

Научно-практический журнал

ISSN 2073-3305 (Print)

ISSN 2782-3458 (Online)

NIION 2007-0062

MOSURED 77/27-004

ОННН

Издается с 2007 г.

2024

№4

# Образование Наука Научные кадры

- Актуальные проблемы высшего образования и науки
- Экономика
- Юриспруденция
- Педагогика

РЕКОМЕНДОВАН ВЫСШЕЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ  
МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ НАУЧНЫХ РАБОТ, ОТРАЖАЮЩИХ ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

2024  
№ 4

# ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА НАУЧНЫЕ КАДРЫ

## ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА НАУЧНЫЕ КАДРЫ

Журнал зарегистрирован  
Министерством РФ  
по делам печати, радиовещания  
и средств массовых коммуникаций.  
Свидетельство регистрации  
ПИ № ФС77-28562  
от 2 июля 2007 г.

### Редакция:

*Главный редактор*

**В.С. Осипов,**

д-р экон. наук, проф.

E-mail: office@unity-dana.ru

*Заместители главного редактора*

**А.В. Мудрик,**

д-р пед. наук, проф., чл.-корр. РАО

**Л.Т. Чихладзе,**

д-р юрид. наук, проф.

www.unity-dana.ru

www.niion.org

*Редактор*

**Г.П. Татаркина**

*Верстка*

**М.А. Бакаян**

*Художник*

**А.П. Яковлев**

*Адрес редакции:*

123298, Москва,

ул. Ирины Левченко, д. 1

*Тел./факс:* 8-499-740-60-14,

8-499-740-60-15

*E-mail:* unity@unity-dana.ru

Периодичность издания —  
четыре номера в год

Приобрести журнал можно  
в магазине издательства  
«ЮНИТИ-ДАНА»:

Москва, ул. Ирины Левченко, д. 1

## СОДЕРЖАНИЕ

### СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

#### Юридические науки

#### ТЕОРЕТИКО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРАВОВЫЕ НАУКИ

- Алоев К.В.** Децентрализация правотворчества  
в процессе установления и применения  
экспериментальных правовых режимов ..... 21
- Аронов А.В.** Правовой статус врача  
в Российской Федерации ..... 30
- Магомедов И.А.** Порядок и формы расторжения  
брака в мусульманском праве ..... 38
- Малашенко Г.Т.** Особенности обеспечения  
экономической безопасности в городах  
федерального значения Российской Федерации ..... 44
- Сатушиева Л.Х.** К вопросу о правовой природе,  
сущности и содержании религиозной традиции ..... 48

#### ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫЕ (ГОСУДАРСТВЕННО-ПРАВОВЫЕ) НАУКИ

- Андрейцо С.Ю.** Проблемы миграции:  
опыт юридических исследований в России ..... 52
- Ашхацава Д.И.** Экономический суверенитет  
Российской Федерации в контексте основ  
конституционного строя ..... 56
- Бекеева Г.А.** Особенности реализации правовых  
и религиозных норм в политической системе России .... 61
- Гиматдинова А.С.** Проблема отсутствия толкования  
нормы права, связанной с устранением  
административных правонарушений путем  
узаконивания самовольных построек ..... 65
- Магдилова Л.В., Магдилов М.М., Омарова М.М.**  
Проблемы правового обеспечения информационной  
безопасности беспроводных сетей ..... 72
- Муташева М.М., Мирзаев М.А.** Надзорная  
деятельность органов прокуратуры  
по предупреждению коррупции  
на государственной гражданской службе ..... 79

<b>Карл А.М.</b> Теоретическая модель законодательного регулирования оперативно-розыскных мероприятий .....	156
<b>Мусатов А.М.</b> Финансовые активы и цифровая валюта как предмет и средства экономических преступлений .....	163
<b>Ткачёв А.А.</b> Уголовная ответственность за участие в картеле .....	168

