



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru

ISSN 2618-6829



**ССLХV** Студенческая международная  
заочная научно-практическая  
конференция

**МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ**  
№33(265)

г. МОСКВА, 2024



# МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам CCLXV студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 33 (265)  
Сентябрь 2024 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва  
2024

УДК 08  
ББК 94  
М75

Председатель редколлегии:

**Лебедева Надежда Анатольевна** – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

**Арестова Инесса Юрьевна** – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

**Ахмеднабиев Расул Магомедович** – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

**Бахарева Ольга Александровна** – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

**Бектанова Айгуль Карибаевна** – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

**Волков Владимир Петрович** – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

**Елисеев Дмитрий Викторович** – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

**Комарова Оксана Викторовна** – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

**Лебедева Надежда Анатольевна** – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

**Маршалов Олег Викторович** – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

**Орехова Татьяна Федоровна** – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

**Самойленко Ирина Сергеевна** – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

**Сафонов Максим Анатольевич** – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

**М75 Молодежный научный форум.** Электронный сборник статей по материалам ССLXV студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2024. – №33 (265) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_interdisciplinarity33\(265\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity33(265).pdf)

Электронный сборник статей ССLXV студенческой международной научно-практической конференции «Молодежный научный форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

## **Оглавление**

<b>Рубрика 1. «Искусствоведение»</b>	<b>4</b>
ФЕНОМЕН ИМИДЖА В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ШОУ-БИЗНЕСЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ РАКУРС Сахидова Арзу Арзуманова	4
<b>Рубрика 2. «Культурология»</b>	<b>14</b>
ВЛИЯНИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДОВ FASHION-СЕКМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ ЕКАТЕРИНБУРГА Обоскалова Екатерина Юрьевна	14
<b>Рубрика 3. «Медицина и фармацевтика»</b>	<b>22</b>
ПРИНЦИПЫ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ ВРАЧА Асадуллина Альбина Шамилевна Мустафина Гульгена Раисовна	22
РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РФ И РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН Каскина Ирина Ильгамовна Мустафина Гульгена Раисовна	26
КАДРОВЫЙ ДЕФИЦИТ СПЕЦИАЛИСТОВ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН) Хисамова Рената Ильдусовна Мустафина Гульгена Раисовна	34
<b>Рубрика 4. «Технические науки»</b>	<b>46</b>
ОБЗОР МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТКИ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ЛИНИЙ РОБОТИЗИРОВАННЫХ МАНИПУЛЯТОРОВ И Григорий Андреевич	46
<b>Рубрика 5. «Юриспруденция»</b>	<b>50</b>
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ НА 2025-2035 ГОДА Юрченко Анастасия Евгеньевна Сапожникова Екатерина Юрьевна	50

## РУБРИКА 1.

### «ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ»

#### ФЕНОМЕН ИМИДЖА В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ШОУ-БИЗНЕСЕ: ИСТОРИЧЕСКИЙ РАКУРС

*Сахидова Арзу Арзуманова*

*магистрант,  
Институт Современного искусства (ИСИ),  
РФ, г. Москва*

#### THE PHENOMENON OF IMAGE IN THE DOMESTIC SHOW BUSINESS: HISTORICAL PERSPECTIVE

*Arzu Sakhidova*

*Master's student,  
Institute of Contemporary Art (ICA),  
Russia, Moscow*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу феномена имиджа в российском шоу-бизнесе с исторической перспективой. В работе рассматривается важность имиджа как основного элемента профессиональной и социальной успешности в условиях социальных и культурных трансформаций. Особое внимание уделяется эволюции понятия имиджа, начиная с советской эстрады до современной музыкальной индустрии. Исследование демонстрирует, как изменялись механизмы продвижения артистов и культурных продуктов в зависимости от политических и экономических условий. Приведён анализ изменений в способах популяризации артистов, переходящих от традиционных методов к новым подходам, таким как влияние независимых СМИ и музыкальных телеканалов. Статья подчеркивает необходимость поддержания динамичного и уникального имиджа для успешной карьеры в шоу-бизнесе.

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the phenomenon of image in Russian show business from a historical perspective. The paper examines the

importance of image as the main element of professional and social success in the context of social and cultural transformations. Special attention is paid to the evolution of the concept of image, starting from the Soviet stage to the modern music industry. The study demonstrates how the mechanisms for promoting artists and cultural products have changed depending on political and economic conditions. The analysis of changes in the ways of popularization of artists moving from traditional methods to new approaches, such as the influence of independent media and music TV channels, is presented. The article emphasizes the need to maintain a dynamic and unique image for a successful career in show business.

**Ключевые слова:** сценический имидж, российский шоу-бизнес, артист, советская эстрада, музыкальная индустрия.

**Kewwords:** stage image, Russian show business, artist, Soviet stage, music industry.

Имидж за последние двадцать лет стал одной из наиболее обсуждаемых категорий в научных и общественных дискурсах, приобретая весомое значение в условиях социально-культурных и экономических трансформаций. Усиление интереса к данному понятию объясняется его влиянием на характер как межличностных, так и профессиональных коммуникаций, а также на восприятие окружающей действительности. Имидж обрел статус важного элемента, определяющего не только степень успешности человека в профессиональной деятельности, но и их восприятие в рамках социального контекста [3]. В последние десятилетия XX века, на фоне обострившихся социально-экономических кризисов, политических выборов и роста конкуренции на потребительских рынках, категория имиджа приобрела особую значимость. Информационное общество, с его ускоренными процессами обмена данными и визуальными образами, повысило роль имиджевых технологий в политической сфере, коммерческой деятельности и массовой культуре.

В российской науке изучение феномена имиджа активно началось в 1990-х годах, когда учёные обратились к психологическим аспектам формирования общественного образа личности. Результаты исследований позволили выявить механизмы воздействия имиджа на восприятие человека в социуме. С течением времени и развитием научно-технического прогресса понятие имиджа расширилось, охватывая не только личностные характеристики, но и распространяющееся на бренды, объекты, общественные институты и даже абстрактные категории. Переход от индивидуального к институциональному уровню подчеркивает универсальность данного феномена, что открывает возможности для его применения в самых различных сферах человеческой деятельности.

Сегодня имидж становится определяющим фактором при принятии большого числа решений в обществе. Люди всё чаще основывают свой выбор на основе визуальных и поверхностных характеристик. В результате складывается новая реальность, где визуальные образы и представления играют решающую роль в общественных взаимодействиях [1]. Владение искусством управления имиджем становится насущной необходимостью для представителей публичных профессий, работников медиа, политических деятелей и бизнесменов. Телевидение, выступая в роли важнейшего канала массовой коммуникации, не только передаёт новости и культурные коды, но и выполняет функцию в процессе социализации людей, формируя их представления о мире и обществе.

Термин «шоу-бизнес», происходящий от англоязычного выражения «show business», описывает коммерческую деятельность, направленную на организацию и проведение разнообразных зрелищных мероприятий, таких как выступления артистов, певцов и других представителей искусства. В отечественной культурологической литературе данное понятие начало активно употребляться лишь с середины 1980-х годов, постепенно вытеснив термин «советская эстрада», устаревший в условиях развивающегося культурного пространства. В начале XX века в русский язык вошло определение «эстрада», обозначавшее совокупность легких и доступных для широкой аудитории жанров искусства, таких как музыкальные и театральные представления, комические номера и другие формы развлекательного

искусства. Понятие «эстрада» носит исключительно национальный характер, и его аналоги на Западе представлены такими явлениями, как мюзик-холлы, варьете, кабаре и различные шоу-программы, популярные в странах Западной Европы и США.

Эстрадное искусство отличается рядом специфических характеристик, среди которых выделяются открытость к широкой аудитории, лаконичность в подаче материала, наличие импровизационных элементов и стремление к созданию яркого, праздничного настроения. Формирование атмосферы праздника и развлечения всегда было главным направлением развития эстрады, что достигалось за счет многообразия визуальных и сценических эффектов, использования игры света, изменения декораций и форматов сценической площадки [6, с. 281]. Несмотря на широкую палитру жанров, эстраду можно условно разделить на несколько основных направлений, каждое из которых обладает собственными уникальными особенностями.

Первым направлением является концертная эстрада, ранее известная под названием «дивертисментная», объединяющая различные виды эстрадных концертов и выступлений. Второе направление включает театральную эстраду, которая охватывает камерные спектакли в театрах миниатюр, театрах-кабаре, кафе-театрах, а также масштабные концертные ревью и мюзик-холлы с многочисленным составом исполнителей и сложными сценическими постановками. Третье направление представлено праздничной эстрадой, включающей массовые народные гуляния, торжественные мероприятия на стадионах с участием концертных и спортивных номеров, балы, карнавалы, фестивали и маскарады.

Особое внимание стоит уделить специфике функционирования российского шоу-бизнеса в советский период, когда продвижение музыкальных произведений и других культурных феноменов происходило по совершенно иным механизмам по сравнению с современными. Социально-политическая структура и условия развития искусства в Советском Союзе оказали сильное влияние на методы популяризации и распространения культурных продуктов, что привело к формированию уникальной модели взаимодействия искусства и общественности.

Культурная жизнь советской эпохи была тесно переплетена с инструментами пиара, особенно в контексте работы учреждений развлекательного характера, таких как дома и дворцы культуры, а также клубы, расположенные как в городах, так и в сельской местности. Эффективность функционирования этих учреждений напрямую зависела от материальной поддержки со стороны промышленных предприятий и общественных организаций, которые нередко оказывали помощь в форме формальных, предписанных обязательств, что часто диктовалось требованиями партийных структур. Пространства для массовых собраний, характеризующиеся строгой расстановкой сидений и обязательными атрибутами вроде досок почета или ленинских уголков, создавали обстановку, далекую от творческого и уютного, что затрудняло организацию мероприятий, направленных на культурный досуг и живое взаимодействие. Несмотря на эти трудности, подобные учреждения отражали общественные связи и социальные технологии, характерные для конкретной исторической эпохи.

Музыкальное искусство в тот период можно разделить на два основных пласта исполнителей. Одну категорию составляли артисты, официально признанные государством, такие как Алла Пугачева и Эдита Пьеха, которые получали всестороннюю поддержку от властей и пользовались широкой популярностью у населения. С другой стороны находились их антиподы – представители андеграундной сцены, в числе которых такие фигуры, как Владимир Высоцкий и Александр Галич, распространявшие свое творчество неофициальными путями, в том числе через самиздат и слухи. Официально поддерживаемые исполнители выделялись на фоне остальных благодаря государственной помощи, что обеспечивало их востребованность среди широкой аудитории. В то же время, подпольные музыканты оставались в тени официальной сцены, но пользовались популярностью в народных кругах, где их творчество находило отклик.

