



ISSN 3034-218X
№ 9 / 2026

НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

**НОВАЯ НАУКА:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Главный редактор:

Сукиасян Асатур Альбертович, к.э.н.

Редакционный совет:

Абдуллин Тимур Зуфарович, к.т.н.
Абидова Гулмира Шухратовна, д.т.н.
Авазов Сардоржон Эркин угли, д.с.-х.н.
Агафонов Юрий Алексеевич, д.м.н.
Алейникова Елена Владимировна, д.гос.упр.
Алиев Закир Гусейн оглы, д.фил.агр.н.
Андрейчев Алексей Владимирович, к.б.н.
Бабаян Анжела Владиславовна, д.пед.н.
Баишева Зия Вагизовна, д.фил.н.
Байгузина Люза Закиевна, к.э.н.
Булатова Айсылу Ильдаровна, к.соц.н.
Бурак Леонид Чеславович, к.т.н., PhD
Ванесян Ашот Саркисович, д.м.н.
Васильев Федор Петрович, д.ю.н., член РАЮН
Вельчинская Елена Васильевна, д.фарм.н.
Виневская Анна Вячеславовна, к.пед.н.
Габрусь Андрей Александрович, к.э.н.
Галимова Гузалия Абкадировна, к.э.н.
Гетманская Елена Валентиновна, д.пед.н.
Гимранова Гузель Хамидулловна, к.э.н.
Григорьев Михаил Федосеевич, д.с.-х.н.
Грузинская Екатерина Игоревна, к.ю.н.
Гулиев Игбал Адилевич, к.э.н.
Датий Алексей Васильевич, д.м.н.
Долгов Дмитрий Иванович, к.э.н.
Дусматов Абдурахим Дусматович, к. т. н.
Ежкова Нина Сергеевна, д.пед.н.,
Екшикеев Тагер Кадырович, к.э.н.
Епхиева Марина Константиновна, к.пед.н.
Ефременко Евгений Сергеевич, к.м.н.
Закиров Мунавир Закиевич, к.т.н.
Зарипов Хусан Баходирович, PhD.
Иванова Нионила Ивановна, д.с.-х.н.
Калужина Светлана Анатольевна, д.х.н.
Канарейкин Александр Иванович, к.т.н.
Касимова Дилара Фаритовна, к.э.н.
Киракосян Сусана Арсеновна, к.ю.н.
Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, д.вет.н.
Кленина Елена Анатольевна, к.филос.н.
Клещина Марина Геннадьевна, к.э.н.,
Козлов Юрий Павлович, д.б.н.,
Кондрашихин Андрей Борисович, д.э.н.
Кониовская Наталья Олеговна, к.э.н.

Конопацкова Ольга Михайловна, д.м.н.
Куликова Татьяна Ивановна, к.псих.н.
Курбанаева Лилия Хамматовна, к.э.н.
Курманова Лилия Рашидовна, д.э.н.
Ларионов Максим Викторович, д.б.н.
Малышкина Елена Владимировна, к.и. н.
Маркова Надежда Григорьевна, д.пед.н.
Мещерякова Алла Брониславовна, к.э.н.
Мухамадеева Зинфира Фанисовна, к.соц.н.
Мухамедова Гулчехра Рихсибаевна, к.пед.н.
Набиев Тухтамурод Сахобович, д.т.н.
Нурдавлитова Эльвира Фанизовна, к.э.н.
Песков Аркадий Евгеньевич, к.полит.н.
Половения Сергей Иванович, к.т.н.
Пономарева Лариса Николаевна, к.э.н.
Почивалов Александр Владимирович, д.м.н.
Прошин Иван Александрович, д.т.н.
Равшанов Махмуд, д.филос.н.
Саттарова Рано Кадыровна, к.биол.н.,
Сафина Зия Закировна, к.э.н.
Симонович Надежда Николаевна, к.псих.н.
Симонович Николай Евгеньевич, д.псих.н.
Сирик Марина Сергеевна, к.ю.н.
Смирнов Павел Геннадьевич, к.пед.н.
Старцев Андрей Васильевич, д.т.н.
Танаева Замфира Рафисовна, д.пед.н.
Терзиев Венелин Кръстев, д.э.н., член РАЕ
Трифоновна Елена Николаевна, к.э.н.
Умаров Бехзод Тургунпулатович, д.т.н.
Хайров Расим Золимхон углы, к.пед.н.
Хамзаев Иномжон Хамзаевич, к. т. н.
Хасанов Сайдинаби Сайдивалиевич, д.с.-х.н.
Чернышев Андрей Валентинович, д.э.н.
Чиладзе Георгий Бидзинович, д.э.н., д.ю.н.
Шилкина Елена Леонидовна, д.соц.н.
Шкирмонтов Александр Прокопьевич, д.т.н.
Шляхов Станислав Михайлович, д.физ.-мат.н.
Шошин Сергей Владимирович, к.ю.н.
Юсупов Рахимьян Галимьянович, д.и. н.
Яковишина Татьяна Федоровна, д.т.н.
Янгиоров Азат Вазинович, д.э.н.
Яруллин Рауль Рафаэлович, д.э.н., член РАЕ

Учредитель, издатель и редакция научного электронного журнала «Новая наука: проблемы и перспективы»:

Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований»

450057, г. Уфа, ул. Пушкина 120

+7 347 29 88 999

<https://ami.im/>

info@ami.im

Верстка / корректура: Мартиросян О.В. / Киреева М.В.

Подписано для публикации на сайте <https://ami.im/> 08.09.2026 г.

Формат 60х90/8.

Электронные текстовые данные (1 Мб).

Усл. печ. л. 6.00.

Цена свободная. Распространяется по подписке.

Все статьи проходят экспертную оценку.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Учредитель, издатель и редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

СОДЕРЖАНИЕ

МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ

- Джумаев Ы.З.** 5
ПЕРЕЛОМЫ ЛУЧЕВОЙ КОСТИ В ТИПИЧНОМ МЕСТЕ: ПРИЧИНЫ, ДИАГНОСТИКА И ЛЕЧЕНИЕ

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Чэн Цзюньжу, Токсобаев Б.Т., Камбарова Ж.У.** 10
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ДРАЙВЕРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Убушиева О.А.** 16
ЕДИНСТВО В МНОГООБРАЗИИ: ЧТО ГОВОРИТ СТАТИСТИКА О ВЕРЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ (ПО ДАННЫМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В КАЛМЫКИИ)

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Хо Тхань Тунг** 22
ОТ «MADE IN CHINA» К «BEAUTIFUL CHINA»: СТРАТЕГИЯ МЯГКОЙ СИЛЫ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБРАЗА КИТАЯ ПОСРЕДСТВОМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

- Зиганшин А.М.** 35
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ РОЛИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

- Иванова Л.Ю.** 39
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УЧЁТА В ОБЛАСТИ ЖИВОТНОВОДСТВА

МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ



MEDICAL SCIENCES

Джумаев Ы.З.,

Студент 4-го курса педиатрического факультета,
Государственный медицинский университет Туркменистана
им. Мырата Гаррыева, Ашхабад

ПЕРЕЛОМЫ ЛУЧЕВОЙ КОСТИ В ТИПИЧНОМ МЕСТЕ: ПРИЧИНЫ, ДИАГНОСТИКА И ЛЕЧЕНИЕ

Аннотация

Переломы лучевой кости в типичном месте относятся к наиболее распространённым повреждениям верхней конечности. Чаще всего они возникают при падении на вытянутую руку и сопровождаются смещением костных отломков. В статье рассмотрены причины и механизмы травмы, клинические проявления, методы диагностики и современные подходы к лечению таких переломов.

Ключевые слова:

перелом, лучевая кость, типичное место, диагностика,
иммобилизация, остеосинтез, реабилитация.

Перелом лучевой кости в типичном месте — одно из наиболее частых повреждений костно-мышечной системы, составляющее до 16–18 % от всех переломов костей человека. Под “типичным местом” понимается участок в области дистального метафиза лучевой кости, примерно в 2–3 см от лучезапястного сустава.

Наиболее часто такие переломы наблюдаются у женщин старше 45 лет в период постменопаузы, что связано с развитием остеопороза и снижением плотности костной ткани. Также нередко травма встречается у людей

трудоспособного возраста при падении на вытянутую руку или при дорожно-транспортных происшествиях.

Этиология и механизм травмы. Основной причиной переломов лучевой кости является падение на вытянутую руку, при котором сила удара передаётся на кисть и дистальный отдел предплечья.

Выделяют два основных типа переломов:

1. Перелом по Коллесу — при падении на ладонь с разгибанием кисти. Отломок смещается кзади и вверх.

2. Перелом по Смитсу — при падении на тыльную поверхность кисти, когда отломок смещается кпереди.

