплате труда между мужчинами и женщинами путем расширения навыков, устранение правовых и нормативных препятствий для женщин. Более того, учитывая положительное связь между ростом ВВП и ростом рождаемости, наблюдаемая в последние десятилетия, обеспечить макроэкономическую стабильность может предоставить россиянам благоприятные условия для расширения их семей.

Некоторые российские регионы экспериментируют с расширением приемлемых расходов на региональное материнство (семейный) капитал на содержание жилья, покупка загородного дома, приобретение товаров длительного пользования или даже неограниченные единовременные платежи. Эти региональные инициативы могут оцениваться при рассмотрении вопроса о расширении приемлемых категорий расходов для федерального пособия, что могло бы сделать программу более эффективной для защиты российских семей в трудные времена.

Таким образом, необходима разработка оперативных программ на федеральном и региональном уровнях с целью поддержки семей с детьми и обеспечение беспрепятственного доступа к основным услугам социальных служб, для этого необходимо:

Предоставить качественное школьное образование, в том числе возможность обучения на родном языке;

Создать систему вечерние занятия для тех детей, которые по каким-то причинам прервали их образование или не были зачислены в школу в соответствующем возрасте;

Обеспечить молодым людям возможность получать полезную информацию о общественной жизни, включая политику, здравоохранение, окружающую среду.

В предотвращении оставления детей, поддерживать социально-слабые семьи, особенно одинокие матери, находящиеся в неблагоприятном положении, вводя постоянный мониторинг таких семей соответствующими органами; обеспечить, чтобы социальные работники и психологи оказывали помощь семьям, которые нуждаются в такой помощи; создать возможность временно отправлять детей в школу-интернат с возможностью возвращения в семью по мере улучшения ситуации в семье.

Систематически собирать данные о количестве детей, которые не посещают школы с целью минимизации трудных жизненных ситуаций ребенка.

Уделять особое внимание уважению гендерного равенства среди детей во всех сферах жизни;

Вместе с тем, наряду со многими другими соответствующими мерами, такими как разработка политики для обеспечения соблюдения существующих законов, предоставление федеральной помощи тем, кто воспитывает детей, внедрение новых форм ухода за детьми без родительского надзора, адаптация уголовных процедур к потребностям несовершеннолетних, защита жертв во время уголовного преследования торговцев людьми, принятие социального законодательства и улучшение финансирования социальных, подростковых и образовательных услуг.

1. Болдина М.А. Технологии социальной работы с молодыми семьями / М.А. Болдина // Социально-экономические явления и процессы. - 2013. - № 5 (051). - С. 261-266.
2. Семейная политика России / сост. Л.А. Пинемасова. - Тольятти: Тольят. библиот. корпорация, 2014. - 106 с.
3. Фролкин П.П. Государственная политика по социальной защите материнства и детства в России: проблемы и перспективы / П.П. Фролкин // Информационная безопасность регионов. - 2012. - №1. - С.170.
4. Холостова Е.И. Социально-психологическая устойчивость семьи в современной России [Электронный ресурс]: монография/ Холостова Е.И., Шинина Т.В.— Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, 2018. — 342 с.

Умархаджиева С.Р.

Влияние школьного климата на девиантное поведение подростков

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-312

Аннотация

В данной статье рассматриваются различные социальные и экологические факторы, влияющие на участие подростка в девиантном поведении. Серьезную обеспокоенность вызывает тот факт, что подростки имеют более высокий уровень безрассудства, нарушения норм и антиобщественного поведения, чем дети или взрослые. Подростковый возраст описан как время бурь и стрессов, чтобы продемонстрировать, что это особенно тяжелый период как для подростка, так и для его окружения.

Ключевые слова: девиантное поведение, подростки, школьный климат.

Abstract

This article examines various social and environmental factors that influence adolescent participation in deviant behavior. It is of grave concern that adolescents have higher rates of recklessness, disruption and antisocial behavior than children or adults. Adolescence has been described as a time of storms and stress to demonstrate that it is a particularly difficult period for both the adolescent and those around him.

Key words: deviant behavior, adolescents, school climate.

Поскольку участие в девиантном поведении (поведение, которое считается неприемлемым и часто незаконным, например, употребление алкоголя и других наркотиков) может иметь серьезные последствия для подростка, и потому это поведение имеет негативные последствия для общества. Есть ряд индивидуальных характеристик, которые, способствуют различиям среди подростков в отношении их

участия в девиантном поведении. Эти индивидуальные характеристики включают возраст, пол, социально-экономический статус, успеваемость в школе и национальность. Также было много гипотез относительно того, что способствует вовлечению подростка в девиантное поведение. Самая распространенная гипотеза сосредоточена на социально-экологический фактор, таких как семья, сверстники, школа, сообщества и культурные системы убеждений, которые способствуют участию в девиантном поведении.

В частности, школы часто рассматриваются как важный контекст для развития поведения подростков, поскольку подростки проводят большую часть своего времени в школе. Школьный климат — это аспект школьного контекста, который включает в себя отношения, убеждения, ценности и нормы, лежащие в основе деятельности школы. А чувство принадлежности учащегося является важной частью всеобъемлющей конструкции школьного климата и, в частности, относится к степени, в которой ученик чувствует себя принятым лично в школе.

Отношения подростка со своими сверстниками также имеют потенциал для значительного влияния. Когда подростки начинают сосредотачивать свое внимание на отношениях вне семьи в раннем подростковом возрасте они начинают больше полагаться на сверстников. В среднем, подростки проводят примерно 50% времени со своими сверстниками и 20% со своими родителями. Поэтому важно понимать, как сверстники отрицательно и положительно влияют на принятие подростком решений [2].

Предположил, что позитивные социальные отношения между учениками могут влиять на школьный климат и, кроме того, что взаимодействие школьной структуры и влияния сверстников может повлиять на чувство принадлежности учащихся к школе. Что касается негативного воздействия взаимоотношений со сверстниками, то это также подразумевает, что подростки употребляют алкоголь и наркотики в компании своих сверстников.

Старшие подростки меньше воспринимают риск, чем те, кто моложе. Некоторые предполагают, что в подростковом возрасте исполнительные процессы все еще развиваются, так что импульсный контроль, предвидение и другие саморегулирующиеся способности незрелы и, следовательно, не могут изменить поведение, вызывающее острые ощущения или стремление к вознаграждению. Что касается пола, различия проявляются в моделях участия в девиантном поведении такое поведение, как употребление психоактивных веществ. На самом деле, криминолог предположил, что мужской пол - лучший демографический предсказатель преступного поведения, открытие, которое до сих пор обсуждается. Предполагается, что мальчики будут больше заниматься рискованным поведением, чем девочки.

Фактически, мужчины во всех возрастных группах более склонны к большинству видам рискованного поведения, чем женщины. Пол также был одним из самых сильных предикторов употребления алкоголя в позднем подростковом возрасте, причем мужчины более склонны к этому типу поведения. Мальчики-подростки имеют более высокие показатели употребления алкоголя, частоты употребления и пьянство, чем у девочек-подростков. Мальчики более склонны придерживаться убеждений в пользу правонарушений в подростковом [1].

Исторически сложилось так, что исследователи выдвинули гипотезу, что антисоциальное поведение больше считается подходящим для мальчиков и несовместимым с поведением, подходящим для девочек.

Кроме того, исследования показывают, что матери терпят и иногда в большей степени поощряют рискованное поведение своих сыновей чем их дочери на игровой площадке, когда они учат ребенка новым навыкам, а также в бесплатных игровых сессиях. Хотя различия в поощрении могут быть реакцией на биологические

особенности мальчиков и девочек, отношения и поведение тех, кто поощряет рискованное поведение мальчиков, но не девочек могут быть усвоены детьми, в свою очередь, формируя будущее поведение.

Фактически, результаты исследования с участием студентов-подростков, показывают, что эти студенты из малообеспеченных семей более склонны к рискованному поведению. Молодежь из малообеспеченных семей чаще страдает от плохого физического и психического здоровья, чаще совершают правонарушения. Это объясняется тем, что семьи с более низкими доходами часто живут в районах, где уровень преступности и бедности выше, ресурсы сообщества минимальны, и дети подвергаются влиянию низкокачественной школы. Кроме того, экономический стресс снижает способность родителей поддерживать детей и заботиться о них. Также различия в участии подростков в делинквентном поведении связаны с их успеваемостью в школе. Люди, которые лучше учатся в школе, будут демонстрировать меньше правонарушений. Подростки, которые сообщают, что ходят в школу, потому что им это нравится и надеяться на продолжение образования, склонны избегать выбора, который ставит под угрозу их шансы на успех в школе [3].

Как указывалось ранее, благоприятный школьный климат — это тот, в котором модель поведения взрослых, оказывая детям положительную поддержку, необходимую для участия в учебной деятельности и владеть разнообразными компетенциями, необходимыми в школьной среде. Положительные отношения ученика и учителя связаны с успехом детей, приспособление к школе, успеваемость и школьные симпатии. И наоборот, негативные отношения ученика и учителя в начальной школе приводят к низкой успеваемости и слабой и школьной связи. Когда подростки переходят в среднюю школу, они обычно сообщают о снижении своей связи с учителями. Однако качество отношения ученика и учителя продолжают оставаться важным фактором для позитивного поведения ученика.

Например, молодые подростки быстро меняют свой образ жизни физическое, эмоциональное и межличностное развитие; в то же время они переходят от начальной до средней школы. Это может быть трудным переходным периодом, ведущим к плохой успеваемости, самооценке, восприятию социальной поддержки и восприятие качества школьной жизни. Предполагается, что некоторые характеристики новой школьной окружающей среды может быть несовместима с потребностями подростков.

В целом, школы с благоприятным школьным климатом могут увеличить приверженность учащихся к здоровым нормам поведения по сравнению со школами с нормами, допускающими рискованное поведение, такое как употребление наркотиков, в большей степени связанное с рискованным индивидуальным поведением. Хотя используются разные термины в нескольких исследованиях, что «школьный климат» связан с поведением, сопряженным с риском для здоровья, включая курение, употребление алкоголя, употребление наркотиков, прогулы и драки.

Однако важно отметить, что, хотя расхождение между требованиями и индивидуальными потребностями могут привести к эмоциональным и поведенческим трудностям, есть много подростков, у которых эти проблемы не развиваются. Результаты могут отличаться из-за реакции человека на контекстные влияния. Например, воспринимаемый школьный климат может играть роль модератора. То есть восприятие хорошего школьного климата может защитить подростков от каких-либо проблем.

Таким образом, школьный климат — это всеобъемлющая конструкция, относящаяся к отношениям, убеждениям, ценностям и нормам, лежащие в основе работы школы. И это восприятие может влиять на подростка как положительно, так и

отрицательно. Подростки, положительно относящиеся к школьной атмосфере, им школьные правила соблюдаются справедливо, а учителя уважают их мнение.

1. Стрельцов В. В. Теоретические подходы к анализу девиантного поведения молодежи // Теория и практика общественного развития. 2010. №1. С.144-149
2. Умархаджиева С. Р. Готовность бакалавров социальной работы к работе с подростками, проявляющими девиантное поведение / Умархаджиева С. Р. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12-3 (66). С. 209-212.
3. Умархаджиева С. Р. Профилактика социальных девиаций учащейся молодежи/ Умархаджиева С. Р. // Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор С.И. Беленцов. 2018. – С.172-174.

Умархаджиева С.Р.

Отечественная система пособий по инвалидности

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-313

Аннотация

В статье рассматривается проблема адресности в системе пособий по инвалидности в России. Интерес к теме обусловлен важной ролью пособий по инвалидности в общенациональном социальном обеспечении. За последние 15 лет в России наблюдается заметный рост числа лиц, получающих пенсии по инвалидности, что на первый взгляд может рассматриваться как свидетельство ухудшения состояния здоровья населения страны.

Ключевые слова: социальное обеспечение, инвалидность, социальное пособие, социальная защита.

Abstract

The article examines the problem of targeting in the system of disability benefits in Russia. Interest in the topic is due to the important role of disability benefits in national social security. Over the past 15 years, there has been a noticeable increase in the number of persons receiving disability pensions in Russia, which at first glance may be considered as evidence of the deteriorating health of the country's population.

Key words: social security, disability, social benefit, social protection.

Основная часть пособий по инвалидности в России предоставляется в виде пенсий по нетрудоспособности через Пенсионный фонд РФ. Помимо пенсий по инвалидности, которые включают основную часть социального обеспечения инвалидов, существует сложная система выплат по травмам на производстве и временной потере трудоспособности, которые находятся в ведении двух других внебюджетных фондов - Фонда социального страхования и Фондов обязательного медицинского страхования. В системе предусмотрен целый ряд выплат для тех, кто не имеет права на получение пенсии по инвалидности, например, пенсии по инвалидности государственным служащим, социальные пенсии инвалидам без трудового стажа и инвалидам с детства. Тем не менее, получатели пенсии по инвалидности составляют большинство официальных лиц. Поэтому эта группа в первую очередь рассматривается в дальнейшем исследовании.

Закон о трудовых пенсиях определяет три категории получателей пенсии по инвалидности в зависимости от степени повреждения здоровья, третья категория, соответствующая наиболее тяжелой степени инвалидности.

Специальная комиссия медицинских экспертов определяет статус инвалидности на основании заявления заявителя в медицинское учреждение. Он пересматривается каждые два года для категории III и ежегодно для категорий I и II, за исключением тех лиц, которые достигли официального пенсионного возраста или имеют необратимые анатомические дефекты.

Размер пенсии определяется на основании сводной информации о категории инвалидности и история заработка. С 2002 года пенсия по инвалидности состоит из трех частей, повторяющих размер трудовые пенсии по старости: базовая (минимальный размер, равный для всех получателей), страховая (трудовой стаж) и накопительная (выплачиваются из индивидуального накопительного резерва).

Размер базовой пенсии по инвалидности устанавливается на уровне базовой пенсии по старости для получателей 2 категории; получатели 3-го и 1-го разряда получают соответственно 200 и 50% базовой пенсии по возрасту.

До реформы 2002 г. размер выплат определялся иначе. Хотя эти изменения не сдвинули значительный баланс между различными пособиями по социальному обеспечению. Здесь же значительная часть имеющихся данных относится к дореформенному периоду. До 2002 г. сумма пенсии по инвалидности установлена в размере 75% от индивидуального зачитываемого для пенсии заработка для категорий II и III, а также на уровне 30% от заработка по первой категории. В обеих системах, если информация о заработках отсутствовала, получатель получал минимальную пенсию по инвалидности, которая равна минимальному возрасту [3].

В любом случае размер пенсии по инвалидности не может превышать максимальный размер пенсии по старости. Размер пенсии по инвалидности не зависел от количества отработанных лет в случае производственной травмы или для лиц моложе 20 лет. В целом в других случаях требовался минимальный квалификационный стаж в зависимости от возраста.

Помимо общей пенсии, до января 2005 года система предоставляла всем инвалидам дополнительные пособия в натуральной форме. К наиболее ценным и популярным преимуществам относятся права на получение бесплатных лекарств, бесплатного проезда и скидки на коммунальные платежи; в целом эти резервы почти вдвое увеличили реальные доходы пенсионеров по инвалидности.

Проблема пособий по инвалидности важна для разработки политики в России по нескольким причинам.

Во-первых, национальные показатели инвалидности значительно выросли. В 2018 году количество инвалидов увеличилось почти на 30% по сравнению с 2003 годом, составив 4,4 миллиона человек или около 3% населения страны. Заболеваемость инвалидностью также увеличилась с 6,15 до 8,25 человек. Учитывая прогнозируемое старение населения, представляется вероятным, что доля пенсионеров по инвалидности в общей численности населения будет продолжать расти [1].

Во-вторых, финансирование пособий по инвалидности представляет собой серьезную проблему для бюджета, и даже в условиях продолжающейся реформы системы социального обеспечения пенсии по инвалидности должны увеличиваться.

В-третьих, все большее значение приобретают показатели инвалидности для развития страховых рынков, поскольку понимание рисков инвалидности имеет важное значение для проектирования и ценообразование на страховые продукты. Наконец, как государственные, так и частные страховщики должны знать, в какой степени сегодня высокий уровень инвалидности отражает истинное плохое состояние здоровья, а не поиск дополнительных доходов.

Последний аргумент привлекает внимание к проблеме, которая является центральной для данной статьи: взаимосвязь между желанием, чтобы люди обращались за социальными льготами и различные факторы, определяющие личный и социальный контекст, такие как наличие источников дохода, социальные и психологические

профили людей, сталкивающихся с системой социального обеспечения или строгие системные требования к успешным кандидатам. Разное сочетание этих факторов может привести к мошенничеству в одном случае или к добровольному отказу от заявления на пособие по инвалидности. Подобные случаи создают проблему, как как любая система пособий по инвалидности, которая, как ожидается, обеспечит точную адресность и эффективное предотвращение мошенничества, но, очевидно, обе проблемы не решены в рамках существующей системы в России.

Наше внимание сосредоточено на трех группах людей, которые возникают в результате сравнения фактического состояния здоровья, условия и статус в системе пособий по инвалидности:

- соблюдающие - те, состояние здоровья которых соответствует статусу в системе, либо здоровы или инвалиды;
- не участвующие - те, кто не получает пособие по инвалидности, несмотря на плохое состояние здоровья, что позволяет отнести их к категории инвалидов;
- злоупотребляющие - лица, имеющие достаточно хорошее здоровье, но зарегистрированные в системе и получающие пособие по инвалидности [2].

Члены последних двух групп соответствуют двум типам недостатков в системе: мошенничество с выгодами и отказ от участия. Предполагается, что в большинстве случаев эти недостатки могут быть отнесены на счет недостатков системы социального обеспечения, не препятствующей девиантному поведению среди людей.

Исследование индивидуальных моделей поведения позволило бы выявить недостатки существующей системы и разработать предложения по улучшению данной ситуации.

Таким образом, существующая система распределения пособий не обеспечивает достаточно точной адресности.

Инвалиды - это сложное явление, на которое влияют различные экономические, социальные и психологические факторы. Числовые оценки этой популяции могут значительно отличаться в зависимости от принятого определения, такое как регистрация в системе социального обеспечения, оценка состояния здоровья или самооценка инвалидности. Детерминанты инвалидности также меняются в зависимости от выбранного подхода.

Система социального обеспечения может рассматриваться как значительный дополнительный источник дохода в неблагоприятных экономических условиях. Это означает, что некоторые люди стремятся получить статус инвалида даже когда их фактическое состояние здоровья, позволяет участвовать в рабочей силе. Таким образом, малообеспеченные при отсутствии поддержки со стороны других членов семьи с большей вероятностью будут злоупотреблять системой.

У нарушителей системы также больше шансов иметь неблагоприятную историю занятости, например, длительные периоды безработицы или длительную задолженность по заработной плате. Следовательно, такой тип поведения должен быть более характерным для жителей сельской местности и населенных пунктов с более низкой степенью развитости инфраструктуры. Более того, люди с серьезными проблемами со здоровьем могут сознательно избегать обращения в органы социального обеспечения, что связано с высокими транзакционными и моральными издержками, даже если они это делают и не имеют достаточных альтернативных источников дохода. Людям с тяжелыми формами инвалидности также труднее пройти административные процедуры, в результате происходит неблагоприятный отбор. И жестокое обращение, и отказ от помощи людям с большей вероятностью изменят свой статус в системе

инвалидности, чем те, чья зарегистрированная степень инвалидности соответствует фактическому состоянию здоровья.

1. Галаганов В.П. Организация работы органов социального обеспечения в Российской Федерации: учебник / В.П. Галаганов. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: КНОРУС, 2012. - 152 с.
2. Ерусланова Р.И. Технологии работающих при их временной нетрудоспособности: Учебное пособие для бакалавров / Р.И. Ерусланова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 168 с.
3. Смирнова Н.Л. Пособия по временной нетрудоспособности как вид страхового обеспечения по праву социального обеспечения современной России. Дис. ... канд. юрид. Наук –Владивосток. 2002. – 222 с.
4. Холостова Е.И. Пособия: Учебное пособие / Е.И. Холостова. - 3-е изд. перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 240 с.

Хаджимурадова Т.Х.

Особенности внедрения инновационных социальных технологий реабилитации инвалидов в России

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-314

Аннотация

В данной статье рассматривается проблема инвалидов как наиболее уязвимая категория граждан, которая испытывает достаточно много барьеров ограничивающих их мобильность, доступ к услугам, участие в образовании, что негативно сказывается на общей социальной интеграции.

Ключевые слова: инвалиды, социальные барьеры, социальная интеграция.

Abstract

This article examines the problem of people with disabilities as the most vulnerable category of citizens, which experiences a lot of barriers limiting their mobility, access to services, participation in education, which negatively affects overall social integration.

Key words: disabled people, social barriers, social integration.

Инвалидность - это в основном общий термин, который охватывает нарушения, ограничения деятельности, а также ограничения участия. Нарушение рассматривается как проблема в структуре тела или функции; ограничение деятельности - это трудность, с которой человек сталкивается при выполнении действия или задачи; в то время как ограничение участия - это, в основном, проблема, с которой человек сталкивается в жизненных ситуациях [1, с.86].

Для людей с ограниченными возможностями барьеры могут быть более частыми и оказывать большее влияние. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) описывает барьеры как нечто большее, чем просто физические препятствия. Вот определение ВОЗ барьеров:

«Факторы в среде человека, которые из-за их отсутствия или присутствия ограничивают функционирование и создают инвалидность. К ним относятся такие аспекты, как:

- физическая среда, которая не доступна;
- отсутствие соответствующих вспомогательных технологий (вспомогательных, адаптивных и реабилитационных устройств);
- негативное отношение людей к инвалидности;

- услуги, системы и политики, которые либо отсутствуют, либо препятствуют вовлечению всех людей с состоянием здоровья во все сферы жизни» [2, с.12].

Социальные барьеры связаны с условиями, в которых люди рождаются, растут, живут, учатся, работают и стареют - или социальными детерминантами здоровья - которые могут способствовать ухудшению функционирования людей с ограниченными возможностями. Вот примеры социальных барьеров:

- Люди с ограниченными возможностями имеют гораздо меньше шансов на работу.
- Взрослые в возрасте 18 лет и старше с ограниченными возможностями реже заканчивают среднюю школу по сравнению со сверстниками без инвалидности (22,3% по сравнению с 10,1%).
- Люди с ограниченными возможностями чаще имеют доход менее 15 000 долларов по сравнению с людьми без инвалидности (22,3% по сравнению с 7,3%).
- Дети-инвалиды почти в четыре раза чаще подвергаются насилию, чем дети-инвалиды.
- Транспортные барьеры связаны с отсутствием адекватного транспорта, который препятствует способности человека быть независимым и функционировать в обществе. Примеры транспортных барьеров включают в себя:
- Отсутствие доступа к доступному или удобному транспорту для людей, которые не могут управлять автомобилем из-за нарушения зрения или когнитивных функций;
- Общественный транспорт может быть недоступен или находиться на неудобных расстояниях или в местах [1, с.142].