С ослаблением цензурных норм кардинально изменилась модель продвижения артистов, что привело к возникновению так называемой советской схемы раскрутки. Основной акцент делался на доходах, получаемых от концертов, а важнейшую роль в продвижении играли средства массовой информации, особенно

печатная пресса. Параллельно стали появляться студии звукозаписи, которые занимались распространением ранее запрещенных музыкальных альбомов. Однако этот процесс имел экстенсивный характер, поскольку применявшиеся схемы продвижения начали распространяться на большое количество продукции, включая произведения низкого качества. Это привело к их деградации: взяточничество и протекционизм стали обычным явлением, а платные эфиры на радио и телевидении превратились в общепринятую практику. Несмотря на то, что цензурные ограничения были смягчены, и артисты получили больше возможностей для раскрутки, культурная среда, по сути, осталась неизменной, изменились лишь внешние условия и методы взаимодействия с аудиторией.

К концу 1990-х годов российская музыкальная индустрия претерпела изменения. Методы, которые долгое время использовались в советской практике для продвижения артистов, потеряли свою актуальность на фоне новых социально-культурных реалий. Новая эпоха характеризовалась ростом фанатских сообществ, чётко ориентированных на определённые музыкальные жанры, что сыграло важную роль в популяризации исполнителей. Кроме того, широкое распространение получили независимые средства массовой информации, которые основывали выбор музыкального контента не на связях или финансовых возможностях, а на качестве и потенциале исполнителей. Примером подобного подхода стало радио «Максимум», внесшее вклад в формирование новых стандартов индустрии.

Также влияние на развитие музыкального рынка оказало появление музыкальных телеканалов, таких как MTV и МУЗ-ТВ, которые предложили новый способ коммуникации с аудиторией. Они внедрили западные методы продвижения артистов, отличные от прежних советских подходов. Музыкальная индустрия стала функционировать по принципу: важно своевременно предложить качественный продукт, чтобы добиться успеха, а дальнейшая популярность артиста зависела от реакции слушателей и зрителей [5, с. 28].

Изменение произошло и в структуре самого шоу-бизнеса, где главные роли постепенно перешли от артистов к продюсерам, менеджерам и импресарио. Если раньше основное внимание уделялось самим исполнителям, то теперь в успехе

любого проекта играли специалисты, отвечающие за его организацию и продвижение. Продюсер стал центральной фигурой в процессе создания музыкального продукта, начиная с разработки концепции и заканчивая её реализацией. Помимо продюсеров, в создании музыкальных проектов участвовали эксперты в финансовой, правовой и PR-сферах. Такая структурированность шоу-бизнеса обеспечивала эффективное функционирование всех его элементов.

Формирование современной российской музыкальной индустрии началось относительно недавно, в основном благодаря изменениям, произошедшим после распада СССР. Экстравагантные манеры поведения и ориентация на публику стали основными чертами этой сферы. Многие артисты стремились создать вокруг себя образ успешных людей, часто прибегая к преувеличению своих достижений или даже придумывая вымышленные истории [2, с. 73]. Такое поведение подчеркивало характер шоу-бизнеса как элемента публичной игры, которая иногда напоминала азартную игру.

Для достижения успеха в музыкальной индустрии артисты стали уделять особое внимание созданию и поддержанию собственного имиджа. Как актёр, использующий внешние атрибуты для более глубокого воплощения образа, артист формирует вокруг себя символический образ, влияющий на восприятие общественности. Такой имидж способен не только вызывать положительные эмоции у публики, но и способствовать укреплению его популярности, так как люди, как правило, поддерживают тех, кто отвечает их ожиданиям.

Имидж, являясь неотъемлемой частью коммуникации, охватывает все уровни взаимодействия, начиная с внутрикорпоративных связей и заканчивая международными отношениями. Его успешное формирование подразумевает создание устойчивого положительного образа личности или компании, который адаптируется к новым требованиям времени. Публичные фигуры, такие как политики и телеведущие, особенно остро осознают важность имиджа, поскольку успех их деятельности напрямую зависит от общественного восприятия. Стратегическое управление имиджем требует детальной проработки каждого шага в рамках кампании, что позволяет не только сохранить высокий уровень доверия

среди населения, но и активно влиять на общественные настроения и предпочтения.

Имиджмейкеры занимают центральное место в формировании шоу-бизнеса, отвечая за создание цельного образа поп-звезды. Этот процесс охватывает не только корректировку внешних данных и манер, но также выбор символических атрибутов, таких как имя, автомобиль, домашнее животное и даже окружение. Образ публичной личности требует тщательной проработки, так как жизнь поп-звезды неизменно находится в центре общественного внимания. Личностная легенда становится важным элементом публичного имиджа, включающим создание и продвижение биографических данных, акцентирование на определенных событиях и поступках. Биография артиста доводится до аудитории через множество коммуникационных каналов, что способствует созданию яркого и запоминающегося образа, делая жизнь звезды максимально открытой для поклонников.

Тем не менее, даже при постоянных появлениях на музыкальных каналах, артист может оставаться незамеченным, если его имидж не обладает чёткой идентичностью. Проблема отсутствия уникального позиционирования часто становится причиной неудач в шоу-бизнесе. Только те, кто сумел разработать свой уникальный стиль и образ, способны удерживать внимание аудитории на длительный срок. При этом статичность образа может оказаться губительной. Первоначальное привлечение внимания к персоне – это лишь начало, а удержание интереса требует постоянной работы над развитием и обновлением образа. Таким образом, второй аспект шоу-бизнеса заключается в необходимости поддержания динамичности артиста, раскрывая новые черты и организуя события, создающие ощущение постоянного движения и развития.

Имидж артиста следует развивать по аналогии с сюжетом «мыльной оперы», где персонаж неизменно оказывается в центре различных событий. Создание подобных событий становится важным инструментом поддержания интереса к личности и её популярности. Поп-культура во многом зависит от денежных потоков от потребителей, что делает создание и поддержание имиджа неотъемлемой частью успеха каждого исполнителя.

Существует мнение, что многие знаменитости обязаны своей популярностью не столько своим талантом, сколько активной работой средств массовой информации, в том числе папарацци. Такое взаимодействие с медиа отражает третью характерную черту шоу-бизнеса – зависимость от скандалов и слухов, которые стали важным элементом маркетинговых стратегий. Скандалы выполняют функцию как негативной, так и положительной рекламы, способствуя росту популярности [1].

В шоу-бизнесе скандалы делятся на два основных типа: спонтанные, когда наружу выходят неприглядные факты, и заранее спланированные, с целью привлечения внимания. Последний тип зачастую более эффективен, поскольку продуманные сенсационные события позволяют контролировать развитие сюжета и реакцию аудитории, превращая скандалы в инструмент для раскрутки и поддержания популярности артиста.

Создание имиджа включает знания в таких областях, как психология, дизайн, журналистика и физиология. Иногда для этого требуется команда специалистов, каждый из которых вносит свой вклад в этот процесс. Эффективное управление имиджем способствует оптимизации профессиональной деятельности личности, обеспечивая её стабильность и востребованность в шоу-бизнесе.

Итак, имиджевая коммуникация представляет собой устоявшийся и действенный метод взаимодействия между публичной персоной и её аудиторией. Данный процесс позволяет обеим сторонам взаимно раскрывать свои возможности, способствуя их росту и развитию. Налаженный контакт между звездой и обществом не только формирует эмоциональный отклик, но и стимулирует определенные поведенческие реакции, делая взаимодействие более управляемым и предсказуемым. В этом проявляется основная функция имиджа.

Кроме того, имидж становится не только элементом общественного признания, но и важным инструментом для создания благоприятной психологической атмосферы в творческой деятельности. В современном мире, где публичные личности постоянно находятся под пристальным вниманием средств массовой информации и социальных сетей, имидж становится необходимым средством

для формирования устойчивой профессиональной репутации и поддержания эмоционального равновесия.

### **Список литературы:**

1. Белобрагин Виталий Викторович Исследования имиджа отечественного шоу-бизнеса // БГЖ. 2014. №3 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovaniya-imidzha-otechestvennogo-shou-biznesa> (дата обращения: 11.09.2024).
2. Белобрагин В.В. Психология имиджа отечественного шоу-бизнеса // Международный журнал экспериментального образования. – 2017. – № 5. – С. 73-74; URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=11573> (дата обращения: 11.09.2024).
3. Константинова Валентина Геннадьевна Феномен имиджа в научных исследованиях // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-imidzha-v-nauchnyh-issledovaniyah> (дата обращения: 11.09.2024).
4. Квеско Р. Имиджелогия / Р. Квеско. – Томск : ТПУ, 2015. – 320 с.
5. Петрова Е.А. Имиджелогия: современное состояние и перспективы развития в России / Е.А. Петрова. – Москва : РИЦ «Альфа», 2003. – 27-30 с.
6. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2005. – 472 с.

**РУБРИКА 2.**  
**«КУЛЬТУРОЛОГИЯ»**

**ВЛИЯНИЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ПРОДВИЖЕНИЕ  
БРЕНДОВ FASHION-СЕКМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ ГОРОДСКОЙ  
СРЕДЕ ЕКАТЕРИНБУРГА**

*Обоскалова Екатерина Юрьевна*

*магистрант,*

*Уральский Федеральный университет*

*имени первого президента России Бориса Николаевича Ельцина,*

*РФ, г. Екатеринбург*

**THE INFLUENCE OF AUDIOVISUAL ADVERTISING  
ON THE PROMOTION OF FASHION SEGMENT BRANDS  
IN THE MODERN URBAN ENVIRONMENT OF YEKATERINBURG**

*Ekaterina Oboskalova*

*Master's student,*

*Ural Federal University named after the first President*

*of Russia Boris Nikolaevich Yeltsin,*

*Russia, Ekaterinburg*

**Аннотация.** В данной статье будет рассмотрено влияние аудиовизуальной рекламы на продвижение брендов fashion-сегментов современной городской среде Екатеринбурга. В работе будет проанализирована аудиовизуальная реклама на медиа-экранах и их влияние на городской ландшафт – как экраны преобразуют и транслируют стандарты внешности мегаполиса.

**Abstract.** This article will consider the impact of audiovisual advertising on the promotion of fashion brands in the modern urban environment of Yekaterinburg. The paper will analyze audiovisual advertising on media screens and their impact on the urban landscape – how screens transform and transmit the standards of the appearance of a metropolis.

**Ключевые слова:** аудиовизуальная реклама, городская среда, социально-культурное пространство города, архитектурный ландшафт, коммуникации.

**Keywords:** audiovisual advertising, urban environment, socio-cultural space of the city, architectural landscape, communications.

Актуальность исследования. Аудиовизуальная реклама является неотъемлемой частью современного мегаполиса. Носители данной рекламы стали несомненным элементом городского пространства, они включаются в композицию средовых объектов и могут как нарушить архитектурный облик улицы или даже целого района, так и быть полезными и эстетичными. Аудиовизуальная реклама представляет собой структурный компонент информационно-коммуникативного пространства современных социумов и важный элемент массовой коммуникации. Совершенствуются методы влияния на сознание и подсознание людей, а потому внедрение идей через рекламу становится все более эффективным. Значимость и необходимость в дальнейших исследованиях данной темы возрастает с каждым днем.