К предрасполагающим факторам относятся: снижение плотности костной ткани (остеопороз); пожилой возраст; нарушение координации движений; заболевания опорно-двигательного аппарата.

Клиническая картина. Для перелома лучевой кости в типичном месте характерны следующие симптомы: резкая боль в области запястья и предплечья; отёк и деформация ("штыкоподобная кисть" при переломе по Коллесу); ограничение движений кисти и пальцев; патологическая подвижность в месте перелома; хруст (крепитация) при пальпации. Больные часто жалуются на невозможность опираться на руку и значительное снижение функциональной активности конечности.

Диагностика. Диагноз ставится на основании клинических данных и рентгенографического исследования.

1. Рентгенография в двух проекциях (прямая и боковая) позволяет определить локализацию, тип перелома и наличие смещения отломков.

2. Компьютерная томография (КТ) применяется при сложных и многооскольчатых повреждениях.

3. Магнитно-резонансная томография (МРТ) используется для оценки состояния мягких тканей, связок и суставного хряща.

Лечение. Тактика лечения зависит от характера перелома, степени смещения отломков и общего состояния пациента.

1. Консервативное лечение

Применяется при переломах без смещения или при возможности закрытой репозиции.

Выполняется местная анестезия и ручная репозиция отломков.

После восстановления анатомической формы накладывается гипсовая лонгета от верхней трети предплечья до основания пальцев.

Иммобилизация сохраняется в течение 4–6 недель.

После снятия гипса назначаются лечебная гимнастика и физиотерапия.

2. Хирургическое лечение

Показано при нестабильных или оскольчатых переломах со смещением, когда закрытая репозиция неэффективна.

Выполняется открытая репозиция и остеосинтез с применением металлических пластин, спиц или винтов.

В некоторых случаях используется внешний фиксатор (аппарат Илизарова).

После операции проводят реабилитационные мероприятия для восстановления подвижности и силы руки.

Реабилитация играет ключевую роль в восстановлении функции конечности. Она включает: лечебную физкультуру (ЛФК) — упражнения для пальцев, кисти и предплечья; массаж и физиотерапию (электрофорез, магнитотерапию, УВЧ);

постепенное увеличение нагрузки на руку; профилактику контрактур и тугоподвижности суставов. Полное восстановление функции кисти обычно происходит через 2–3 месяца, но у пожилых пациентов этот срок может быть дольше.

Возможные осложнения. При несвоевременном или неправильном

лечении возможны осложнения: вторичное смещение отломков; несращение или неправильное сращение перелома; контрактуры суставов; хроническая боль и деформация кисти; нарушение функции руки. Для предупреждения осложнений важно строго соблюдать режим иммобилизации и выполнять рекомендации врача по реабилитации.

Заключение. Переломы лучевой кости в типичном месте являются частыми и относительно благоприятными при условии своевременной диагностики и адекватного лечения.

Современные методы иммобилизации, остеосинтеза и физиотерапии позволяют добиться полного восстановления анатомии и функции конечности.

Особое внимание необходимо уделять профилактике травм у пожилых людей с остеопорозом и формированию правильных двигательных навыков у населения.

Список использованной литературы:

1. Корнилов Н.В., Гурьев А.Г. Травматология и ортопедия. Санкт-Петербург: ГЭОТАР-Медиа, 2018.
2. Ройтман Е.В., Фадеев Р.А. Переломы лучевой кости в типичном месте: современные подходы к лечению. Журнал травматологии и ортопедии, 2021.
3. Court-Brown C.M., Caesar B. Epidemiology of adult fractures: A review. Injury, 2006.
4. Chen N.C., Jupiter J.B. Distal radius fractures — classification and management. Journal of Hand Surgery, 2020.
5. Фомина Л.И., Сидоров В.П. Реабилитация пациентов после переломов костей предплечья. Медицинская практика, 2022.

© Джумаев Ы.З., 2026

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ



PEDAGOGICAL SCIENCES

Чэн Цзюньжу

Ph.D. candidate in Management,

НИИ инновационной экономики им. Ш. Мусакожоева,

г. Бишкек, Кыргызская Республика

Токсобаев Б.Т.

д-р экон. наук, Кыргызский экономический университет

им. М. Рыскулбекова, г. Бишкек

Камбарова Ж.У.

канд. экон. наук, доцент, НИИ инновационной экономики

им. Ш. Мусакожоева, г. Бишкек

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ:
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ДРАЙВЕРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ****Аннотация**

Статья посвящена анализу институциональных драйверов интеграции образовательного пространства Центральной Азии. Рассматриваются три ключевых фактора: Болонский процесс, задающий европейскую модель сближения образовательных систем; Евразийский экономический союз (ЕАЭС), формирующий наднациональные механизмы координации; и китайская инициатива «Пояс и путь», создающая восточный вектор образовательного сотрудничества. Показано, что данные драйверы имеют различную институциональную природу и разнонаправленное влияние, что обуславливает многовекторный характер образовательной интеграции в регионе. Сформулированы перспективы развития интеграционных процессов с учетом комплементарности указанных факторов.

Ключевые слова:

образовательная интеграция, Центральная Азия, Болонский процесс, ЕАЭС, инициатива «Пояс и путь», институциональные драйверы.

Интеграция образовательного пространства Центральной Азии представляет собой сложный и многовекторный процесс, обусловленный действием нескольких институциональных драйверов различной природы. В отличие от советского периода, когда единство образовательного пространства обеспечивалось административными механизмами единого государства, в постсоветскую эпоху интеграция осуществляется добровольно, под влиянием внешних институциональных моделей и региональных интеграционных проектов. При этом постсоветские трансформации образовательных систем региона существенно изменили исходные условия интеграции [3], а сохраняющиеся вызовы — от неравенства доступа до качества образования — продолжают определять ее контекст [4]. Понимание природы и направленности указанных драйверов имеет как теоретическое, так и практическое значение для выработки региональной образовательной политики.

Болонский процесс как европейский вектор интеграции

Первым ключевым драйвером выступает Болонский процесс, к которому присоединились Казахстан и Кыргызстан. Болонская модель задает европейские стандарты: трехуровневую структуру высшего образования, кредитную систему, механизмы обеспечения качества и академической мобильности. Участие стран региона в Болонском процессе создает общую рамку сопоставимости национальных образовательных систем, что облегчает взаимное признание квалификаций. Вместе с тем переход от добровольного участия к скоординированному мониторингу является постепенным и неравномерным процессом [1].

ЕАЭС как институциональная рамка региональной координации

Вторым драйвером является Евразийский экономический союз (ЕАЭС), в рамках которого формируются наднациональные механизмы координации, включая образовательное измерение. Хотя ЕАЭС является

прежде всего экономическим объединением, интеграция рынков труда объективно требует сближения образовательных стандартов и признания квалификаций. Создание общего рынка труда стимулирует гармонизацию требований к профессиональной подготовке и формирует спрос на сопоставимые образовательные результаты. Опыт Кыргызстана в данном отношении показателен, поскольку переходный период сопровождался глубокой перестройкой системы высшего образования [5].

Инициатива «Пояс и путь» как восточный вектор сотрудничества

Третьим драйвером выступает китайская инициатива «Пояс и путь», задающая восточный вектор образовательного сотрудничества. В рамках инициативы расширяются академические обмены, совместные образовательные программы, стипендиальные программы и научно-техническое сотрудничество между Китаем и странами Центральной Азии. Данный драйвер ориентирован не столько на унификацию стандартов, сколько на развитие двусторонней и многосторонней академической мобильности и создание новых институциональных связей.

Многовекторность интеграции: теоретическая интерпретация

С теоретической точки зрения взаимодействие указанных драйверов может быть интерпретировано в рамках концепции политического переноса (policy transfer), согласно которой заимствование образовательных моделей в ином институциональном контексте является активным и избирательным процессом, а не механическим копированием [2]. Многовекторность интеграции отражает одновременное влияние европейской, евразийской и восточной моделей, каждая из которых задает собственные институциональные ориентиры. Разнонаправленность данных факторов является не недостатком, а особенностью постсоветской интеграции, в которой отсутствует единый доминирующий центр.

Перспективы развития интеграционных процессов

Перспективы образовательной интеграции в Центральной Азии связаны с комплементарным использованием указанных драйверов. Болонский процесс обеспечивает общую рамку сопоставимости, ЕАЭС создает институциональные механизмы координации в рамках общего рынка труда, а «Пояс и путь» открывает восточный вектор академической мобильности. Эффективная интеграционная стратегия должна учитывать разнонаправленный характер этих факторов и избегать односторонней ориентации на какой-либо один из них.