В то время как социальная интеграция является, таким образом, уникальной личностной концепцией, есть некоторые ключевые фонды, которые помогают нам выйти за рамки простого участия и вовлечения: это включение определяется человеком - не говорите мне, что меня включают, если это не то, что я хочу включить или как я хочу, чтобы это произошло. Полное включение требует роста знаний и понимания более широкого сообщества - я могу сделать так много, чтобы быть включенным, когда люди вокруг меня не знают, на что я способен или как я могу с готовностью участвовать в этих мероприятиях.

Социальная интеграция лучше всего подходит для всех, а не для людей с ограниченными возможностями - не только я должен чувствовать себя включенным, но и пожилые люди, матери, безработные, бездомные.

Проблемы с транспортом часто упоминаются как серьезное препятствие, свобода передвижения является правом в соответствии с Викторианской хартией прав и обязанностей.

Социальная интеграция людей с ограниченными возможностями и транспорта связаны с двумя основными факторами:

- Эффективный, доступный транспорт необходим, чтобы помочь людям с ограниченными возможностями участвовать в основных видах деятельности, такие как работа, школа и отдых - а также в отношении участие и участие в мероприятиях и программах, ориентированных на инвалидность. Эта проблема, имеет значение при рассмотрении потребностей и ожиданий включения людей с ограниченными возможностями, и более широкое признание и понимание обществом участие инвалидов во всех аспектах жизни общества.

- Доступность к транспорту сама помогает в развитии социальных сетей и связи между людьми - и, следовательно, социальная интеграция. Имея возможность доступа к общественному транспорту, хороший уровень взаимодействия между людьми способствует чувству принадлежности и укрепляет сообщества, что, в свою очередь, создает возможности и потенциал в сообществе [3, с.121].

В свою очередь, расширенные социальные сети, доступные такси могут помочь человеку добиться занятости и интеграции. Однако проблема наблюдается в отдельных регионах с более бедными системами общественного транспорта с ограниченной доступностью. Эта проблема также наблюдается в отношении к образованию, дети-инвалиды не могут получить доступ к школьному автобусу в некоторые районы. Эта проблема препятствует участию в школе, ухудшают поведение в школе (из-за усталости и раздражительности). Транспортные услуги являются частью системы - не только транспортных услуг, но и других процессов.

К сожалению, заставить эти элементы работать вместе непросто, так как каждая ссылка с участием различных участников, в том числе государственных и местных органов власти, правительственных инструментов, поставщиков услуг, управляющие инфраструктурой и сопутствующими услугами и другие лица, и организации, которые могут оказать помощь (формально или неформально) должны работать сообща.

На наш взгляд было бы целесообразнее совершить позитивный шаг вперед с точки зрения интеграции различных транспортных систем и обеспечения социальной интеграции инвалидов: создавать пункт бронирования и планирования для всех автобусов, реагирующих на спрос. Чтобы данная услуги, включая общественный транспорт и гибкие общественные автобусы. Пассажиры, которым требуется транспорт, будут отправлять запрос, указывая любые особые потребности, затем они бронируют услуги через одну центральную точку, либо через Интернет, введя коды в телефон на сенсорной панели или позвонив в центр бронирования.

Услуги могут включать в себя гибкие автобусные услуги или сообщества транспортного обслуживания. Подобная транспортная система работает в Австралии. Внедрения зарубежного опыта услуги по бронированию и планированию станет важным шагом вперед в вопросе интеграции инвалидов в общество.

1. Технология социальной работы: учебник / М.В. Фирсов, Е.Г. Студёнова. — М.: КНОРУС, 2016. — 344 с.
2. Тындык А.О., Васин С.А. Положение детей-инвалидов и их семей в зеркале переписей населения // Журнал исследований социальной политики. 2016. № 2. С. 167-180.
3. Холостова Е. И. Зарубежный опыт социальной работы: Учебное пособие / Е. И. Холостова, А. Н. Дашкина, И. В. Малофеев. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. — 368 с.

Хаджимурадова Т.Х.

Договор на оказание медицинской помощи по обязательному медицинскому страхованию

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-315

Аннотация

Актуальность темы обусловлена необходимостью медицинского страхования, как неотъемлемой части поддержки населения.

Ключевые слова: страхование, медицина, договор.

Abstract

The relevance of the topic is due to the need for health insurance, as an integral part of the support of the population.

Keywords: insurance, medicine, contract.

В Российской Федерации существует два вида медицинского страхования населения - обязательное и добровольное. Для получения медицинской помощи по системе обязательного страхования необходимо заключить три вида договоров - договоры на организацию и финансирование медицинских услуг, договоры на медицинское страхование и договоры на оказание медицинской помощи.

Структура взаимоотношений и порядок выплат зависят от социального статуса, застрахованного (гражданин, работающий на предприятии, работник свободных профессий или лицо, занимающееся индивидуальной трудовой деятельностью, безработный, ребенок или пенсионер).

После заключения договора застрахованный получает справку на свое имя, по которой он может получать медицинские услуги в любой точке Российской Федерации в рамках предусмотренного обязательного медицинского страхования.

Добровольное медицинское страхование гарантирует гражданину дополнительные услуги сверх установленной программы обязательного медицинского страхования, оплачивая его за свой счет.

Добровольное медицинское страхование может быть предложено отдельным лицам или группам, или коллективам, например, персонал предприятия, и позволяет охваченному населению получать дополнительные услуги помимо тех, которые включены в базовый пакет. Он предлагается исключительно частными страховыми компаниями (обычно акционерными холдингами), которые работают с целью получения прибыли, хотя нет никаких препятствий для некоммерческих организаций, выходящих на поле.

Добровольное страхование играет лишь очень небольшую роль в предоставлении медицинской помощи в Российской Федерации, где полисы имеют менее 1% населения. Эта цифра возрастает до 24% в Санкт-Петербурге и примерно 3-5% в Москве, но в других странах подписка остается низкой, а доля расходов, полученных в результате добровольного страхования, в целом составляет не более 2%. Как правило, его покупают только богатые и небольшое количество работодателей для своих сотрудников (в дополнение к обязательным страховым взносам). Иностранные фирмы, в частности, стремятся обеспечить частную страховку для своих иностранных сотрудников [1, с.142].

Частные страховые компании, как правило, концентрируются на верхнем сегменте рынка и предлагают дополнительные услуги в дополнение к базовому пакету бесплатной медицинской помощи. Акцент был сделан на предоставлении лучших условий и гостиничных услуг, а также на обеспечении доступа к более престижным учреждениям. Компании, как правило, заключают контракты с клиниками и больницами, которые ранее входили в закрытую систему и которые были лучше обеспечены ресурсами даже в советское время.

Таким образом, они могут гарантировать своим клиентам доступ к лучшим средствам и высококвалифицированному персоналу, не неся при этом полной стоимости этого положения. Таким образом, выгоды от сделок со страховыми компаниями распространяются почти исключительно на те части системы, которые уже являются наиболее привилегированными.

Для заключения договора добровольного медицинского страхования застрахованная сторона направляет письменное уведомление страховой компании, которая должна принять решение в течение пяти дней с момента получения уведомления.

Медицинские страховые компании не имеют законного права проводить производственные, коммерческие или банковские операции. Таким компаниям запрещено покупать или продавать недвижимость, хотя недвижимость можно приобрести как одну из форм инвестирования средств и страховых резервов. Органы управления здравоохранением и медицинские учреждения не имеют права быть учредителями медицинских страховых компаний, но могут владеть акциями, чья сумма не может превышать 10 процентов от страховой медицинской компании. Медицинская страховая компания должна иметь собственный капитал не менее 1200 раз минимальной годовой заработной платы, установленной правительством Российской Федерации. Резервные фонды по видам страхования формируются за счет вложений от 15 до 20 процентов средств, полученных по договорам страхования [2, с.119].

Медицинская страховая компания, осуществляющая обязательное медицинское страхование, не имеет права использовать средства, предназначенные для осуществления программ обязательного страхования, в коммерческих целях, за исключением временного приобретения очень ликвидных ценных бумаг и банковских вкладов с использованием свободных средств резервов. Средства обязательной страховой компании формируются за счет отчислений, сделанных из всех видов компаний, учреждений, всех видов имущественных организаций, а также из взносов, выплачиваемых лицами, осуществляющими свою собственную деятельность.

Окончательный финансовый итог (прибыль или убыток) по обязательному медицинскому страхованию состоит из финансового результата от операций медицинского страхования, размещения страховых резервов (оплата медицинских услуг, дополнительных финансовых профилактических мер) и дохода от операций, не связанных со страхованием и распределением резервов на обязательное медицинское страхование, за вычетом суммы расходов на эти операции. Финансовый результат операций по обязательному медицинскому страхованию определяется как разница между суммой страховых выплат, полученных вместе с доходами по страховым резервам за предыдущий год, и расходами на оплату медицинских услуг вместе с вычетами в страховых резервах. сумма затрат на ведение операций и сумма превышения прочих расходов над доходами.

В течение срока действия договора о добровольном медицинском страховании после признания судом невозможности застрахованного лица права и обязанности застрахованного лица передаются опекуну или попечителю, действующему в его интересах. В соответствии с законом о добровольном медицинском страховании застрахованным лицом не может быть гражданин, получающий лечение в диспансере от наркомании, психоневрологических проблем, туберкулеза, кожных и венерических заболеваний. Для людей, отбывающих тюремные сроки, Срок действия договора о добровольном медицинском страховании распространяется до окончания срока тюремного заключения или лишения свободы.

Правила договора. Застрахованная сторона имеет право досрочно расторгнуть договор добровольного медицинского страхования, если страховая компания не выполняет свои обязательства. В этом случае страховые взносы возвращаются застрахованному лицу, пропорционально рассчитанные на основе того, что страховая компания получила до момента расторжения договора за вычетом расходов. Для заключения договора застрахованная сторона должна пройти медицинское обследование на наличие определенных рисков. Если застрахованный умышленно скрыл факты о своем здоровье или предоставил ложную информацию, это является основанием для страховой компании отменить страховой полис или наложить санкции.

Добровольное медицинское страхование осуществляется за счет средств отдельного гражданина или берется из прибыли предприятия, действующего в его интересах. Отдельные категории клиентов (например, инвалиды) могут быть застрахованы на базовых условиях, соответствующих конкретным рискам категории,

ограниченной сферой ответственности и расчетом повышенного уровня тарифа. Медицинская страховая компания (страховщик) обязана предоставить застрахованному гражданину (застрахованному лицу) медицинский полис и страховую карточку с его именем [3, с.14].

Роль медицинской страховой компании. Медицинская страховая компания не входит в систему здравоохранения Российской Федерации, и сама не оказывает медицинской помощи. В случае обязательного медицинского страхования страховщик обязан организовать и профинансировать оказание медицинских услуг в объеме и качестве, определенных программой обязательного медицинского страхования. В случае добровольного медицинского страхования страховщик обязан оплачивать и организовывать медицинские и социальные услуги, предусмотренные в программе добровольного медицинского страхования в дополнение к установленной программе обязательного медицинского страхования.

1. Куликов, Л.М. Основы экономических знаний: учеб.пособие. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 142 с.
2. Купрянова З.М. Оценка трудящихся на рынке труда. (Российский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)), 2012. -№ 6 - С. 119.
3. Кравченко, А. И. Социология управления: фундаментальный курс. учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Социология» / А. И. Кравченко, И. О. Тюрина. - М.: Академический проект. Екатеринбург: Деловая книга, 2008. 14 с.

Хаджимурадова Т.Х.

Особенности правового регулирования мер социальной поддержки безработных

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-316

Аннотация

Актуальность темы исследования заключается в необходимости применения программ сохранения рабочих мест и создания частично финансируемого фонда занятости, исключительно для размещения целевых категорий безработных. В целях поддержки безработных.

Ключевые слова: безработица, социальная поддержка, занятость.

Abstract

The relevance of the research topic lies in the need to apply programs to preserve jobs and create a partially funded employment fund, exclusively for the placement of target categories of the unemployed. In order to support the unemployed.

Keywords: unemployment, social support, employment.

Служба занятости должна частично компенсировать только те расходы на создание рабочих мест, которые помогут обеспечить гарантированную занятость на определенный период времени для групп безработных, остро нуждающиеся в поддержке и трудоустройстве (инвалиды, одинокие родители, беженцы, вынужденные переселенцы, длительно безработные и т. д.). Приказ также предусматривал, что ресурсы из Фонда занятости должны выделяться на создание рабочих мест на конкурсной основе и что субсидии должны быть возмещаемыми или невозмещаемыми, в зависимости от категории лица, обеспеченного работой. Планируется разработать правовую базу для установления квот рабочих мест для социально уязвимых групп населения [1, с.78].

К сожалению, в настоящее время только 10 процентов государственных целевых программы проходят социальную экспертизу. В первом квартале Министерство труда и социального развития Российской Федерация намерена разработать проект постановления «О порядке определения регионов с напряженной ситуацией на рынке труда», который должен быть представлен Правительству для утверждения и использования в качестве механизма оказания финансовой поддержки таким регионам. Эта инициатива является своевременной, по меньшей мере, ввиду огромной региональной дифференциации российского рынка труда. Однако существует риск того, что процедура, разработанная Министерством, скорее всего, будет опираться на индексы «зарегистрированного рынка труда».

Положительным моментом является возникающее смещение акцента с чисто социального и, по этой причине, не очень эффективные программы, к анализу государственных программ, нацеленных на развитие регионов и отраслей, что финансируется за счет государственного бюджета.

Несомненно, это перспективное направление в политике рынка труда в Российской Федерации. В целом, следующие аспекты заслуживают внимания в отношении сферы труда рыночные механизмы и возможности их развития. Ввиду ограниченности ресурсов, выделяемых для активной политики на рынке труда, приоритет должен быть отдан менее дорогостоящим сферам деятельности. Первый приоритет усиливает деятельность служб занятости и, в частности, расширение услуг и механизмы, доказавшие свою жизнеспособность и эффективность.

На уровне региона этот аспект активной политики на рынке труда становится доступным только в тех регионах с постоянно высоким уровнем зарегистрированной безработицы. Согласно наблюдениям авторов этого отчета, эти регионы показывают, что увеличение объема услуг по профессиональной ориентации и консультированию приводит к оттоку от безработицы в занятость и в сокращении средней безработицы. [2, с. 65].

Таким образом, резкое сокращение финансирования программ подготовки кадров для службы занятости достойны сожаления - и вдвойне, потому что они сильнее всего пострадали те, сотрудники, которые имеют дело непосредственно с безработными.

Опыт ряда регионов доказывает, что активные регулярные контакты с работодателями могут стать важным аспектом деятельности бюро по трудоустройству, о чем свидетельствует опыт ряда Европейских стран.

В некоторых из них ответственность бюро по трудоустройству за поиск вакансии был предусмотрен законодательством. Российские регионы демонстрируют широкий спектр типов сотрудничества с работодателями, которые могут инициировать бюро по трудоустройству. Они могут варьироваться объемом консультационных услуг и семинаров для руководителей предприятий по различным вопросам.

Поскольку службы занятости предоставляют широкий спектр услуг безработным и их семьи, их работа не должна рассматриваться как просто административная. Следовательно, их штатное расписание не должно сокращаться на основе определенных «штатных норм» для общности администрации, но, наоборот, следует увеличить их возможности.

Большое значение имеет адресная помощь для социально уязвимых групп, основанная на конкретных подходах, разработанные для каждой группы (инвалиды, одинокие матери и новые участники рынка труда), принимая во внимание их возможности и ограничения. Эти группы должны иметь дело со специализированным персоналом в бюро по трудоустройству. Источниками финансирования являются Фонд занятости, взносы тех работодателей, которые не соблюдают квоту требования по

предоставлению работы инвалидам и одиноким матерям), общественным организациям (объединения инвалидов) и местные бюджеты [3, с.34].

Нынешняя ситуация в Российской Федерации уникальна. С одной стороны, количество работающих пенсионеров (лиц, имеющих работу) практически равно общему количеству безработных. С другой стороны, многие рабочие места оплачиваются настолько плохо, что их можно занимают лица с источниками дополнительного дохода. Вытеснение пенсионеров из экономически активной части возможно только при существенном увеличении пенсий.

Другим важным аспектом политики на рынке труда является планирование притока потенциальной рабочей силы - женщины с детьми, молодые люди и лица, уволенные из военной службы. Эти категории следует поощрять для получения высококачественного общего образования и профессиональную подготовку, таким образом приобретая реквизиты для работы в большинстве перспективных отраслей экономики. Достоверные прогнозы развития занятости (включая аспекты доходов) по регионам и отраслям необходимы для достижения таких долгосрочных профориентационных работ.

Экономическая либерализация привела к позитивным сдвигам в структуре занятости, расширение негосударственного сектора, появление новых сфер экономической деятельности и прогресс частного предпринимательства, что способствовали развитию свободной конкуренции на рынке труда. В то же время спад производства и рост безработицы, значительное сокращение личных доходов в сочетании с серьезным кризисом в системе пособий по безработице привел к значительным искажениям в целом экономическом развитии и формировании рынка труда [4, с.124].

С одной стороны, широкомасштабные рыночные преобразования способствовали увеличению гибкости рынка труда и его адаптации к требованиям рынка окружающей обстановки. С другой стороны, рост неформальной занятости, отток трудовых ресурсов из формального рынка труда в теневую занятость и снижение государственной социальной защиты. Система отражает негативные последствия растущей гибкости рынка труда.

Российское трудовое законодательство оказывает столь же неоднозначное влияние на развитие трудовых отношений. В законе сохранены жесткие положения о порядке увольнения, нарушение которые несут значительные финансовые санкции для работодателей, в том числе восстановление прежних работников и компенсацию за неправомерное увольнение путем выплаты среднего заработка за период вынужденного отсутствия работника на рабочем месте. Положения для группы увольнения обязывает работодателя выплачивать несколько выходных пособий в первый месяц и в среднем заработок за период поиска работы в течение второго и третьего месяцев после увольнения. В случае банкротства и поглощения предприятия новый собственник обязан не только сохранить 70 процентов работников, а также пересмотреть задолженность по возрасту и выходным пособиям для всех работников обанкротившегося предприятия [5, с.66].

Исходя из этого, усилия должны быть направлены на разработку и принятие Трудового кодекса, который выполняет свою основную функцию - защиту работников и их прав - путем отражения и регулирования трудовых отношений в условиях рыночной экономики, для стимулирования гибкости рынка труда. До принятия нового законодательства государство имеет право требовать от работодателей существующие трудовые нормы.

Также в интересах работников необходимо разработать систему обучения правовым знаниям и знаниям в рамках специализированных программ службы

занятости, учебные курсы в общеобразовательных школах и учебных заведениях, а также через система профсоюзного образования.

1. Гусева Т.С. Правовое регулирование пособий по безработице: международные стандарты, зарубежный опыт, российская действительность // Российская юстиция. - 2011. - №2. – С. 78.
2. Данышина Д. Н. Проблемы безработицы в Российской Федерации // Молодой ученый. - 2016. - №6.6. - С. 64-65.
3. Грик, Н. А. Занятость населения и ее регулирование: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / Н. А. Грик. — Томск: ТУСУР, 2007. - 34 с
4. Днепров М.Ю. Основы экономической теории: учебник для СПО/ М.Ю.Днепров, В.А.Николаев.- М.: Юрайт, 2019.- 216.с.
5. Гришанова С.В. Внешние эффекты производства // Никоновские чтения. - 2011. - № 16. - С. 66.

Хаджимурадова Т.Х.

Понятие и место института льгот в системе права социального обеспечения

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-317

Аннотация

Актуальность данной темы обусловлена тем, что система социального обеспечения в России является многоуровневым и важным направлением поддержки граждан.

Ключевые слова: социальное обеспечение, льготы, социальное страхование.

Abstract

The relevance of this topic is due to the fact that the social security system in Russia is a multi-level and important area of support for citizens.

Keywords: social security, benefits, social insurance.

Основным государственным органом, занимающимся социальным обеспечением в России, является Министерство труда и социальной защиты. Современная система социального обеспечения в Российской Федерации сформировалась в переходный период после распада СССР в 1991 году.

Социальное обеспечение включает три основных формы социальной защиты - социальное страхование, социальная поддержка и социальная служба. Социальное страхование включает в себя: пенсионное страхование, медицинское страхование и производственное страхование, страхование от несчастных случаев (охрана труда и техника безопасности). Взносы социального страхования в России уплачиваются в виде «обязательных страховых взносов на пенсионное страхование, социальное страхование и медицинское страхование для каждого работника (персонифицированные взносы), а также через взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» [1, с.131].

Страховые взносы взимаются с компаний, индивидуальных предпринимателей и физических лиц, производящих платежи другим лицам в рамках трудовых отношений и в соответствии с гражданскими договорами на оказание услуг или выполнение работ, а также на основании других конкретных видов договоров. Взносы также взимаются с индивидуальных предпринимателей, в том числе индивидуальных предпринимателей, нотариусов, а также юристы. Никакие обязательные взносы не уплачиваются сотрудниками. Что касается социальной поддержки, то она ориентирована в основном для социально уязвимых групп населения. Социальная поддержка реализуется через

социальные службы. Система социального обеспечения охватывает следующие категории граждан: пенсионеры, люди с ограниченными возможностями; дети - семьям с детьми предоставляются различные пособия, в том числе декретный отпуск; семьи с более чем тремя детьми; семьи с низким доходом; молодые семьи; ветераны войны; безработные [2, с.98].

Что касается выплат по социальному обеспечению, то есть два основных фонда финансирования социального обеспечения: фонд социального страхования; пенсионный фонд Российской Федерации. Оба финансируются за счет обязательных взносов социального страхования и личных добровольных взносов. Обязательные взносы вычитаются работодателем только из заработной платы иностранных граждан со статусом постоянного или временного проживания, а не иностранцев, временно проживающих и работающих в России, поскольку для этого типа работников права на эти пособия отсутствуют.