Проблематика технологий аудиовизуальной рекламы нашла отражение в исследованиях С.Н. Бердышева, Г.В. Куличкиной, В.Б. Устина.

Методологическую основу социальных проблем аудиовизуальной рекламы, отчасти удалось обнаружить в трудах А.Л. Абаева, С.Н. Бердышева, В.А. Евстафьева.

В целях изучения рекламы как образа действительности были проанализированы работы С.Н. Бердышева, М.Ю. Горнштейна, М.А. Губарец.

Постановка проблемы. Поводом для написания данной статьи явилась необходимость выявления недостатков аудиовизуальной рекламы, размещенной на медиа-экранах, и их влияние на городской ландшафт Екатеринбурга.

Объект исследования – аудиовизуальная реклама.

Предмет исследования – аудиовизуальная реклама в городском пространстве современного Екатеринбурга.

Цель статьи – проанализировать влияние аудиовизуальной рекламы на продвижение брендов fashion-сегмента в современной городской среде Екатеринбурга. Научная новизна заключается в сравнении различных медиа-экранов города, в анализе оптимальности размещения аудиовизуальной рекламы с точки зрения визуального образа города.

В мегаполисе аудиовизуальная реклама становится неотъемлемой частью городской среды крупных городов, она влияет на архитектурный ландшафт отдельной территории и эмоциональное настроение горожан. В контексте городской коммуникации носители аудиовизуальной рекламы выполняют маркетинговую роль, а также приобретают дополнительное социально-культурное значение [1]. В свою очередь наружная реклама является одной из старейших форм рекламы и по настоящее время остается одной из наиболее распространённых в рекламе товаров и услуг. Ежегодно рекламодатели крупных компаний выделяют большие средства на продвижение своего бренда через данный вид рекламы, потому что аудиовизуальная реклама работает в трехмерном пространстве – пространстве формирования представлений, отношений и действий. Благодаря этому реклама охватывает наибольшую аудиторию потенциальных потребителей.

В данной статье будет рассматриваться аудиовизуальная реклама на таких средствах массовой коммуникации как медиа-экраны. Медиа-экраны в городской среде имеют неординарный характер, так как у них есть всего несколько секунд, чтобы зацепить внимание потребителя. Эффективность аудиовизуальной рекламы заключается в продвижении бренда, так как продукт можно продемонстрировать благодаря средствам наружной рекламы [2].

Наряду с положительной стороной аудиовизуальной наружной рекламы существует ряд ее отрицательных свойств, которые также необходимо учитывать при выборе маркетинговой стратегии продвижения бренда. Так, к недостаткам можно отнести направленность рекламы на определенную целевую аудиторию, а также небольшой объем рекламного сообщения. Сюда же мы относим тот фактор, который иллюстрирует нам то, что конструкции, на которых находится реклама, зачастую портят архитектурный ландшафт городской среды, что является

раздражающим индикатором для некоторой части населения. Поэтому потенциальные потребители могут быть менее лояльно настроены к бренду из-за такой рекламы. Еще одним недостатком данного вида рекламы является его сложное административное регулирование, различные ограничения и бюрократические процедуры для размещения рекламы [3].

Все же, преимущество данного вида рекламы будет заключаться в том, что ее нельзя отключить или игнорировать. Если данный медиа-экран будет находиться в месте высокой концентрации населения, то частичный успех рекламной кампании будет обеспечен.

Современные города сложно представить без взаимодействия архитектуры с новейшими медиатехнологиями. Безликость и серость типовых застроек вызывает необходимость применения новых возможностей для формирования более яркой и современной инфраструктуры. Благодаря цифровой наружной рекламе, и в особенности медиафасадам, облик городов радикально меняется, становясь более ярким и динамичным. Крупный цифровой формат гарантирует запоминающийся визуальный эффект, который меняет эмоциональное восприятие городского пространства к лучшему[4].

Динамика рынка рекламных коммуникаций города Екатеринбурга играет значимую роль в стране, так как он является тратим по объему бюджетов после Москвы и Санкт-Петербурга. Медийный ландшафт Екатеринбурга является достаточно прогрессивным, под стать экономике региона. В городе представлено большое количество медиа экранов для размещения аудиовизуальной рекламы, рассмотрим основные из них в разных районах Екатеринбурга:

- ул. 8 Марта, 149 ТЦ «Мегаполис»;
- ул. Амундсена, 63 ТРЦ «Гранат»;
- ул. Радищева, 1 ТРЦ «Mondial»;
- ул. Малышева, 43 ТЦ «Аметист».

Данные медиа экраны для размещения аудиовизуальной рекламы брендов fashion-сегмента наиболее эффективны, потому что расположены в самых оживленных местах города. Здесь большое количество пешеходов и оживленное

движение транспорта. Уличные экраны будут способствовать привлечению внимания обширной аудитории. В этом и заключается их основная роль. Пешеходы и водители в ожидании зеленого цвета светофора непроизвольно начинают осматривать окружающее их пространство, и яркие красочные ролики обязательно попадутся им на глаза.

В процессах урбанизации на фоне стремительного развития информационных технологий и медиакультуры аудиовизуальная реклама в городском ландшафте сопряжена с неконтролируемым массовым продуцированием, тиражированием и эксплуатацией образов, перенасыщением городской среды визуальными объектами. Рассмотрим вышеприведенные медиа-экраны и выявим, как они влияют на городской ландшафт – как экраны его преобразуют и транслируют стандарты внешности и стиля жизни современного жителя мегаполиса, как вносят яркие краски в серый городской пейзаж[7].

Медиа-экран на ул. 8 Марта, 149 ТЦ «Мегаполис» находится рядом с фасадом ТЦ «Мегаполис», который расположен у Автовокзала в Чкаловском районе города. Данное расположение дает большую эффективность для размещения рекламы бренда, потому что здесь находится большое скопление людей и именно здесь можно привлечь потенциальную целевую аудиторию. При этом расположение аудиовизуальной рекламы на медиа-экране не препятствует нарушению визуального облика данного района – он размещен вблизи ТЦ, построенного в стиле современной архитектуры.

Размещение аудиовизуальной рекламы по адресу ул. Амундсена, 63 ТРЦ «Гранат» вблизи района Уктус менее эффективно. Это спальный район и небольшой ТРЦ, который уступает по потоку движения покупателей подобным развлекательным комплексам, а также удален от метро. При этом здесь городское пространство перенасыщено большим количеством наружной рекламы. С одной стороны, это вносит яркие краски в скопление серых панельных многоэтажек. С другой стороны, это может раздражать людей, поэтому размещенная здесь аудиовизуальная реклама может стать антирекламой.

Площадка для размещения аудиовизуальной рекламы по адресу ул. Малышева, 43 ТЦ «Аметист», является эффективным местом для установки рекламы с точки зрения водителей автотранспорта и пассажиров общественного транспорта, так как находится на здании в центре города на крупном перекрестке. Но здесь возникает проблема с восприятием рекламы у потребителей с негативным маркером потому, что медиа-экран находится на историческом здании что портит архитектурный ландшафт города, что в свою очередь менее оптимально для размещения рекламы бренда на данном месте. Размещение аудиовизуальной рекламы в данном месте происходит без учета интересов рационального градостроительства, сохранения историко-культурной памяти, социокультурного своеобразия города и влияет на психологию человека, что ведет к аудиовизуальному «загрязнению» и превращению городской среды в агрессивную и деструктивную.

Расположение медиа-экрана по адресу ул. Радищева, 1 ТРЦ «Mondial» является оптимальным местом для размещения аудиовизуальной рекламы крупного бренда из fashion-сегмента. Здание находится в центральной части города, где ездит весь общественный и автомобильный транспорт. Так же здесь всегда большой поток граждан – рядом находится самый крупный в городе ТРЦ «Гринвич». Здесь медиа-экран для размещения аудиовизуальной рекламы наиболее гармонично вписывается в городской ландшафт, потому что у данного здания отсутствует загромождение наружной рекламой и медиа-экран находится на фасаде здания современной архитектуры, а близстоящие здания выполнены в этом же стиле.

Проанализировав наиболее крупные площадки медиа-экранов для размещения аудиовизуальной рекламы в Екатеринбурге, можно заключить следующее. Самым эффективным экраном в городе является площадка, расположенная по ул. Радищева, 1 ТРЦ «Mondial». Она позволяет провести оптимальную рекламную кампанию и привлечь наибольшее количество потребителей за счет эффективно расположенного места для визуальной и звуковой коммуникации.

Роль аудиовизуальной рекламы в городском пространстве высока, и нельзя недооценивать ее влияние на человека. Город сегодня немислим без наружной рекламы, которая тесно переплетена с аудиовизуальными маркетинговыми проектами брендов и уже приняла на себя функцию формирования его ландшафта [4]. Эффективность аудиовизуальной рекламы заключается в продвижении бренда, так как продукт можно продемонстрировать со всех сторон и в динамике. В свою очередь вопросы планирования, проектирования и эргономичной организации городского пространства должны решаться в контексте научно обоснованных управляемых подходов к созданию разумной, конструктивной, созидательной социокультурной среды современного города, а аудиовизуальное городское пространство следует рассматривать не просто как комфортную, доступную или даже рекреационную среду жизнедеятельности, но как пространство конструирования социокультурных смыслов. Аудиовизуальная среда современного города как социокультурное пространство включает в себе и способна производить множественные смыслы, ценности, нормы, выступает формой и пространством коммуникации. Однако восприятие горожанином постоянно движущегося, неупорядоченного аудиовизуального пространства современного города фрагментарно, схематично, нерефлексивно и прагматично.

### **Список литературы:**

1. Абаев А.Л. Реклама социальных проектов : методическое пособие / А.Л. Абаев, Г.Г. Вельская, А.Г. Жилияев [и др.] ; под общ. ред. Г.Г.Вельской. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2022. – 94 с.
2. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама / С.Н. Бердышев. – Москва: Куб, 2010. – 275 с.
3. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг: Монография, 4-е изд. – М.: Дашков и К, 2022. – 404 с.
4. Губарец М.А., Мазилкина Е.И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или Как продвинуть любой товар: Учебно-практическое пособие.- М.: Дашков и К, 2022. – 222 с.
5. Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие для магистров, 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2022. – 928 с.

6. Куличкина Г.В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа / Г.В. Куличкина. – М.: Юрайт, 2018. – 198 с.
7. Устин В.Б. Искусство наружной рекламы / В.Б. Устин. – М.: АСТ, 2009. – 304 с.