Заключение

Таким образом, образовательная интеграция Центральной Азии носит многовекторный характер и определяется тремя основными институциональными драйверами: Болонским процессом, ЕАЭС и инициативой «Пояс и путь». Различная институциональная природа данных факторов обуславливает как возможности, так и ограничения интеграционных процессов. Практическое значение проведенного анализа состоит в обосновании необходимости сбалансированной интеграционной политики, учитывающей комплементарность европейского, евразийского и восточного векторов.

Список использованной литературы:

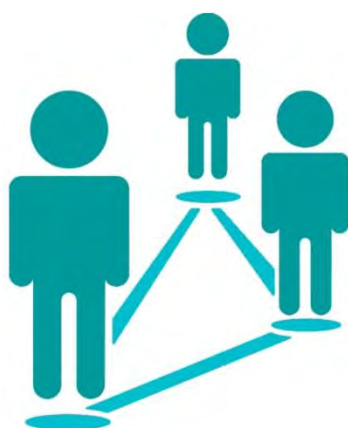
1. Ravinet P. From voluntary participation to monitored coordination: "European" and "national" structures in the Bologna process // European Journal of Education. 2008. Vol. 43. № 3. P. 353-367.
2. Dolowitz D.P., Marsh D. Learning from abroad: The role of policy transfer in contemporary policy-making // Governance. 2000. Vol. 13. № 1. P. 5-24.
3. Silova I. Globalization on the margins: Education and postsocialist transformations in Central Asia. Information Age Publishing, 2011. 375 p.
4. Heyneman S.P., DeYoung A.J. (eds.) The challenges of education in Central

Asia. Information Age Publishing, 2004. 400 p.

5. DeYoung A.J. Lost in transition: Redefining students and universities in the contemporary Kyrgyz Republic. Information Age Publishing, 2010. 186 p.

© Чэн Цзюньжу, Токсобаев Б.Т., Камбарова Ж.У., 2026

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ



SOCIOLOGICAL SCIENCES

Убушиева О.А.

научный сотрудник,

отдел социологических исследований

БНУ РК «Институт комплексных исследований аридных территорий»,

г. Элиста

ЕДИНСТВО В МНОГООБРАЗИИ: ЧТО ГОВОРIT СТАТИСТИКА О ВЕРЕ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ (ПО ДАННЫМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В КАЛМЫКИИ)

Аннотация

В статье анализируются результаты социологического опроса, посвященного религиозной самоидентификации и межконфессиональным отношениям. Исследуется роль религии в жизни человека, отдельное внимание уделяется уровню толерантности к представителям других религий.

Ключевые слова:

толeрантность, межконфессиональные отношения, ценностные ориентации, духовный поиск.

Современное общество принято называть поляризованным, а религиозную карту мира — полем скрытых конфликтов. Однако цифры социологических исследований часто опровергают громкие медийные нарративы. Данные нашего исследования показывают иную картину: под покровом формального разнообразия конфессий скрывается глубокое ценностное единство. Статистика фиксирует не распад общества по религиозным границам, а формирование нового типа гражданской солидарности.

Социологическое исследование было проведено методом анкетирования. Выборка составила 450 респондентов от 16 до 35 лет, представляющих различные социальные группы, образовательные учреждения и районы проживания.

Респондентам был задан вопрос, показывающий картину распределения религиозных предпочтений: «Какой веры Вы придерживаетесь?» (см.табл.1)

Таблица 1

Какой веры Вы придерживаетесь?, в %

Христианство	27,4
Буддизм	68,9
Ислам	3,7
Иудаизм	0,0

Подавляющее большинство опрошенных заявили о своей приверженности буддизму (68,9%). Это говорит о значительной популярности буддистских учений и практик среди местного населения. Вторая по численности группа верующих, принадлежащих христианским конфессиям (27,4%). Данная цифра может включать различные течения христианства, такие как православие, католицизм и протестантизм. Наименьшую группу составили мусульмане, исповедующие ислам (3,7%). Низкий процент может говорить о незначительном количестве последователей ислама в республике. Ни один участник опроса не указал приверженность иудаизму, что может означать полное отсутствие еврейского населения или редкость следования иудаистской практике в исследуемой местности. Эта статистика важна для понимания религиозной структуры общества.

Следующий вопрос исследования показал какое значение респонденты придают своей вере: «Что дает Вам вера?» (см.табл.2)

Таблица 2

Что дает Вам вера?, в %

Религиозная вера придает моей жизни смысл	14,4
Религия духовно развивает человека	34,0
Религия дает мне веру, надежду и является жизненной опорой	39,1
Религиозная вера не обязательна для светской жизни	12,5

Самая многочисленная группа рассматривает религию как фактор психологической устойчивости, позволяющий преодолевать жизненные трудности и находить внутреннюю силу для решения проблем (39,1%). Основная часть верующих отмечают положительное влияние религии на их внутренний мир, способность развиваться и улучшать собственные моральные качества (34,0%). Малая часть опрошенных ощущает глубокую зависимость смысла своего существования от религиозной веры. Для них религия представляет фундаментальную базу личного бытия (14,4%). Определённая часть респондентов относятся к религии равнодушно или критично, считая её необязательной составляющей жизни (12,5%). Таким образом, результаты опроса ясно показывают, что религия выступает мощным ресурсом, помогающим человеку обрести душевное спокойствие, почувствовать уверенность в себе и осознать собственное предназначение.

Ответы, полученные на следующий вопрос в анкетировании, ярко демонстрируют отношение опрошенных к представителям других религий: «Как Вы относитесь к людям, исповедующим другие религии» (см. табл. 3)

Таблица 3

Как Вы относитесь к людям, исповедующим другие религии, в %

Поддерживаю верующих только своей религиозной конфессии	5,3
Главное - качества человека, а не его религиозная принадлежность	42,3

Общаюсь с людьми разных национальностей, не обращаю внимание на их религиозную принадлежность	35,5
Не вижу принципиальной разницы между верующими разных конфессий	16,9

Этот вопрос переводит теорию в плоскость повседневного социального взаимодействия. Цифры здесь звучат наиболее убедительно в контексте темы единства: широкая часть опрошенных утверждает, что религия не играет решающей роли в их взаимодействии с окружающими. Общение строится на общих интересах, дружбе и профессиональном сотрудничестве, независимо от вероисповедания собеседника (35,5%). Наибольшая группа респондентов фокусируется на человеческих достоинствах и поведении, а не на принадлежности к той или иной конфессии. Взаимодействие определяется человеческими качествами, профессионализмом и личным вкладом человека в общество (42,3%). Часть опрошенных считает, что разница между религиями несущественна и основывается на общем понимании морали и нравственности (16,9%). Люди этой группы стремятся видеть общие черты между различными верованиями и сосредотачиваются на объединяющих аспектах человеческой природы. Крайне низкая доля респондентов выбирает данную позицию, что говорит о низком уровне замкнутости и изолированности на основании религии (5,3%). Данные подчеркивают высокий уровень толерантности и открытости молодежи Калмыкии по отношению к разным религиям. Отношения строятся главным образом на основе личных качеств и человеческого достоинства, а не религиозной принадлежности.

Статистика разрушает миф о неизбежном конфликте цивилизаций на микроуровне. Заголовок «Единство в многообразии» перестает быть просто красивой фразой и обретает математическое подтверждение. Современное общество выстроило работающий механизм общежития: мы сохраняем свои

уникальные традиции (разнообразие), но фундаментом для совместной жизни делаем универсальные человеческие ценности (единство). Вера сегодня работает не как пограничный столб, отделяющий одну группу людей от другой, а как общая система навигации, помогающая всем двигаться.

Список использованной литературы:

1. Роль религиозного фактора, традиционных и духовно-нравственных ценностей в социализации молодежи Калмыкии: социологический опрос [опрос проводился в г. Элисте и 13 районах республики, выборка 450 респондентов] / Кальдинова Г.П., Авеева Б.М., Убушиева О.А., Ункуров Э.Ю. / Ин-т комплек. исслед. арид. территорий.

© Убушиева О.А., 2026

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ



PHILOLOGICAL SCIENCES

Хо Т.Т.

кандидат наук

Дипломатическая академия Вьетнама

г. Ханой, Вьетнам

ОТ «MADE IN CHINA» К «BEAUTIFUL CHINA»: СТРАТЕГИЯ МЯГКОЙ СИЛЫ В ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБРАЗА КИТАЯ ПОСРЕДСТВОМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация

В условиях конкуренции за образ страны Китай реализует стратегии перехода от образа «мировой фабрики» к стране с богатым культурным наследием. В статье «Beautiful China» анализируется как инструмент мягкой силы и национального брендинга. На основе анализа документов показано, что кампания формирует образ Китая через пять блоков: древняя цивилизация, культурное разнообразие, природные ландшафты, современные города и технологии. Она объединяет туризм, культурную дипломатию и цифровую коммуникацию.

Ключевые слова:

мягкая сила, национальный брендинг, Beautiful China, туристическая коммуникация, культурная дипломатия, Китай.