Только российские граждане имеют право на все виды государственной поддержки. Исключением является неотложная медицинская помощь, которая доступна всем в стране по гуманитарным соображениям. В дополнение к этому, иностранные граждане, которые имеют статус постоянного или временного проживания, могут также иметь право на другие льготы в некоторых случаях. Пособия по безработице, дополнительные медицинские пособия или пенсии могут предоставляться экспатриантам с постоянным или временным видом на жительство, которые заплатили в эти фонды. Тем, кто имеет долгосрочные цели жить в России, целесообразно сделать взносы в соответствующие фонды, поскольку это дает право на получение этих льгот и получение пенсии. Тем не менее, правила об этом в настоящее время находятся в состоянии изменения и должны быть проверены с работодателем или с соответствующим государственным департаментом.

«Льготы в праве социального обеспечения выступают основными юридическими средствами, которые ориентированы на реализацию социально-обеспечительных отношений, для субъектов, а именно граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации. Данные средства направлены на облегчение положения уязвимых граждан с помощью средств полного или частичного освобождения от исполнения установленных обязанностей» [3, с.165]. Основаниями (социально-правовые) для предоставления льгот по системе социального обеспечения выступает объективно возникшие жизненные ситуации (инвалидность, старость, малообеспеченность и др.), в результате порождающие специфические потребности личности (в специальных средствах передвижения, в бытовом обслуживании на дому и др.). Поэтому дополнительные права в виде льгот, обеспечивают этим лицам возможность хоть и не в полной, но зато частичной мере удовлетворять свои основные жизненные потребности на необходимом уровне.

Наиболее благоприятным фактором предоставления гражданам льгот являются наличие у граждан особых заслуг перед обществом. Предоставление льгот по этому основанию является не только потребностью лица в особых формах социальной защиты ввиду инвалидности, старости и др., но и служит формой поощрения и признания заслуг перед обществом и государством (инвалиды и участники ВОВ, инвалиды боевых действий на территории других государств и др.). Эти льготы можно назвать привилегиями. Привилегии имеют смысл, когда существует дефицит услуг, большая очередь на предоставление услуг. В будущем, когда социальные услуги не будут дефицитными, подобные привилегии перестанут существовать. Льготы имеют сходство с привилегиями, поскольку и те, и другие являются исключениями из общих правил.

Из анализа различных источников, льготу можно рассматривать как:

- право, иммунитет или выгода, которыми пользуется только лицо, помимо преимуществ большинства.
- специальное право, иммунитет или освобождение, предоставляемые лицам, находящимся во власти или должности, чтобы освободить их от определенных обязательств или обязательств.
- предоставление частному лицу, корпорации и т. д. особого права или иммунитета при определенных условиях.
- принцип или условие пользования особыми правами или иммунитетами [4, с.87].

Льгота как форма социального обеспечения - довольно специфическое явление в законе социального обеспечения. Долгое время в науке о праве социального обеспечения тема льгот оставалась вне поля внимания ученых, хотя в рамках общей теории права такой элемент механизма правового регулирования был проанализирован многими авторами.

Социальная льгота представляет собой социальное преимущество для нуждающихся граждан. Социальные преимущества определены очень широко, и не всегда требуется, чтобы пособие было связано с трудовыми отношениями. Это все те преимущества, которые, независимо от того, связаны ли они с трудовым договором или нет, обычно предоставляются работникам, главным образом, из-за их объективного статуса в качестве работников. Можно выделить основные признаки преимуществ: исключение из общепринятых правил; законные исключения, правовые исключения, установленные компетентными органами; привилегии сопровождаются более полным удовлетворением интересов субъектов, облегчением условий их жизни [5, с.18]. Государство в своей политике исходит из того, что алиментарные потребности граждан должны быть удовлетворены. Те, кто не в состоянии сделать это самостоятельно, вправе обратиться за помощью к государству, и такая помощь должна быть им предоставлена.

Таким образом, бесспорным принципом демократического общества является то, что каждый человек обязан обеспечить свое существование сам. Но в любом обществе живут люди, которые от рождения, по причине болезни или старости не в состоянии это сделать. Недостаточно предприимчивые люди, люди с ограниченными физическими возможностями, многодетные граждане часто оказываются нуждающимися, инвалиды требуют ухода и лечения и т. д. Общество не может бросить таких людей на произвол судьбы, поэтому оно создает государственную систему их материального обеспечения. Человеческая солидарность и гуманизм реализуются именно в этих действиях государства. Поэтому на уровне основного закона государства в Конституции РФ закреплено право на социальное обеспечение и защиту.

1. Землянухина Н.С. Льготы отменить нельзя сохранить// Вестник Астраханского государственного технического университета. 2006. № 3. С.131.
2. Аракчеев В.С. Теоретические и практические вопросы общей части права социального обеспечения. Томск, 2010. - 98 с.
3. Климов И.А. Реформа социальных льгот в оценках россиян. // Журнал исследований социальной политики. 2006. № 3. - С.165.
4. Крылатых Е.Г. Льготы в советском праве социального обеспечения: Автореф. ... дисс. канд. юрид. Наук. М., 87 с.
5. Морозова И.С. Проблемы оптимизации процесса «монетизации» натуральных преимуществ в Российской Федерации//Журнал российского права. 2005. №8. - С. - 18.

Хаджимурадова Т.Х.

Правовое регулирование льгот в системе социального обеспечения

*ФГБОУ ВО Чеченский государственный университет
(Россия, Грозный)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-318

Аннотация

Актуальность данной статьи обусловлена важностью предоставления льгот всем нуждающимся категориям населения, так как правовое регулирование системы социального обеспечения является неотъемлемым компонентом нормального развития всего общества в целом.

Ключевые слова: льготы, право, социальное обеспечение.

Abstract

The relevance of this article is due to the importance of providing benefits to all categories of the population in need, since the legal regulation of the social security system is an integral component of the normal development of society as a whole.

Keywords: benefits, law, social security.

Правовое регулирование осуществляется на основе долгосрочных и среднесрочных концепций и программ правительства, такие как: Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года; Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2020-2023); Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2020 год; Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2020 год. Существуют также проекты и программы, ориентированные на некоторые сферы или отрасли социальной системы, а именно для определенных групп людей, такие как: Концепция Российской Федерации по развитию здравоохранения до 2020 года; Федеральная целевая программа «Социальная поддержка инвалидов (2020-2024)», Федеральная целевая программа «Дети России (2020-2023)» и др. [1, с. 165].

В Конституции Российской Федерации (принятой в 1993 г.) четыре статьи определяют социальные права российских граждан. Статья 7 начинается с объявления о том, что Российская Федерация - это социальное государство. В статье 38 упоминается, что материнство, детство и семья защищаются государством. Эта статья дополнена статьей 39, где в целом это заявлено, что социальная поддержка гарантируется каждому в случае старости, болезни, инвалидности, по случаю смерти кормильца, уход за ребенком и в других случаях, предусмотренных законом.

Статья 41 заявляет, что каждый имеет право на охрану здоровья и медицинскую помощь. Если нарушаются эти конституционные права и свободы, то жалоба (индивидуальная или коллективная) может быть передана в Конституционный Суд Российской Федерации.

Основные составляющие системы социального обеспечения, ее инфраструктура, законодательство, нормы, стандарты, схемы финансирования и технологии предоставления услуг в основном разработан на федеральном уровне. В Российской Федерации система государственных социальных и медицинских услуг финансируется из федеральных и региональные (местные бюджеты) и из бюджетов конкретных автономных фондов, таких как Пенсионный Фонд Российской Федерации, Федеральный фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд медицинского страхования и местные фонды медицинского страхования.

Помимо Конституции, парламент принимает множество федеральных законов, регулярно вносящих поправки нормативные рамки. Некоторые федеральные

социальные стандарты и нормы закреплены в указах Президента Российской Федерации и в положениях, постановлениях Правительства Российской Федерации. Более подробные стандарты и технологии обслуживания положения формулируются в приказах, издаваемых исполнительными органами более низкого уровня, такими как министерства, службы и агентства [2, с.96]. В соответствии с Конституцией каждому гарантируется социальное обеспечение по возрасту, в случае болезни, инвалидности, потери супруги, для обучения детей и в других случаях, установленных законом. Каждый из этих случаев (социальные риски) характеризуется потерей заработка или ее недостаточностью для жизнеобеспечения человека и недееспособных членов его семьи.

Право на социальное обеспечение и защиту относится к категории экономических и социальных прав (часто их называют правами «второго поколения»), которые обеспечивают свободу человека в экономической и социальной сферах и дают возможность защищать свои жизненно важные интересы. Особенность этих прав отличает их от классических прав (личных и политических) прежде всего по степени гарантированности и конкретному механизму правовой защиты. Непосредственное действие экономических и социальных прав зачастую объективно оказывается весьма относительным, поскольку для реализации таких прав недостаточно только одного их конституционного закрепления и указаний в международных актах.

Кроме того, реализация многих социальных прав невозможна без соответствующих финансовых затрат со стороны государств. Финансовые возможности государства обеспечить полную реализацию этих прав, наличие необходимых финансовых ресурсов являются основой для определения конкретного содержания этих прав. Так, в пределах отечественной системы социального обеспечения существует огромное количество форм поддержки социально незащищенных слоев населения. Одних льгот около 430. Этими льготами охвачено большое количество населения. Существующие льготы Закон «О государственной социальной помощи» делит на следующие категории: профессиональные льготы (например, пограничники, «силовики» бесплатно ездят на транспорте, не платят за коммунальные услуги); льготы за особые заслуги (ветеранам войны и труда, получившим звание Героя Советского Союза и Российской Федерации и пр.); льготы нуждающимся (они даются как форма социальной поддержки) [3, с.136].

Позволительно сказать, что льготой следует назвать компенсацию только повышенных затрат, связанных с удовлетворением личных потребностей. Также мы можем отнести натуральные пособия, которые до недавнего времени были полностью доступны для инвалидов, также могут оцениваться с точки зрения общего вклада в доход домохозяйства. Наиболее популярными являются скидки на коммунальные услуги и телефонные платежи, субсидированный общественный транспорт и лекарства.

Провести классификацию льгот достаточно сложно. Они предусматриваются в законах, указах Президента РФ и постановлениях Правительства РФ. Далее льготы-привилегии можно рассматривать как право, иммунитет или выгода, которыми пользуется только лицо, помимо преимуществ большинства. Так в свою очередь Федеральный закон «О ветеранах» предоставляет правовые гарантии в сфере социальной защиты ветеранов РФ, которая реализуется линией предоставления компенсаций и льгот [4, с.261].

Согласно рассматриваемому Закону к основным мерам системы социальной защиты ветеранов причисляется предоставление им льгот по налогообложению, по медицинскому, протезно-ортопедическому обслуживанию, санаторно-курортному лечению, обеспечению лекарствами и изделиями медицинского назначения, по получению, приобретению, строительству и содержанию жилых помещений, по оплате коммунально-бытовых услуг и торговому обслуживанию, по обеспечению транспортными средствами и оплате проезда, пользованию услугами учреждений

связи, трудоустройству, переподготовке кадров и условиям труда. Большинство прав в социальном обслуживании выступает в форме льгот и привилегий для одиноких престарелых и инвалидов. Льготы заключаются в освобождении полностью или частично от оплаты бытовых услуг, предоставляемых другим гражданам за плату. В некоторых случаях само предоставление той или иной услуги для одиноких престарелых трактуется как льгота (доставка на дом горячих обедов, помощь в приготовлении пищи, уход во время болезни и др.), в то же время такие льготы являются долгом общества перед пожилыми гражданами. Вместе с тем большинство международных актов показывает, что установленный ими уровень социального обеспечения следует рассматривать как желательный для государства, ратифицировавшего данный акт. Право на социальную защиту с конституционных позиций можно рассматривать как наиболее общую правовую категорию, включающую все виды социального обеспечения, а также гарантию их предоставления.

В наиболее общем виде в юридической литературе социальная защита рассматривается в широком смысле, как государственная деятельность по реализации целей и приоритетных задач социальной политики и совокупности законодательно закрепленных экономических, правовых и социальных гарантий, предоставляемых каждому члену общества. соблюдение важнейших социальных прав; в узком смысле как комплекс целенаправленных конкретных действий экономического, правового и организационного характера для поддержки наиболее уязвимых слоев населения.

Международная ассоциация систему льгот определяет, как любую программу социальной защиты, установленную законодательством или любым другим обязательным соглашением, которая предоставляет отдельным лицам определенную степень гарантированного дохода в случае непредвиденных обстоятельств старости, выживания, потери трудоспособности, инвалидности, безработицы или воспитания. дети. Это может также предложить доступ к лечебной или профилактической медицинской помощи [5, с.45].

1. Захаров М.Л., Тучкова Э.Г. Право социального обеспечения. М.: Зерцало, 2010. -165 с.
 2. Аракчеев В.С., Агашев Д.В., Гречук Л.А. Право социального обеспечения России: Учеб. пособие. Томск, 2010. -Ч. 1. - 96 с.
 3. Азарова Е.Г., Козлов А.Е. Личность и социальное обеспечение в СССР. М.: Наука, 2011. - 136с.
 4. Аракчеев В.С. Пенсионное право России. СПб., 2010. - 261 с.
 5. Олейник Н.А. Монетизация льгот. ЗА и ПРОТИВ// URL: <http://www.aif.ru/money/article/28410> (дата обращения: 01.04.2012 20:05)
-

РАЗДЕЛ XXXIX. КРАЕВЕДЕНИЕ

Шелаумов А.В.

Потенциал Нижегородской области для развития авиатуризма

*Институт транспорта, сервиса и туризма РФ
(Россия, Воротынец)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-319

Аннотация

Данная статья посвящена новому направлению в туризме-авиатуризму, в наше время данное направление приобретает все большую популярность за границей, но, к сожалению, в нашем регионе данный вид туризма развит слабо, поэтому мы решили рассмотреть потенциал Нижегородской области для развития авиатуризма.

Ключевые слова: авиатуризм, Нижегородская область, аэродром, полет

Abstract

This article is devoted to a new direction in tourism-air tourism, in our time this direction is becoming increasingly popular abroad, but, unfortunately, in our region this type of tourism is poorly developed, so we decided to consider the potential of the Nizhny Novgorod region for the development of air tourism.

Keyword: aviatourism, Nizhny Novgorod region, airfield, flight

В последние десятилетия туризм и рекреация вышли на позиции одной из ведущих отраслей мирового хозяйства и являются важнейшим звеном национальной экономики и источником благосостояния самых разных стран мира. Одной из разновидностей туризма является авиатуризм. Авиационный туризм - дитя нашего времени. За последние десятилетия он получил большое развитие. Авиационный туризм чрезвычайно популярен во многих странах Европы, Америки и Австралии. Полет на легких самолетах и вертолетах стал использоваться в сферах туризма и развлечений. К большому сожалению, в России этот вид туризма еще не имеет широкой популярности. А ведь именно авиация сделала XX век скоростным, сократила огромные расстояния [7, с. 24].

Согласно энциклопедии туризма, И. В. Зорина и В. А. Квартального, «туризм - это особая форма передвижения людей по маршруту с целью посещения конкретных объектов или удовлетворения специализированного интереса» [1, с. 82]

По классификации А. С. Кускова [2, с. 23], авиационный туризм занимает следующее место:

- по числу участников путешествия: индивидуальный, групповой;
- по способу организации: организованный;
- по цели: рекреационный;
- по возрасту: молодежный, среднего возраста;
- по способам передвижения: авиационный;
- по роду основной деятельности: познавательный, спортивный;
- по основным используемым природным ресурсам: воздушный;
- по источникам финансирования: коммерческий, социальный;
- по способу размещения туристов: не гостиничного типа;

- по дальности поездки: ближний, дальний;
- по продолжительности путешествия: краткосрочный;
- по ритмичности туристских потоков: круглогодичный.

Так что же такое авиатуризм? Авиационный туризм — это вид туризма, в основе которого лежат полеты на СЛА - сверхлегких летательных аппаратах - дельталеты, микросамолеты, мотodelьтапланы, дельтапланы, парaplаны, парapеты, мотопарaplаны и др. Немаловажным плюсом СЛА является их небольшая скорость, позволяющая спокойно рассматривать с воздуха памятники архитектуры и живописные уголки природы.

Начиналось все с того, что в России в 90-е стали проводиться ознакомительные полеты для состоятельных иностранных туристов. Со временем количество и качество таких услуг повысилось и увеличилось. В настоящее время любой желающий, который имеет достаточно финансов, может выполнить полет на любом типе самолета. Такая программа полетов включает заранее согласованный маршрут и место. Авиационный туризм за последние годы стал активно развиваться в различных районах страны, и благоприятствует этому большое количество аэродромов и летательной техники, и, конечно же, потенциал русских земель [4, с. 14]. Авиатурнзм становится одним из реальных стимулов развития АОН в регионах, где пока недостаточно высокий уровень доходов местного населения и не развита авиационная промышленность [3, с. 30].

Одним из важных факторов, влияющих на развитие авиатуризма, является сеть аэродромов.

В Нижегородской области мало аэродромов (7 действующих, 16 недействующих), но есть много выведенных из эксплуатации, и их при желании и возможности несложно восстановить, это всё же легче, чем вновь создавать. Не стоит забывать, что СЛА способны осуществлять взлет и посадку с небольших неподготовленных площадок: в перелетах любые доступные для мотodelьтаплана участки земной поверхности.

Физико-географические особенности Нижегородской области благоприятствуют развитию авиатуризма на ее территории. А именно: благоприятствует геоморфологическое положение области: река Волга делит ее на возвышенное Правобережье и низинное Заволжье. Так же благоприятствуют климатические особенности области: это среднегодовая скорость ветра, которая составляет 3-4 м/с, ведь для авиации это имеет большое значение, т. к. максимально допустимая скорость ветра, при которой сверхлегкая авиация может подняться в воздух, 15 м/с. Благоприятно сказывается и средняя месячная температура воздуха января в области, которая составляет -13° С, тогда как максимально допустимые зимние температуры в области, при которых СЛА может совершать полеты, равна -30° С.

Также область богата поверхностными водами (речная сеть области густа и включает свыше 9000 рек и ручьёв), что способствует возможности функционирования здесь СЛА, специализирующейся на взлете и посадке на водоемах. Поскольку взлетно-посадочные полосы для малой авиации располагаются на равнинных безлесных участках, то юг области благоприятно способствует развитию авиационного туризма, так как лесистость в юго-восточных районах снижается до 1 %. Уникальный контрастный природный потенциал Нижегородской области, безусловно, предстает потрясающим зрелищем свысока [6, с. 129].

Также СЛА могут быть полезны и для социального туризма, например, туризма инвалидов. Многие люди, лишенные возможности самостоятельно передвигаться, могли бы подняться в небо на СЛА и за короткое время увидеть просторы,

недоступные не только с кресла инвалидной коляски, но и обычному пешеходу или автотуристу [5, с. 9].

1. Зорин И. В., Квартальное В. А. Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика. 2000. С. 82-84.
 2. Кусков А. С. Рекреационная география. М.: Флинта. 2005. С. 23-26.
 3. Научно-технический центр авиации общего назначения №5(1937 май. 2010. С. 28-32.
 4. Научно-технический центр авиации общего назначения. № 8 196/ август. 2011. С. 14-19.
 5. Научно-технический центр авиации общего назначения. № 9/197) сентябрь. 2011. С. 9-11.
 6. Трубе Л. Л. География Горьковской области. Горький: Недра. 1978. С. 118-138.
 7. Российский информационный технический журнал. № 3 - 4(53) 2011. С. 24-27.
-

РАЗДЕЛ XL. ФИЛОСОФИЯ

Шестаков Ю.А.

Роль эндогенных и экзогенных аксиологических факторов в формировании культуры национальной безопасности России

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты
(Россия, Шахты)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-320

Аннотация

В статье анализируются роли эндогенных и экзогенных аксиологических факторов в формировании культуры национальной безопасности России. Сделан вывод о том, что только культурная определенность целей и методов обеспечения национальной безопасности, порожденная влиянием как экзогенных, так и эндогенных аксиологических факторов, основанная на традиции и трансисторических ценностных константах ментальности, может обеспечить формирование релевантной угрозам эпохи глобализма культуры национальной безопасности России.

Ключевые слова: традиции, инновации, ментальность, культура, культура национальной безопасности.

Abstract

The article analyzes the role of endogenous and exogenous axiological factors in the formation of the national security culture of Russia. It is concluded that only the cultural certainty of the goals and methods of ensuring national security, generated by the influence of both exogenous and endogenous axiological factors, based on tradition and trans-historical value constants of mentality, can ensure the formation of a culture of national security of Russia relevant to the threats of the era of globalism.

Keywords: traditions, innovations, mentality, culture, national security culture.

В качестве доминирующей угрозы национальной безопасности общественным сознанием россиян и рационализирующей его основные детерминанты отечественной научной общественностью эксплицируются отсутствие ценностного консенсуса внутри российского общества, а также размывание ценностной матрицы российской цивилизации под влиянием экзогенных ценностных феноменов. Поэтому обеспечение национальной безопасности России в условиях глобализации немыслимо без уяснения смысла взаимодействия эндогенных и экзогенных аксиологических феноменов в качестве факторов, формирующих отечественную культуру национальной безопасности.

Разумеется экзогенные воздействия на ценностную матрицу российского общества не случайны и целесообразны, поскольку они обеспечивают инновационное развитие российского национально-государственного сообщества. Однако культурные инновации имеют смысл только в том случае, если они обеспечивают «возможность внутренней консолидации различных социальных групп» [7, с. 6]. Особенно это актуально для России, поскольку, по мнению ряда культурологов, «культурная идентичность для россиян обладает гораздо большей значимостью, чем идентичность политическая» [6, с. 113]. Ведь причины угрозы они справедливо усматривают в экспансии «западноцентристского» понимания процесса глобализации как стирания культурных различий на основе тотального доминирования мировоззренческих идеалов, характерных для Запада.

Целостный характер культуры, необходимый для ее постоянного воспроизводства, обеспечивается поддержанием системного равновесия. Это равновесие, в свою очередь, предполагает сохранение традиционных паттернов культуры. Обеспечение безопасности российского государства связано с опорой на основания, связанные, в первую очередь, с культурной традицией. Культурные инновации представляют собой сознательно и целенаправленно вносимые в определенную культуру достаточно стабильные элементы, создающие предпосылки для изменения этих паттернов. Они несут реальную опасность утраты культурной, а значит и всякой иной, сущности, специфичности, самости общества. Разумеется, что далеко не всякие инновации представляют собой угрозу утраты ценностной определенности (их безоговорочное отрицание скорее характерно для разнообразных форм сепаратизма, несущего угрозу национальной безопасности), в том числе тех ценностных оснований, которые определяют цели и методы обеспечения национальной безопасности. Это очевидно, поскольку объектом национальной безопасности является не только сохранение, но и развитие этих целей и методов в эпоху, когда «неизменным свойством современного мира становятся сами изменения» [1, с. 150].