### Экономические науки

#### РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

<b>Абрамов В.И.</b> Влияние СВО на экономику Российской Федерации .....	174
<b>Арефьев Н.А.</b> Классификация угроз предприятий машиностроения .....	179
<b>Василенко Б.Г.</b> Применение причинно-следственной диаграммы Исикавы для выявления угроз экономической безопасности в сфере управленческого консалтинга при внедрении цифровых технологий .....	184
<b>Козин М.Н., Хачатурян А.А.</b> Обоснование методических инструментов и алгоритм обеспечения эффективности использования бюджетных средств, выделяемых на закупки товаров, работ, услуг при одновременном исполнении функций заказчика и поставщика (на примере ФСИН России) .....	191
<b>Лепшокова Р.Р.</b> Международная экономическая безопасность: анализ и сущность феномена .....	202
<b>Минаков А.В., Эриашвили Н.Д.</b> Региональные проблемы развития здравоохранения .....	207
<b>Наумов Ю.Г., Бероев М.Т.</b> Траектории эффективного противодействия киберкоррупции с участием органов внутренних дел .....	218
<b>Чан Тхань Хунг.</b> Управление стоимостными показателями оценки земли во Вьетнаме .....	224
<b>Шлыкова Л.В., Шамин А.Е.</b> Федеральный проект «Профессионалитет» как инструмент развития системы взаимодействия образовательных организаций и АПК региона .....	228

#### МЕНЕДЖМЕНТ

<b>Воронов А.А., Кулакова Н.Г.</b> Особенности управления процессом принятия решений при правовом обеспечении социально-экономических систем .....	235
<b>Мустафаев А.И.</b> Управление организационными и технологическими инновациями .....	241
<b>Хисямов Р.С., Балахнин Г.А., Жеребятёв И.А.</b> Влияние фитнес-инфлюенсеров на формирование стандартов красивого и здорового тела среди студентов .....	247

### Педагогические науки

#### ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ И ВОСПИТАНИЯ

<b>Мефодьева Ю.А., Варзунов А.В.</b> Совершенствование процесса обучения огневой подготовке сотрудников уголовно-исполнительной системы Российской Федерации .....	254
--	-----

Образование. Наука. Научные кадры. 2024. № 4. С. 247–253.  
*Education. Science. Scientific personnel. 2024;(4):247–253.*

МЕНЕДЖМЕНТ

Научная статья

УДК 330.161.11

<https://doi.org/10.24412/2073-3305-2024-4-247-253>

EDN: <https://elibrary.ru/ZIZCAI>

NIION: 2007-0062-4/24-204

MOSURED: 77/27-004-2024-04-404

---

## **Влияние фитнес-инфлюенсеров на формирование стандартов красивого и здорового тела среди студентов**

**Ринат Семеуллинович Хисьямов<sup>1</sup>, Глеб Александрович Балахнин<sup>2</sup>,  
Иван Андреевич Жеребятёв<sup>3</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup> НИУ Высшая школа экономики, Москва, Россия

<sup>1</sup> [rkhisyamov@hse.ru](mailto:rkhisyamov@hse.ru)

<sup>2</sup> [gabalakhnin@edu.hse.ru](mailto:gabalakhnin@edu.hse.ru)

<sup>3</sup> [iazherebyatev@edu.hse.ru](mailto:iazherebyatev@edu.hse.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме влияния фитнес-блогеров на формирование стандартов красоты и здоровья среди студентов. В последние годы наблюдается значительный рост популярности социальных сетей и фитнес-инфлюенсеров, которые активно формируют представления о красоте и здоровом образе жизни среди молодежи. Социальные платформы предоставляют фитнес-блогерам уникальные возможности для распространения контента, который оказывает глубокое влияние на восприятие идеалов тела и здоровья. Однако, несмотря на позитивные аспекты, такие как повышение мотивации к физической активности и пропаганда здорового образа жизни, существуют значительные риски, связанные с распространением нереалистичных стандартов красоты и здоровья. Авторы сделали попытку оценить влияние фитнес-инфлюенсеров на формирование стандартов красивого и здорового тела среди широкой аудитории и выявить потенциальные проблемы, которые могут возникнуть при просмотре или покупке контента фитнес-блогеров.