Введение. В процессе возвышения Китая рост экономической мощи обусловил необходимость повышения привлекательности и улучшения национального образа. Согласно Нye [13], мягкая сила представляет собой «способность воздействовать на других для достижения желаемых результатов посредством привлекательности и убеждения, а не

принуждения или оплаты» [13]. Kurlantzick [10] отмечает, что с начала XXI века Китай активизировал использование мягкой силы через публичную дипломатию, культуру и коммуникацию [10].

В сфере туризма «Beautiful China» стала важным инструментом международного продвижения образа Китая. Представленная в качестве нового международного туристического бренда в 2013 г., «Beautiful China» впоследствии использовалась в различных национальных рекламных темах, например «Year of Silk Road Tourism» («Год туризма Шёлкового пути») в 2015 г., а также развивалась как международная информационная туристическая платформа с поддержкой семи языков [3; 14; 16].

С точки зрения национального брендинга и внешней коммуникации «Beautiful China» поэтому является не только кампанией по продвижению туризма, но и способом формирования и трансляции национального образа зарубежной аудитории. В настоящем исследовании анализируются темы и образные фреймы, используемые в «Beautiful China», с акцентом на то, как Китай сочетает историю и культуру, этническое разнообразие, природу, современные города и технологии для конструирования национального образа.

Пять ценностных опор образа «Beautiful China»

1. Цивилизация с более чем 5000-летней историей

Историческая и цивилизационная глубина является одним из заметных образных слоёв «Beautiful China». Рекламные мероприятия не только знакомят с туристическими объектами, но и связывают их с важными символами китайской истории и культуры, такими как Великая китайская стена, объекты всемирного наследия, кухня и национальная культура. В Берлине в 2013 г. кампания «Beautiful China» представила такие темы, как «World Heritage in China» («Всемирное наследие в Китае»), «Along the Great Wall» («Вдоль Великой китайской стены») и «Chinese Gourmet Tour»

(«Гастрономический тур по Китаю»), тем самым объединяя наследие и культуру в образе национального туристического бренда [3].

Другой важной сюжетной линией является Шёлковый путь. В 2015 г. CNTA (Китайское национальное управление по туризму) выбрало «Beautiful China – Year of Silk Road Tourism» («Прекрасный Китай – Год туризма Шёлкового пути») в качестве национальной туристической темы и определило «Beautiful China» как международный туристический бренд Китая. Последующие рекламные мероприятия объединяли наследие, ландшафты и культуру вдоль Шёлкового пути, в частности выставку «Beautiful China, Amazing Silk Road» («Прекрасный Китай, удивительный Шёлковый путь») в Сиднее [14].

К 2018 г. на Travel and Adventure Show в Лос-Анджелесе изображения Великой китайской стены и панды продолжали использоваться в продвижении «Beautiful China» наряду с такими направлениями, как Пекин, Шанхай и Сиань. Это показывает, что кампания сочетает исторические символы с легко узнаваемыми образами, создавая представление о Китае как о стране с глубокой цивилизационной историей и высокой международной узнаваемостью [21].

В целом «Beautiful China» использует историю и цивилизацию как визуальный ресурс, превращая наследие, символы и исторические пространства в средство повествования о Китае как о стране древней цивилизации. История в данном случае является не только туристическим содержанием, но и фактором формирования идентичности и глубины национального образа.

2. Культурное и этническое разнообразие

Наряду с исторической глубиной культурное и этническое разнообразие является важным содержательным слоем того, как «Beautiful China» представляет Китай международной аудитории. В рамках программы

«Experience Day of Beautiful China» («День знакомства с прекрасным Китаем») в США в 2015 г. официальные рекламные материалы подчёркивали, что Китай имеет около 5000 лет истории и 56 национальностей, тем самым помещая культурное разнообразие в единый рассказ об истории, цивилизации и ландшафтах [15].

Эта тенденция продолжилась в международных рекламных мероприятиях. На Los Angeles Travel and Adventure Show в 2017 г. «Beautiful China» представляла туристические продукты, связанные с историей, культурой и местной спецификой; в то же время кампания «Beautiful China, More Than Pandas» («Прекрасный Китай – это не только панды») подчёркивала разнообразную систему туристических направлений с локальными особенностями, а не только символ панды [2; 17].

С опорой на концепцию Fan [9] культуру, историю и связанные с государством символы можно рассматривать как важные ресурсы формирования национального образа. Однако то, каким образом эти элементы отбираются, организуются и передаются в случае Китая, следует рассматривать через исследования и специализированные материалы по China branding, public diplomacy и национальным коммуникационным стратегиям. В этом контексте инициатива «Beautiful China» может рассматриваться как конкретный случай для анализа того, как Китай конструирует и транслирует национальный образ, связанный с ценностями природы, культуры, истории и устойчивого развития [9].

Таким образом, «Beautiful China» использует культурное и этническое разнообразие как образный ресурс, расширяя способы восприятия Китая международной аудиторией: от отдельных привычных символов к представлению о стране с множеством географических регионов, культурных сообществ и традиций. Это разнообразие одновременно обогащает туристические продукты и способствует формированию

многослойного национального образа, обладающего культурной самобытностью.

3. Величественная и разнообразная природа

Величественная и разнообразная природа является важным образом в том, как «Beautiful China» представляет Китай международной аудитории. Рекламные мероприятия используют различные типы ландшафтов — от гор, рек и озёр до плато и территорий экологической ценности. Уже в 2013 г. серия марок «Beautiful China» использовала изображения горы Тяньцзы в Чжанцзяцзе, террас Луншэн и полей Синхуа как символы природной красоты Китая [24].

Акцент на природе связан также с более широким дискурсом о «Beautiful China» и экологической цивилизации. Deng и Song [6] рассматривают «Beautiful China» как целостную систему в рамках формирования национальной экологической цивилизации. Согласно этому подходу, построение «Beautiful China» связано не только с природной средой, но также с экономическими и социальными системами и культурными и технологическими факторами [6, с. 445–450]. Zhang et al. [23] рассматривают «Beautiful China» с позиции экологической цивилизации и подчёркивают, что это понятие означает не только красивую природную среду, но и гармоничное сосуществование человека, общества и природы. По мнению авторов, «Beautiful China» отражает новое направление развития, в котором улучшение экологической среды рассматривается во взаимосвязи с развитием общества и экономики [23, с. 626–629].

С точки зрения туристической коммуникации такие ландшафты, как Чжанцзяцзе и Цзючжайгоу, могут рассматриваться как знаковые образы, расширяющие представление о географическом пространстве Китая. Будучи представленными рядом, они создают образ страны, простирающейся от высоких гор, рек и озёр до лесов, плато и пустынь.

Таким образом, природа становится одновременно туристическим ресурсом и ресурсом национального образа.

Поэтому природа в «Beautiful China» выполняет двойную функцию: во-первых, привлекает туристов красотой ландшафтов и передаёт представление о Китае как о большой стране, богатой природными ресурсами; во-вторых, поддерживает образ страны, ориентированной на экологическую гармонию. Сочетание природной красоты и дискурса экологической цивилизации превращает природный ландшафт в один из компонентов национального образа.

4. Современные мегаполисы

Если история представляет глубину прошлого, то современные города представляют потенциал развития и образ будущего Китая. В продвижении национального образа крупные города всё чаще используются для демонстрации модернизации, технологий, международной взаимосвязанности и экономической мощи. Dai Bin [4], председатель Китайской академии туризма, отмечает, что обогащение национального туристического образа должно быть связано с представлением «Beautiful China» и переосмыслением национального туристического образа. По его мнению, наряду с культурно-историческими символами, такими как Запретный город и Терракотовая армия, современные города — Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Шэньчжэнь, Чунцин, Чэнду, Ухань и Ханчжоу — а также символические объекты инфраструктуры, включая международный аэропорт Пекин-Дасин и высокоскоростную железную дорогу Пекин–Шанхай, также должны становиться «новыми носителями национального туристического образа» [4].

Пекин является показательным примером сочетания городского и национального брендинга. Zhang и Zhao [22] показывают, что Олимпиада в Пекине 2008 г. использовалась городскими властями как инструмент

продвижения Пекина в качестве международного, современного и конкурентоспособного города, однако фактическое воздействие Олимпиады на городской бренд авторы оценили как ограниченное [22, с. 245–254]. Lee [11] расширяет этот подход от городского брендинга к национальному, рассматривая Олимпиаду в Пекине 2008 г. как событие, способное воздействовать на национальный образ Китая. Результаты показывают определённое улучшение образа Китая в аспекте «спортивного духа» после Олимпиады [11, с. 207–227].