## РУБРИКА 3.

### «МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА»

#### ПРИНЦИПЫ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ ВРАЧА

*Асадуллина Альбина Шамилевна*

*ординатор,  
ФГБОУ ВО Башкирский государственный  
медицинский университет, РФ, г. Уфа*

*Мустафина Гульгена Раисовна*

*научный руководитель, канд. мед. наук, доцент,  
ФГБОУ ВО Башкирский государственный  
медицинский университет,  
РФ, г. Уфа*

#### PRINCIPLES OF PHYSICIAN COMMUNICATION CULTURE

*Albina Asadullina*

*Resident,  
Federal State Budgetary  
Educational Institution of Higher  
Education Bashkir State Medical University,  
Russia, Ufa*

*Gulgena Mustafina*

*Scientific adviser,  
Cand. Med. Sciences, Associate Professor,  
Federal State Budgetary  
Educational Institution of Higher  
Education Bashkir State Medical University,  
Russia, Ufa*

**Аннотация.** Врач должен уметь вступать в контакт с различными больными, ведь любой человек индивидуален: каждый по-разному реагирует на заболевания, например, ипохондрик, узнав о заболевании, начнет постоянно рассказывать о нем лечащему врачу, медицинским персоналу и другими. В связи с этим цель исследования изучение роли общения как одного из факторов развития профессиональной культуры врача.

**Abstract.** A doctor should be able to make contact with different patients, because any person is individual: everyone reacts differently to diseases, for example, a hypochondriac, having learned about the disease, will start to constantly tell about it to the attending physician, medical staff and others. In this regard, the purpose of the research is to study the role of communication as one of the factors in the development of professional culture of a doctor.

**Ключевые слова:** культура врача, общение, медицинский персонал

**Keywords:** physician culture, communication, medical staff

**Введение.** Врач должен лечить не болезни, а больного и подходить к пациенту с учетом его особенностей. Именно так считал Гиппократ и его последователи «Гиппократики». Культура общения играет невероятно важную роль в области медицины, так как она представляет собой основу взаимодействия между пациентами и врачами. Культура общения врача охватывает широкий спектр навыков и стратегий, которые помогают строить доверительные отношения, понимать потребности пациентов и предоставлять им наилучшее качество медицинского обслуживания. В связи с этим, одним из важнейших компонентов медицинской деятельности является общение врача и пациента. Однако первые годы профессиональной деятельности трудны, так как врачу приходится с помощью метода проб и ошибок находить контакт разными типажам пациентов.

**Цель исследования.** Изучение роли общения как одного из факторов развития профессиональной культуры врача.

**Материалы и методы исследования:** библиографический, анализ, синтез информации.

**Результаты исследования.** В медицинской сфере существует традиционная иерархическая структура, в рамках которой врачи и другой медицинский персонал считаются авторитетами, а пациенты - объектами заботы и лечения. Такая система предполагает использование форм и степеней вежливости, которые подчеркивают роль и статус каждой стороны взаимодействия.

Однако, с развитием современных технологий и доступностью информации, пациенты стали более информированными и самостоятельными. Они желают быть вовлеченными в процесс принятия решений и получать более развернутую информацию о своем состоянии и лечении. Это приводит к изменению традиционных ролей и стереотипов взаимодействия между медицинским персоналом и пациентами.

Сегодня важно учитывать контекст коммуникации и адаптировать уровень форм и степеней вежливости в зависимости от конкретной ситуации. Врачи должны научиться более открытому и эмпатичному общению, учитывая потребности и предпочтения пациентов. Пациенты, в свою очередь, должны быть уважительными и доверять профессионализму медицинского персонала.

Такой подход позволит устранить конфликты и разрешить недоразумения, которые могут возникнуть в результате различий в речевом поведении и ожиданиях. Корректное использование форм и степеней вежливости поможет создать гармоничное и доверительное взаимодействие между врачами и пациентами, что намного повысит качество медицинской помощи и удовлетворенность обеих сторон.

Таким образом, формирование высокой профессиональной культуры врача требует внедрения комплексного подхода в образовательный процесс, включающего гуманитарные дисциплины, этику, коммуникацию и научно-исследовательскую работу. Это позволит выпускникам медицинских вузов быть готовыми к сложностям и вызовам врачебной практики и обеспечить качественное и человеческое обслуживание пациентов.

**Заключение.** Хорошая культура общения врача не только помогает лечить болезни, но и создает положительную атмосферу вокруг медицины в целом. Это важно не только для пациентов, но и для врачей, которые получают удовлетворение от своей работы и ощущение, что они делают важное дело для общества.

Кроме того, наиважнейшую роль в жизни человека играет общение: оно отвечает за формирование личности, характера, интересов, привычек, и в том числе качеств, определяющих за поведение в потенциально конфликтной ситуации.

Конфликты могут оказывать негативное и позитивное влияние на личность и ее дальнейшее взаимоотношения с окружающими.

### **Список литературы:**

1. Масюкевич Н.В. Психология эффективного общения. Минск: Современ. шк., - 2007. - 384 с.
2. Болучевская В.В., Павлюкова А.И. Общение врача: вербальная и невербальная коммуникация. Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. - 2011. - 154 с.
3. Фаргиева З.С. Формирование компетенции культуры профессиональной коммуникации у студентов в условиях виртуального пространства. Современное педагогическое образование. – 2022; - № 12. – С. 148-152.
4. Толстокорова Н.Д. Встреча синергетики и медицины. Теория и практика современной науки. – 2016. – № 12. – С. 607-612.

## РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РФ И РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

***Каскина Ирина Ильгамовна***

*ординатор,  
ФГБОУ ВО Башкирский государственный  
медицинский университет,  
РФ, г. Уфа*

***Мустафина Гульгена Раисовна***

*научный руководитель,  
канд. мед. наук, доцент,  
ФГБОУ ВО Башкирский государственный  
медицинский университет,  
РФ, г.Уфа*

## DEVELOPMENT OF HEALTHCARE INFORMATION SYSTEM IN THE RUSSIA AND REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

***Irina Kaskina***

*Resident,  
Federal State Budgetary Educational Institution  
Of Higher Education Bashkir State Medical University,  
Russia, Ufa*

***Gulgena Mustafina***

*Scientific adviser,  
Cand. Med. Sciences, Associate Professor,  
Federal State Budgetary Educational Institution  
Of Higher Education Bashkir State Medical University,  
Russia, Ufa*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены аспекты нового направления в медицине – цифровизация и информационное здравоохранение на примере Республики Башкортостан. Раскрыты основные цели данного направления и преимущества.

**Abstract.** This article examines aspects of a new direction in medicine – digitalization and informatization of healthcare using the example of the Republic of Bashkortostan. The main goals of this direction and its advantages are revealed.

**Ключевые слова:** цифровизация, информационная медицина, Республика Башкортостан, здравоохранение, Минздрав.

**Keywords:** digitalization, information medicine, Republic of Bashkortostan, healthcare, Ministry of Health.

**Цель исследования.** Изучить информационную систему здравоохранения, проанализировать этапы ее становления и выявить основные цели и применение в Республике Башкортостан.

**Материалы и методы.** Материалами к исследованию стали учебные пособия, научные статьи, статистика введения цифровизации в медицине в регионах РБ.

### **Результаты и обсуждение**

Необходимо отметить, что медицинская информационная система (МИС) – это комплекс программных и аппаратных средств, предназначенных для сбора, хранения, обработки, передачи и использования медицинской информации в здравоохранении.

Первые исследования и публикации, посвященные применению информационных технологий в здравоохранении СССР, появились в 60-х годах прошлого века. С того времени в нашей стране была сформирована собственная научная школа и рынок самых разнообразных программных продуктов, предназначенных для применения в медицине и здравоохранении [1].

К середине 2000-х гг. в среде практического здравоохранения начало формироваться понимание, что МИС МО и другие программные продукты могут стать действительно эффективным инструментом для развития медицины. Вместе с этим уровень их проникновения в медицинские организации был единичным и случайным. Отсутствие государственного финансирования и регулирования приводило к тому, что проекты информатизации запускались по инициативе руководителей, интересовавшихся новыми технологиями. Чаще всего первые компьютеры появлялись в отделениях статистики и в бухгалтерии для автоматизации управленческой деятельности. Закупка компьютерной техники и программного обеспечения велась на собственные средства МО.

МИС позволяют:

1. Хранить и обрабатывать медицинские данные. Это включает данные о пациентах, медицинские карты, результаты анализов и обследований, информацию о лекарственных препаратах и многие другие данные.

2. Автоматизировать медицинские процессы. Например, системы записи пациентов, назначения лекарств, проведения обследований и выдачи результатов, оплаты медицинских услуг, а также системы управления лечением пациентов.

3. Управлять медицинскими ресурсами. Системы управления медицинскими ресурсами позволяют контролировать запасы медицинских препаратов и расходные материалы, планировать работу медицинского персонала, а также управлять финансовыми ресурсами медицинской организации.

В настоящее время в России идет реализация федерального проекта «Создание единого цифрового контура здравоохранения на основе ЕГИСЗ» (ЕЦКЗ), предусмотренного в рамках национального проекта «Здравоохранение», запущенного на основании Указа Президента РФ № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [2].

Паспорт проекта создания ЕЦКЗ был утвержден на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 г.

Целью проекта является повышение эффективности функционирования здравоохранения России путем дальнейшего развития и углубленного внедрения информационных и платформенных решений, что должно сформировать в каждом субъекте РФ так называемый Единый цифровой контур, который, в свою очередь, должен стать основой будущей цифровой трансформации здравоохранения. Целевое государственное финансирование на реализацию проекта в 2019-2024 гг. составляет 177 млрд. руб[3].

Основными направлениями реализации проекта являются:

- внедрение МИС в медицинских организациях, переход на юридически значимую ЭМК;

- внедрение региональных сервисов и систем для управления здравоохранением;
- функционирование федерального центра обработки данных и федеральных сервисов ЕГИСЗ;
- развитие сервисов личного кабинета пациента «Мое здоровье» единого портала государственных услуг (ЕПГУ);
- методическая поддержка и контроль реализации проекта со стороны Минздрава.

Последовательная реализация в 2011-2024 гг. ряда государственных проектов и существенные государственные инвестиции в это направление обеспечили к настоящему времени значительный рост оснащенности медицинских организаций компьютерной техникой, включая персональные компьютеры для рабочих мест медицинских работников, серверы и т. д. (рис. 4). По данным официальной статистики, за последние двадцать лет число персональных компьютеров и серверов, имеющих в организациях государственного здравоохранения, увеличилось в 12 раз [4].

Такая цифровая политика в области медицины прослеживается на всероссийском уровне. Что касается регионов, то на заседании коллегии Министерства здравоохранения РБ по итогам деятельности учреждений здравоохранения Башкортостана за 2021 год заместитель Премьер-министра Правительства – министр здравоохранения республики Максим Забелин представил доклад, в котором была затронута тема масштабной цифровизации сферы здравоохранения. «- На сегодняшний день к высокоскоростной сети Интернет подключено 1 802 фельдшерско-акушерских пункта. Это более 90% всех пунктов, в этом году мы планируем завершить этот процесс. В республике преобладает сельское население, и телемедицина открыла жителям отдаленных территорий возможность к онлайн-консультациям профильных специалистов прямо на местах, в этих пунктах», - заявил Максим Забелин. В единой государственной информационной системе состоит 205 медицинских организаций различных форм собственности и 124 аптечных пункта, отметил министр и подчеркнул, что эта база медицинских

документов содержит огромный объем информации, включая более 4,5 миллионов электронных медицинских карт жителей. Центральную роль в развитии информационной системы в Башкортостане выполняет проект «Цифровой контур» национального проекта «Здравоохранение» [5]. (Рис.1)



**Рисунок 1. Итоги проекта в разных сферах медицины**

По итогам 2021 года, все основные показатели проекта были достигнуты и перевыполнены.