Однако эти инновации, для того, чтобы сохранять маркировку культуры, должны вырастать внутри самих традиций, в их ценностных рамках. В.С. Степин справедливо полагает, что культура представляет собой «надбиологический» код, определяющий программы поведения, общения и деятельности определенного сообщества, который «хранит и транслирует эти программы (традиция), а также генерирует новые программы деятельности, поведения и общения...(творчество)» [7, с. 6]. Модернизационные процессы, на вызов которых должны отвечать национально-государственные сообщества, также не могут рассматриваться вне контекста традиций, поскольку «модернизация не может быть игнорированием культурных традиций, она всегда остается переходом из традиции в современность...» [4, с. 113]. Поэтому для перехода к новому типу цивилизационного развития надлежит обеспечить «линию преемственности». Тем более, что, по мнению исследователей особенностей российской модернизации, мощной духовной традицией России, которая может послужить идейной основой модернизации, является Просвещение как антипод претендующего на универсализм постмодерна [4, с. 111]. На их взгляд эта отечественная традиция не исчерпала своих возможностей.

Менталитет национально-государственного сообщества, в качестве детерминанты его культурного своеобразия, «воплощает в себе дуальную природу новации и традиции, он служит одновременно и продуцирующим социальный прогресс фактором и фактором, сдерживающим чрезмерно быстрые и чрезмерно крупные социальные изменения» [3, с. 27]. Менталитет также «выполняет функции средства самоидентификации человека и формирования социальной солидарности» [3, с. 27] за счет баланса сходства и различия «конструктивных» ценностных ориентаций. В этом качестве он представляет собой несомненно важнейший, доминирующий фактор культуры национальной безопасности.

Разумеется, качественные изменения в культуре абсолютно необходимы, чтобы устоять и победить в конкурентной борьбе с иными национально-государственными и цивилизационными сообществами. Поэтому и экономическое преуспевание является объективным показателем того, что культурные изменения дали положительный эффект. Разумеется, социальный прогресс необходим и менталитет должен содержать меру старого и нового, поддерживать преемственность характеристик общественного сознания и смену его приоритетов, обеспечивая сбалансированное развитие национально-государственного сообщества. Но необходимо принять во внимание то обстоятельство, что менталитет служит «глобальной программой человеческой активности» [3, с. 26] сообщества. Исследователи проблемы соотносят ментальность с определенным «типом культуры», определяющим для ее носителей глубинный смысл

обыденности. В силу этого воплощенные в понятии «менталитет» инварианты отношений социума к важнейшим феноменам бытия имеют «предпосылочный характер подобно парадигме в научном познании и создают у людей некое общее мировоззрение и сходную в основных чертах картину мира» [5, с. 27]. Основные характеристики этой программы должны оставаться неизменными, именно для того, чтобы обеспечить возможность социальных новаций и социального прогресса в постоянно изменяющихся условиях бытия. Следовательно, не стоит забывать, что изменения фундаментальных ценностей культуры, вследствие заимствования у иных цивилизационных образований, фактически представляют собой трансгенные мутации, изменяющие культурный код нации. Они опасны тем, что в странах догоняющего типа модернизации создают химеру из определенных традиционных ценностей в соединении с ценностями новыми, которая может носить неорганический для данной культуры характер и способствовать ее разрушению и гибели. Для этого в неприкосновенности должен оставаться культурный (или, используя категорию того же В.С. Степина, «культурно-генетический») код, представляющий собой «наиболее консервативную часть культуры» [8, с. 9]. Он формируется, в большей степени, на бессознательном уровне, поскольку «бытие человека в культуре не воспринимается как чисто рациональная установка, оно переживается как естественная принадлежность человека к своему культурному миру – «укорененность» в родной культуре», а «детерминация менталитета ...связана с физиологическим, генетическим, подсознательными, предрассудочными предопределенностями» [2, с. 51 – 52]. Попытки изменить этот код целях организации внешнего, глобального управления обществом, подчинения его иной системе ценностей, провоцирующей «социально-безответственную игру культурами смыслами» [7, с. 34], представляют собой бесспорную угрозу национальной безопасности.

Эта угроза направлена против тех наиболее устойчивых ценностных установок, субъективных ценностных ориентаций, которые сложились в ходе исторического развития российской цивилизации и которые определяют ее культурную сущность, составляют ее аксиологическое ядро, обусловленное культурным кодом. В качестве примеров можно привести установку на ценности коллективизма, воплотившуюся в национальном идеале «соборности», предполагающем ориентацию на единомыслие, ценностный консенсус, ориентацию на органическое противопоставление себя Западу и т.п. Статус устойчивых культурно-исторических констант является достаточным основанием для определения этих аксиологических детерминант как релевантных сохранению жизнеспособности российского национально-государственного сообщества и объектов обеспечения его безопасности. К методам обеспечения безопасности, обусловленным культурным своеобразием российского социума, можно отнести разделяемое большинством населения и научного сообщества единение общества вокруг национальной идеи. Поэтому эта идея может и должна внедряться в массовое сознание (то есть общественное сознание основной части определенного социума, объединенного идейно-политическими, социально-экономическими и историко-культурными условиями существования и выполняющее функцию регулятора социальной активности социума) всеми основными институтами социализации – семьей, церковью, образовательными учреждениями, СМИ, общественными организациями – благодаря координирующей функции государства. Ведь идеократический идеал политического устройства сформировался в ходе исторического развития России и, в силу этого обстоятельства, он является важнейшей характеристикой ментальности россиянина.

Следовательно и телеологические, и инструментальные компоненты культуры национальной безопасности должны носить качественно своеобразный характер специфической культурной определенности, основанной на традиции и особенностях ментальности россиян, поскольку угроза утраты самобытности под влиянием

опасности извне стимулирует сообщество к поиску тех культурных скреп, которые обеспечат ценностный консенсус и консолидацию общества как средство сохранения своей определенности в качестве субъекта истории в системе взаимодействия разнообразных акторов, имеющих этот статус.

Таким образом, только культурная определенность целей и методов обеспечения национальной безопасности, порожденная влиянием как экзогенных, так и эндогенных аксиологических факторов, основанная на традиции и трансисторических ценностных константах ментальности, может обеспечить формирование релевантной угрозам эпохи глобализма культуры национальной безопасности России.

1. Андреев И.Л. Современные представления о человеческом сознании // Материалы научного семинара. – М.: Научный эксперт, 2012. – № 4. – 176 с.
2. Габитов Т.Х. Национальная идея в контексте диалога культур // Вопросы философии. – 2013. – № 9. – С. 49 – 57.
3. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Менталитет: сущность и функционирование в обществе // Вопросы философии. – 2013. – № 2. – С. 22 – 32.
4. Драч Г.В. Философия о будущем цивилизации // Вестник московского университета. Серия 7. Философия. – 2006. – № 4. – С. 99 – 105.
5. Золотухина-Аболина Е.В. Философия обыденной жизни: экзистенциальные проблемы. / Курс лекций. – Ростов н / Д: изд-во ЛРНЦ «Феникс», 1994. – 140 с.
6. Костина А.В. Обеспечение национальной безопасности как основная функция культуры // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – № 3. – С. 109 – 119.
7. Обсуждение книги академика В.С. Степина «Цивилизация и культура». Материалы круглого стола // Вопросы философии. – 2013. – № 12. – С. 3 – 47.
8. Романова А.П. Традиции и инновации с позиции культурной безопасности // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – Том 1 (67). – 2015. – № 2. – С. 3 – 12.

РАЗДЕЛ XLI. МОДЕЛИРОВАНИЕ

Карпенко Н.В.¹, Карпенко С.М.²

Методика построения эконометрической прогнозной модели курса акций
транспортно-логистической компании

¹ФГАУО ВО «Российский Университет Транспорта» (РУТ «МИИТ»)

²ФГАУО ВО «Национальный исследовательский технологический университет
«МИСЦ»
(Россия, Москва)

doi: 10.18411/lj-04-2021-321

Аннотация

Предлагается методика построения эконометрической прогнозной модели курса акций транспортно-логистической компании. Влияние внешних факторов на котировки акций оценивается волатильностью. Прогнозирование курса акций производится на основе авторегрессионной модели. Состав факторных переменных определяется автокорреляционной функцией. Оценивается качество и точность модели. Предложенная методика может быть использована для прогнозирования временных рядов показателей с адаптацией к предметной области.

Ключевые слова: Методика, эконометрическая прогнозная модель, курс акций, волатильность, модель авторегрессии, предпосылки метода наименьших квадратов, точность модели.

Abstract

A method for constructing an econometric forecast model of the share price of a transport and logistics company is proposed. The impact of external factors on stock prices is assessed by volatility. Stock price forecasting is based on an autoregressive model. The composition of the factor variables is determined by the autocorrelation function. The quality and accuracy of the model are evaluated. The proposed method can be used to predict time series of indicators with adaptation to the subject area.

Keywords: Methodology, econometric predictive model, volatility, autoregression model, prerequisites of the least squares method, model accuracy.

Эконометрические методы и модели широко применяются для исследования динамики производственных, экономических, финансовых и других показателей с учетом влияния различных внешних и внутренних факторов. Анализ динамики курсов акций компаний, предоставляемых фондовыми биржами, должен учитывать множество факторов, которые носят как кратковременный, так и долговременный характер. Рассмотрение нескольких факторов, оказывающих влияние на размер котировок, существенно усложняет прогностическую модель. Ввиду этого предлагается описывать курс акций достаточно простой моделью, а влияние внешних факторов учитывать при выборе временного интервала с относительно стабильным их влиянием на рынок ценных бумаг.

Ценные бумаги (акции) – волатильный актив, зависящий от отрасли экономики, размера компании, количества акций в обращении, формы финансовой отчетности и других внутренних и внешних факторов.

Для определения масштаба ретроспективы и определения длины интервала наблюдений воспользуемся волатильностью, как индикатором подверженности акции влияниям изменяющегося рынка. Волатильность V_t котировок y_t за период $t = 1, 2, \dots, n$ составляет

$$V_t = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (d_t - \bar{d})^2}{n-1}} \cdot 100\% ,$$

где $d_t = \ln \frac{y_t}{y_{t-1}}$, $\bar{d}$ – средняя за период.

Выбирается временной интервал, на котором $|V_t| < \Delta_{V_t}$, значение Δ_{V_t} задается исходя из особенностей компании, требуемой точности прогноза и др.

Прогнозирование курса акций транспортно-логистической компании y_t осуществляется с помощью модели авторегрессии AR(p):

$$y_t = b_1 \cdot y_{t-1} + b_2 \cdot y_{t-2} + \dots + b_p \cdot y_{t-p} + \varepsilon_t \quad (1)$$

Здесь y_{t-l} , ($l = 1, 2, \dots, p$) – значения переменной y_t в соответствующие моменты времени; p – порядок модели; b_l – параметры модели; ε_t – случайное отклонение.

Для определения порядка модели и состава факторных переменных y_{t-l} используется автокорреляционный анализ. Находятся коэффициенты автокорреляции:

$$r_l = \frac{\sum_{t=l+1}^n (y_t - \bar{y}_t)(y_{t-l} - \bar{y}_{t-l})}{\sqrt{\sum_{t=l+1}^n (y_t - \bar{y}_t)^2 \cdot \sum_{t=l+1}^n (y_{t-l} - \bar{y}_{t-l})^2}} \quad (2)$$

В уравнение (1) включаются факторы y_{t-l} , для которых $\text{abs}(r_l) > 0,7$.

Параметры b_l уравнения (1) оцениваются с помощью системы уравнений Юла-Уокера, построенной на основе автокорреляционной функции (2).

Теоретически оценки Юла-Уокера несмещенные и эффективные. Однако на практике эти свойства могут не подтверждаться, что обусловлено возможной коллинеарностью y_{t-l} и ε_t . Нарушением этих свойств оценок обычно пренебрегают. Оценка параметров авторегрессионного уравнения в среде Excel – трудоемкая процедура. Для их нахождения рекомендуется использовать статистические пакеты, а в случае проведения большого количества расчетов – программирование.

Считается, что модель AR(p) имеет хорошее качество, если ее остатки ε_t удовлетворяют предпосылкам метода наименьших квадратов (МНК).

1. Проверка случайности остатков обычно осуществляется с помощью критерия поворотных точек, выполнением неравенства (с доверительной вероятностью 0,95):

$$\frac{2}{3}(n-2) - 1,96\sqrt{\frac{16n-29}{90}} < p < \frac{2}{3}(n-2) + 1,96\sqrt{\frac{16n-29}{90}} ,$$

где p – число поворотных точек, n – длина ряда.

2. Оценка статистической значимости равенства нулю среднего остатков $\bar{\varepsilon} = 0$ подтверждается t-критерием.

3. Для проверки постоянства дисперсии остатков σ_{ε}^2 модели AR(p) традиционно используют тест Голдфелда-Квандта («длинные» ряды) и коэффициент ранговой корреляции Спирмена («короткие» ряды). Для снижения трудоемкости вычислительных процедур рекомендуется использовать статистические пакеты.

4. Традиционно независимость остатков проверяется с помощью критерия Дарбина-Уотсона, однако он применяется для выявления автокорреляции остатков только первого порядка и не применим к моделям AR(p) при $p > 1$. Для анализа

независимости остатков необходимо использовать метод, не зависящий от типа используемой модели, например, критерий серий.

5. Для проверки подчинения остатков ε_t нормальному закону, наиболее часто используется критерий χ^2 Пирсона. Однако применение критериев согласия требует довольно большого объема данных ($n > 100$). Поэтому при небольшом объеме данных проверку гипотезы о виде функции распределения проводят графически или приближенными методами, например, основанными на асимметрии и эксцессе (критерий Жарка-Берра и др.). Существующие критерии проверки согласованности эмпирических и теоретических частот обладают разной мощностью. При выборе критерия руководствуются целями исследования и заявленной точностью прогноза.

Как правило, при оценке точности математических моделей используют среднюю относительную ошибку аппроксимации:

$$MAPE = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \left| \frac{\varepsilon_t}{y_t} \right| \cdot 100\% .$$

В то же время, при исследовании финансовых рядов, установлено, что ошибка аппроксимации MAPE чувствительна к длине, масштабу и размерности ряда и приводит к неоправданному завышению или занижению точности. Эти недостатки частично устраняются при использовании симметричной версии оценки точности:

$$sMAPE = \frac{2}{n} \sum_{t=1}^n \left| \frac{y_t - \hat{y}_t}{y_t + \hat{y}_t} \right| \cdot 100\% .$$

При прогнозировании по модели, обладающей определенной точностью, считается, что прогнозные значения y_t на всем горизонте прогноза обладают той же точностью, при условии выполнения требований МНК в части остатков.

Решение задачи оценки и прогнозирования курса акций основано на анализе нескольких характеристик. При сравнении величины волатильности и средней относительной ошибки аппроксимации выявляется взаимосвязь между точностью модели и степенью изменчивости рынка. В нетипичном случае с этой целью используется коэффициент автокорреляции первого порядка.

Предложенная методика прогнозирования курса акций может быть использована для эконометрического моделирования временных рядов различных показателей с некоторой корректировкой аппарата математической статистики с учетом особенностей изучаемой предметной области.

1. Айвазян С.А., Фантаццини Д. Эконометрика-2: продвинутый курс с приложениями в финансах: учебник / С.А. Айвазян, Д. Фантаццини. – М.: Магистр: Инфра-М, 2015. – 944 с.
2. Эконометрика: Учебник / Под ред. И. И. Елисеевой. – М.: Финансы и Статистика, 2003. – 344 с.
3. Тихомиров Н.П., Дорохина Е.Ю. Учебник по дисциплине «Эконометрика» / Н. П. Тихомиров, Е. Ю. Дорохина. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2002. – 640 с.
4. Домбровский В.В. Эконометрика : Учебник / В. В. Домбровский. – Т.: Томский государственный университет, 2016. – 342 с.
5. Тюрин Ю.Н., Макаров А.А., Анализ данных на компьютере: учебное пособие. – Новое издание. – М.: МЦНМО, 2016. – 368 с.

РАЗДЕЛ XLII. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Азнабаев О.Ф., Буранбаев Р.А.

Физическая культура и спорт в современном мире

Бакирский государственный университет

(Россия, Уфа)

doi: 10.18411/lj-04-2021-322

Аннотация

В данной статье речь идет о роли физической культуры и спорта в современном мире, так как в XXI веке большую часть времени человек проводит сидя за своим компьютером или телефоном, так как сейчас сложно представить жизнь без этого. Это очень негативно сказывается на здоровье. Здоровый образ жизни ведёт к поддержанию здоровья и прекрасного самочувствия, стоит отметить, что и у него есть свои основы и принципы. Основы здорового образа жизни – это не что иное, как свод правил, на который стоит опираться человеку, выбирающему путь очищения своего тела, осмысления собственных поступков, настройки своих мыслей на нужный лад.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, здоровый образ жизни.

Abstract

In this article, we are talking about the role of physical culture and sports in the modern world, since in the twenty-first century, most of the time a person spends sitting at his computer or phone, because now it is difficult to imagine life without it. This has a very negative effect on your health. A healthy lifestyle leads to the maintenance of health and well-being, it is worth noting that it also has its own foundations and principles. The basics of a healthy lifestyle are nothing more than a set of rules that a person should rely on when choosing the path of cleansing his body, understanding his own actions, and adjusting his thoughts to the right way.

Keywords: physical education, sports, healthy lifestyle.

Наверное, каждый человек в настоящее время сталкивался с вопросом, а зачем же ему заниматься спортом и физической культурой?

На этот вопрос есть много ответов, можно разобрать некоторые из них.

Физические тренировки дают стимул важным для организма процессам роста, активизируют работоспособность внутренних органов. Благоприятное влияние спорта на человека не имеет границ. Поэтому даже небольшая активность лучше, чем малоподвижный образ жизни. Влияние физической культуры на здоровье человека – неоспоримый факт.

Многие врачи и работники реабилитационных центров рекомендуют занятия физической культурой и спортом для облегчения протекания болезни и прохождения реабилитации. На данный момент министерство здравоохранения начало создание новых реабилитационных центров, упор в которых идёт именно на спорт и восстановление с помощью физических нагрузок.

В современном мире большую часть времени человек проводит сидя за своим компьютером или телефоном, так как сейчас сложно представить жизнь без этого. Это очень негативно сказывается на здоровье и может привести к действительно ужасным последствиям.

Чтобы этого избежать многие люди в нашем обществе стали выбирать здоровый образ жизни. Неотъемлемой частью здорового образа жизни являются занятия физической культурой и спортом.

Также стоит отметить, что у людей в XXI веке остро стало проблема вредных привычек. Проблемой современности также стало употребление этих вещей подростками. От этого их молодому организму угрожает настоящая опасность.

Когда подросток попадает в новую социальную сферу, спортивную школу или секцию, он оказывается в окружении новой социальной сферы: тренеры, судьи, спортивная команда. Занятия в спортивных секциях помогают воспитанию характера, обучению культурным нормам и поведению, которые в свою очередь обеспечивают эффективное освоение новых социальных ролей и новую ступень в социализации личности.

Стоит отметить, что спорт и физическая культура важны не только для детей и юношей, но и для людей в пожилом возрасте. Спорт может замедлить процесс старения, помочь с хроническими заболеваниями и в общем разнообразить жизнь. В настоящее время спортивные залы и фитнес центры предлагают большой ассортимент скидок для пенсионеров, и это очень выгодно и интересно.

Здоровый образ жизни ведёт к поддержанию здоровья и прекрасного самочувствия, стоит отметить, что и у него есть свои основы и принципы. Основы здорового образа жизни – это не что иное, как свод правил, на который стоит опираться человеку, выбирающему путь очищения своего тела, осмысления собственных поступков, настройки своих мыслей на нужный лад.

В состав основ входят **четыре главных показателя:**

- занятие физической культурой;
- здоровое питание;
- отказ от всего лишнего;
- позитивное мышление.

Но ведь люди занимаются спортом не только для здорового образа жизни.

Да, зачастую ЗОЖ – это главная причина, но ведь существуют и другие. Давайте разберёмся.

Помимо поддержания здоровья у современного человека появляется потребность поддерживать форму тела, это становится более чем популярно. На данный момент многие особенно молодые люди считают это очень важной частью жизни.

Сейчас есть огромный выбор возможных как семейных, так и одиночных занятий. Заметно увеличилось количество людей, посещающих тренажёрный зал, бассейны, спортивные секции. В настоящее время особую популярность набирают такие виды спортивной деятельности как йога, пилатос, боди-балет, стрип пластика и так далее, конечно данные разновидности спорта популярнее у женской половины населения. Мужчины же предпочитают новое спортивное веяние, такое как восточные боевые искусства или силовые тренировки.

Но во время занятий любым видом спорта или фитнеса, особое внимание стоит обратить на роль вашего тренера или наставника, так как этот человек должен не только должен быть высоко квалифицирован, также он должен много знать в своём направлении и уметь доступно объяснять новичку основы данного спортивного направления. В противном случае, если тренер или наставник халатен это может привести к полному нежеланию продолжить занятия, или даже нанести травму или непоправимый вред здоровью.

Но отбросив немного модные составляющие можно отметить, что занятия физической культурой помогают человеку чувствовать себя лучше с точки зрения

общения и коммуникации. Ведь существует огромное количество спортивных игр и большая часть из них групповые. С помощью таких игр человек сможет улучшить не только физическую форму, но и разовьёт командный дух. Причём данную функцию спорта и физических занятий можно найти не только для социализации человека в подростковом возрасте, но и уже взрослого, но, например, не уверенного в себе человека. Всё-таки занятия спортом – это отличный повод завести новых друзей.

Плюсы спорта и физической культуры для психического здоровья человека не оспорить, как и для физического.

Хотелось бы сказать, что спорт очень важен не только детям и подросткам, но и взрослым, а также людям пожилого возраста. Каждый будет искать свой вид спорта сам, так как вкусы у каждого разные. Но какой бы вид Вы не выбрали, он абсолютно точно обладает большим количеством плюсов, а подобрав правильного наставника, спорт может стать вашим профессиональным увлечением. Тем более что сейчас есть множество возможностей и средств заниматься физической культурой. По моему мнению не стоит упускать такой шанс, занимаясь просмотром фильмов на диване.

Это постоянно растущая и развивающаяся семимильными шагами индустрия иногда может предлагать нам то, что несовместимо с понятием здорового образа жизни. Как заниматься фитнесом «с умом» и не стать «жертвой» спорта, сейчас подробнее разберем.

Сезон похудения к лету открыт, тренажерные залы заполнились спортсменами. Нещадно мучая тренажеры, пытаюсь приобрести идеальную фигуру в кратчайшие сроки. Тренировки 7 дней в неделю – не предел!