**Ключевые слова:** фитнес, фитнес-культура, фитнес-образование, здоровье, безопасность, качество жизни, обучение, развитие, фитнес-бизнес, менеджмент

**Для цитирования:** Хисьямов Р.С., Балахнин Г.А., Жеребятёв И.А. Влияние фитнес-инфлюенсеров на формирование стандартов красивого и здорового тела среди студентов // Образование. Наука. Научные кадры. 2024. № 4. С. 247–253. <https://doi.org/10.24412/2073-3305-2024-4-247-253>. EDN: <https://elibrary.ru/ZIZCAI>.

---

MANAGEMENT

Original article

## **The impact of fitness influencers on the formation of standards for a beautiful and healthy body among students**

**Rinat S. Khisyamov<sup>1</sup>, Gleb A. Balakhnin<sup>2</sup>, Ivan A. Zherebyatev<sup>3</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup> Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

<sup>1</sup> [rkhisyamov@hse.ru](mailto:rkhisyamov@hse.ru)

<sup>2</sup> [gabalakhnin@edu.hse.ru](mailto:gabalakhnin@edu.hse.ru)

<sup>3</sup> [iazherebyatev@edu.hse.ru](mailto:iazherebyatev@edu.hse.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the problem of the influence of fitness bloggers on the formation of standards of beauty and health among students is an urgent task. In recent years, there has been a significant increase in the popularity of social networks and fitness influencers, which actively form ideas about beauty and a healthy lifestyle among young people. Social platforms provide fitness bloggers with unique opportunities to distribute content that has a profound impact on the perception of body and health ideals. However, despite the positive aspects, such as increasing motivation for physical activity and promoting a healthy lifestyle, there are significant risks associated with the spread of unrealistic standards of beauty and health. The authors made an attempt to assess the impact of fitness influencers on the formation of standards for a beautiful and healthy body among a wide audience and identify potential problems that may arise when viewing or buying content from fitness bloggers.

---

© Хисьямов Р.С., Балахнин Г.А., Жеребятёв И.А., 2024

**Keywords:** fitness, fitness culture, fitness education, health, safety, quality of life, training, development, fitness business, management

**For citation:** Khisiyamov R.S., Balakhnin G.A., Zherebyatev I.A. The impact of fitness influencers on the formation of standards for a beautiful and healthy body among students // *Obrazovaniye. Nauka. Nauchnyye kadry = Education. Science. Scientific personnel.* 2024;(4):247–253. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2073-3305-2024-4-247-253>. EDN: <https://elibrary.ru/ZIZCAI>.

---

**П**о данным исследовательской компании Mediascope, 18% интернет-потребления в России приходится на видео, ежедневно смотрят 43% россиян, а 78% делают это хотя бы раз в месяц [6]. Согласно данным исследовательского агентства FitnessData [5], в России 39 тыс. фитнес-блогеров с оборотом 500 млн руб. в год. У каждого география фитнес-блогеров охватывает множество стран: большинство блогеров из России, но также аккаунты русскоязычных блогеров зарегистрированы в Беларуси, Казахстане, Украине, США, Чили, Словении, Таиланде, Индонезии, Эстонии, Великобритании. Топ-50 русскоязычных фитнес-блогеров — 58% мужчины, 42% женщины. Средний возраст блогеров — 36,1 лет. Аудитория самого популярного блогера — 4,46 млн подписчиков. Суммарно аудитория блогеров из топ-50 составляет более 42 млн человек. На первые десять каналов приходится 20 млн подписчиков. Общая аудитория мужчин составляет 23,8 млн подписчиков, у женщин суммарно — 14,9 млн подписчиков. У аккаунтов пар — 3,4 млн подписчиков.