В более широком контексте такие города, как Шанхай, Шэньчжэнь и Ханчжоу, добавляют к образу Китая характеристики глобального города, технологий, инноваций и устойчивого развития. de Jong et al. [5] показывают, что практики городского брендинга в трёх мегаполисных регионах Китая развиваются в контексте «экологической модернизации». Города используют городской бренд для привлечения инвестиций, зелёного и высокотехнологичного бизнеса, а также квалифицированных человеческих ресурсов [5, с. 527–543]. На уровне отдельного города журнал Qiushi представляет Ханчжоу как показательный пример построения «Beautiful China», где развитие города связано с окружающей средой, промышленностью, уровнем жизни, культурным развитием и общественным порядком [18].

Таким образом, современные города могут рассматриваться как «символические носители, способствующие формированию образа современного Китая», а не только как туристические направления: они передают представление об экономическом и технологическом потенциале, инфраструктуре и международной интеграции. Сопоставление Великой китайской стены, Запретного города и Терракотовой армии с высокоскоростными железными дорогами, аэропортами и технологическими центрами создаёт непрерывный рассказ: Китай обладает

одновременно древней цивилизационной историей, динамичным настоящим и современным будущим.

5. Технологии и умная жизнь

Одним из заметных направлений развития «Beautiful China» является всё более тесная интеграция технологий в туристический опыт. В 2013 г. CNTA объявило тему «Beautiful China – 2014 Year of Smart Travel» («Прекрасный Китай – 2014, Год умного туризма»), сделав умный туризм важным направлением продвижения и развития туризма на основе интеграции информационных технологий и туристических информационных систем для предоставления туристам более качественной информации и услуг, а также поддержки управления и эксплуатации туристических направлений [12, с. 293–300].

Этот процесс проявился и в веб-сайте «Beautiful China», который был создан как платформа электронного туристического маркетинга, предоставляющая международным туристам информацию о направлениях, маршрутах и услугах. Конкретным проявлением данного подхода стало формирование онлайн-платформы «Beautiful China». В отчёте АПЕС отмечается, что веб-сайт «Beautiful China» был запущен CNTA в контексте «Beautiful China – 2014 Year of Smart Travel» с использованием сетевых ресурсов и крупных баз данных CNTA для продвижения туристического образа Китая за рубежом и развития системы электронного маркетинга китайских туристических направлений [1, с. 54].

В последние годы технологии используются уже не только как инструмент продвижения, но и всё больше становятся частью туристического опыта. Xinhua отмечает, что 5G, ИИ, big data, VR и XR всё шире применяются в сфере культуры и туризма Китая, особенно для создания иммерсивных впечатлений [20].

В Ханчжоу цифровые платформы интегрируют транспорт, услуги и развлечения в экосистему smart tourism, а платформа Zhejiang Travel

применяет ИИ для персонализированного планирования маршрутов, перевода в реальном времени, платежей и рекомендаций услуг на основе местоположения [7; 8].

С точки зрения национального образа эти технологии могут интерпретироваться как символы современного, удобного и инновационного Китая. Такой подход может быть соотнесён с аргументацией Wang [19] о роли публичной дипломатии и использовании современных медиа в процессе усиления мягкой силы и формирования международного образа Китая. Однако Wang непосредственно не рассматривает технологии или умный туризм как источник национальной привлекательности. Поэтому связь между технологиями умного туризма и национальным образом в настоящем исследовании рассматривается как аналитическая интерпретация, основанная на фактическом развитии технологий и платформ smart tourism в Китае [19, с. 257–273].

Заключение

В заключение анализ показывает, что «Beautiful China» вышла за рамки традиционной кампании по продвижению туризма и стала способом конструирования и трансляции национального образа Китая. Посредством пяти опор — истории и культуры, этнического разнообразия, природы и экологии, современных городов и технологий — эта стратегия объединяет традиционные ценности с символами модернизации и инноваций, формируя образ Китая как страны с богатой идентичностью, развитой экономикой и ориентацией на будущее. Развитие smart tourism показывает, что данный процесс переходит от продвижения образов к формированию опыта, поскольку технологии становятся частью того, как туристы получают доступ к Китаю и воспринимают его. Поэтому «Beautiful China» можно рассматривать как точку пересечения tourism branding, nation branding и внешней коммуникации, расширяющую способы представления и позиционирования Китая среди международной аудитории.

Список использованной литературы:

1. APEC. Developing 'Smart Traveller' Programmes to Facilitate International Travel in the APEC Region: Final Report. APEC Tourism Working Group. 2015. URL: https://www.apec.org/docs/default-source/Publications/2016/2/Developing-Smart-Traveller-Programmes-to-Facilitate-International-Travel-in-the-APEC-Region/Final-Report-_APEC-IV.pdf (дата обращения: 27.08.2026).
2. Belt and Road Portal. 'Beautiful China – 2017 Year of Silk Road Tourism' at LA travel show. 2017. URL: <https://eng.yidaiyilu.gov.cn/p/8875.html> (дата обращения: 27.08.2026).
3. China Daily. China's new tourism brand logo makes overseas debut in Berlin. 2013. URL: https://www.chinadaily.com.cn/travel/2013-03/07/content_16287099.htm (дата обращения: 27.08.2026).
4. Dai B. Promoting the in-depth integration and development of culture and tourism. China Tourism Academy. 2024. URL: <https://www.ctaweb.org.cn/en/zhuantiyanjiu/10123.html> (дата обращения: 27.08.2026).
5. de Jong M., Chen Y., Joss S., Lu H., Zhao M., Yang Q., Zhang C. Explaining city branding practices in China's three mega-city regions: The role of ecological modernization // Journal of Cleaner Production. 2018. Vol. 179. P. 527–543. DOI: 10.1016/j.jclepro.2018.01.098.
6. Deng W., Song X. Reflections on the construction of the system of the Beautiful China // Chinese Journal of Nature. 2018. Vol. 40. No. 6. P. 445–450. DOI: 10.3969/j.issn.0253-9608.2018.06.008.
7. eHangzhou. Hangzhou launches China's first tourism city membership card. 2025. URL: https://www.ehangzhou.gov.cn/2025-03/24/c_293085.htm (дата обращения: 27.08.2026).
8. eZhejiang. Explore Zhejiang smarter with AI-powered app. 2025. URL: https://www.ezhejiang.gov.cn/2025-07/24/c_1112222.htm (дата обращения: 27.08.2026).
9. Fan Y. Branding the nation: What is being branded? // Journal of Vacation

- Marketing. 2006. Vol. 12. No. 1. P. 5–14. DOI: 10.1177/1356766706056633.
10. Kurlantzick J. Charm Offensive: How China's Soft Power Is Transforming the World. New Haven: Yale University Press, 2007. 306 p. URL: <https://carnegieendowment.org/research/2007/04/charm-offensive-how-chinas-soft-power-is-transforming-the-world> (дата обращения: 27.08.2026).
11. Lee A. L. Did the Olympics help the nation branding of China? Comparing public perception of China with the Olympics before and after the 2008 Beijing Olympics in Hong Kong // Place Branding and Public Diplomacy. 2010. Vol. 6. No. 3. P. 207–227. DOI: 10.1057/pb.2010.21.
12. Li Y., Hu C., Huang C., Duan L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services // Tourism Management. 2017. Vol. 58. P. 293–300. DOI: 10.1016/j.tourman.2016.03.014.
13. Nye J. S. Jr. Soft Power and Public Diplomacy Revisited // The Hague Journal of Diplomacy. 2019. Vol. 14. No. 1–2. P. 7–20. DOI: 10.1163/1871191X-14101013.
14. People's Daily Online. 'Beautiful China, 2015 – Year of Silk Road Tourism' launched in Xi'an. 2015. URL: <https://en.people.cn/n/2015/0123/c98649-8840245.html> (дата обращения: 27.08.2026).
15. PR Newswire. The first tour of 'Experience Day of Beautiful China' was successfully held in the United States. 2015. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-first-tour-of-experience-day-of-beautiful-china-was-successfully-held-in-the-united-states-300145621.html> (дата обращения: 27.08.2026).
16. PR Newswire. 'China-Beyond Your Imagination' – Brilliant First Year for The China National Tourism Administration's 'Beautiful China'. 2018. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/china-beyond-your-imagination---brilliant-first-year-for-the-china-national-tourism-administrations-beautiful-china-300673783.html> (дата обращения: 27.08.2026).