Однако, всё, что можно приобрести при таком подходе – перетренированность. Это явление начинается с переутомления, когда после привычных физических нагрузок организм восстанавливается дольше обычного. Если игнорировать это состояние, оно переходит в перенапряжение, когда организм перестает адекватно реагировать на нагрузки. Кажется, что самая простая тренировка уже не по силам. А дальше – перетренированность. Состояние опасное, его характеризует сниженный иммунитет, проблемы с полноценным сном, перепады настроения. В этом случае о нагрузках придется забыть. Лучше предупредить перетренированность, чем пытаться справиться с данным состоянием опорно-мышечного аппарата.

1. **Первый способ** профилактики перетренированности – тренировка должна приносить удовольствие и быть по силам. Если путь в спорте только начинается, не нужно рваться ставить рекорды. От малого к большому – основной принцип. Через полгода или год можно будет осилить гораздо более сложные и энергозатратные тренировки.
2. **Второй способ** – тренировки должны проводиться так, чтобы оставалось время для восстановления мышц. Оптимальная частота посещения тренажерного зала – 3-4 раза в неделю. Нельзя забывать про естественный отдых хотя бы раз в неделю.
3. **Третий способ** – полноценный сон. Известно, что человеку необходимо не менее 8 часов сна в сутки, при этом ложиться спать желательно до полуночи. Сон в полной мере восстанавливает организм, это касается и уставших мышц.
4. **Четвертый способ** – здоровое сбалансированное питание, богатое витаминами. Напомню, что любые физические нагрузки бесполезны без налаженного питания.
5. **Пятый способ** – прислушиваться к сигналам собственного тела. Если появилось ощущение, что заставить себя заняться спортом становится

всё труднее. Стоит отдохнуть – день, неделю, две недели. В общем, столько, сколько необходимо именно Вашему организму.

Организм – умная система. Если правильно воспринимать его подсказки, тренировки станут максимально полезны.

1. Дубровский В.И. Спортивная медицина. М.: ВЛАДОС, 2005. 512 с.
 2. Муравов И.В. Физическая культура и активное долголетие. М., 1979. 396 с.
 3. Наздрачев Г. О. Занятия физической культурой во время пандемии // Молодой ученый. 2020. № 20 (310). С. 489-490.
 4. Фомин Н.А. Физиология человека. М., 1982. 380 с.
 5. Черясова О. Ю., Онищук М.А. Физическая культура и спорт в жизни современного общества // Молодой ученый. 2018. № 48 (234). С.332-336.
-

РАЗДЕЛ XLIII. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Авдеева М.С.

Продвижение танцевальной культуры в современных медиа

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-323

Аннотация

В статье рассматриваются способы продвижения танцевальной сферы в медиа пространстве и их влияние на охват, и увеличение заинтересованной аудитории. Изучено текущее состояние сферы танцев, особенности взаимодействия с потребителем, а также положение танцевальной культуры в реалиях российской действительности. Результатом стали рекомендации по совершенствованию взаимодействия с потребителем, с учетом развития инструментов рекламы и PR.

Ключевые слова: танец, продвижение в интернете, танцевальная культура, медиа в танце, танцы онлайн

Abstract

The article discusses the ways of promoting the dance sphere in the media space and their impact on the reach and increase of the interested audience. The current state of the dance sphere, the peculiarities of interaction with the consumer, as well as the position of dance culture in the realities of Russian reality are studied. The result was recommendations for improving interaction with the consumer, taking into account the development of advertising and PR tools.

Keywords: dance, promotion on the Internet, dance culture, media in dance, dancing online

Танец – это постоянно развивающийся вид искусства, отражающий культуру человечества. В современном мире язык танца направлен на эпохи постмодернизма и медиакультуры, в которых происходит слияние стилей и техник. Нынешний танец в целом ориентирован на медиасреду, на то, чтобы быть более впечатляющим, зрелищным, доступным. По сравнению с прошлым, современная эпоха отличается своей скоростью и ритмом, меняется сюжет и пластика движений. Танец в России активно развивается. По статистике каждый 3-й россиянин хотел бы научиться танцевать[1]. Людей привлекает положительная динамика влияния занятий на организм и психоэмоциональное состояние. Танец для каждого сейчас представляет что-то свое, становится элементом самовыражения, коммуникацией, которая позволяет научиться взаимодействовать с другими и самим собой, учит понимать свое тело, развивает способность использовать движения. Как результат, открываются дополнительные возможности к самопознанию и обретению личных целей. Человек всегда находится в поиске чего-то нового. В танцевальной сфере помощником в решении данной задачи становится интернет. Интерактивность характерна не только для цифрового искусства, продвижение танцевальной деятельности уже давно стимулируется различными медиа. Сейчас предоставлено много возможностей для обучения, проходят различные мастер классы, где можно овладеть любыми техниками. Мастер-классы - это хороший способ не только поддержать себя в отличной физической форме, но и увидеть, как бы со стороны, собственные ограничения и свое отношение к окружающим. Среди различного множества стилей, каждый может выбрать именно тот, который ему по

душе, но такой формат занятий привлекает не всех, хотя именно он открывает возможности для продвижения и охвата аудитории.

Танцор всегда непосредственно передавал свое искусство зрителю, выступления были строго регламентированы датой, временем, определенным местом. Сейчас же зритель может познакомиться с интересующим стилем танца или с постановками любимого хореографа, артиста, в любое время через средства медиа. Это дает возможность стать известным и узнаваемым как человеку, так и его творчеству. Медiasредства помогают зарабатывать на этом виде искусства, чего не было прежде. Средний чек одного занятия онлайн варьируется от 400 до 2000 тыс. рублей. Для того, чтобы стать известным и значимым на сегодняшний день, достаточно проявить свою индивидуальность. Раньше танцор мог добиться успеха либо по протекции, либо обладая уникальным талантом. Сейчас танец – это свобода в проявлении, в задумках, в хореографии, история от лица танцора о его восприятии жизни, выражение состояния человека и эпохи в целом, насколько он раскрепощен и что позволительно для этого времени.

Так как танцевальная индустрия постоянно развивается, то в будущем возможно появление новых стилей и техник, которые откроют новые возможности и грани пластики. На сегодняшний день персонализация является неотъемлемой частью маркетинговых коммуникаций. Трудно переоценить значение индивидуально-ориентированного подхода по отношению к потребителю. Статистика показывает, что 84% потребителей считают, что для формирования лояльности важно относиться к ним как к личности, а не как к числу [2]. Современная хореография отвергает стандарты, штампы в танце и делает упор на индивидуальность танцора, свободу движений, помогает раскрыть его способности и дает возможность зрителю прочувствовать эмоции и переживания. Танец несет в себе тот импульс и энергию, которую передает танцор.

«Танец — самое возвышенное, самое трогательное и прекрасное из искусств, потому что это не просто выражение или отвлечение от жизни, это сама жизнь» Хэвлук Эллис. Танцы тесно связаны с физическим и ментальным здоровьем человека. Регулярно танцуя, в организме человека вырабатываются эндорфины – гормоны счастья, которые непосредственно влияют на его самооценку, появляется уверенность в себе. Танец приносит новые ощущения в жизнь, дает почувствовать новые возможности. С его помощью человек по-новому слышит музыку и воспринимает другие виды искусства. Танец – это один из способов научиться управлять своим телом, способ воспитания гармоничной личности, способной на выражение собственного «Я».

Компьютерные технологии и интернет являются неотъемлемой частью жизни человека. Современный уровень развития информационных технологий, уровень доступа к ним, позволяет осуществлять культурно-просветительскую деятельность каждому, у кого есть такая потребность. На данный момент в сети достаточно много ресурсов, посвященных обучению танцем. Сайты, видеоуроки, онлайн-консультации или инстаграм профили, можно найти практически по любому стилю, с многочисленным количеством профессиональных педагогов. Такой способ коммуникации ученика с преподавателем является не самым легким для обучения, так как хореографу приходится на словах поправлять позы, положения рук, корпуса, а для уверенного исполнения танцевальной связки обучающийся должен неоднократно исполнить движения «в полную ногу» и максимально выполнять все данные рекомендации хореографа. Несмотря на минусы, такой формат тренировок становится все популярнее, учитывая реалии нашего времени. Стоит отметить доступность и охват по просмотрам танцевальных постановок в медиасфере. Интернет позволяет пользователю увидеть и оценить появляющиеся премьеры танцевальных перформансов, балетных спектаклей. Естественно такой вариант восприятия

хореографии, не может передать всю эстетику и чувственность, но зато это приближает и мотивирует публику оказаться непосредственно в зале. Современный кинематограф обращает свое внимание на сферу танцевального искусства, создавая такие картины, как «Шаг вперед», «Уличные танцы», «Авансцена», «Держи ритм». Все это является следствием развития медакультуры. Эти проекты обладают яркими характеристиками, создают устойчивый интерес аудитории.

Танцевальные проекты захватили экраны телевизоров, притягивая взгляды миллионов зрителей в разных уголках страны. Шоу танцев представляют собой целое направление в современном искусстве и являются способом продвижения данной культуры на ТВ. Зрителей такие шоу, прежде всего, привлекают своей яркостью. Когда на сцене все танцоры в движение, когда под красивую музыку показываются целые истории, когда постоянно меняются костюмы и декорации – это всё оставляет невероятное впечатление, полного восторга, ведь зритель не всегда оценивает только хореографию, ему нужны настоящие эмоции. Вместе с ростом популярности различных шоу, выросла и популярность танцев. Одни из самых рейтинговых российских проектов являются «Танцы со звездами» и «Танцы» на ТНТ (21,6% составляет рейтинг) [3] – это первые масштабные танцевальные шоу, которые вызвали бурю эмоций и восхищение. Популярность обуславливается тем, что они сочетают в себе и драму, и соревновательный момент, это что-то новое, то, чего раньше не было. Зрителям интересно наблюдать за танцорами, их успехами, тренировками. Это не просто комбинации движений, а настоящая любовь, дружба, привязанность. Помимо зрелищности, в основу танцевальных телешоу положено состязательное начало и интерактивность. Так, в отличие от разыгрываемого на сцене спектакля, в телестудии и площадках между выступающими и зрителями коммуникативные барьеры сведены к минимуму. Это связано с тем, что ключевым принципом шоу является вовлечение публики. Зрители выбирают своего кумира, голосуют за него, переживают, это все вызывает бурю эмоций, и уже затягивает в процесс шоу.

Номера, созданные в стиле шоу, отличаются от обычных танцев частой сменой музыки, ритма. Благодаря музыкальной перемене зрителю показывается изменение сцен в сюжете, смена настроения героев, это позволяет вовлекать преимущественно много людей, что является отличным способом привлечения аудитории. Многие после просмотра данных программ загораются желанием попробовать себя в танцевальной сфере.

С помощью медиасредств зритель всегда может быть в теме танцевальных новостей и новинок, знакомиться с различными интересующими его стилями и постановками хореографов. Продвижение танца как жанра искусства и формы коммуникации в медиа, позволяет ускорить процесс мотивации зрителя. Такой способ является эффективным, зритель способен оценить по достоинству значимость танца, его выразительность. Таким образом, под воздействием современных процессов, танцевальное искусство прибегает к освоению новых форм продвижения. Медиакультура усиливает визуальную роль танца, стремится подчеркнуть его зрелищность и выразительность, демонстрирует последние тенденции в танцевальной культуре. Она помогает привлечь заинтересовавшуюся аудиторию, дает возможность для развития танцевального искусства, позволяет делиться своим творчеством со многими людьми, которые это разделяют. В будущем, данный способ коммуникации, на мой взгляд, привлечет значительное количество потенциальных учеников в танцевальную культуру. Именно это поможет стимуляции новых форматов и стилей танца.

2. Васильева О. А. Нейромаркетинговые технологии в рекламной индустрии. Наука и бизнес: пути развития, № 10 (100) 2019 - с. 151-153
3. Успех проекта «Танцы» на ТНТ – Режим доступа: https://britishdesign.ru/upload/pdf/mfs/Танцы_ТНТ.pdf
4. Д.А. Садыкова Эволюция танца в современной культуре – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-tantsa-v-sovremennoy-kulture/viewer>
5. Изменения в организме, к которым приведут регулярные занятия танцами – Режим доступа: <https://www.adme.ru/svoboda-psihologiya/8-izmenenij-kotorye-proizojdut-s-vashim-organizmom-esli-vy-zajmetes-tancami-priamo-sejchas-1723065/>
6. Факты о современном танце – Режим доступа: <https://dancepoise.com/facts-about-modern-dance>
7. О.А. Воробьева, К.Б. Демина Современный танец в России – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-tanets-v-rossii/viewer>
8. «История современного танца» – Режим доступа: <https://artsintegration.com/wp-content/uploads/2015/05/Modern.pdf>

Ермакова А.К.

Онлайн-продвижение в модной индустрии

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-324

Аннотация

Данная статья посвящена использованию онлайн-методов продвижения в фэшн-индустрии на фоне ситуации, связанной с пандемией коронавируса. Рассмотрено текущее состояние модного рынка и специфика взаимодействия с потребителями в интернет-пространстве. Результатом стали рекомендации по совершенствованию коммуникации с аудиторией с учетом развития цифровых инструментов рекламы и PR.

Ключевые слова: мода, стиль, модная индустрия, электронная коммерция, цифровизация, продвижение в интернете.

Abstract

This article is devoted to usage of online promotion methods in fashion industry against the backdrop of coronavirus pandemic. Current state of fashion market and specification of interaction with consumers are considered. The result is recommendations for improving communication with clients while taking into account the development of advertising and PR online tools.

Keywords: fashion, style, fashion industry, e-commerce, digitalization, online promotion.

Фэшн-индустрия — быстро развивающаяся сфера. Она стремительно меняется под воздействием различных тенденций, в том числе социальных, отражает особенности настоящего времени и текущие человеческие потребности. Меняется мир вокруг нас, меняется и сфера моды. Особенно четко увидеть влияние внешней среды на нее удалось в 2020 году, когда наступила пандемия коронавируса. Не все компании оказались готовы к тому, что розничная торговля приостановится на несколько месяцев или даже полгода в случае некоторых стран. Особенно сложной ситуация была для несетевых компаний: продвижение в интернете и организация торговли онлайн требовали весомых вложений на старте, что было невозможно, учитывая, что доход от продаж офлайн был временно утерян. Но не только малый бизнес попал под удар: с проблемами столкнулись крупные компании, чьи владельцы продолжили с недоверием относиться к тренду на цифровизацию. Яркий пример — Филип Грин, бывший владелец некогда крупной международной розничной компании Arcadia Group. В её портфеле брендов был такой известный на российском пространстве бренд, как Topshop. Продажи во время карантина ухудшились, а имеющиеся на тот момент долги

привели к тому, что компания завершила свою деятельность. Бренд Topshop, а также Topman и Miss Selfridge были проданы британскому онлайн-магазину ASOS. Крупный ритейлер принял непростое решение, закрыв все розничные магазины брендов и объявив о продолжении их развития в уже привычной для ASOS среде — онлайн. Убыточными и потерявшими эффективность посчитал 3440 своих магазинов шведский бренд H&M [1]. Все они были закрыты в 2020 году, а в 2021 планируется закрытие еще 250 точек сети. Несмотря на то, что компания H&M давно наладила продажи онлайн, сокращение доли розничных магазинов продолжается: они перестали приносить желаемую прибыль, которую сейчас приносит сегмент электронной торговли.

По итогам 2020 года объем fashion-рынка России составил 1,7 триллионов рублей, что на 25% меньше по сравнению с 2019 годом. При этом сегмент интернет-торговли одеждой продемонстрировал рост в 11%, достигнув 245,2 миллиардов рублей [2]. Статистика, а также приведенные кейсы говорят о том, что бренды сменили вектор развития, бросив все силы на развитие в digital-среде, видя в онлайн-способах продвижения будущее ритейла.

Компаниям пришлось пересмотреть взаимодействие со своими потребителями, так как во время карантина невозможно было использовать такие инструменты, как личные продажи, а также рекламу в точках продаж. Люди стали реже посещать общественные места, в том числе торговые центры, из-за чего такие виды продвижения потеряли свою значимость. Кроме того, 71% покупателей выразили готовность продолжать оформлять доставку на дом даже после снятия карантинных мер [3]. Чтобы улучшить клиентский опыт, а также повысить вовлеченность аудитории, бренды стали оптимизировать свои сайты, а также улучшать email-рассылки. Магазин одежды Zarina решил персонализировать каждый раздел сайта, в том числе с корзиной, который рекомендуется не изменять, чтобы не отвлекать потребителя от оформления заказа. Компании удалось сделать процесс выбора одежды проще для клиентов и при этом увеличить конверсию на 11,6%, а средний чек на 4%. Обувной бренд Ralf Ringer применил принцип гештальт-психологии, внедрив в email-рассылку кнопку «Показать ещё» после перечня товаров. Таким образом, создавалась искусственная незавершенность действия: потребителю хотелось нажать кнопку, после которой открывался полный список. Это позволило увеличить показатель кликабельности на 10,9% [4]. Оптимизация сайта является доступным инструментом, позволяющим усилить связь бренда с потребителем, сделав путь клиента удобнее и показав, что компания заинтересована в получении покупателями лишь положительного опыта во время шоппинга.

Особую популярность обрело использование технологий дополненной реальности (AR). Этот простой в реализации инструмент позволит повысить вовлеченность потребителей и удивить постоянных клиентов новым форматом. Функция AR-примерки обуви перед покупкой давно есть на площадке Lamoda, но стала особенно актуальной во время пандемии. С помощью нее можно увидеть, насколько хорошо сядет на ногу та или иная модель, будет ли она сочетаться с остальными вещами из гардероба. Использование AR/VR-технологий значительно упрощает данный процесс [5]. Магазин ювелирных изделий Tiffany & Co. тоже внедрил возможность выбора колец с помощью дополненной реальности в своем мобильном приложении. AR-примерочная подняла выручку компании на 20% [4]. Итальянский дом моды Gucci пошел дальше и выпустил свою первую модель цифровых кроссовок совместно с белорусской компанией Wanna, создающей приложения с использованием дополненной реальности. Алгоритмы мобильного сервиса определяют расположение ноги в кадре и «оденут» на нее пару диджитал-обуви, цена которой меньше 1000 рублей [6]. Потребители смогут разнообразить свой гардероб без существенных затрат, а бренд получит дополнительное внимание к своей продукции, ведь создание диджитал-одежды пока не получило широкого распространения и кажется чем-то

удивительным. Даже таким необычным способом бренд общается со своей аудиторией, демонстрирует готовность находить все новые пути для улучшения коммуникации с ней.

29% всех продаж сферы Fashion в 2020 году были совершены онлайн [7]. Вот почему digital-формат называют главной возможностью для развития fashion-рынка в будущем. Но компании не хотят терять тот физический контакт с потребителями, который налаживался ими долгие годы. Из-за этого появился такой формат, как phygital, предполагающий сочетание физических и цифровых каналов. Он позволяет перенести привычные для потребителей мероприятия и процессы в цифровую среду, вовлекая их и погружая в атмосферу, созданную брендом, при этом не теряя связи с ним. Концепция начала использоваться еще в конце 2020 года, когда прошла Milan Fashion Week, главной темой которой стал phygital. С 20 по 24 апреля 2021 года шоу в таком же формате пройдет и в России: весенний сезон Mercedes-Benz Fashion Week Russia объединит в своей программе физическое мероприятие в Москве и трансляции модных показов дизайнеров со всего мира. В этот раз MBFW Russia презентует digital-платформу, которая позволит зрителям почувствовать себя неотъемлемой частью этого fashion-праздника даже по ту сторону экрана мобильного устройства или компьютера.

Иногда мероприятия все же полностью проводятся в виртуальной среде, опуская физический аспект. Например, модный дом Fabeo Breen провел виртуальное шоу с показом новой коллекции одежды. Вместо моделей по подиуму шли манекены, созданные с помощью компьютерной графики. А на показе мод в Сеуле AR-сцены не просто были визуальной составляющей шоу, а рассказывали зрителям об истории создания коллекции и задумке автора, идеях, которые он вложил в тот или иной предмет одежды. Так модная сфера сохраняет контакт с потребителями, при этом расширяя границы взаимодействия за счет использования новых цифровых форматов.

Отметив рост интернет-торговли в fashion-сегменте в 2020 году, аналитическое агентство Fashion Consulting Group составило прогноз на 2025 год. К этому году показатель оборота e-commerce может достичь 1 триллиона рублей [2]. В сравнении с текущей цифрой в 245 миллиардов рублей этот показатель выглядит внушительно, что приводит к мысли о необходимости развития онлайн каждому бизнесу в фэшн-индустрии. Но не стоит торопиться с применением всех возможных digital-инструментов сразу. В первую очередь стоит изучить свою аудиторию – она возрастная или молодежная? Ответ на этот вопрос повлияет на то, как быстро должны быть внедрены способы продвижения в виртуальной среде. Молодежь уже знакома с ними, в то время как старшему поколению потребуется подготовка, чтобы адаптироваться к непривычному для них формату. Необходимо отыскать способы сделать шопинг для них легкой и понятной процедурой, возможно, придумать интерактивный квест, рассказывающий о том, как совершить первую покупку, и разместить его на сайте компании. Лишь после простых сценариев взаимодействия можно будет переходить к более нестандартным способам коммуникации, но на каждом этапе анализировать: отзываются ли используемые инструменты в сердцах покупателей? Является ли положительной их реакция? Только через прислушивание к своим потребителям можно добиться увеличения их вовлеченности и лояльности. Этот принцип работает и в мире моды.

Индустрия моды — это сфера, которая стремительно подхватывает все тренды. Постоянно взаимодействуя с людьми, она подстраивается под их образ жизни и паттерны. В связи с пандемией коронавируса компании составили новые стратегии развития, в которых акцент был сделан на онлайн-методы продвижения. Это меняет коммуникацию с потребителем и в лучшую сторону: делает ее разнообразнее, дает возможность брендам создавать более необычные и креативные концепции, призванные вызвать больший эмоциональный отклик своей аудиторией. По моему

мнению, следование тренду на digital положительно скажется на фэшн-индустрии и приведет к созданию новых модных течений и направлений.