Фитнес-блогеры предлагают широкий спектр продуктов и контента, включая марафоны и интенсивы, авторские тренировки, образовательные курсы, вебинары, наставничество и индивидуальное сопровождение, закрытые клубы, реали-ти-проекты и многое другое.

Изучение влияния фитнес-инфлюенсеров на формирование стандартов красоты и здоровья среди студентов является актуальной задачей, поскольку молодые люди находятся в уязвимом возрасте, когда они особенно восприимчивы к внешним воздействиям и социальным нормам. В исследовании Tricás-Vidal H. J. и др. [4] выявлено, что фитнес-инфлюенсеры оказывают значительное влияние на уровень физической активности пользователей социальных сетей в США, особенно среди женщин и представителей поколения миллениалов. В то же время исследования О.С. Андреевой и А.К. Асылбекова [3] показали, что взаимодействие с фитнес-контентом может привести к снижению самооценки и повышению неудовлетворенности своим телом, что свидетельствует о негативных последствиях физического перфекционизма.

В работе Н.И. Карпинской и др. [1] подчеркивается, что многие фитнес-блогеры не обладают профессиональной квалификацией, что может приводить к распространению вредных рекомендаций и негативному влиянию на психическое здоровье и самопринятие студентов. Следовательно, необходимы дополнительные исследования для более глубокого понимания того, как фитнес-инфлюенсеры влияют на восприятие стандартов красоты и здоровья среди студентов, а также для разработки стратегий минимизации негативных последствий и повышения осведомленности о реальных стандартах здоровья и красоты.

Таким образом, данное исследование направлено на оценку влияния фитнес-инфлюенсеров на формирование стандартов красоты и здоровья среди студентов с целью выявления как позитивных, так и негативных аспектов данного влияния, а также разработки рекомендаций по улучшению качества фитнес-контента и повышению критического восприятия среди молодежи.

Первоначально мы провели количественный опрос, чтобы выявить основные тенденции и проблемы, связанные с контентом фитнес-инфлюенсеров. Проведя опрос, состоявший из вопросов, разносторонне исследующих проблему, мы выявили основные проблемы, связанные с восприятием контента фитнес-блогеров. В опросе принял участие 401 студент (процентное соотношение респондентов по факультетам ВШЭ представлено на рис. 1). Опрос показал, что 75% опрошенных ищут информацию в интернет-блогах фитнес-инфлюенсеров.

Данный результат позволяет нам дальше продолжать исследование, чтобы ответить на вопрос, какое влияние имеют фитнес-инфлюенсеры на формирование стандартов красивого и здорового тела среди студентов НИУ ВШЭ 2-го — 4-го курсов. Говоря конкретнее, проблемы заключаются в следующем: создание нереалистичных стандартов красоты; популяризация использования различных добавок и препаратов, повышающих работоспособность; унификация тренировочных программ и фитнес-курсов (рис. 2—4).

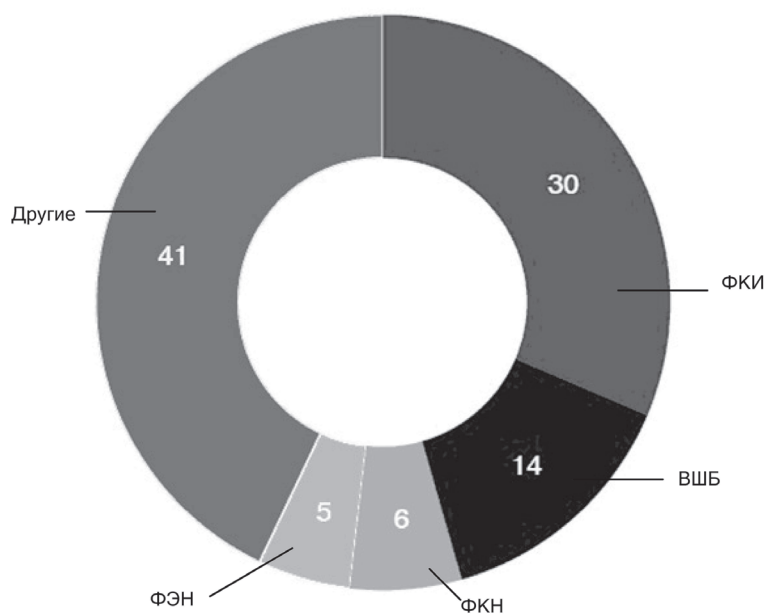


Рис. 1. Распределение студентов, принимавших участие в опросе, по факультетам Высшей школы экономики, %