17. PR Newswire. Global Tourism Marketing Campaign “Beautiful China, More than Pandas” Officially Kicks Off In Berlin, Germany. 2016. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-tourism-marketing-campaign-beautiful-china-more-than-pandas-officially-kicks-off-in-berlin-germany-300323459.html> (дата обращения: 27.08.2026).
18. Qiushi Journal. Hangzhou: Paragon of a Beautiful China. 2021. URL: https://en.qstheory.cn/2021-07/08/c_640519.htm (дата обращения: 27.08.2026).
19. Wang Y. Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. No. 1. P. 257–273. DOI: 10.1177/0002716207312757.
20. Xinhua. China’s tourism consumption features technology, individuality, integration. 2024. URL: https://english.www.gov.cn/news/202405/24/content_WS6650470ac6d0868f4e8e76c8.html (дата обращения: 27.08.2026).
21. Xinhua. ‘Beautiful China’ shines in LA travel show. 2018. URL: https://www.xinhuanet.com/english/2018-02/26/c_136999849.htm (дата обращения: 27.08.2026).
22. Zhang L., Zhao S. X. City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing // Cities. 2009. Vol. 26. No. 5. P. 245–254. DOI: 10.1016/j.cities.2009.05.002.
23. Zhang Y., Shan H., Bi J., Zhang M., Liu H., Wang Z. “Beauty” of “Beautiful China” from the Perspective of Ecological Civilization // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2021. Vol. 559. P. 626–629. DOI: 10.2991/assehr.k.210609.123.
24. Zhangjiajie Tourism Information Web. ZJJ Tianzi Mountain Rank into the Country Card “Beautiful China”. 2013. URL: <https://www.cn-zhangjiajie.com/view-1-2373.html> (дата обращения: 27.08.2026).

© Хо Тхань Тунг, 2026

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ



ECONOMIC SCIENCES

Зиганшин А.М.

Казанский инновационный университет

им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП),

Набережночелнинский филиал,

магистрант

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ РОЛИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация

В статье раскрываются функциональные роли организационной культуры как управленческого инструмента. Выделены и подробно рассмотрены ключевые роли — интеграционная, регулятивная, адаптационная, идентификационная, ресурсная, защитная и трансляционная, — показаны их механизмы действия и практический эффект. Продемонстрирована взаимосвязь ролей и системный характер их влияния на устойчивость и развитие организации. Приведены прикладные рекомендации по диагностике и целенаправленному формированию культуры. Материал ориентирован на специалистов в области управления персоналом, руководителей подразделений и исследователей организационных процессов.

Ключевые слова:

организационная культура, роли культуры, интеграция, регуляция, адаптация, идентификация, мотивация, защита, передача знаний, управление культурой.

Введение

Организационная культура — это не мифический набор неких ритуалов, а стратегический управленческий механизм, влияющий на

поведение сотрудников, скорость принятия решений и устойчивость компании в целом. Её ценность — в конкретных функциях: культура либо усиливает конкурентные преимущества, либо становится барьером для развития.

Цель данной статьи — раскрыть функциональные роли организационной культуры, показать их управленческое значение и практическую пользу.

Понятие функциональной роли

Функциональная роль культуры — это её конкретное назначение в жизнедеятельности организации. Культура решает управленческие задачи: формирует нормы, снижает неопределённость, задаёт критерии оценки поведения и объединяет разнородные элементы компании.

Важно разделять элементы культуры (ценности, символы, ритуалы) и функции (результаты их действия). Например, корпоративный кодекс — элемент, а снижение конфликтов из-за понятных правил — функция.

Основные функциональные роли

Интеграционная роль объединяет сотрудников в единое смысловое поле: формируются общие ориентиры (миссия, ценности, стандарты), снижается разобщённость подразделений, растёт лояльность. В территориально распределённых и крупных организациях это критично: даже при высокой текучести сохраняются устойчивые нормы взаимодействия, а новички быстрее встраиваются в работу.

Регулятивная роль управляет поведением без избыточных приказов. Культура задаёт неписанные правила, которые работают эффективнее формальных инструкций. Механизмы: нормы и ожидания, социальные санкции (одобрение/неодобрение), ритуалы (встречи, разбор инцидентов, публичное признание). На практике это проявляется, например, в культурах безопасности: сотрудники сами останавливают небезопасные действия

коллег, потому что это считается нормой.

Адаптационная роль помогает организации справляться с изменениями. Адаптивная культура даёт психологическую опору и инструменты для работы в новых условиях. Ключевые факторы: готовность к экспериментам, допустимость ошибок как части обучения, открытость обратной связи, гибкость норм при сохранении базовых ценностей. В цифровой трансформации успех приходит там, где культура поощряет обучение и пробы, а не требует безупречного исполнения по старым шаблонам.

Идентификационная роль формирует «мы чувство»: сотрудник воспринимает себя как часть команды и разделяет цели компании. Инструменты: корпоративная символика и язык, истории и легенды о «как у нас принято», ритуалы признания (награждения, посвящения). Эффект — рост инициативности, защита интересов компании вовне и снижение текучести.

Ресурсная роль превращает культуру в источник внутренней мотивации, не зависящей от материальных стимулов. Факторы: ощущение значимости личного вклада, признание и уважение, возможность самореализации и творчества. В креативных индустриях и социальных проектах именно культурная среда (свобода, доверие, смысл) становится главным фактором удержания талантов.

Защитная роль создаёт «иммунитет» организации: защищает от токсичных практик, неэтичного поведения и разрушительного давления. Проявления: чёткие этические нормы, безопасные каналы обратной связи, устойчивость к краткосрочному давлению (не жертвовать долгосрочными ценностями ради сиюминутной выгоды). В финансовых организациях сильная этическая культура снижает риски нарушений даже под давлением руководства или клиентов.

Трансляционная роль обеспечивает передачу неявных знаний: как «у нас делают правильно», какие ошибки нельзя повторять, как договариваться. Инструменты: наставничество, корпоративные истории и кейсы, внутренние стандарты, закреплённые в культуре. Результат — быстрый выход новичков на продуктивность и сохранение экспертизы при высокой текучести кадров.

Взаимосвязь ролей и системный эффект

Роли не работают изолированно: они образуют систему и усиливают друг друга. Например, интеграционная и идентификационная роли укрепляют регулятивную — сотрудники сами поддерживают нормы, потому что считают их «своими». Адаптационная и ресурсная роли вместе повышают устойчивость к изменениям: люди готовы меняться и мотивированы это делать.

Сильная культура создаёт самоподдерживающуюся систему: чем больше ролей реализуется, тем выше её управленческая ценность. Противоречивая или слабая культура, напротив, порождает конфликты, двойные стандарты и потерю управляемости.

Заключение

Функциональные роли организационной культуры — её «рабочие механизмы», превращающие культуру из абстрактного понятия в реальный управленческий инструмент. Понимание этих ролей позволяет целенаправленно формировать и развивать культуру, делая её источником устойчивого конкурентного преимущества. В условиях неопределённости и быстрых изменений именно культура определяет, сможет ли организация не просто выжить, но и развиваться, сохраняя свою идентичность и ценности.

© Зиганшин А.М., 2026

Иванова Л.Ю.,

магистрант 3 курса РГЭУ (РИНХ) Ростов-на-Дону, Россия.

Научный руководитель: Лабынцев Н.Т.

Д.э.н., профессор РГЭУ (РИНХ) Ростов-на-Дону, Россия.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ УЧЁТА В ОБЛАСТИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Аннотация

В представленной статье через призму анализа тенденций развития и роли животноводства в современном экономическом пространстве страны, рассматривается специфика развития учёта затрат в данной сфере сельскохозяйственного производства, выявляются проблемы и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова:

бухгалтерский учёт, животноводство, развитие, сельское хозяйство, себестоимость, продукция, предприятие, цифровизация.

Роль животноводства в современном экономическом пространстве Российской Федерации детерминируется следующим факторами:

1. Во-первых, необходимостью обеспечения продовольственной безопасности государства.

Данный фактор актуализируется современными глобальными вызовами, в числе которых следует отметить как турбулентность внешнеполитического пространства, оказывающего негативное влияние на экономику большинства стран мирового сообщества, так и природные катаклизмы.

2. Во-вторых, животноводческая продукция составляет значительную

часть от общего экспорта сельскохозяйственной продукции страны.

Так, только за прошедший, 2024 г. доля экспорта мясной и молочной продукции составила 5,2%, дав прирост по сравнению с 2023 г. на 23% [9].

Наблюдается также расширение рынков сбыта продукции животноводства. В частности, к числу стран-импортёров нашей животноводческой продукции подключились Китай, Саудовская Аравия, страны ЕАЭС.

Данные тенденции, с одной стороны, указывают на структурную перестройку животноводческой отрасли, а с другой определяют возможности для дальнейшего роста экспорта животноводческой продукции.

3. В-третьих, продукция животноводства является частью социально значимого сектора сельскохозяйственной отрасли, поскольку играет существенную роль в обеспечении населения страны качественными продуктами питания, в которых содержатся необходимые аминокислоты, незаменимые для нормальной жизнедеятельности человеческого организма [15].

Учёт затрат, а также исчисление себестоимости продукции дифференцируется в зависимости от подотрасли животноводства, а также выхода продукции.