1. Моллы. H&M закрывает 3500 магазинов и сокращает десятки тысяч сотрудников — Режим доступа: <https://www.malls.ru/rus/news/h-m-zakryvaet-3500-magazinov-i-sokrashchaet-desyatki-tysyach-sotrudnikov.shtml>
2. Коммерсант. Кризис встретили по одежке — Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4652362?from=main_11
3. Ведомости. Розничная торговля вернулась на докризисный уровень — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/09/21/840707-roznichnaya-torgovlya>
4. Retail Rocket. Fashion-ecommerce: статистика, тенденции и 7 реальных стратегий ритейлеров — Режим доступа: <https://retailrocket.ru/blog/fashion-ecommerce-statistika-tendencii-i-7-realnyh-strategij-ritejlerov/>
5. Васильева О. А., Восканян И. Г. Интерактивные маркетинговые технологии как тенденции развития рынка косметических услуг. Наука и бизнес: пути развития, №11 (101) 2019 – с. 124-129
6. Новая Кубань. Gucci презентовал виртуальные кроссовки. Их можно «надеть» только в приложении — Режим доступа: <https://newkuban.ru/news/170341839/>
7. McKinsey. The State of Fashion 2021 — Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20Insights/State%20of%20fashion/2021/The-State-of-Fashion-2021-vF.pdf>

Кирина Т.А.

Анализ текущего состояния инди-музыкальной индустрии

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-325

Аннотация

В настоящей статье речь идет о состоянии и перспективах развития рынка инди-музыки в России и мире с учетом современных общемировых тенденций. Целью статьи является исследование изменений текущего состояния рынка инди-музыки, а также специфики и особенностей взаимодействия исполнителей со слушателями в онлайн среде с учетом трансформации внешних условий методом анализа российских и зарубежных источников.

Ключевые слова: инди-музыка, музыкальный рынок, цифровизация в музыкальной сфере, взаимодействие с потребителем, Spotify, тенденции развития музыкальной индустрии.

Abstract

This article deals with the state and development prospects of the indie music market in Russia and worldwide, taking into account current global trends. The purpose of the article is to study changes in the current state of the indie music market, as well as the specifics and features of interaction between musicians and listeners in the online environment, taking into account the transformation of external conditions by analyzing Russian and foreign sources.

Keywords: indie music, music market, digitalization in the music field, consumer interaction, Spotify, trends in the development of the music industry.

В течение последних десятилетий жанр инди-музыки только укрепляет свои позиции лидера на мировой арене. Если раньше термином «инди» обозначались только группы, не зависящие от больших корпораций, то сейчас – это один из самых известных и востребованных жанров музыки во всей индустрии – 39.9% записанной музыки на рынке приходится на инди-лейблы. За короткий период времени сформировалось сотни субжанров, поскольку молодые музыканты пытались повторить успех вдохновивших их независимых групп. На сегодняшний день инди-исполнители

уже не обязательно должны выпускать музыку самостоятельно, большое количество жанровых музыкантов реализуют композиции и при поддержке корпораций, но до сих пор 77% исполнителей предпочитают продлевать свои контракты с инди-лейблами, вместо того чтобы уходить к мейджорам. С появлением интернета, консолидацией всего мирового сообщества и интеграцией западной культуры в культуры остальных стран, инди-музыка появилась в жизни огромного количества людей, которые раньше не подозревали о существовании данного жанра. Например, только в 2020 году доход от стриминга для инди-лейблов вырос на 46%. Такие постоянные качественные изменения музыкального рынка отразились в резком увеличении конкуренции, возможности приобретать любую музыку на любом языке, появлении совершенно новых музыкальных течений и исполнителей. [1]

Жанр инди-музыки является относительно новым на мировом рынке, поэтому с каждым годом можно наблюдать изменения, которые он претерпевает. Этот опыт разнится на мировом и местных рынках, так как в каждой стране инди приобретал популярность в разные временные промежутки. Глобализационные тренды позволили внести качественные изменения в сам продукт – музыкальные композиции. Естественно, одним из главных феноменов глобализации является массовая цифровизация населения. С появлением гаджетов и Интернета музыкальный рынок претерпел небывалые изменения во всех его сферах. Музыка теперь прослушивалась не на специальных устройствах – магнитофонах, радиоприемниках и проигрывателях, и не с физических носителей – дисков, пластинок и кассет. В 21 веке вся музыка мира находится у человека в кармане – в приложении смартфона можно в любую секунду найти желаемую музыкальную композицию и прослушать ее. Естественно, изменилась в том числе и ценовая политика: если раньше нужно было потратить время на поиски нужного альбома и купить именно его, то сейчас достаточно оформить подписку на стриминговый сервис и слушать любые композиции мира, потратив на это примерно такую же сумму, что и на MP3 диск. Сетевых магазинов – ритейлеров музыкальной продукции – становится все меньше, поскольку с каждым днем наличие физических копий музыки теряет смысл и свою актуальность. В настоящее время на долю потоковых сервисов приходится 82% всех прослушиваний музыки в США. В 2020 году продажи альбомов в оффлайне упали на 19% в течение года и теперь составляют всего 9% от их общего количества. По статистике IFPI в марте 2020 года количество пользователей музыкальных стриминговых сервисов, пользующихся платной подпиской, составила 400 миллионов человек по всему миру. А число бесплатных клиентов этих же сервисов – 1 миллиард 690 миллионов человек. Количество прослушиваний альбомов популярных инди-музыкантов в одном из самых широко известных в мире сервисе Spotify в среднем варьируется от 9 до 20 миллионов, а в 2020 году число платных подписчиков, по данным компании, выросло на рекордные 30 млн. человек, что составляет 24% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года, достигнув 155 млн. человек. Общее количество активных пользователей Spotify в этом же году достигло 300 млн. человек [2]. Другим способом взаимодействия с фанатами являются музыкальные фестивали (как мировые, так и местные), аудитория которых растет с каждым годом. Данная тенденция может быть прослежена на примере венгерского фестиваля Sziget, который в 2017 году посетило 450 тыс. человек, а в 2019 году количество посетителей возросло почти на 30% и составило более 570 тыс. человек.

Уровень доходов, получаемых в настоящее время независимыми артистами, показывает, что инди – это самый быстрорастущий сегмент музыкального бизнеса, изменяющий парадигму доминирования крупных лейблов на мировом рынке. MIDiA и музыкальный лейбл-дистрибьютор Amuse опубликовали отчет о росте независимых групп, в котором можно наблюдать, что в 2018 году инди-сектор принес 643,1 миллиона долларов. Это на 35% больше, чем в 2017 году. Эти цифры подчеркивают

истинный масштаб и влияние независимых артистов, которые являются даже более успешными, чем артисты, заключившие контракты с лейблами. Также исследование показало, что все меньшее количество артистов (менее 1/3) считают, что заключение контракта с лейблом является обязательным условием развития музыкальной карьеры и обретения популярности. В то же время почти четверть инди-исполнителей зарабатывают менее 10 000 долларов в год на своей музыке, что доказывает, что уровень заработка по-прежнему является одной из ключевых проблем для музыкантов [3].

На данный момент существует множество удачных примеров выхода инди-музыкантов на мировой уровень. Одна из самых успешных инди-групп современности – Arctic Monkeys – является трендсеттером для многих исполнителей жанра. Их песни набирают по 20 млн. месячных прослушиваний на Spotify, на концертных площадках группа способна собрать более 20 тыс. человек, а песни часто появляются на первых местах в топ-чартах радиостанций и музыкальных агрегаторов. Дебютный альбом группы *Whatever People Say I Am, That's What I'm Not* получил такие премии как BRIT Awards, Ivor Novello Awards, Mercury Prize, Meteor Music Awards, NME Awards, Q Awards, был номинирован на «Грэмми», а также вошёл в список лучших альбомов 2000-х годов от таких изданий как Rolling Stone, NME и The Observer. На ShockWaves NME Awards 2006 года Arctic Monkeys стали единственной группой за всю историю церемонии, которая получила сразу две премии: «Лучшая новая группа» и «Лучшая британская группа». [4]

На российском рынке инди-музыка как феномен появилась относительно недавно, но ее представители являются не менее амбициозными, чем их западные коллеги. Во многом это связано с низким уровнем конкуренции и высоким запросом на музыку данного жанра у слушателей. Исполнители же имеют возможность первыми актуализировать свои наработки, тем самым добиться большей материальной выгоды от инвесторов и повышенного внимания СМИ. В середине 2010-х годов российская инди-сцена переживала период лингвистических переходов. В начале прошлого десятилетия англоязычные группы приобрели беспрецедентную популярность по всей стране. Но по мере политических и экономических изменений в России, инди-музыканты меняли и мнение по поводу языка, на котором стоит вести коммуникацию со своей аудиторией. Так как жанр инди всегда отличался свободолобием и нонконформизмом его авторов и поклонников, сообществу пришлось изменять ориентиры в создании музыки. Стало понятно, что если автор принимает решение о трансляции своих мыслей о происходящих в России событиях через музыкальное творчество, то делать это нужно на русском языке. Именно поэтому большинство уже известных на тот момент слушателям инди-музыкантов (например: Sirotkin, Naadia и Shorparis) изменили основной язык своего творчества на русский.

Одной из широко известных инди-групп на российском рынке, до сих пор исполняющих композиции на английском языке, является Rompeya, вдохновленная диско 70-х, новой волной 80-х и инди-роком 90-х для создания откровенной инди-музыки. Их дебютный альбом «Tropical» и последующий EP «Foursome» принесли группе значительную популярность в России, «активно познакомив московскую молодежь с электронной инди-культурой», – как отмечает лос-анджелесская радиостанция KCRW. В данный момент у группы около 60 тыс. прослушиваний в месяц и 31 тыс. подписчиков на Spotify. Группа продолжает создавать музыку, переехав и начав новую жизнь в Лос-Анджелесе.

На сегодняшний день существует огромная фанбаза поклонников инди-музыки, состоящая из различной аудитории, которую сложно отнести к сложившейся 40-50 лет назад субкультуре «инди». Если раньше это были преимущественно свободолобивые молодые люди, нонконформисты, то сейчас любовь к инди-музыке автоматически не причисляет человека к данной субкультуре, а уже тем более к субкультуре хипстеров (с

коими часто ассоциируют фанатов инди). Несмотря на это, музыка данного жанра часто описывается как не подходящая для массовой аудитории из-за определенной, часто сложной для понимания, тематики в текстах. Из-за этого инди часто называют самым «интеллектуальным» жанром современности.

По статистике известного музыкального журнала NME, проводившего исследования целевой аудитории инди-поп музыки, наиболее распространенный возраст самых активных слушателей данного жанра – от 16 до 24 лет. К тому же результат исследования показал, что большая часть поклонников инди-музыки – мужчины (66%), а всего 34% – девушки [5]. Но невозможно недооценивать важность индивидуального подхода по отношению к слушателю. Изучив статистику, можно сделать вывод, что 84% респондентов считают отношение к потребителю как к личности, а не как к массе – самым важным способом построения лояльности, что чаще всего и делают инди-музыканты. Эти данные подтверждают гипотезу о том, что инди все еще является для молодежи способом идентификации себя с независимыми индивидуалистами, которые видят мир несколько иначе, чем поется в незамысловатых текстах поп-песен [6].

Конечно, тенденции развития современного мира не обошли музыкальный рынок стороной, обеспечив заметный прогресс всех существующих музыкальных жанров. Можно с точностью утверждать, что цифровизация внесла огромный вклад в развитие всей музыкальной индустрии как с точки зрения удобства прослушивания композиций, так и с точки зрения звукозаписи, отразившись в появлении новых видов музыкальных сервисов, сильно упростивших процесс прослушивания композиций. Но, естественно, изменение поведения и привычек людей привело и к трансформации одного из главных жанров современности – инди-музыки. Благодаря увеличению количества поклонников жанра, музыка стала приобретать новые звучания, стили, субжанры. Инди-музыка смогла адаптироваться под кардинальные изменения мира вокруг творчества и не потерять свою актуальность и популярность среди слушателей разных возрастов и предпочтений как в России, так и на общемировой арене.

1. Daniel Sanchez – «Indie Labels Now Account for 39.9% of the Global Recorded Music Market», Worldwide Independent Network (WIN), 4 декабря 2018г. Режим доступа – [https://clck.ru/TyJQG]
2. INTERFAX.RU – «Число прослушиваний песен на стриминговых сервисах в США впервые превысило 1 трлн», 11 января 2020г. Режим доступа – [https://www.interfax.ru/world/690834]
3. Mark Mulligan – Independent Artists: The Age of Empowerment, MIDiA, 11 июля 2019г. Режим доступа – [https://clck.ru/TyJPd]
4. Andrew Leahey – «Artist Biography by Andrew Leahey», AllMusic. Режим доступа – [https://clck.ru/TyJPF]
5. Caleb Triscari – «Survey finds growth in indie label revenue over the past four years», NME, 17 июня 2020г. Режим доступа – [https://clck.ru/TyJNS]
6. Vasilyeva O.A. Neuromarketing Technologies in the Advertising Industry. Наука и бизнес: пути развития, № 10 (100) 2019 - с. 151-153

Садова С.Г.

Маркетинг в беговой индустрии

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-326

Аннотация

Данная статья посвящена развитию беговой индустрии. Рассмотрены текущие показатели состояния сферы, проблемы с показателями, изменения последних лет, мировой и российский опыт участия брендов в забегах, перспективы развития, особенности взаимодействия с потребителями посредством бега, основные тенденции и

тренды в беговом мире. Цель статьи – исследование изменений текущего состояния культуры бега, а также специфике взаимодействий с потребителями в индустрии.

Ключевые слова: бег, беговая индустрия, забег, марафон, полумарафон, спонсорство беговых мероприятий, сотрудничество бренда и забега, любительский бег, корпоративный спорт.

Abstract

This article focuses on the development of the running industry. Reviewed the current indicators of the state of the sphere, problems with indicators, changes in recent years, world and Russian experience of brands participation in races, development prospects, features of interaction with consumers through running, main trends and trends in the running world are considered. The purpose of the article is to study changes in the current state of running culture, as well as the specifics of interactions with consumers in the industry.

Keywords: running, running industry, race, marathon, half marathon, sponsorship of running events, brand-race collaboration, amateur running, corporate sport.

Тренд на здоровый образ жизни и доступность бега подкупают все больше людей. Общество перенасыщено примитивными маркетинговыми ходами, ему больше не интересны разноцветные баннеры и плакаты, кричащие рекламные ролики и стопки ярких листовок. Теперь народ рассчитывает являться частью чего-то большего, чем просто толпа перед широкоформатным экраном, ему необходимы настоящие эмоции и впечатления. Именно поэтому бег сейчас — один из самых популярных видов спорта. Чтобы начать бегать, не нужны ни специальные навыки, ни дорогостоящая экипировка, ни какое-либо оборудование, достаточно иметь пару кроссовок, футболку, немного времени и желание. Беговые события мира имеют ежегодную периодичность — это их отличительная особенность, в сравнении с другими спортивными мероприятиями, — это открывает широкий горизонт возможностей для брендов. Крупные компании заинтересованы в проведении масштабных спортивных событий с целью привлечения новой аудитории. Здесь и зарождается многолетнее и плодотворное сотрудничество бренда и забега.

Бег — мода и это прекрасно. В парках, на стадионах и улицах чаще встречаются бегуны. У каждого собственные цели, но всех объединяет стремление к здоровому образу жизни. Культовый автор нашего времени Харуки Мураками рассматривает качества хорошего писателя и сравнивает ежедневное нахождение за письменным столом с тренировкой мышц: когда совершенно нечего писать, но приходится по несколько часов сидеть за письменным столом — это и есть та самая выносливость, которую закаляет бег. Пробежки — простое и доступное всем хобби, способное изменить жизнь: они учат структурированию времени, постановкам целей и выполнению последовательных действий ведущих к результатам. [1]

Ещё десять лет назад индустрии массового бега в России не существовало. Мероприятия практически не организовывались, забеги случались крайне редко и собирали минимум участников — так, например, на старт первого забега серии «Гром» в 2010-м вышли лишь 153 человека, и даже эта цифра считалась достаточным успехом. К концу 2010-го года беговой календарь страны фиксирует почти 3000 разноформатных событий, еженедельных забегов в парках, классических марафонов (42,2 км) и полумарафонов. Приток в аудиторию любительского бега в России растет на 300% в год. Марафонцев с каждым годом становится на 30% больше. За пять лет число участников массовых забегов выросло в восемь раз. Участие в забегах достигло пика в 2016 году с общим количеством результатов 9,1 миллиона, а затем снизилось на 13% до 7,9 миллиона в 2018 году. Если мы посмотрим на изменение участия за 10 лет, то мы увидим рост. При участии 57,8% (от 5 до 7,9 миллионов участников). 20 сентября главное беговое событие России — Московский марафон пробежали 24 000 человек.

Цифры растут с каждым годом – российские беговые события показывают схожую динамику с мировыми: согласно докладу The State of Running – 2019, с 2008-го по 2018 год количество участников только марафонских забегов выросло на 50%. Прекрасным фактом недавнего времени стало то, что впервые за всю историю наблюдений женщин-бегуний стало больше, чем мужчин. В 2018 году 50,24% бегунов — женщины.

На 57% за 10 лет возрос интерес к беговым мероприятиям — здорово, но, как и в любых других видах спорта, привлечших массовое внимание, за подъемом интереса всегда следует спад. В настоящий момент впервые за всё время наблюдений снижается количество участников забегов. 2016 год знаменуется пиком интереса к забегам, тогда было зарегистрировано 9,1 миллиона финишеров. С тех пор число бегунов упало на 13%, рост их количества наблюдается только в Азии.

Бег в России прошёл несколько стадий развития: первоначально — период активного роста аудитории, затем увеличение количества беговых мероприятий, а уже потом рост требований аудитории к проведению забегов. Всего за пару лет возросло количество бегунов, организовалось собственное волонтерское движение, Московский марафон стали транслировать в прямом эфире на ТВ. Ранее бег был более известен среди профессиональных спортсменов, целями которых были победы на соревнованиях и установки рекордов. Сейчас, когда появляется все больше любителей, цели меняются. Простой новичок-любитель ставит цели для своего удовольствия: установить личный рекорд, сбросить вес, пробежать марафон, завести новые знакомства, поменять образ жизни или пробежать новую трассу. Бег используют как инструмент, для того чтобы наладить свое душевное состояние, ощутить мгновение осознанности: мечтательность, беззаботность и блуждание в собственных мыслях — важны для мозга так же, как и концентрация и внимательность. Блуждание разума — именно этого эффекта можно добиться во время бега. Ученые наблюдают, что после 30-40 минут усердной тренировки, кровообращение в лобной области мозга увеличивается: эта зона ассоциируется с ясным мышлением — планированием, фокусировкой и концентрацией, постановкой целей, тайм-менеджментом и управлением эмоциями. [2]

Известные мировые бренды такие как «McDonalds», «Coca-cola», «VISA» тратят крупные суммы для того, чтобы быть причастными к масштабным событиям, как Олимпиада или Универсиада, и не просто размещением логотипов, а грамотно активируя спонсорские права. Для проведения марафона на должном уровне нужно вложить примерно \$2,5 млн. «Ironman» — Международная гонка по триатлону насчитывает 40-летнюю историю. Совсем недавно бренд, который предпочитал города Европы и США, начал углубляться в страны СНГ. Первой площадкой, призванной диверсифицировать традиционный рынок, стал Казахстан. На проведение одной гонки на половину дистанции (в Астане проводили именно такую) требуется порядка \$1 млн. По подсчётам организаторов, астанинский «Ironman» посетили 850 казахстанцев, 330 россиян и порядка 250 представителей из 47 стран. Приезжающие на «Ironman» спортивные туристы, традиционно приносят странам-организаторам доход — средний недельный чек пребывания атлета составляет \$1000. Партнерство с беговыми событиями это выгодно. Беговые события в мире проводятся ежегодно - это позволяет крупным корпорациям «писать» с ними совместную историю: плодотворно сотрудничать с забегами, спонсировать марафоны и являться неотъемлемой частью жизни самих бегунов.

Начиная с 2015 года, Всероссийской федерации легкой атлетики реализуется проект «Национальное беговое движение» — он направлен на оказание всесторонней помощи организаторам массовых беговых событий в России, популяризацию любительского бега, увеличение количества ярких и современных беговых мероприятий и оказание комплексной поддержки организаторам. Планируется более 2 миллионов участников всех категорий населения и охват 80% субъектов РФ к 2022 году.

Информирование целевой аудитории — то, к чему стремятся бренды, посредством рекламных компаний. Главным преимуществом спонсорства беговых мероприятий заключается в том, что этот рынок в России, в отличие от зарубежного, еще не развит. Выстраивая партнерские отношения с беговым событием можно не только инициировать оригинальные активации спонсорских прав, но и получать новую аудиторию, не интересующуюся футболом, хоккеем, или другим «зрелищным спортом». За четыре года работы Московского марафона была собрана база приблизительно из 130 тысяч участников.