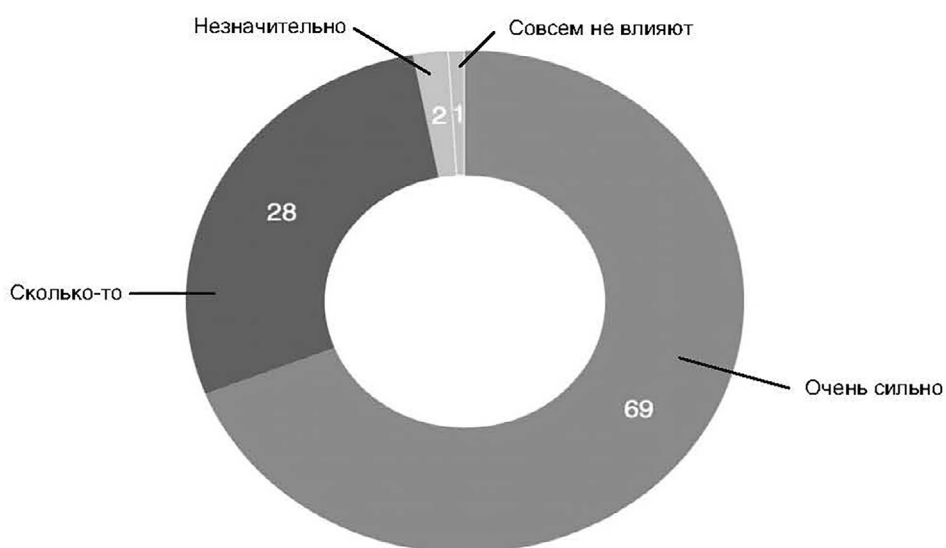


Рис. 2. Насколько сильно фитнес-инфлюенсеры влияют на представления респондентов о красивом и здоровом теле