Систематизация и сопоставление доходов и расходов позволяет снизить себестоимость той продукции, которую производит хозяйствующий субъект [13].

Цель учёта затрат и исчисления себестоимости продукции, по мнению современных экономистов, детерминируется такими ключевыми факторами как своевременность и достоверность документального закрепления фактических затрат на производство продукции [7, с.38].

Исследователи (Н.В. Мамушкина, Е.Н. Петрухина, М.А. Жорин и др.)

предлагают различные подходы к вопросам классификации затрат, применяемых при учете и калькулировании себестоимости продукции животноводства [16, с.852].

Наиболее взвешенной, на наш взгляд, представляется позиция В.С. Конкиной, которая полагает, что видовая характеристика затрат носит условный характер, в связи с этим целесообразным является дифференциация затрат на группы в зависимости от степени их значимости и скрупулезности управления [4, с.137].

Кроме того, следует обратить также внимание на то обстоятельство, что себестоимость единицы продукции может существенно дифференцироваться по фермам. В связи с этим, полагаем, что повышению эффективности их деятельности будет способствовать внедрение управленческого учёта с выделением Центров финансовой ответственности, например, «Молочно-товарная ферма №1», «Свинокомплекс-откорм».

Следует отметить, что несмотря на поступательное развитие рассматриваемой отрасли, действующие в ней современные хозяйствующие субъекты, сталкиваются с определёнными трудностями, в числе которых следует выделить:

1. Наличие значительных долговых обязательств, в том числе у крупных компаний (например, чистый долг группы компаний «Черкизово» составляет 140,6 млрд. руб.).

2. Рост операционных расходов, в числе которых: логистика, персонал и упаковка продукции, негативно влияющий на рентабельность бизнеса.

3. Существенное увеличение кредитных ставок, наблюдаемое достаточно длительный промежуток времени, что не могло не сказаться на замедлении темпов строительства новых объектов.

Так, по состоянию на период 2024 - первый квартал 2026 г.

наблюдаются разновекторные тенденции в рассматриваемом экономическом секторе.

С одной стороны – это стабильный рост производства ключевых видов продукции животноводства, к которым относятся молоко, яйца и мясо, с другой – структурная нестабильность и спад. Приведённый вывод подтверждается данными статистики, предоставленными Минсельхозом РФ [1] (рисунок 1).

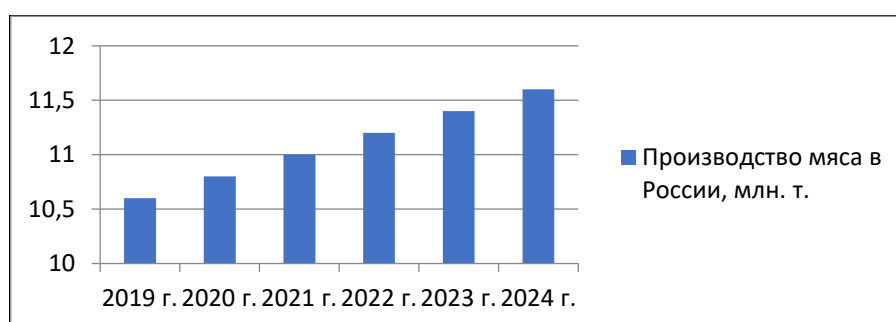


Рисунок 1 – Производство мяса в России, млн. т.

В таблице 1 представлены данные отраслевых союзов, по итогам прошедшего, 2025 г. и за первый квартал 2026 г.

Таблица 1

Производство мяса в России 2025 г. – первый квартал 2026 г. [2, 10, 11]

Вид продукции	Производство в 2025 г.	Динамика (сравнение с 2024 г.)	Первый квартал 2026 г.
Свинина (в живом весе)	6,28 млн. тонн	+0,1%	+ 5% (до 951,9 тыс. тонн)
Говядина (в живом весе)	2,747 млн. тонн	- 4,6%, (до 2,75 млн.)	- 5,7% (до 171,2 тыс. тонн)
Мясо птицы (в убойном весе)	455,4 тыс. тонн (экспорт)	+6,4%	- 2,7% (до 1,053 млн. тонн)
Средний надой на корову	34,3–34,5 млн. тонн сырого молока	+ 0,5%	-

Таким образом, современные тренды внутри животноводческой отрасли характеризуются разнонаправленностью. В частности, если такие

отрасли как свиноводство и птицеводство показывают уверенный рост, то поголовье крупного рогатого скота продолжает сокращаться.

Первые месяцы 2026 года подтвердили тренд на стагнацию. В январе–феврале текущего года аграрии произвели 2 млн. 183 тыс. тонн скота и птицы на убой в живом весе – это на 0,1% ниже аналогичного периода 2025 года.

Кроме того, независимые эксперты прогнозируют дальнейший спад и стагнацию отечественного животноводства, особенно на уровне малых хозяйственных форм. Как следствие, рост отрасли будет вялотекущим и достижение показателей, запланированных к 2030 г. окажется маловероятным [14].

Полагаем, что рациональный, продуманный и эффективный порядок формирования затрат на предприятиях, занимающихся животноводством, станет одним из важнейших условий, которое будет способствовать принятию его руководством выверенных управленческих решений, сообразуясь со спецификой их деятельности и позволит сельскохозяйственной отрасли нарастить темпы производства, избежав стагнации.

Современные исследователи указывают, что нормативно-правовое регулирование учёта затрат на предприятиях животноводческого сектора экономики носит многоуровневый характер [5]. Его характеристика представлена в таблице 2.

Таблица 2

Система нормативно-правового регулирования учёта затрат на
предприятиях, занимающихся животноводством

Уровни нормативно-правового регулирования			
Законодательный	Нормативный	Методический	Организационный
Федеральный закон от 6 декабря 2011	Положения по бухгалтерскому	Методические рекомендации	Рабочий план счетов организации,

Уровни нормативно-правового регулирования			
г. № 402-ФЗ Налоговый кодекс РФ Трудовой кодекс РФ Федеральный закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 255-ФЗ	учёту: - ПБУ 10/99 «Расходы организации» - ПБУ 1/2008 «Учётная политика организации» Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. № 94н	Минсельхоза РФ: - Приказ Минсельхоза РФ от 6 июня 2003 г. № 792 - Приказ Минсельхоза РФ от 02.02.2004 № 73 - Приказ Минсельхоза от 06.10.2025 № 639	содержащий аналитические и синтетические счета, необходимые для ведения бухгалтерского учета

Анализ представленной нормативно-правовой базы позволяет сделать вывод, что ключевую роль при учёте затрат на предприятиях, занимающихся животноводством, играет ПБУ 10/99.

Было бы неверным также недооценивать значимость ведомственных актов, к которым относятся методические рекомендации, призванные унифицировать состав и классификацию затрат, а также методы учёта и исчисления себестоимости продукции.

Говоря о методах учёта, следует обратить особое внимание на наличие методологической разобщённости. Сами участники рынка указывают на то обстоятельство, что у производителей сельскохозяйственной продукции нет унифицированного подхода к расчёту себестоимости молока и мяса. Это является обстоятельством, препятствующим проведению корректного сравнительного анализа крестьянско-фермерских хозяйств и возможности на выходе объективной оценки работы отрасли в целом.

В частности, с 2023 года при подсчете себестоимости молока перестали учитываться управленческие расходы, как следствие на 8-10% повысилась формальная прибыльность предприятий, что, безусловно, исказило реальную картину и ещё раз подтвердило то обстоятельство, что существующая нормативно-правовая база нуждается в дальнейшем

пересмотре и совершенствовании. При этом законодателю следует учитывать те новации, которые диктует современные экономические реалии.

В связи с этим, в контексте совершенствования отраслевого учетного представляется обоснованным выделение отдельного ФСБУ, регламентирующего учет затрат на биологические активы и сельскохозяйственную продукцию.

Целесообразна градация подходов в зависимости от публичного статуса экономического субъекта: для организаций, ценные бумаги которых обращаются на организованных торгах, обязательной становится модель учета по справедливой стоимости, тогда как для иных сельхозтоваропроизводителей сохраняется приоритет фактических затрат.

Подобная дифференциация, на наш взгляд, поможет справиться с методической неопределенностью в отношении управленческих расходов, а также определит чёткий механизм их капитализации или единовременного признания, что позволит исключить разночтения в трактовке периода возникновения экономических выгод.

Вместе с тем, решение существующих методологических проблем в животноводстве не ограничивается указанными нормативными новациями. Для повышения достоверности и оперативности учета всё более существенное значение приобретают инструменты цифровизации. Причём как в производственной, так и в учетной сферах.