Основной мотивацией бегать большинство называют здоровье (72% бегающих) и борьбу с лишним весом, внешний вид (42%). Почти для четверти бег — это способ отвлечься и расслабиться. Нишевой мотивацией является бег ради общения — 5% и соревнование с другими бегунами — 2%. Каждый участник бегового события — позитивно настроен, ведь организаторами делается все для того, чтобы ему было комфортно. Благодаря этому, участник мероприятия, находясь в таких «тепличных условиях», воспринимает бренд более лояльно, и с большей вероятностью готов будет принять уникальное товарное предложение компании. Значительно увеличился процент людей, которые отправляются на гонку в другую страну. Для марафонов с 0,2% до 3,5%, для полумарафонов - от 0,1% до 1,9%, для 10К - от 0,2% до 1,4%, для 5К этот процент фактически снизился с 0,7% до 0,2% - это может быть связано с увеличением количества доступных событий. [3]

Глобальное увлечение бегом активно монетизируется брендами. Крупные корпорации быстро смекнули, что поведенческую модель любителей бега можно монетизировать, и не прогадали. У каждого сколь угодно малого забега появился технический партнер. Обозначить свое присутствие на таком крупном проекте, как полумарафон или марафон, уйма способов. Бренд всегда незаметно присутствует в тизерной части проекта: устраивает пресс-волны на конференции, приглашает на тренировки профессиональных спортсменов, которые на контракте у партнера, в нужной форме, организуют семплинг продукции... Страстное желание участников запомнить старт мотивирует производителей креативить. Как? Бренды выпускают лимитированную форму с надписью «Finisher». В Берлинском марафоне 2018 года принимало участие 44 389 бегунов. Общее количество участников, включая роллеров, детские забеги и участие инвалидов достигло 61 390 человек, 52% из них возжелало приобрести майку. Перед стартом устраивают крупные выставки, где участники забегов получают стартовые номера. Это означает, что вся 61 тысяча + их друзья и семьи — потенциальные покупатели экипировки и аксессуаров. «Adidas», «Nike», «New Balance», «Asics» и другие известные мировые бренды не жалеют бюджет на полноценные экспозиции, на которых устраивают продажи. В последнее время бег с целью благотворительности стал мейнстримом, массовый старт доброму делу дал проект #velcombegom. Он первым ввёл использование беговых активностей в благотворительных целях, впоследствии эту модель подхватили многие другие бренды. Этим летом, на фоне многочисленных беговых активностей, проект оказался в центре внимания, собрал десятки тысяч участников и тысячи публикаций в СМИ и охватных пабликах, в том числе региональных. Главным трендом стала национальная поддержка беговых инициатив #velcombegom: жители многих городов сами инициировали проведение у себя благотворительных забегов в помощь детям (в их числе — забег на Августовском канале, в Новополюцке, Лиде, Волковыске, Ошмянках, Сморгони, Кореличах, Дятлово, Зельве, Щучине, Ивье и др.). В век диджитализации маркетологи часто недооценивают значимость эффекта присутствия бренда. Ценно оказаться в нужное время, в нужном проекте. Ярким примером является «Asics» — на протяжении долгого времени он был генеральным партнером марафона в Нью-Йорке. Результат не заставил себя долго ждать — брендование стартового створа и стартовых номеров, а также поддержка беговых

клубов в течении долгого периода предопределила успех бренда на многие годы вперед. 80-85% бегунов крупных полумарафонов и марафонов сегодня используют кроссовки именно этого бренда. «Nike» и «Adidas» с их громадными маркетинговыми бюджетами до сих пор остаются в стороне. Важная деталь в раскручивании бегового маховика – это психотип самих бегунов, участников крупных стартов. [4]

Это особая каста. Вся их жизнь – борьба. Преимущественно с собой. Они постоянно ставят перед собой цели. Пробежать, улучшить время, войти в топ-50, выбежать из... И добиваются своего! Организаторы крупнейших забегов, почуяв снижения интереса к бегу среди проактивной аудитории, предложили для бегового сообщества новую вершину – «Abbott World Marathon Majors» (серию из самых крупных, известных и желанных марафонов в мире). Для того, чтобы получить награду, бегун должен пробежать все 6 «мейджеров». Таковых сейчас около 800 человек. Растет осведомленность и профессиональный подход – повышаются продажи производителей экипировки. За последние несколько лет, в Беларуси появилось множество новых беговых клубов: «You can», «Irun», «Dovydko Club», «Be runner», «Let's run», «Run4Fun»... Следом за бегом подтянулись триатлеты. Сразу 2 триатлонные команды с серьезным профессиональным подходом объявили набор участников. Для бегунов со стажем в этом году при поддержке Альфа-банка была впервые проведена 1/8 «IronMan».[4]

Сегодня все больше крупных компаний смотрят в сторону корпоративного спорта. Участие в забегах — актуальная тенденция во внутренних коммуникациях. Во-первых, за короткий промежуток времени спортивный тимбилдинг помогает создать сплоченную команду из разрозненной группы сотрудников, во-вторых, укрепляет отношения внутри коллектива и наконец, в-третьих, упрощает многие бизнес-процессы и позволяет достичь необходимых целей компании за более короткий срок. Беговой формат мероприятий открывает новые возможности для развития бизнеса через укрепление связей с коллегами из других компаний и отраслей.[5]

В настоящее время наблюдается бум бегового движения. Бегают звезды шоу-бизнеса и актеры, политики и бизнесмены, офисные работники и домохозяйки. Список можно продолжать бесконечно... Одним из самых массовых спортивных увлечений по всему миру является бег — ведь он практически не требует материальных затрат для занятий. Глобальное увлечение любительским бегом — новый устойчивый тренд в последние годы, поэтому многие спортивные бренды обратили свое внимание на этот вид спорта. Маркетинговые стратегии брендов не ограничиваются одним спонсорством - спортивные компании подвизаются в прямых размещениях, используют digital-инструменты, проводят BTL акции, грамотно прибегают к услугам прессы и POS распространению. Рынок развивается — впереди нас ждет качественная стадия роста всей индустрии. Будут открываться новые беговые клубы, специализированные магазины и спортивные центры, направленные на комплексные обследования здоровья человека. Помимо роста всей индустрии, в тренде активное развитие корпоративного спорта. Уже сейчас во многих корпорациях этому уделяют большое внимание: активно пропагандируют здоровый образ жизни и совместные занятия спортом. Бег в этом плане, как самый доступный вид спорта, способен объединить людей разных профессий. Культура бега располагает ещё одной тенденцией — появляются мероприятия, направленные на разные целевые группы.

1. Журнал «Чемпионат» «Личный опыт: 10 главных ошибок новичка в беге». Режим доступа: https://www.championat.com/lifestyle/article-3320797-glavnye-oshibki-begunov-novichki-v-bege.html?utm_source=copypaste
2. Журнал «CQ» «Почему бег стал модным?» Антон Иванов. Режим доступа: <https://www.gq.ru/success/moskovskij-marafon>

3. Спорт Бизнес Консалтинг - новости спортивной деловой индустрии. «Почему беговые события – эффективная маркетинговая площадка». Дмитрий Зайцев, PR-менеджер проекта "TATARRUN" Ксения Куприянова, менеджер "СБК. Спорт Бизнес Консалтинг" (аналитика по марафонам) Режим доступа: <https://www.s-bc.ru/news/pochemu-begovye-sobytiya-%E2%80%93-effektivnaya-marketingovaya-ploshadka.html>
4. Marketing.by. «Маркетинг больших километров. Александр Демидович о том, как бренды монетизировали глобальные увлечения бегом». Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/marketing-bolshikh-kilometrov-aleksandr-demidovich-o-tom-kak-brendy-monetizirovali-globalnoe-uvleche/>
5. Состав.ру, «Зачем Авито, eBay, МТС Банк и другие бренды участвуют в командных забегах. Корпоративные эстафеты – новый тренд во внутренних коммуникациях». Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/zachem-avito-ebay-mts-bank-i-drugie-brendy-uchastvuyut-v-korporativnoj-estafete-37083.html>
6. Васильева О.А. Эмоциональный интеллект как фактор повышения эффективности деловых коммуникаций - Современные технологии управления, 2014, стр. 1109-1119

Хохлова Е.А.

Перспективы продвижения корейской индустрии красоты на мировой рынок

*Государственный университет управления
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-327

Аннотация

В статье рассмотрена корейская индустрия красоты, ее методы и перспективы продвижения на мировой рынок. Целью является исследование изменений, текущего состояния индустрии красоты Южной Кореи, а также особенностей взаимодействия с потребителем. Результатом стали рекомендации по совершенствованию взаимодействия с потребителем, с учетом развития инструментов рекламы и PR.

Ключевые слова: Южная Корея, красота, бьюти индустрия, корейская косметика, K-beauty, индустрия красоты

Abstract

The article discusses the Korean beauty industry, its methods and prospects for promotion to the world market. The aim is to study the changes, the current state of the beauty industry in South Korea, as well as the peculiarities of interaction with the consumer. The result was recommendations for improving interaction with the consumer, taking into account the development of advertising and PR tools.

Keywords: South Korea, beauty, beauty industry, Korean cosmetics, K-beauty

Южная Корея – это не только высокотехнологичная страна, производящая машины и смартфоны, но и лидер в индустрии красоты и здоровья. В текущем году на рынке страны насчитывается около двух тысяч косметических брендов, в связи с чем игрокам необходимо выпускать продукцию, выделяющую их. Внешний вид и красота для местного населения является не просто прихотью, а необходимостью. Кроме того, облик человека влияет на процесс приема на работу и возможность подниматься по карьерной лестнице. Исходя из этого, появился колоссальный спрос на косметические средства и операции, позволяющие людям достигнуть достойного внешнего вида. Это явление обзавелось собственным названием - K-Beauty. Используемые инновации и конкурентоспособные цены высококачественной продукции позволяют корейским производителям преуспеть на мировом рынке.

Политика Южной Кореи в этой области является весьма интересной, так как она внедряет массу инноваций, в результате чего этот сектор стал важным направлением экспортной специализации данной страны. Одним из решающих факторов популярности корейской косметики за рубежом является Корейская волна

или Халлю. Данное течение имеет отношение к продвижению и влиянию южнокорейской поп-культуры на запад и мир в целом: в последнее время как к-поп и к-драмы захватили сердца международной аудитории. Благодаря поддержке высоко известных корейских знаменитостей сила продаж косметической продукции за рубежом набирает обороты, в связи с желанием аудитории обладать внешностью любимых исполнителей и актеров. Таким образом, несмотря на пандемию коронавируса объем экспорта косметики из Южной Кореи в 2020 году превысил отметку \$7 млрд. В прошлом году экспорт косметических средств из Южной Кореи составил \$7,57 млрд, что на 16,1% больше, чем годом ранее [1]. Этот феномен охватывает весь мир благодаря корейской волне, способствуя стимулировать продажи южнокорейской косметики за пределами родины.

Последние десять лет корейский рынок красоты прочно закрепился в десятке крупнейших лидеров. Правительство Южной Кореи ежегодно формирует бюджет на достижение маркетинговых целей в сфере продвижения K-Beauty по всему миру. Успешное финансирование позволило сместить Францию и Японию, которые на протяжении долго времени являлись символами косметического бизнеса. На данный момент корейская косметика — это продукт, который в полном объеме отвечает интересам времени. Это позволяет индустрии избежать определенных угроз и увеличить новые рынки сбыта.

Журнал BBC назвал корейских мужчин революционерами красоты. Сами корейцы очень хорошо разбираются в косметике своего производства. В среднем мужчина в Южной Корее тратит от 18 до 20 средств косметики для лица в месяц. По данным Euromonitor, они тратят на это больше, чем жители других стран. Корейские мужчины заняли первое место в рейтинге по объему эксплуатации косметических средств. Рынок мужской косметики в Южной Корее сейчас составляет около 1,5 миллиарда долларов, а продажи мужских средств по уходу за лицом в Корее увеличились на 86% за последние пять лет. Веяние, которое оказало давление на мужчин, заставив их активно применять декоративную косметику, подняло локальную бьюти-индустрию до объема в 13 миллиардов долларов. [2] Не смотря на тот факт, что продвижение мужской косметики может занять более долгое время, для завоевания известности на Западе, рост Кореи свободно продолжает оказывать влияние на внешний рынок.

Стоит отметить, что популярность корейской волны достигла и России. Производители корейской косметики в первую очередь делают акцент на соотношение цены и качества, что является преимуществом для отечественного потребителя. Корейские бренды включают в себя все главные мировые тренды. Однако ценовой сегмент продуктов не такой высокий, как у европейской или американской косметики. Для русского покупателя характерно приобретение косметики на интернет-площадках таких, как AliExpress или iHerb, изобилующих корейской продукцией. В связи с этим начинаются «пробные закупки», что приводит к активации отзывов потребителей. Значительная часть положительно отзывается о продуктах и выделяет достоинства, к которым относится эффективность, низкая стоимость, а также использование натуральных ингредиентов.

То, что выделяет корейскую косметику из ряда других и делает ее необыкновенной - многоступенчатый уход. Корейцы редко выпускают универсальные продукты, поскольку каждое из них нацелено на устранение конкретной проблемы с кожей. По этой причине житель Южной Кореи ежедневно использует 7 различных косметических продуктов, а полноценный уход включает в себя до 20 средств. [3]

Косметика является востребованной товарной категорией. На данном рынке единица товара корейской продукции обладает достаточно низкой стоимостью, что является причиной импульсивных покупок. Учитывая тот факт, что корейский подход подразумевает «многоступенчатый уход», потребители вынуждены приобретать

несколько товаров для эффективного результата, что значительно увеличивает средний чек покупки. Производители и экспортеры корейской продукции прибегают к помощи известных блогеров для активации спроса на продукт. Блогеры в области бьюти-индустрии, в том числе и российские, в погоне за волной популярности и новыми подписчиками наполняют свой контент нативной рекламой корейской косметики. Подобные «рекомендации» позволяют корейским брендам стремительно продвигаться на российский рынок.

Преимущество южнокорейской продукции в большей степени заключается в «прозрачности» производства. В отличие от мировых брендов, южнокорейские изготовители публикуют списки используемых ингредиентов на сайтах со своей продукцией, включая библиотеку компонентов и способы использования. На сайтах нередко можно увидеть фотографии до и после использования определенного продукта. Благодаря этому клиенты имеют точное представление о составляющих продукции.

Южнокорейский полуостров может казаться в некоторой степени новым для глобального конкурентного поля красоты, но за его плечами стоят несколько десятилетий опыта и внедрения инноваций. В связи с этим следует выделить ряд преимуществ, отличающих южнокорейских производителей от западных. Высококачественные продукты, эксклюзивные предложения и влияние корейской культуры на внешний мир – все эти факторы стимулируют освещение рынка K-beauty на международном уровне. Одним из главных причин выхода в лидеры Южной Кореи на глобальном рынке считается их дальновидность в развитии косметических продуктов. Корейская косметическая индустрия на годы опережает западный рынок, предлагая продукты, которые пользователи не имеют возможности найти у других брендов. Последующим фактором является распространение корейской культуры с помощью k-поп, дорам и иных инструментов, которые частично продвигают корейские стандарты красоты. Важнейшей деталью успеха южных корейцев в продвижении индустрии красоты является доступная электронная коммерция в условиях набирающего обороты интернета. Исходя из этого, любой предприниматель, пытающийся продвинуть свой бренд на мировой рынок может вынести для себя полезные советы, следя за Южной Кореей и ее продвижением.

1. ИА REGNUM «Объем экспорта косметики из Южной Кореи» - Режим доступа: <https://regnum.ru/news/3184836.html> (дата обращения: 25.03.2021)
2. НВ МИР «Быть красивым таким. В Южной Корее пристрастие мужчин к макияжу вывело страну в лидеры индустрии красоты» - Режим доступа: <https://nv.ua/world/countries/byt-krasivym-takim-v-juzhnoj-koree-pristrastie-muzhchin-k-makijazhu-vyvelo-stranu-lidery-industrii-krasoty-2494233.html> (дата обращения: 25.03.2021)
3. Businesswire «Research and Markets» - Режим доступа: <https://www.businesswire.com/news/home/20150727005524/en/Research-Markets-Global-Cosmetics-Market-2015-2020-Market> (дата обращения: 25.03.2021)
4. Alicia Yoon. Mindbodygreen. «K-Beauty: Everything You Wanted To Know About Korean Beauty, Explained» URL: <https://www.mindbodygreen.com/articles/what-is-korean-beauty-k-beauty> (дата обращения: 25.03.2021)
5. Marian Liu. CNN Health. «Beyond beauty: Korean makeup provides 'cosmeceuticals'» URL: <https://edition.cnn.com/2018/04/11/health/korean-makeup-beauty-health-benefits/index.html> (дата обращения 25.03.2021)
6. Mary-Ann Russon. BBC. «K-beauty: The rise of Korean make-up in the West» URL: <https://www.bbc.com/news/business-45820671?fbclid=IwAR0u7sN-9QMjWFRGyo7DU6pHtEQyS46Lphty51a-b8j8c7IWwRUdplAgWio> (дата обращения: 25.03.2021)
7. Васильева О.А. Национальный брендинг в контексте понятия "мягкой силы" - Ежемесячный научный журнал «Национальная Ассоциация Ученых», № 6 (11) 2015, ч. 1
8. Васильева О.А., Восканян И.Г. Интерактивные маркетинговые технологии как тенденции развития рынка косметических услуг - Журнал «Наука и бизнес: пути развития» № 11 (101) 2019, стр. 124-129

Шестеркина А.А.**Индустрия спортивного питания и специфика его продвижения***Государственный университет управления
(Россия, Москва)**doi: 10.18411/lj-04-2021-328***Аннотация**

Данная статья посвящена исследованию индустрии спортивного питания. Рассмотрены изменения этой сферы, а также особенности взаимодействия с потребителем. Исследование основано на вторичных открытых российских и зарубежных источниках. Результатом стали рекомендации по совершенствованию взаимодействия с потребителем с учетом разнообразия инструментов рекламы и PR.

Ключевые слова: спортивное питание, текущее состояние сферы, прогноз рынка, продвижение.

Abstract

This article is devoted to the research of the sports nutrition industry. The changes in this area, as well as the features of interaction with the consumer, are considered. The research is based on secondary open Russian and foreign sources. The result was recommendations for improving the interaction with the consumer, taking into account the variety of advertising and PR tools.

Keywords: sports nutrition, current state of the field, market forecast, promotion.

Разнообразие брендов и продуктов на современном рынке спортивных товаров заставляет потребителя тщательно выбирать продукт, способный удовлетворить его потребности. Поэтому одной из основных задач производителя является не только создание близкого потребителю продукта, но и организация эффективных маркетинговых коммуникаций при взаимодействии с потребителем на рынке. [1] В настоящее время компании отвергают традиционные методы PR из-за низкой эффективности и высокой стоимости. Бренды начинают активно осваивать интернет-маркетинг и новые медиа как способ коммуникации с клиентами. Использование социальных сетей в качестве одной из площадок продвижения бизнес – индустрии является наиболее эффективным инструментом е-маркетинга.

В России ежегодно увеличивается спрос на спортивное питание. По данным News.ru средний чек в магазинах спортивных продуктов в 2019 году составил 1600 рублей, что на 6% больше предыдущего года. Факторами этого роста стало увеличение числа фитнес-клубов (их насчитывается около 100 тыс. за 2020 год) и людей, ведущих здоровый образ жизни (около 12%). [2] Стоит отметить, что потребление фаст-фуда (51% расходов россиян), приводящее к ожирению, побуждает человека к активному образу жизни. [3] Бизнес в спортивном питании достигает 15 % годовой прирост. В столице этот показатель немного меньше (8 – 10%), что объясняется высоким уровнем конкуренции, при этом на Москву приходится 35% продаж данного товара. [4] Таким образом, наблюдается позитивная тенденция в сфере спортивных продуктов, что в будущем приведет к расширению рынка этой индустрии.

Динамичный рост стал главным фактором постоянно расширяющейся клиентской базы, увеличения ассортимента спортивного питания и доступности приобретения продуктов, чем когда-либо. Однако данная индустрия в должной мере не использует digital – инструменты продвижения. Это подтверждает тот факт, что доля по объему онлайн – продаж составила 1,6%. [5]

Результатом активного развития культуры спортивного питания является проникновение спорта в жизнь людей. Как следствие, внимание к специализированным продуктам для физической активности возрастает. Если раньше люди считали спортивное питание допингом, то сейчас, благодаря проведению большого количества

исследований в этой сфере, оно является полезной для организма пищевой добавкой. Кроме того, социальная политика государства влияет на рост рынка данной индустрии и изменению его структуры. В стране увеличивается количество фитнес-клубов, идет пропаганда здорового образа жизни. Наконец, приверженцами специализированных добавок наряду со спортсменами становятся люди, занимающиеся фитнесом и умеренной физической нагрузкой. Приведенные факторы способствуют увеличению объема производства спортивного питания, расширению ассортимента товаров. Сейчас реализация спортивных продуктов осуществляется через специализированные магазины, интернет-магазины, аптечные сети. Спортивное питание стало доступнее. Произошедшие изменения на рынке специализированных добавок привели к обострению конкуренции в этой сфере. Производители отказываются от универсального и однообразного дизайна упаковок в пользу креативных решений. Подтверждением является то, что на полках магазина можно заметить, что у каждой линейки спортивных добавок разнообразное и востребованное оформление. Помимо этого, разработчики уделяют должное внимание составу продукции, совершенствуют его формулы. Стоит подчеркнуть, что изменилось и продвижение спортивного питания. Различные интеграции в социальных сетях, реклама у блогеров всё больше вовлекает аудиторию в эту индустрию. Более того, для привлечения покупателей активно предоставляются скидки на спортивные добавки, и проводятся акции.

Несмотря на положительные моменты, стоит посмотреть на обратную сторону этой сферы. Спортивное питание в нашей стране на регулярной основе потребляет 1 – 2 % населения. Для сравнения, в США доля потребления взрослым населением составляет 25%. [6] Однако по данным последних маркетинговых исследований, 20% посетителей российских фитнес-клубов принимают спортивное питание. Среди мировых производителей спортивного питания абсолютным лидером является США. Они занимают примерно 80% рынка на 2018 год. Что касается российских производителей, то доля продукции на отечественном рынке превысила 60% от общего объема. Однако российское спортивное питание производится не на отечественном, а на импортном сырье, поскольку в стране его не изготавливают. В связи с этим конечный продукт можно назвать российским только условно. По прогнозам аналитиков, *объем мирового рынка спортивного питания в ближайшее десятилетие будет расти*. К 2024 году прогнозируется рост на 73,6% (около 38 млрд долл.). Ожидается, что в 2020–2024 гг. *объем предложения спортивного питания на российском рынке продолжит ежегодно расти* на 3,7–5,1% и в 2024 г составит 14,44 тыс. т. [7]

Исходя из-за низкой доли потребителей в этой индустрии, сейчас активно применяются методы привлечения и взаимодействия с целевой аудиторией. Распространение спортивного питания среди населения реализуется через фитнес-клубы, а также в таких интернет-магазинах, как Wildberries, OZON, Goods и другие. Помимо этого, фитнес – блогеры в своих аккаунтах проводят интеграции с коллегами и делятся интересными сведениями о спортивном питании, что позволяет подписчикам узнать об ассортименте спортивного питания как российских, так и зарубежных брендов.

К традиционному методу продвижения спортивного питания можно отнести его Indoor рекламу в фитнес-клубах. Такие виды рекламных носителей, как стенды, баннеры, вывески с ярким изображением продукта, его преимуществ или мускулистого человека, установлены непосредственно в самом тренажерном зале или на экранах тренажеров, что мотивирует посетителя к покупке. Более того, во многих фитнес – клубах широко распространены нестандартные промо – стойки со спортивным питанием. Предлагающие широкий ассортимент продукции для различных целей и дающие рекомендации эксперты в области специализированного питания, диетологи, фитнес-тренеры преимущественно гарантируют большой охват потенциальных клиентов. Эффективность продаж через промо – стойки обусловлена тем, что в фитнес

– клубах установлены анализаторы состава тела. Клиенты, пройдя обследование, могут получить рекомендации с последующим подбором спортивного питания. Наиболее популярным инструментарием PR являются различные интеграции фитнес – блогеров. В основном, контакты с потребителем реализуются через Instagram. Использование креативных стратегий рекламы в своих аккаунтах бодибилдерами Брендон Керри, Декстором Джексон дает широкую осведомленность аудитории об эффективности специализированных продуктов. Блогеры отошли от обычного рекламного поста в виде простой фотографии товара и рекламного текста, которого пропускают подписчики. Теперь бодибилдеры создают интерактивные форматы, IGTV видео, где, находясь в тренажере или поднимая весы, транслируют о правильном применении спортивного питания, времени его приема, результатах, о возможном вреде и о противопоказаниях. Такая реклама является наиболее просматриваемой и вызывает доверие аудитории, поскольку информация преподносится от первого лица доступно и интересно. Более того, фитнес – блогеры устраивают недельные онлайн – марафоны в виде тренировок, где в нативном формате продвигают различное специализированное питание. Интеграции с известными брендами спортивного питания в блогах дают возможность аудитории приобрести его со скидкой или же получить его бесплатно. Таким образом, данный способ продвижения будет восприниматься как совет или рекомендация знакомого человека, создаст определенный образ в сознании у потребителей.