Проанализировав статистические данные Республики, пришли к выводу, что информационная система республики состоит из 25 крупных подсистем, такие как онкология, кардиология, акушерство и профилактика, позволяющие профильным врачам в режиме реального времени проводить эффективный мониторинг состояния здоровья жителей республики по направлениям, непосредственно влияющим на показатели демографии.

В 2021 году в Центр управления сердечно-сосудистыми рисками было направлено 9 408 ЭКГ, в 2020 году 5 329 ЭКГ, на основе которых проводится мониторинг на выявление подозрений сердечно-сосудистого заболевания и оперативное направление пациента к узкому специалисту для прохождения расширенного обследования. У жителей республики большим спросом пользуется

возможность бесплатного звонка в Контакт-центр. В 2021 году получено и обработано более 4,8 млн. звонков.

Также еще одним нововведением в информационной системе здравоохранения в РБ «Голосовой помощник», который внедряется Минздравом республики. Пилотный проект уже показал свою эффективность, на сегодняшний день роботом в автоматическом режиме оформлено более 170 тысяч вызовов.

Также уже несколько лет жители Башкирии пользуются интернет порталами и мобильными приложениями. Пациенты имеют доступ к своей электронной медицинской карте и результатам анализов, включая результаты ПЦР-исследований. В 2021 году сервисами Личного кабинета пациента «Мое здоровье» портала Госуслуг воспользовались 898 тысяч граждан республики.

Башкортостан активно участвует в федеральных проектах, в том числе в части совершенствования сервиса "Мое здоровье" портала Госуслуг. В 2022 году планируется вывести новые дистанционные удобные функции – запись к врачу по направлению и на диспансерное наблюдение, онлайн-прикрепление к поликлинике, получение цифрового полиса ОМС.

Минздравом РБ реализуются пилотные проекты по электронному рецепту. Проводится комплексная автоматизация льготного лекарственного обеспечения – сформированы единые регистры льготников, автоматизирован процесс выписки электронных рецептов. А также будет осуществлена возможность выписки электронного платного рецепта [6]. Медицинские организации республики активно участвуют в переходе на электронный медицинский документооборот. Оформляются электронные больничные, направления на медико-социальную экспертизу. С первого марта 2022 года запускаются электронные свидетельства о рождении и смерти. На сегодня передано уже более одного миллиона документов. - Одним из ключевых направлений развития цифровизации, безусловно, является телемедицина. За последние два года, из-за пандемии, произошел существенный толчок в развитии телемедицинских технологий. Востребованность в удаленных консультациях выросла в 7,5 раз, - сообщил Максим Забелин на заседании коллегии по итогам деятельности учреждений здравоохранения РБ за 2021 год.

Как рассказал руководитель ведомства, в республике созданы центры компетенций и амбулаторные центры компьютерной томографии, позволяющие врачам проводить обмен медицинской информацией в реальном времени. А также проводится работа по внедрению технологий искусственного интеллекта в части анализа КТ патологии легких и маммографических исследований.

В цифровом плане хорошо развита лабораторная служба республики. Автоматизированы задачи лабораторий, результаты исследований сразу поступают в амбулаторную карту и личный кабинет пациента. Количество выполненных лабораторных исследований в 2021 году выросло в 80 раз по сравнению с 2014 годом и составило более 100 миллионов исследований.

Таким образом, подводя итог наших рассуждений, отметим, что важными задачами дальнейшего развития цифровизации в здравоохранении республики является внедрение технологий диагностики с использованием искусственного интеллекта и дистанционного мониторинга состояния здоровья граждан, с возможным подключением медицинского оборудования для передачи данных дистанционно, браслетов для идентификации пациентов и мобильных версий приложений, - резюмировал свое выступление министр здравоохранения и подчеркнул, - Это даст возможность для проведения удаленного мониторинга состояния здоровья, повышения качества диагностирования и разработки тактики лечения [7] .

### **Список литературы:**

1. Акопов, В.И. Медицинское право. Современное здравоохранение и право граждан на охрану здоровья / В.И. Акопов. - М.: Феникс, 2022. - 378 с.
2. Арунянц, Г.Г. Информационные технологии в медицине и здравоохранении / Г.Г. Арунянц, Д.Н. Столбовский, А.Ю. Калинин. - М.: Феникс, 2023. - 384 с.
3. Борьба с неравенством в здравоохранении. Синтез опыта и инструментов. - М.: Весь Мир, 2021. - 130 с.
4. Гладких, П.Ф. Здравоохранение блокированного Ленинграда (1941-1943 гг.) / П.Ф. Гладких. - М.: Медицина, 2022. - 248 с.
5. Ольховский, Анатолий Здравоохранение России. Двадцать лет реформ, которых не было: моногр. / Анатолий Ольховский , Сергей Тихонов. - М.: Нестор-История, 2021. - 290 с.

6. Пашинцев, И.А. К. Маркс и Ф. Энгельс о социальных основах здравоохранения / И.А. Пашинцев. - М.: Государственное издательство медицинской литературы, 2023. - 135 с.
7. Рассел, Джесси Всемирная организация здравоохранения / Джесси Рассел. - М.: VSD, 2023. - 926 с.

## **КАДРОВЫЙ ДЕФИЦИТ СПЕЦИАЛИСТОВ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПУТИ РЕШЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)**

*Хисамова Рената Ильдусовна*

*ординатор  
кафедры дерматовенерологии,  
ФГБОУ ВО Башкирский государственный  
медицинский университет,  
РФ, г. Уфа*

*Мустафина Гульгена Раисовна*

*научный руководитель, канд. мед. наук, доцент,  
ФГБОУ ВО Башкирский государственный  
медицинский университет,  
РФ, г. Уфа*

**Аннотация.** В данной статье будет рассмотрен кадровый дефицит специалистов здравоохранения. Целесообразно рассмотреть причины возникновения и найти пути решения к выходу проблемы.

Для того чтобы перейти к выбранной тематике исследования и оценке кадрового дефицита в Республике Башкортостан, необходимо дать общую оценку медицинских кадров в России.

В российском здравоохранении традиционно существует дефицит медицинских кадров (особенно в сельских территориях), на что обращается внимание многих ученых и практиков в работах и докладах.

По данным Минздрава Российской Федерации, которые приводит в своей работе Титова Е.Я., не хватает 148,2 тысячи врачей и более 800 тысяч медсестер.

Одной из главных причин низкой укомплектованности штата и нехватки медицинских кадров является недостаточно высокий уровень оплаты труда в системе здравоохранения в сравнении с рядом других отраслей экономики. При этом даже ее повышение не всегда позволяет мотивировать медицинский персонал к увеличению производительности труда, по причине уже имеющейся перегрузки работой. К тому же, по мнению Ошкординой А.А., негативное влияние оказала

реализация Федерального закона «О специальной оценке условий труда», согласно которому произошло сокращение срока отпусков; увеличение продолжительности рабочего времени; уменьшение разных доплат за вредные условия работы специалистов здравоохранения.

Серьезное отрицательное воздействие на деятельность всей системы оказывают возрастающая нехватка медицинских специалистов (мы говорим именно о врачах), постоянное снижение показателей укомплектованности врачами, что, безусловно, сказывается на снижении доступности и качества мед. помощи населению. Врачи в России совмещают работу на нескольких местах из-за низкого уровня оплаты труда. В западных странах распространена практика совмещения докторами амбулаторного приёма и работы в стационаре, но это не является формой дополнительного заработка.

Зарубежная практика совмещения - это способ обеспечения преемственности ведения пациентов: врач принимает пациента в приёмной и в случае необходимости продолжает лечение в больнице. Такая форма привлекает пациентов и повышает квалификацию врача, так как работа в стационаре расширяет профессиональный кругозор амбулаторного специалиста и обеспечивает непрерывность ведения пациента. Государство поддерживает такой подход в кадрах. Для решения этой непростой ситуации руководство Министерства здравоохранения России решило пойти на ряд фундаментальных мер:

- совершенствование оплаты труда и переход на эффективный контракт;
- внедрение новой формы целевой контрактной подготовки медицинских работников;
- создание Федерального регистра об уровне квалификации, возрастной и гендерной структуре медицинских работников в регионах.

По мнению большого количества российских врачей, переход на эффективный контракт сведется к интенсификации труда, но никак не скажется на его оплате.

Федеральный регистр скорей всего не устраняет дисбаланс кадров и не способствует формированию мер социальной поддержки медработников. Как

только выпускник или ординатор завершит обучение, его место окажется вакантным, и обязательства по целевому набору могут не выполняться.

Так как проблемы все же есть, те меры, которые инициированы Министерством здравоохранения РФ и регионами нужно только приветствовать. В тоже время еще один вопрос, который становится не менее актуальным, это материальное стимулирование труда медицинского персонала. Большой спектр видов работ в медицинской сфере, отсутствие четких критериев результативности труда, объективной оценки качественных показателей работы, недостаток количественных показателей измерения труда - все это делает необходимым формирования общих методических подходов к разработке стимулирующей системы финансового вознаграждения и решения кадровых вопросов, в частности кадрового обеспечения медицинских учреждений.

В Бюджетном послании Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2018 году отмечалось, что в 2019-2024 гг. на развитие системы здравоохранения из всех источников потребуется ежегодно направлять в среднем более 4 % ВВП.

Но стремиться нужно, безусловно, к 5%.

В целом, если говорить об абсолютном выражении, это означает, что общие объемы расходов на здравоохранение должны увеличиться вдвое.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики» предполагалось:

- повышение к 2018 году средней заработной платы врачей до 200% от средней заработной платы в соответствующем регионе;
- повышение к 2018 году средней заработной платы социальных работников, включая социальных работников медицинских организаций, младшего медицинского персонала (персонала, обеспечивающего условия для предоставления медицинских услуг), среднего медицинского (фармацевтического) персонала (персонала, обеспечивающего условия для предоставления медицинских услуг) до 100% от средней заработной платы в соответствующем регионе, работников

медицинских организаций, имеющих высшее медицинское (фармацевтическое) или иное высшее образование, предоставляющих медицинские услуги (обеспечивающих предоставление медицинских услуг), - до 200% от средней заработной платы в соответствующем регионе [1]. Но какова реальная картина на сегодняшний день, по мнению Л.М. Рошалья, поручение президента России Владимира Путина об увеличении заработной платы врачам привело не к увеличению государственных расходов на заработную плату, а к придуманной финансистами «оптимизации» со всеми негативными последствиями. В стране острый кадровый дефицит: не хватает врачей в первичном звене, не хватает узких специалистов. И «оптимизация» не решила кадровую проблему. Отсюда и невозможность получить лечение вовремя. Л.М. Рошаль отметил, что необходимо иметь план, каким образом мы будем ликвидировать кадровый дефицит. Это должен быть государственный план, четко проработанный, с выделенным финансированием. Но пока такого плана на государственном уровне нет [12].