Анализ эмпирических данных позволяет говорить о позитивной динамике в данной области. В частности, по итогам 2025 года базовые ИТ-решения были внедрены в 58% животноводческих хозяйств, а четверть организаций уже осуществили оцифровку большинства бизнес-процессов. Более того, 43% респондентов среди производителей рассматривают автоматизацию в качестве действенного механизма оптимизации издержек,

что подтверждает высокий запрос на технологическое обновление [6].

Отметим, что вектор цифровизации задается на государственном уровне с акцентом на импортозамещение в сегменте специализированного ПО. В качестве иллюстрации приведем MES-систему «Пульс.ЦСС», разработанную при грантовой поддержке РФРИТ для свинокомплексов. К 2025 году ею было охвачено 36,5% поголовья свиноматок в стране, а функционально система обеспечивает мониторинг кормления и ветеринарных процедур. Ожидается, что полная цифровизация фермерских процессов позволит существенно сократить производственные потери. Дополнительным вектором развития становится интеграция с государственной ветеринарной системой «Хорриот» [3].

Однако анализ текущей ситуации выявляет существенный разрыв между зоотехническим и бухгалтерским контурами. Если приведенные ИТ-решения функционируют преимущественно в рамках производственного менеджмента, то финансовый учет традиционно ведется в среде «1С:Бухгалтерия». Отсутствие автоматизированной стыковки данных обуславливает необходимость ручного переноса информации, что актуализирует «человеческий фактор» и влечет за собой релевантные риски искажений. В связи с этим научно-практический интерес представляет формирование единого цифрового контура по цепочке: «кормление → зоотехния → бухгалтерский учет → регламентированная отчетность».

В то же время дифференциация хозяйствующих субъектов требует учета технологического уровня мелких фермерских хозяйств. Их персонал характеризуется цифровой «незрелостью», а внедрение капиталоемких MES-систем является экономически неоправданным. Альтернативой видится развитие легковесных облачных сервисов, функционирующих по принципу «учет в телефоне» и обеспечивающих фиксацию надоев, окотов

и кормовых затрат в упрощенном формате.

Существенным институциональным фактором выступает государственная поддержка цифровой инфраструктуры АПК. На портале «Госуслуг» уже аккумулировано 77 профильных агросервисов, включая системы регистрации скота и электронную ветеринарную сертификацию, при этом к 2030 году декларируется их унификация на единой платформе с интеграцией всех профильных ведомств [8]. Инициированная на федеральном уровне цифровизация призвана не только упростить межведомственное взаимодействие, но и снизить транзакционные издержки участников аграрного рынка.

Параллельно с Минсельхозом функционирует индустриальный центр компетенций, курирующий внедрение комплексов по повышению урожайности, роботизацию пищевых предприятий и снижение брака. С 1 марта 2026 года механизм получения господдержки переведен в электронный формат через единую систему цифровых сервисов. Сельхозпроизводители получили возможность в онлайн-режиме подавать заявки на субсидии, отслеживать статус их рассмотрения и взаимодействовать с контролирующими органами. На развитие данной инициативы ассигновано порядка 1,2 млрд. руб., направленных на создание системы комплексного сбора, мониторинга и аналитики как бухгалтерской, так и отраслевой отчетности, а также контроля за целевым использованием субсидий.

Следует подчеркнуть, что цифровой формат взаимодействия усиливает контрольную функцию государства: в частности, в случае не освоения регионом лимитов до 1 июля 2025 г. влечет для него потерю 10% выделенных средств. Одновременно упрощен сам порядок оформления объединенной субсидии, где подтверждающие документы служат единственным основанием для реализации права на льготу [3].

Важным социальным вектором является адресная поддержка льготных категорий граждан, включая участников СВО, которые с 2025 г. получили доступ к гранту «Агромотиватор». Примечательно, что нормативы расширены: до 25% гранта разрешено направлять в неделимый фонд кооператива, до 20% - на погашение кредитного основного долга. Для претендентов на повторное получение гранта алгоритм был ужесточен: обязательным условием выступает подтверждение сохранения рабочих мест и прироста объемов продукции в пятилетний период после предыдущего гранта.

Резюмируя, отметим, что наблюдаемая эволюция системы государственной поддержки аграрного сектора, сопряженная с внедрением цифровых инструментов, непосредственно детерминирует повышение эффективности управленческого учета. При этом дальнейшая научная дискуссия должна быть сфокусирована на разработке методик бесшовной интеграции производственных и финансовых данных, адаптированных к различным организационно-правовым формам и масштабам хозяйствования.

Таким образом, полагаем, что эффективность дальнейшего развития животноводческого сектора зависит от следующих факторов:

- совершенствования законодательства, регулирующего сельскохозяйственную отрасль, прежде всего, в части обновления методик учёта затрат и себестоимости;
- внедрения управленческого учёта — особенно для малых и средних хозяйств;
- успешной цифровой трансформации предприятий, которая позволит выйти на качественно новый уровень контроля над издержками;
- стремление самих хозяйствующих субъектов к построению системы управленческого и финансового учета производственных затрат с учетом

отраслевой спецификации.

Список использованной литературы:

1. Агроэкспорт России 2025: Анализ и цифры - URL: <https://mosregdata.ru/article/russian-agroexport-2025-analysis-figures?ysclid=mioiddi4qb634905852> (дата обращения: 02.12.2025) - Текст: электронный.
2. Анализ рынка мяса России в 2026 году: стагнация, экспорт и ценовые качели - URL: <https://meatindustry.pro/analiz-rynka-myasa-rossii-2026/> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
3. Государство инвестирует 1,2 млрд рублей в цифровизацию АПК: что это даст аграриям - URL: <https://kombi-korma.ru/index.php/novosti/gosudarstvo-investiruet-12-mlrd-rublej-v-cifrovizaciyu-apk-chto-eto-dast-agrariyam> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
4. Конкина В.С. Сравнительный анализ основных подходов к управлению затратами / В.С. Конкина // Вестник Орловского государственного аграрного университета. - 2013. - № 1. - С.136-141
5. Кучерявенко, С. А. Нормативно-правовое обеспечение учета затрат на производство продукции животноводства / С.А. Кучерявенко, Е. А. Ковалева. Текст: непосредственный // Инновационная экономика: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2015 г.). - Казань: Бук, 2015. - С. 66-69.
6. Лидерами по уровню цифровизации в российском АПК стали компании с численностью персонала от 500 до 1 тыс. человек - URL: <https://agrarnayanauka.ru/liderami-po-urovnyu-cifrovizaczii-v-rossijskom-apk-stali-kompanii-s-chislennostyu-personala-ot-500-do-1-tys-chelovek/#addtoany> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
7. Мухина Е.Р. К вопросу о классификации видов учета /Е.Р. Мухина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2015. - № 6.- С. 38-43.

-
8. На «Госуслугах» стали доступны 77 агросервисов - URL: <http://milknews.ru/index/gosuslugi-77-agroservisov.html>
9. Обзор рынка животноводства в России - URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/obzor-rynka-zhivotnovodstva-v-rossii/> (дата обращения 02.12.2025) - Текст: электронный.
10. Организованный сектор АПК РФ демонстрирует рост, дальнейший потенциал отрасли связан с повышением продуктивности животных - URL: <https://agrarnayanauka.ru/organizovannyj-sektor-apk-rf-demonstriruet-rost-dalnejshij-potenczial-otrasli-svyazan-s-povysheniem-produktivnosti-zhivotnyh/> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
11. Производство свинины в России по итогам 2026 года вырастет на 1–2% — НСС - URL: <https://www.specagro.ru/news/202601/proizvodstvo-svininy-v-rossii-po-itogam-2026-goda-vyrastet-na-1-2-nss> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
12. Российское ПО позволит в два раза снизить потери на свинокомплексах - URL: <https://rfrit.ru/news/rossiiskoe-po-pozvolit-v-dva-raza-snizit-poteri-na-svinokompleksakh/> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
13. Удовикова А.А. Калькулирование себестоимости продукции животноводства / А.А. Удовикова, Т.В. Федорова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kalkulirovanie-sebestoimosti-produktsii-zhivotnovodstva> (дата обращения: 02.12.2025) - Текст: электронный.
14. Хроника стагнирующего животноводства - URL: <https://kvedomosti.ru/?p=1183815&print=1> (дата обращения: 15.06.2026) - Текст: электронный.
15. Чинаров, В. И. Социально-экономическое значение животноводства / В.И. Чинаров // Техника и технологии в животноводстве. 2024. №4. URL:
-

<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-ekonomicheskoe-znachenie-zhivotnovodstva> (дата обращения: 02.12.2025). - Текст: электронный.

16. Чугаева, Е.Н. Актуальные проблемы учета затрат на производство, калькулирования и анализа себестоимости продукции животноводства / Е.Н. Чугаева. // Молодой ученый. - 2016. - № 8 (112). - С. 850-853.

© Иванова Л.Ю., 2026