Для дальнейшего продвижения и усовершенствования данной индустрии рекомендовано следующее: во – первых, настройка контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google Adwords, использование эффектных, «продающих» заголовков и описания, вызывающих интерес посетителей и побуждающих их к переходу на сайт магазина. Во – вторых, применение контент – маркетинга – заполнение на странице товара его подробного описания, целей и задач, добавление фотографий продукта, а также рекомендаций экспертов. В – третьих, SEO – оптимизация сайта, направленная на его выведение в ТОП поисковой выдачи при помощи ключевых слов из категорий (аминокислоты, здоровое питание, гейнеры, предтренировочные комплексы и так далее). Грамотное использование данных мероприятий позволяет привлечь трафик, увеличить конверсию и поднять позицию интернет – магазина по запросу «спортивное питание».

Резюмируя сказанное, следует отметить, что социальные сети как инструмент продвижения способствуют привлечению различных целевых аудиторий, а, следовательно, дают возможность, используя коммуникативный потенциал социальных медиа и правильно формируя контент в зависимости от формата конкретных социальных ресурсов и запросов их пользователей, расширить круг рекламного и PR-воздействия при продвижении товаров для спорта и повысить эффективность деятельности по продвижению спортивных продуктов, в целом.

1. Васильева О.А., Дергачева М.Е. Особенности гендерного маркетинга на рынке косметических средств. Наука и бизнес: пути развития science and business: development ways №8 (86) 2018, стр. 86 - 90
2. Росстат впервые назвал число ведущих здоровый образ жизни россиян – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/08/11/2019/5dc41d349a7947456b9d9bca>
3. 51% расходов россиян на общепит пришелся на заведения фастфуда – исследование – Режим доступа: <https://milknews.ru/index/fastfud-rossiyane.html>
4. Бизнес по продаже спортивного питания – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5b0300e7c71a92a492548173/biznes-po-prodaje-sportivnogo-pitaniia--5b257b2b63e06400a8bb45a8>
5. Онлайн-рынок спортивных товаров в 2019 году: цифры и факты – Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/onlayn-rynok-sportivnyh-tovarov-v-2019-godu-cifry-i-fakty/>
6. Как устроен российский рынок спортивного питания – Режим доступа: <https://milknews.ru/longridy/rynok-sport-pitaniya.html>
7. Анализ рынка спортивного питания – Режим доступа: <https://foodsmi.com/a1161/>

РАЗДЕЛ XLIV. МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИКА

Гурнович Т.Г., Кара М.А.

Развитие сельского хозяйства и его технической базы в условиях глобального влияния пандемии COVID-19

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина»
(Россия, Краснодар)

doi: 10.18411/lj-04-2021-329

*Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ 20-010-00079 А «Разработка экономических механизмов формирования, инновационного развития и адаптации материально-технической базы сельскохозяйственных организаций к условиям их размещения»***Аннотация**

В данной научной статье рассмотрены вопросы влияния пандемии COVID-19 на сельское хозяйство и сельхозмашиностроение. Были раскрыты следующие вопросы. Хватает ли внутреннего производства продуктов питания на душу населения? Как изменился экспорт зерновых культур, и какая поддержка была оказана государством?

Ключевые слова: сельское хозяйство, техническая база, материально-техническая база, сельхозмашиностроение, пандемия, глобальные проблемы.

Abstract

This scientific article examines the impact of the COVID-19 pandemic on agriculture and agricultural machinery. The following issues were disclosed. Is there enough domestic food production per capita? How has the export of grain crops changed, and what support has been provided by the state?

Key words: agriculture, technical base, material and technical base, agricultural machinery, pandemic, global problems.

Вошедшие в ежедневное употребление слова «соблюдение самоизоляции» «пандемия» изменили жизнь всего мира. Наблюдается состояние депрессии у любого народа. Переход каждого человека на дистанционную работу, закрытие международных границ, рост заболеваемости нанесли жестоки удар по экономике, любой отрасли в каждой стране. Исключением не стало сельхозмашиностроение и само сельское хозяйство, которое удовлетворяет базовые потребности населения. Возможность работать пропала, но осталась ежедневная потребность в пище. Целью данной научной работы является оценить в сельхозмашиностроение и сельском хозяйстве понесенные потери, вызванные пандемией COVID-19.

Рассмотрим состояние сельского хозяйства на примере самого потенциального показателя РФ – экспорт зерновых культур (таблица 1).

Таблица 1

Экспорт зерновых в динамике из РФ, тыс. т.

Показатель	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	темп роста, %	
									2019 г. в % к 2012 г.	2019 г. в % к 2018 г.
Экспорт зерновых культур РФ	22476	19036	30113	30704	33802	43231	43989	31851	141,71	72,41

По сведениям из таблицы 1 заметно, что в 2019 году по сравнению с 2012 г. экспорт зерновых культур из РФ увеличился на 41,71%. А этот же год, но в сравнении с 2018 г. уменьшился на 27,59%. Это означает, что тенденция по многим продукциям сельского хозяйства росла, однако до 19 года, когда был объявлен новый вирус. В 2019 г. по сравнению с 2018 г. резко упало количество экспорта, и он составил 31851 тысяч тонн. Для наглядного рассмотрения данного явления, его тенденций в динамике, построим диаграмму по таблице 1 (рисунок 1)

Рисунок 1 - Экспорт зерновых в динамике из РФ, млн т.

Помимо экспорта зерна, рассмотрим наличие продуктов питания внутри страны и сравним соответствует ли наличие товаров на душу населения с нормами годового питания (таблица 2, рис. 2).

Таблица 2

Динамика наличия продуктов питания на душу населения в Краснодарском крае

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021г. в % (п.п.) к 2019г.
1	2	3	4	5
Население Краснодарского края, тыс. чел.	5603,4	5648,2	5675,5	101,29
Производство пищевых продуктов в Краснодарском крае.				
Сахар белый свекловичный, тыс. тонн.	1281,1	1878,2	859,5	67,09
Хлеб и хлебобулочные изделия, тыс. тонн	280	268,7	246,7	88,11
Мясо КРС, свинина, баранина, козлятина, конина и мясо прочих животных, тыс. тонн	60,2	90,3	117	194,35
Мясо птицы охлажденное, тыс. тонн	85,3	85,5	84,8	99,41

Молоко, тыс. тонн	307,8	305,1	331,5	107,7
Рыба переработанная и консервированная, тыс. тонн.	26,9	18,2	17,8	66,17
Количество продукта на душу населения, кг/чел.				
Сахар	228,63	332,53	151,44	66,24
Хлеб и хлебобулочные изделия	49,97	47,57	43,47	86,99
Мясо	10,74	15,99	20,61	191,88
Мясо птицы	15,22	15,14	14,94	98,15
Молоко	54,93	54,02	58,41	106,33
Рыба	4,8	3,22	3,14	65,33

Вывод к таблице 2: заметно выросло количество мясной продукции на 94,35%. Вырос объем молока на 7,7%. Однако снизилось количество сахара на 32,91%, хлебобулочных изделий на 11,89%, рыбы на 33,83%. Продукция мяса птицы, практически, не стало меньше. Таким образом в 2020 г. на 1 человека приходилось 151,44 кг. сахара, когда министерство здравоохранения РФ рекомендует в год употреблять 24 кг. одному человеку. Хлеб в количестве 43,47 кг/чел (норма потребления 96 кг. в год 1 человеком). Мясо имеется в количестве 20,61 кг/чел. (норма 76 кг на 1 чел.). Мясо птицы 14,94 кг. на душу населения. Молока приходится 58,41 кг. на 1 чел. (норматив 50 кг. для человека в год). Рыбной продукции имеется в крае 65,33 кг. (норма 24 кг.). Следовательно, наблюдается излишек действительного производства продуктов по сравнению с рациональными нормами потребления пищевых продуктов, опубликованных министерством здравоохранения РФ, по следующим продуктам питания: сахар, молоко, рыбная продукция [3].

Рисунок 2 - Производство пищевых продуктов в Краснодарском крае, тыс. т.

Вышеуказанная информация показывает, что наблюдается снижение по многим показателям. И так происходит во всех отраслях экономики. Даже сельхозмашиностроение оказалось под угрозой. Поэтому государством были предприняты меры по поддержке этих сфер, рассмотрим изменения в технической базе сельского хозяйства [2].

По поводу рынка сельскохозяйственной технической базы РФ, 2018 год был известен продажами в сумме 175,02 млрд руб., а это означало снижение на 1,31% прошлогоднего показателя. Однако с января по август 2019 г. заметно очередное увеличение динамики в продаже техники. То есть в Россию было поставлено за это время более 17,7 тысяч единиц, а это означает рост в 14% помимо прошлогоднего результата. Данный рост связан с политикой правительства по поддержке сельскохозяйственных машиностроительных предприятий, которая была принята в 2017 г. и действует до 2030 г [1]. Субсидии предприятиям создателям тракторной техники для покупки ДВС, ассигнования стоимостью 2,01 млрд рублей, льготное кредитование на покупку техники по 5% годовых, выгодный лизинг и многое другое смягчило последствия пандемии COVID-19.

Таким образом, концентрация правительства на поддержке отрасли сельского хозяйства и сельхозмашиностроения не прекращается. Осуществляется активная поддержка, которая отлично помогает функционировать в нынешних нестабильных условиях. Не смотря на сокращение показателей, описанных в данной научной статье, сельское хозяйство остается приоритетным во всей экономике, так как лишь оно способно удовлетворить базовые потребности населения.

1. Родионова Н. К. Противоречия и тенденции индустриализации сельской экономики / Н. К. Родионова // Социально-экономические явления и процессы. - 2018. - Т. 13. - № 2. - С. 98-103.
2. Степанов М.В., Трушина Л.Н. Принципы организации дилерских служб предприятиями - изготовителями сельскохозяйственной техники // Наука без границ. - 2017. - №10 (15). - С. 14-18.
3. Трофимова Н. Н. Необходимость стимулирования инновационной активности предприятий для развития наукоемких производств / Н. Н. Трофимова // Актуальные проблемы экономики и управления. - 2016. - М 4 (12). - С. 98-101.

Dzis Yu., Sidorova E.

Brazilian BRICS Chairship for 2019: outlining a course for 2020

*Siberian Federal University
(Russia, Krasnoyarsk)*

doi: 10.18411/lj-04-2021-330

Аннотация

В статье анализируется период председательства Бразилии в БРИКС в 2019 г. и влияние, которое он оказал на новый курс в 2020 г.

До того, как Бразилии были переданы функции председательствующей страны, она столкнулась с рядом экономических и политических проблем, которые привели к новым президентским выборам. Избранный президент утвердил новый политический курс, который, по словам экспертов, мог отразиться на развитии БРИКС и формировании ключевых приоритетов объединения. Поэтому целью данной статьи авторы ставят изучение Декларации Бразилиа и ее влияния на новый курс, а также вопроса о том, стал ли союз пяти государств более сплоченным.

Ключевые слова: БРИКС, Декларация Бразилиа, сфера технологий и инноваций

Abstract

The article deals with the issue of describing period of the Brazilian BRICS Chairmanship in 2019 and its influence on a new course for 2020.

Before Brazil had taken over the chairship, it had some economic and political problems led to the election of a new President who suggested a new scheme for the government. Experts said that it could affect the development and definition of key priorities of the BRICS. Hence, the aim of this article is to analyze the Brasilia Declaration and retrace if the BRICS has become more integrated and reflect it on the new course.

Key words: the BRICS, the Brasilia Declaration, digital sphere.

It is known that a state which presides over in the BRICS suggests its own agenda focusing on priorities which meet the interests of this country to a large extent. We should not to refuse the fact that a nation seeks to fulfill its intentions not only in the framework of this international institute, but also promote them in the international arena.

The economic growth of Brazil is increasing through the implementation of constructive reforms and engaging in the world economic processes. The Brazilian government realizes that it is impossible to change the Brazilian economy, improve living standards for Brazilian people without encompassing modern technologies in this sphere and strengthening cooperation with the BRICS members. It is worth taking into consideration the new president of Brazil. Mr. Bolsonaro, has a desire to cultivate good working relations with the states of Europe and North America, hence, it is necessary to show the Brazilian economy can be modified and operates under innovative goals. Besides, the Brazilian diplomacy pursues goals to be a leader in Latin America emphasizing the countries of this region have shared past and heritage.

Brazil's leaders have gauged such priorities as the enhancing of cooperation in scientific, technological and innovative fields, the extension of contacts in digital economy, the strengthening of cooperation aimed at struggling against transnational criminal activity especially connected with illicit drug trafficking and money laundering and encouraging of reconciliation between the New Development Bank and the BRICS Business Council.

The 11th BRICS Summit was held on November 13–14 in the capital of Brazil, Brasilia, where the declaration was presented. However, states had talks on the issues pertaining to the reforming of the multilateral system, the current affairs of regional security, the increasing of credibility within the organization, but economic growth and innovative future were crucial dimensions of the Summit. To confirm that we would like to refer to one statement of this Declaration which reads as follows: "We highlight the importance of science, technology and innovation (STI) as one of the main drivers of economic growth as well as a key element to shape the future of our societies".

Why are the scientific-technical and innovative areas very significant for Brazil? It is not about only Brazilian urge to become the integrate part of developed countries as we have mentioned above. To answer this question, we should regard Chinese, Russian and Indian AI projects which help these states to be leaders in the world economic arena. Over past two decades, China has made great progress in its scientific and technological development. The nation's R&D expenditure has risen from \$4.2 billion in 1995 to \$315 billion in 2019; its imports and exports of high-tech products have reached \$96.5 billion and \$107.7 billion in 2019. Russia has National Strategy for the Development of Artificial Intelligence Through 2030 which coordinates business projects drafting jointly with scientific communities in AI. As for India, it is worth stressing that Indian scientists are required around the world, vast sums of money are spent on technical field. Of course, the role of South Africa is also important, this country is dynamically developing and attracts foreign investments, therefore, the government of this African state can provide all these projects with financial support. Brazil do not want to squander an opportunity to exchange new technologies and the experience of its development. It is necessary on the one hand, for the industrial sphere of

Brazil and its population who needs better social amenities, on the other hand, preserve the nature of country, so technological projects particularly in the field of AI are environmentally friendly. But it is not only about the benefits of Brazil, all nations in this international institute can get potential profits.

In order to implement the aims contained in the Declaration states are supposed to foster collaboration among researchers, young scientists and government bodies and seek to stick to similar approaches for the transformation of innovation ecosystems of member states, mobilize joint activities in scientific area, to encourage the using of environmentally sound technologies to solve important issues such as water quality, urban air quality and urban green areas, support new scientific, technological and innovative projects focused on the development of medicines and diagnostic tools to end epidemics, to combat communicable diseases and to facilitate access to safe, effective, quality and affordable essential medicines and etc. As we can, the Brazilian authorities does not attach a great importance to global ambitions, they are committed first and foremost to settle national matters realizing that new technologies are the answer for the Brazilian society. Moreover, Brazil attempts to build fraternal relations within the BRICS, have reliable and regular contacts with countries. It means that Brazil does not set goals to be a superpower, it appreciates close ties with its real partners.

At the beginning of 2019, the set of experts stated that Brazilian BRICS Chairship wouldn't be a significant progress in the development of this organization and deepening of intergovernmental integration. V. Gorbacheva, the head of the public relations department of NCR BRICS, stressed that Brazil is not included in the core of this union due to its geographical remoteness. The aims and strategies of the BRICS are not key for the conducting of Brazilian domestic and foreign policy. However, the expert mentioned that not taking all doubts connected with the Brazilian Chairship into account 2019 was one of the most successful and fruitful years for this international institute.

The member states signed 23 agreements on the most relevant dimensions including the establishment of industrial and science parks, innovation centers and business incubators, promotion of the digital economy and etc. Besides, the Brazilian and Chinese Presidents signed various documents on bilateral cooperation in which both sides expressed the readiness to contribute to infrastructure, digital economy, next-generation communications, material science and biotechnology. Mr. Bolsonaro pointed out that "China is a part of Brazil's future". Many analysts said that Brazil would criticize China for its imperialism and a desire to be the only leader in the world. But we see the another development of situation – Brazil considers China as its main trade partner. The disagreement which could spoil relation between member states did not become the reality. We can conclude the BRICS is one of prioritized dimensions for the member states, they have a firm dedication to settle all disputes in the framework of this union despite of new policies, national interests, new regimes in countries. All of these factors should not influence relations between five powers.

2020 is Russian BRICS Chairship year. The aims presented in the Brazilian Declaration are supposed to be implemented further. As Sergei Ryabkov, Russia's Sherpa in BRICS and the Deputy Minister of Foreign Affairs of Russia, stated, the main goal of Russia's Chairship is to contribute to raising standards and quality of life of the peoples of five countries. Russia plans to pay special attention to the development and integration of remote areas, the exchange of experience in regulatory impact assessment, digital trade, the use of digital solutions in the field of intellectual property and the promotion of artificial intelligence technologies. Nevertheless, the Russian President prioritizes the enhancing of the BRICS role in the United Nations regarding this union as "a factor of stability in both global politics and the global economy".

The decision to continue to work on including in the five members' societies new technologies which are aimed to improve their living standards could be implied as a friendly step meaning the BRICS countries retain the respect in relation to priorities of each other and

provide the sort of the continuity being useful for the strengthening relations between the member states. It is a real distinctiveness of the BRICS emphasizing the fact the state of current affairs between countries give a reason to believe the BRICS has a bright future. For example, NATO defined the only one leader not taking other participants into consideration. The main agenda of NATO contains issues about which only the U.S. concerns. European states joining this block are obliged take it for granted, because the American power finances the organization to a large extent. There is not a balance which we can watch in the BRICS.

For sure Russia will do its best to improve the efficiency of industrial and technological cooperation between the BRICS countries, develop and implement new joint projects in such areas as telecommunications and high technologies. Also, the Russian high-ranking officials believe an exchange of experience, including between young researchers and innovators, to be a key element. It is worth adding that Russia is to host different events connected with the field of science.

Also, we should mention that during the Brazilian Chairship in 2019 global problems and enhancing the leading role of the BRICS in the UN were not focused on. So Russia decided to dedicate this year for the settlement of balance among the BRICS aims. And it is a right decision which will contribute to reform the multilateral and define the place of the organization on the world stage.

Brazil having touched upon the matter of innovative future for economic growth showed the prime example of getting priorities right. The oblation of high technologies does not only mean a way to increase the richness and wealth of five member states' nations connected with the production of a large number of goods, it is also worth saying the development of many other social fields such as education, medicine do not run counter with the technological progress. So it is so important to ensure nations access to qualified social amenities by means of involving new devices in their life.

The production of technologies also allows not to be more dependent on the American economy. It is known the U.S. is one of the technology producing countries, its technology brings economic and military superiority to other countries. Thus this American state with superior technology may exert pressure to the other countries, we can see this situation nowadays. Hence, to represent a great power and struggle against the American influence the BRICS countries' economies should operates under digital sphere. The results of these processes are visible now. Almost all member states have their own AI projects, their markets are full of different devices and etc. And they are not going to stop developing their digital areas, that is why Russia has decided to continue working on technological projects. It is really relevant now.

Despite the fact that many experts predicted unsuccessful outcomes of the Brazilian Chairship, believed the BRICS is not a significant institute for Brazil's leaders, the power expressed its conviction to strengthen relations with the member states in the framework of the BRICS.

Brazil could emphasize digital sphere the main one for mutually beneficial cooperation. Indeed, in our modern and changing world states cannot achieve great results almost in all fields without paying special attention to technologies. The Brazilian authorities realize it and so have suggested to develop this area during its chairmanship.

Russia which has taken over the one-year chairmanship of the BRICS group for 2020 also has expressed readiness to continue working on the digital field. It says the member states respect for priorities of each other and seek to cooperate for common aims which define the BRICS at all in international relations.

1. Попова, И. М. Председательство Бразилии в БРИКС в 2019 г.: чего ожидать от начала нового десятилетия сотрудничества и администрации Ж. Болсонару / И. М. Попова // Вестник РУДН – 2018. – № 4. – С. 925-941.

-
2. Brasília Declaration 11th BRICS Summit [Electronic resource] – 2019. – Access mode: <http://brics2019.itamaraty.gov.br/>.
 3. BRICS in Brazil: collective efforts towards sustainable economic development and innovation [Electronic resource] // Vale – 2019. – Access mode: <http://www.vale.com/EN/aboutvale/news/>.
 4. Chaudhury, D. R. Brazil outlines slew of sectors for 2019 BRICS Summit under its presidency [Electronic resource] // The Economic Times – 2019. – Access mode: <https://economictimes.indiatimes.com/news/politics>.
 5. Muresan A. Brazil's 2019 Chairship of the BRICS: priorities and expectations [Electronic resource] // The Institute for Global Dialogue. – 2019. – Access mode: <https://media.africaportal.org/documents/>.
 6. NDB successful concludes participation in 11th BRICS Summit in Brasilia, Brazil [Electronic resource] // The official site of New Development Bank. – 2019. – Access mode: https://www.ndb.int/press_release/.
 7. On Russia's participation in BRICS interstate group [Electronic resource] // The official site of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. – 2020. – Access mode: <https://www.mid.ru/en/diverse/>.
 8. Ryabkov, S. Priorities of the Russian BRICS Chairmanship in 2020 / S. Ryabkov // International affairs. – 2020. – pp. 6-10.
 9. Singh, T. BRICS 2019: Economic Growth for an Innovative Future [Electronic resource] // Invest India. – 2019. – Access mode: <https://www.investindia.gov.in/>.
-

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Научный журнал

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
№72, 04.2021

Апрель 2021 г.
Часть 8

Подписано в печать .25.04.2021 Тираж 400 экз.
Формат.60x841/16. Объем уч.-изд. л.5,52
Бумага офсетная. Печать оперативная.
Отпечатано в типографии НИЦ «Л-Журнал»
Главный редактор: Иванов Владислав Вячеславович