Аналогичная ситуация вытекает и в Башкирии, здесь остро стоит проблема кадрового голода в медицине», - отметил глава республики Радий Хабиров на оперативном совещании правительства в ЦУРе.

Особенно ярко дефицит прослеживается в городе Стерлитамак, Стерлитамакском районе. Здесь врачи в прямом смысле бегут из поликлиник [2].

«В округе вообще кадровый дефицит, так в Стерлитамаке укомплектованность кадрами в системе здравоохранения составляет 57%. При равном уровне зарплаты в Салавате городская администрация предоставляет молодым специалистам служебное жилье, в Стерлитамаке таких возможностей меньше. Кроме того, молодым специалистам важны перспективы профессионального роста – когда-то на базе ГБ№1 существовала кафедра БГМУ, это была серьезная школа, к сожалению, потерянная», - отметил Азат Курбангалеев, депутат Государственного Собрания – Курултая Республики Башкортостан VI созыва.

Особая нехватка состоит в неврологах, кардиологах, окулистах. Граждане вынуждены обращаться в частные медицинские учреждения за баснословные суммы, что естественно является наиболее острой проблемой всех, в том числе

родителей детей с ограниченными возможностями, поскольку им необходимы более частые пребывания у специалистов. Многие вынуждены ездить к специалистам в другие близлежащие города, что приводит к ряду других проблем. По какой причине прослеживается отрицательная динамика специалистов?

Дефицит кадров связан с тем, что территория Стерлитамакского района постепенно расширяется, население и количество обращающихся в районную поликлинику увеличивается. По приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 15 мая 2012 г. № 543н «Об утверждении Положения об организации оказания первичной медико-санитарной помощи взрослому населению» на терапевтическом участке сельской местности рекомендуемая численность прикрепленного населения в соответствии с нормативным штатом медицинского персонала должна составлять 1400 человек взрослого населения в возрасте 18 лет и старше, в Стерлитамакском же районе цифра доходила до 2500 человек. В 2024 году мы приняли решение добавить новые участки в терапевтическом звене. На декабрь 2023 года было 19 участков, на сегодняшний день – 23, соответственно, появились свободные вакантные места, и возросла необходимость привлечения новых кадров.

Но это не все, с чем сталкиваются медики в Стерлитамаке. Также есть проблемы, например, у работников санитарного автотранспорта. По словам Азата Курбангалеева, водители, принятые на работу с 2014 года, не получали доплат за вредность. Но после переговоров «доплаты за работу во вредных условиях стали получать все водители».

А в прошлом году, в сентябре-ноябре, фельдшеры СМП Стерлитамака и водители санитарного автотранспорта писали обращения о том, что пациентов с подтвержденным диагнозом, которых они перевозят ковид-госпитали Стерлитамака и Уфы, нет в федеральном регистре ковид-больных. А из-за этого нет и доплат.

«Ситуация усугублялась тем, что доступа к системе РМИАЦ эти организации не имели. Горком написал обращение в Минздрав республики, оперативно был разработан порядок предоставления информации из федерального регистра.

Вопросов с ковидными доплатами ни от сотрудников скорой помощи, ни от санитарного автотранспорта сейчас не поступает», – рассказал Азат Курбангалеев [9].

Если же говорить о доплатах в стационарах, то, по словам депутата, в Городской больнице №2 Стерлитамака работа налажена «с переменным успехом», а вот в ГКБ №1 работа с регистром ковидных пациентов все еще не налажена. «Например, поступает экстренно с инфарктом больной, Covid-19 у него идет сопутствующим заболеванием. Пациенту делают операцию, затем перевозят в госпиталь. За время пребывания в больнице ковидного пациента от нескольких часов до нескольких суток сотрудники доплат не получают. А если нет ковидных пациентов, то и доказать факт инфицирования на рабочем месте медики не могут – хотя болеют повсеместно. Я лично встречался со специалистами охраны труда больницы, главным эпидемиологом, главным врачом, но понимания мы не находим. Чтобы профсоюз «зашел» с проверкой в больницу у нас должно быть официальное обращение от членов профсоюза. Пока таких обращений не было», – отметил депутат [3].

Таким образом, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод об отрицательном приросте врачей в здравоохранении, как в России, так и в РБ.

Какие же способы решения проблем можно привести?

1) Сейчас проблема активно решается. Помимо федеральных мер поддержки, существуют региональные программы. Чтобы выпускникам медицинских вузов и колледжей хотелось возвращаться на родину, а опытным врачам – оставаться работать на местах, создаются комфортные условия, укрепляется материально-техническая база: ремонтируются существующие поликлиники, закупается современное оборудование, возводятся современные модульные ФАПы, медработников обеспечивают жильём, их детям предоставляют места в детсадах и школах, специалистов стимулируют выплатами. В населённых пунктах до 50 тысяч человек врачам приходит выплата в размере 50 тысяч рублей.

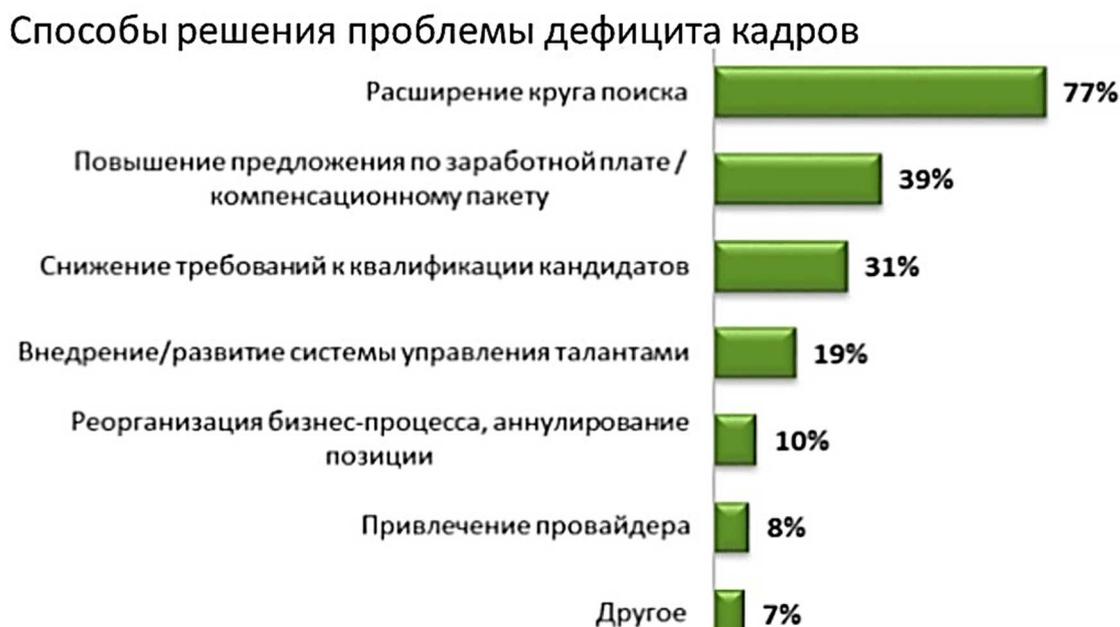
2) В 2024 году в России продолжает работать программа «Земский фельдшер», в рамках которой врачи получают 500 тысяч за трудоустройство на селе. Врач,

заклучивший договор на выплату, должен будет отработать по выбранной должности непрерывно в течение пяти лет с момента заключения договора.

3) В Республике Башкортостан, главврачи городских клинических больниц активно привлекают студентов для работы в поликлиниках: выезжают в медвузы и колледжи с лекциями, проводят экскурсии по больницам, показывая работу специалистов и оборудования. Студенты видят, как развивается медицина, к чему она стремится, и кто-то уже на первых курсах утверждает в желании работать по выбранной специализации.

Стимулирование труда медицинского персонала, для обеспечения высоких результатов их труда, является важнейшей задачей, которую можно решать как при помощи методов мотивации, так и в целом системой управления персоналом.

Организационно-правовой статус врачей в западном здравоохранении отличается от положения российских врачей. В больницах врачи работают по найму, но в сфере амбулаторной помощи основной субъект - частнопрактикующий врач, который действует в составе индивидуальных или групповых практик (Рис.1)



**Рисунок 1. Статистика распределения ресурсов для решения проблемы дефицита кадров**

Такой статус имеет ряд преимуществ:

- обеспечивает широкую самостоятельность врача в решении медицинских, организационных и экономических задач;
- обуславливает единоличную ответственность - за результаты врачебной практики отвечают сами врачи, а не организация.

В России структурная составляющая кадровой и образовательной политики оказалась ослабленной. Действующие методы планирования и регулирования кадров во многом воспроизводят структурные диспропорции кадрового состава отрасли, однако в последние годы предпринимаются попытки исправить положение, но результаты пока неочевидны.

4) Одним из действенных методов сокращения числа дефицита врачей, особенно на селе, стало бы обязательное распределение выпускников медицинских вузов, которые обучались на бюджетной основе. Таким образом, пополнится первичное звено, решится проблема дефицита врачей в сельской местности и рабочих поселках, а также в отдаленных регионах [4].

5) Также одним из направлений решения кадрового дефицита может послужить развитие государственно-частного партнерства в здравоохранении. Государственно-частное партнерство является эффективным инструментом решения ряда важных социально-экономических задач, в том числе способствующим повышению качества обслуживания пациентов и доступности дорогостоящих видов лечения, а также модернизации системы информирования, повышению уровня квалификации медицинского персонала. «Как показывает мировая практика, совместная работа государства и бизнеса и в системе обязательного медицинского страхования, и в проектах по модернизации системы здравоохранения на основе государственно-частного партнерства более эффективна, чем в тех случаях, когда система здравоохранения находится исключительно в ведении государства. В России интеграция частных инвесторов в государственное здравоохранение только начинает развитие. Государство готово использовать профессионализм и опыт частного сектора в развитии современных форм проектного финансирования, организации управления собственностью и хозяйственной

деятельностью объектов», - сообщил Заместитель Министра здравоохранения РФ Сергей Краевой. Задача устранения диспропорций в конкуренции между государственными и частными поставщиками медицинских услуг закреплена в Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020

Также Рауль Халфин, председатель профсоюза работников здравоохранения РБ отметил, что, на данный момент уже принимаются меры и планируются дальнейшие меры для его решения.

Одно из таких ярких, важных решений – открытие дополнительных филиалов медицинских колледжей в регионах нашей республики.

Открыто 4 филиала, из которых уже в следующем году будет выпуск дополнительных средних медицинских работников.

Они в основном останутся вот в этих районах, в этих округах.