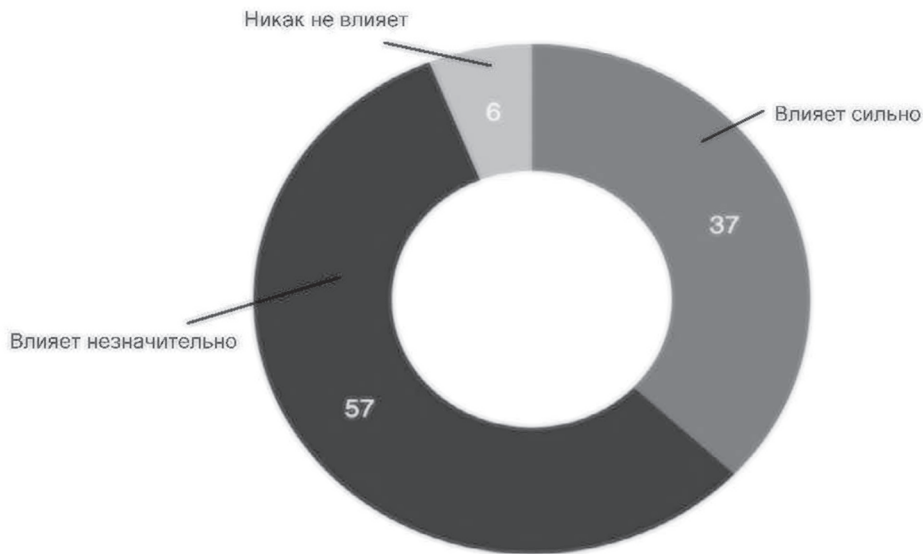


Рис. 3. Влияет ли реклама блогеров продуктов и добавок на покупки респондентов

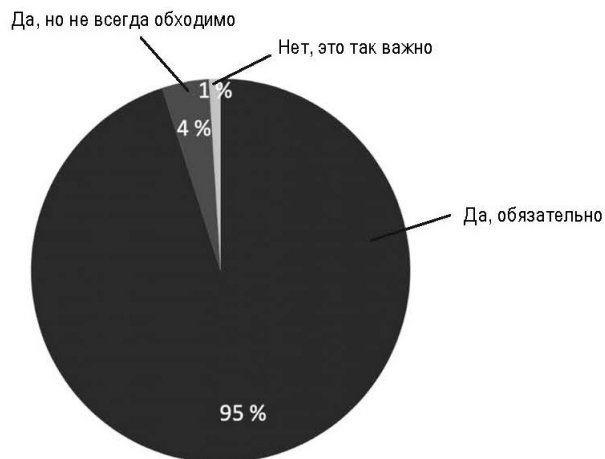


Рис. 4. Должны ли фитнес-блогеры, по мнению респондентов, учитывать индивидуальные особенности подписчиков при составлении программ

Впоследствии мы решили исследовать эти проблемы детальнее и провели глубинные интервью с целью выявления конкретных причин зарождения этих проблем. Глубинное интервью позволяет получить более глубокое, детальное и полное понимание мнений, взглядов, опыта и убеждений участников исследования. Благодаря открытым вопросам и возможности свободного обсуждения сложных тем появляется возмож-

ность раскрыть важные аспекты, которые могли бы остаться незамеченными при более поверхностных методах исследования. Кроме того, глубинные интервью позволяют получить информацию в контексте, что способствует лучшему пониманию исследователем обстоятельств, мотивации и факторов, влияющих на мнения и поведение участников. Важно отметить, что глубинные интервью позволяют получить качественные

данные, которые могут послужить основой для более детального анализа и выводов, а также для генерации новых идей и гипотез. Таким образом, глубинное интервью — мощный инструмент исследования, с помощью которого можно получить более глубокое понимание темы, разработать более детальные выводы и предложения на основе персональных знаний участников.

Результаты опроса показали, что большинство студентов 2-го — 4-го курсов, занимающихся фитнесом (98%), действительно активно следят за фитнес-инфлюенсерами (66%) и часто сравнивают себя с тем, как выглядят их любимые фитнес-блогеры (69%), а также следуют их советам касательно диет и тренировок. С другой стороны, респондентам также оказалось важно наличие профессионального образования в области фитнеса у инфлюенсеров (91,5% отметили важность образования). Большинство фитнес-инфлюенсеров не обладают таковым, что порождает большое противоречие, заключающееся в том, что люди все равно пытаются подражать фитнес-блогерам и быть похожими на них. Так как люди хотят следовать моде и стандартам, находится в социуме, что создает определенную опасность.

Опрос подтвердил наши ожидания, что фитнес-инфлюенсеры создают нереалистичные стандарты красивого и здорового тела, причем 25% респондентов отметили использование запрещенной фармакологии, что является большой проблемой, созданной нереалистичными стандартами красивого и здорового тела, потому что люди зачастую не осознают последствий, которые придут после использования фармакологии в будущем.

Опрос также показал, что 60% респондентов привлекает эстетика тела инфлюенсеров, которая и создает стандарты красивого и здорового тела, которые зачастую не могут быть достигнуты всеми, так как физиологические особенности тел могут ограничивать рост и развитие определенных элементов, востребованных по стандартам красоты и здоровья.

В результате анализа высказываний респондентов по теме здоровья, фитнеса и влияния фитнес-инфлюенсеров можно выделить несколько ключевых аспектов, которые отражают отношение людей, которые давали интервью, к фитнес-блогерам и новым стандартам красоты и здоровья.