Смысл в чем? Наша молодежь уезжает в другие регионы учиться и, соответственно, многие там и остаются работать.

Вот, понимая эту ситуацию, еще два года назад был «Здравчас», на котором проблему проанализировали и приняли решение открыть четыре колледжа. Это новые помещения с ремонтом, внутри учебные классы, симуляционные кабинеты. Я сам их все объехал, реально отличные условия. В 2025 году ожидается первый выпуск из этих колледжей. И наши больницы получают новые кадры [5].

Кроме того, благодаря новой программе «Врачи для малых МО», к нам переезжают медработники из других регионов. Например, на работу в ГБУЗ РБ Калтасинская ЦРБ переехала семья врачей Астапенковых из Крыма. Глава семьи Александр Владимирович и его супруга Дарья Андреевна работают участковыми врачами-терапевтами.

Еще на родину вернулась семья Муллагалиевых: глава семейства Роберт Ильдусович – дерматовенеролог, а его жена Светлана Равиловна – врач ультразвуковой диагностики [8].

В Башкирии младший персонал может рассчитывать на надбавки к заработной плате – в 2023 году Глава республики Радий Хабиров утвердил

дополнительные выплаты из регионального бюджета отдельным категориям медработников.

К примеру, медсестры по приему вызовов психиатрической бригады «скорой помощи» и младший медперсонал ежемесячно получают по 4500 рублей, специалисты со средним профильным образованием, которые оказывают первичную медико-санитарную помощь, или ведущие диспансерное наблюдение жителей – по 6500 рублей, фельдшеры и медсестры спецпсихбригад – по 7000 рублей, врачи таких подразделений – по 11 500 рублей, водители «скорых» – по 12 000, а участковые врачи – по 14 500 рублей.

По информации Министерства здравоохранения Башкирии, на сегодняшний день в медорганизациях региона работают 75 832 человека.

В том числе более 15000 врачей и более 37000 средних медицинских работников.

В этом году ожидается выпуск 1901 специалиста со средним медицинским образованием. А в 2025-2026 годах будет «двойной выпуск» специалистов среднего медицинского звена по причине введения новых Федеральных образовательных стандартов (ФГОС) среднего профессионального образования для среднего медицинского звена (сократился срок обучения, увеличен бюджет приема). В общей сложности выпустятся 5943 специалиста.

По состоянию на сегодняшний день уже заключено 1518 договоров о намерении выпускников медицинских колледжей трудоустроиться в медицинскую организацию в текущем году.

Итак, подводя к итогу размышлений текущего вопроса, необходимо сказать, что для существенного облегчения острой проблемы дефицита врачей, можно предложить несколько направлений деятельности:

- устанавливать целевые показатели снижения разрыва в уровне обеспеченности врачами сельской и городской местности. На сегодняшний день этот разрыв очень велик и составляет 14,5 и 45,2 врачей соответственно на 10 тыс. жителей. Методика планирования кадров для сельской местности должна

устанавливать сближение этих показателей как минимум до двукратного уровня [11];

- установить обязательное распределение выпускников медицинских вузов, которые обучались на бюджетной основе;

- обеспечить разработку перспективного плана развития кадровых ресурсов. Текущее планирование кадров должно дополняться перспективным с расширением горизонта до 2030-2035 гг., для чего необходимо создать новую институциональную структуру планирования кадров. Недостатки планирования в России во многом определяются ограниченными ресурсами для проведения детальной плановой работы, чрезмерной централизацией планирования;

- развивать и внедрять механизмы государственно-частного партнерства в здравоохранении;

- усилить регулирование структуры приема на внебюджетные места в ординатуре.

Предлагается внести поправки в закон «Об образовании», предусматривающие установление государственного регулирования приема студентов в ординатуру в медицинских вузах по специальностям на все места обучения независимо от источника его финансирования.

Главный механизм этого регулирования - определение структуры ресурсов вузов по отдельным специальностям, в том числе состава учебных кафедр и профессорско-преподавательского состава, т.е. регулирование предложения образовательных услуг.

### **Список литературы:**

1. Адам Кей. Будет больно: история врача, ушедшего из профессии на пике карьеры. 250 381 ISBN: 978-5-04-105299-7. Год издания: 2021. Издательство: Эксмо, Бомбора Язык: Русский.
2. Наджафова М.Н. Трудовые ресурсы как фактор повышения эффективности функционирования отрасли здравоохранения // Научный альманах Центрального Черноземья. 2022. № 2. С. 146-148.

3. Хурцилава О.Г. Обеспеченность населения врачами первичного звена здравоохранения: факты, тенденции и прогнозы / О.Г. Хурцилава, В.С. Лучкевич, М.В. Авдеева, Д.Л. Логунов // Вестник Северо-Западного государственного медицинского университета им. И.И. Мечникова. 2021. Т. 7. № 3. С. 66-72.
4. Титова Е.Я. Кадровая политика в здравоохранении: риски и пути решения // Анализ риска здоровью. 2022. № 1. С. 125-131.
5. Ошкордина А.А. Оценка использования трудовых ресурсов в медицинских учреждениях // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. 2021. № 27-2. С. 104-108.
6. Кадыров Ф.Н. Эффективный контракт в здравоохранении // Менеджер здравоохранения. 2023. № 2. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.m/article/n/effektivnyu-kontrakt-v-zdravoohranenii> (дата обращения: 13.10.2018 г.)
7. Рошаль Л.М. Дефицит медицинских кадров - это общероссийская проблема [Электронный ресурс] // MEDRUSSIA. URL: <https://medrussia.org/7549-deficit-medicinskikh-kadrov/> (дата обращения: 07.09.2024 г.)
8. Шейман И.М, Сажина В.И. Кадровая политика в здравоохранении: как преодолеть дефицит врачей [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kadrovaya-politika-v-zdravoohranenii-sravnitelnyu-analiz-rossiyskoj-mezhdunarodnoypraktiki> (дата обращения: 07.09.2024 г.)
9. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 28.09.2018) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82134/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/) (дата обращения: 06.09.2024 г.)
10. Головина Н.А. Информационно-аналитическое обеспечение реализации государственной политики в сфере здравоохранения. В сборнике: Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. Сборник научных статей 7-й Международной научно-практической конференции.- 2023. - С. 285-289.
10. Шибалков Иван Петрович. "Оценка эффективности организации системы здравоохранения: зарубежный опыт" // Вестник науки Сибири. - № 1 (20).- 2016.- С. 6676.
11. Официальный сайт Росстата России: Режим доступа // <http://www.gks.ru/>.

## РУБРИКА 4.

### «ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

#### ОБЗОР МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЛАСТИ РАЗРАБОТКИ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ЛИНИЙ РОБОТИЗИРОВАННЫХ МАНИПУЛЯТОРОВ

*И Григорий Андреевич*

*магистрант,*

*Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,  
РФ, г. Санкт-Петербург*

Роботизированные манипуляторы стали неотъемлемой частью современных автоматизированных производственных линий. Они выполняют широкий спектр задач: от простых операций по перемещению деталей до сложных процессов сборки, сварки и упаковки. Внедрение таких технологий позволяет улучшить производительность, сократить издержки и повысить гибкость производства.

Методы управления манипуляторами на производственных линиях играют ключевую роль в автоматизации процессов. Правильное управление позволяет обеспечить точное выполнение задач, сокращение времени цикла и повышение надёжности производственного процесса. Важно отметить, что выбор методов управления зависит от конкретных условий эксплуатации и задач.

1. Прямое программирование траекторий. Этот метод предполагает программирование заранее заданных траекторий движения манипулятора. Он активно используется для простых и повторяющихся операций, таких как перемещение объектов. Программирование траекторий является одним из наиболее распространённых методов для задач, не требующих высокой гибкости, и активно применяется в конвейерных линиях [6].

2. Управление по обратной связи (feedback control). Применение обратной связи позволяет манипуляторам корректировать свои действия на основании данных, получаемых в реальном времени от сенсоров. Этот метод особенно эффективен для задач, связанных с высокой точностью, таких как сборка и

обработка материалов. Обратная связь также важна для контроля за силами и моментами, прикладываемыми к объекту [7].

3. Адаптивное управление. В условиях, когда параметры внешней среды изменяются, адаптивные системы управления могут автоматически корректировать свои действия, «обучаясь» на основе текущих данных. Это особенно важно в условиях нестабильного потока продукции на линии или при необходимости обработки объектов с различными характеристиками [1, с. 67].

4. Прогнозирующее управление на основе моделей. Прогнозирующее управление использует математические модели для предсказания движения манипулятора и оптимизации его траектории. Такие методы позволяют минимизировать ошибки и сокращать временные задержки, что актуально для высокоскоростных линий [6].

5. Управление на основе машинного обучения. В последние годы активно развиваются методы, использующие машинное обучение для управления манипуляторами. Они позволяют адаптировать систему на основе анализа данных, полученных в ходе работы. Использование нейронных сетей и алгоритмов глубокого обучения даёт возможность создавать роботов, которые могут работать в условиях неопределённости и с минимальным человеческим вмешательством [2, с. 235].

Интеграция роботизированных манипуляторов с другими системами производственной линии требует использования современных технологий передачи данных, симуляции и анализа. Это позволяет обеспечить согласованную и оптимальную работу всех компонентов линии.

1. Цифровые двойники и симуляционные системы. Цифровые двойники являются мощным инструментом для тестирования и оптимизации производственных процессов. Виртуальные модели позволяют создавать точные симуляции работы манипуляторов и оценивать эффективность предложенных решений до их внедрения на реальные производственные линии [3, с. 72]. Такие симуляционные системы активно используются для разработки и тестирования сложных роботизированных линий.

2. Интерфейсы передачи данных (fieldbus-системы). Для передачи данных между манипуляторами и другими элементами системы используются промышленные сети передачи данных, такие как EtherCAT, Profinet и Modbus. Они обеспечивают синхронную работу всех устройств на производственной линии и позволяют передавать данные в реальном времени [4, с. 88].

3. Машинное зрение и системы распознавания объектов. Внедрение систем машинного зрения даёт роботам возможность распознавать объекты и ориентироваться в пространстве. Современные системы визуальной навигации с применением алгоритмов компьютерного зрения обеспечивают высокую точность операций, таких как сборка или сортировка продукции [2, с. 312].

4. Технологии управления на базе искусственного интеллекта. Искусственный интеллект находит всё более широкое применение на производственных линиях. В частности, он используется для анализа данных, планирования операций и принятия решений в реальном времени. Это позволяет манипуляторам эффективно реагировать на изменения в процессе производства и распределять задачи между собой [1, с. 129].

5. Коллаборативные технологии. Коллаборативные роботы, или коботы, – это роботы, способные безопасно работать в одном пространстве с человеком. Они используют сенсоры для контроля своего движения, что позволяет избежать травм и других нежелательных ситуаций на производственных линиях [5, с. 56]. Такие роботы становятся особенно востребованными в условиях гибкого производства, где необходимо сочетание автоматизации и ручного труда.

Методы и технологии, используемые при внедрении роботизированных манипуляторов на производственные линии, продолжают развиваться, обеспечивая всё большую производительность и гибкость систем. Управление на основе обратной связи, прогнозирующие методы и искусственный интеллект позволяют решать задачи с высокой точностью, а сенсорные системы и машинное зрение делают роботов более «умными» и адаптивными. Однако, несмотря на прогресс, остаются

вызовы, связанные с безопасностью, интеграцией и стоимостью внедрения, которые продолжают стимулировать дальнейшие исследования и разработки в этой области.

### **Список литературы:**

1. Колесников А. Коллаборативные роботы: безопасность и эффективность. – СПб.: Питер, 2021. – 288 с.
2. Курбатов Ю., Соломахин В. Интеллектуальные системы управления в робототехнике. – М.: Инженерное дело, 2020. – 298 с.
3. Лумельский В. Сенсорные системы управления роботами. – М.: Наука, 2018. – 348 с.
4. Сицилиано Б., Скавикко Л., Вилани Л., Ориоло Дж. Робототехника: Моделирование, планирование и управление. – М.: Springer, 2009. – 654 с.
5. Сорокин В. Машинное зрение и его применение в промышленности. – М.: Техносфера, 2017. – 412 с.
6. ABB Robotics. RobotStudio [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://new.abb.com/products/robotics/robotstudio>, свободный. (Дата обращения 11.09.2024).
7. KUKA AG. SimPro Simulation Software Documentation [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://www.kuka.com/en-de/products/simulation-planning/simulation-software/kuka-sim>, свободный. (Дата обращения 11.09.2024).

**РУБРИКА 5.**  
**«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ  
В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ НА 2025-2035 ГОДА**

***Юрченко Анастасия Евгеньевна***

*магистрант*

*Донского государственного технического университета,  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

***Сапожникова Екатерина Юрьевна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,  
заведующая кафедрой*

*Коммерческое и предпринимательское право,  
Донского государственного технического университета,  
РФ, г. Ростов-на-Дону*

**IMPROVEMENT OF SPECIAL TAX REGIMES IN THE LONG TERM  
FOR 2025-2035**

***Anastasia Yurchenko***

*Undergraduate student,*

*Don State Technical University,  
Russia, Rostov-on-Don*

***Ekaterina Sapozhnikova***

*Supervisor,*

*PhD economic sciences, associate professor,  
Head of the Department of Commercial  
and Entrepreneurial Law,  
Don State Technical University,  
Russia, Rostov-on-Don*

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы совершенствования налогового законодательства, повышения информационной открытости и прозрачности налоговых органов, а также развития системы налогового консультирования и образования. Авторы предлагают практические рекомендации и предложения по решению существующих проблем и ограничений, с целью обеспечения

эффективного управления специальными налоговыми режимами и стимулирования экономического роста в России.

**Abstract.** The article discusses the issues of improving tax legislation, increasing the information openness and transparency of tax authorities, as well as the development of the tax consulting and education system. The authors offer practical recommendations and suggestions for solving existing problems and limitations in order to ensure effective management of special tax regimes and stimulate economic growth in Russia.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, малое и среднее предпринимательство, налоговая система, налоговое законодательство, специальные налоговые режимы,

**Keywords:** digital economy, small and medium-sized enterprises, tax system, tax legislation, special tax regimes.

В современном мире налоговая политика играет ключевую роль в экономическом развитии государств. Эффективное налогообложение способствует стимулированию экономического роста, привлечению инвестиций и обеспечению социальной справедливости. В последние годы особое внимание уделяется совершенствованию специальных налоговых режимов, которые позволяют адаптировать налоговую систему к меняющимся экономическим условиям и потребностям различных секторов экономики. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты совершенствования специальных налоговых режимов в долгосрочной перспективе на 2025-2035 года.

Основные принципы совершенствования специальных налоговых режимов

Совершенствование специальных налоговых режимов должно основываться на нескольких ключевых принципах:

1. Прозрачность и предсказуемость. Налоговая система должна быть максимально прозрачной и предсказуемой, чтобы налогоплательщики могли планировать свои действия и принимать обоснованные решения.

2. Эффективность. Специальные налоговые режимы должны быть направлены на стимулирование экономического роста, инноваций и развития приоритетных секторов экономики.

3. Социальная справедливость. Налоговая система должна обеспечивать справедливое распределение налогового бремени между различными категориями налогоплательщиков, учитывая их социально-экономическое положение.

4. Международное сотрудничество. Совершенствование специальных налоговых режимов должно учитывать международные стандарты и рекомендации, чтобы обеспечить конкурентоспособность национальной экономики на глобальном уровне.

Основные направления совершенствования специальных налоговых режимов.

#### I. Развитие налоговых режимов для малого и среднего бизнеса

Специальные налоговые режимы для малого и среднего бизнеса направлены на стимулирование развития этого сектора экономики, который играет ключевую роль в обеспечении экономического роста, создании новых рабочих мест и инновационного развития. Основные меры включают в себя:

1. Упрощение налогового администрирования. Это может включать в себя упрощение процедур регистрации и отчетности, а также автоматизацию налоговых процессов.

2. Снижение налоговой нагрузки. Это может включать в себя снижение налоговых ставок, предоставление налоговых льгот и освобождение от уплаты некоторых налогов.

3. Программы поддержки. Это может включать в себя предоставление субсидий, кредитов и гарантий для малого и среднего бизнеса, а также поддержку в области маркетинга и продаж.

II. Совершенствование налоговых режимов для инновационной и высокотехнологичной деятельности

Специальные налоговые режимы для инновационной и высокотехнологичной деятельности направлены на стимулирование развития науки, технологий и инноваций. Основные меры включают в себя:

1. Налоговые льготы для научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Это может включать в себя освобождение от уплаты налогов на прибыль, полученную от реализации результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

2. Поддержка стартапов и инновационных проектов. Это может включать в себя предоставление налоговых льгот, субсидий и кредитов для стартапов и инновационных проектов.

3. Создание специализированных зон для инновационной деятельности. Это может включать в себя создание специализированных зон, где компании, занимающиеся инновационной деятельностью, могут получать налоговые льготы и другие преференции.

### III. Развитие "зеленых" налоговых режимов

"Зеленые" налоговые режимы направлены на стимулирование экологически устойчивого развития и включают в себя налоговые льготы для компаний, реализующих проекты в области возобновляемой энергетики, экологической защиты и устойчивого развития. Основные меры включают в себя:

1. Налоговые льготы для проектов в области возобновляемой энергетики. Это может включать в себя освобождение от уплаты налогов на прибыль, полученную от реализации проектов в области возобновляемой энергетики.

2. Поддержка экологических проектов. Это может включать в себя предоставление налоговых льгот, субсидий и кредитов для проектов, направленных на экологическую защиту и устойчивое развитие.

3. Создание специализированных зон для "зеленых" проектов. Это может включать в себя создание специализированных зон, где компании, реализующие "зеленые" проекты, могут получать налоговые льготы и другие преференции.

### IV. Совершенствование налоговых режимов для социально значимых проектов

Специальные налоговые режимы для социально значимых проектов направлены на стимулирование развития проектов в области здравоохранения, образования и культуры. Основные меры включают в себя:

1. Налоговые льготы для организаций, занимающихся социально значимыми проектами. Это может включать в себя освобождение от уплаты налогов на прибыль, полученную от реализации социально значимых проектов.

2. Поддержка социальных проектов. Это может включать в себя предоставление налоговых льгот, субсидий и кредитов для организаций, занимающихся социально значимыми проектами.

3. Создание специализированных зон для социальных проектов. Это может включать в себя создание специализированных зон, где организации, занимающиеся социально значимыми проектами, могут получать налоговые льготы и другие преференции

Международный опыт совершенствования специальных налоговых режимов демонстрирует различные подходы к стимулированию экономического роста, инноваций и развития приоритетных секторов экономики. Ниже приведены примеры нескольких стран, которые активно работают над совершенствованием своих налоговых систем:

В США существует ряд налоговых льгот для малого бизнеса, включая упрощение налогового администрирования и снижение налоговой нагрузки. Например, Закон о сокращении налогов и рабочих мест (Tax Cuts and Jobs Act) 2017 года предусматривает снижение налоговой ставки для малого бизнеса и упрощение налогового администрирования.

В Германии активно развивается концепция "зеленых" налоговых режимов, направленных на стимулирование экологически устойчивого развития. Согласно Закону о возобновляемых источниках энергии, который был принят в качестве закона о возобновляемых источниках энергии (Renewable Energy Sources Act), инвесторы имеют право на налоговую льготу для реализации проектов в этой области.

В Китае активно развивается налоговая политика, направленная на стимулирование инноваций и развития высокотехнологичных отраслей экономики. Например, Закон о налоге на прибыль (Enterprise Income Tax Law) предусматривает

налоговые льготы для компаний, занимающихся научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами.

В Японии активно развивается налоговая политика, направленная на стимулирование социально значимых проектов. Закон о налоге на прибыль (Corporate Income Tax Law) предусматривает налоговые льготы для организаций, занимающихся социально значимыми проектами в области здравоохранения, образования и культуры.

В Великобритании активно развивается концепция "зеленых" налоговых режимов, направленных на стимулирование экологически устойчивого развития. Закон о климатическом изменении (Climate Change Act) предусматривает налоговые льготы для проектов, направленных на сокращение выбросов парниковых газов.

Совершенствование специальных налоговых режимов является ключевым направлением налоговой политики в долгосрочной перспективе на 2025-2035 года. Это позволит адаптировать налоговую систему к меняющимся экономическим условиям, стимулировать экономический рост, инновации и развитие приоритетных секторов экономики, а также обеспечить социальную справедливость и международное сотрудничество. Для успешной реализации этих целей необходимо учитывать международные стандарты и рекомендации, а также проводить регулярный мониторинг и анализ эффективности специальных налоговых режимов.

### **Список литературы:**

1. "Налоговая политика и экономический рост" / под ред. И.И. Кузнецова. - Москва: Издательство "Финансы и кредит", 2021.
2. "Современные тенденции развития налоговых систем" / под ред. А.А. Александровой. - Санкт-Петербург: Издательство "Экономическая летопись", 2022.
3. "Международный опыт налогового регулирования" / под ред. В.В. Кузнецова. - Москва: Издательство "Юрист", 2021.
4. "Экологически устойчивое развитие и налоговая политика" / под ред. Е.С. Петровой. - Москва: Издательство "Наука", 2022.
5. "Налоговые режимы для малого и среднего бизнеса: международный опыт" / под ред. А.В. Смирнова. - Москва: Издательство "Финансы и кредит", 2021.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

## МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

*Электронный сборник статей по материалам CCLXV студенческой  
международной научно-практической конференции*

№ 33 (265)  
Сентябрь 2024 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»  
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74  
E-mail: [mail@nauchforum.ru](mailto:mail@nauchforum.ru)

16+