Первое, о чем говорят респонденты, — важность квалификации фитнес-инфлюенсеров и тренеров. Квалификация играет одну из главных, если не решающую роль для обеспечения

безопасности и эффективности тренировок. Как утверждают 15% респондентов: «Фитнес-инфлюенсер — это тот же тренер на самом деле, у которого должно быть подтверждение его квалификации». У студентов возникает сомнение, что человек, который всю жизнь занимался просто контентом, фотографиями, юмором и т.д., потом в один момент объявляет, что у него открывается новый поток на курс по фитнесу. Это подчеркивает необходимость выбора профессионалов с соответствующими знаниями и навыками для избегания потенциальных рисков для здоровья.

Об обезличенном подходе инфлюенсеров в своих программах рассуждают 95% респондентов, поскольку индивидуальный подход фитнес-блогеров к своим клиентам практически отсутствует. Пренебрежение индивидуальными программами приводит к травмам или к минимальному результату. Такой подход к своим клиентам фитнес-блогеров у студентов не вызывает доверия.

Свои опасения насчет использования и рекламирования фитнес-инфлюенсерами фармакологии и БАДов выразили 64% респондентов, высказав свое негативное к этому отношение. Ряд респондентов привели собственные примеры последствий применения рекламируемых продуктов. Однако небольшой процент (3%) считают допустимым применение фармакологии только при наличии такой цели, как построение профессиональной карьеры в бодибилдинге, полагая, что без фармакологии невозможно добиться результатов в данном виде спорта.

Среди опрошенных 38% студентов считают, что из-за использования различных добавок или диет, которые наносят существенный вред здоровью, блогеры имеют шикарные тела, которые нравятся всем. Тем самым люди начинают повторять за инфлюенсерами, не понимая того, что на самом деле стоит за их телами. 5% респондентов считают, что фитнес-блогеры запускают марафоны с призами, которые заведомо невозможно выиграть в силу большой роли генетики, которая дана нам от природы. 28% респондентов считают, что внешний эффект, продвигаемый непосредственно блогером, — это наличие качественного профессионального оборудования, профессиональных фотографов и видео-операторов — всего того, что позволяет создавать и продавать эффективные образы. Заходя в социальные сети на страницу фитнес-блогера каждый день и каждый раз видя эти образы, у потребителя формируется желание быть похожим на автора этого проекта.



В результате анализа высказываний респондентов по теме здоровья, фитнеса и влияния фитнес-инфлюенсеров становится ясно, что общественное восприятие отношения к фитнес-блогерам и новым стандартам красоты и здоровья претерпевает значительные изменения. Респонденты высказывают серьезные опасения относительно качества информации, которую предлагают некоторые фитнес-инфлюенсеры, и подчеркивают важность квалификации и профессионализма в данной области.

Одним из ключевых моментов, на который указывают респонденты, является *необходимость наличия квалификации у фитнес-инфлюенсеров и тренеров*. Отсутствие соответствующего образования и профессиональной базы может привести к серьезным последствиям для здоровья тех, кто следует их советам и программам. Следовательно, респонденты высказывают требование к обязательному наличию подтвержденной квалификации у тех, кто предоставляет фитнес-курсы и тренировочные программы.

Кроме того, информанты обсуждают *неэффективность обезличенных программ фитнес-инфлюенсеров*. Отсутствие индивидуального подхода к клиентам может привести к разочарованию и недостаточным результатам. Респонденты высказывают желание получать персонализированные программы, которые учитывают их индивидуальные характеристики и цели.

Другим важным аспектом, который поднимается в ходе интервью, является *использование и рекламирование фармакологии и добавок фитнес-инфлюенсерами*. Респонденты высказывают опасения по поводу продвижения продуктов, которые могут нанести вред здоровью, и призывают к более ответственному подходу к таким практикам. Использование добавок должно сопровождаться консультацией профессионала и четко определенными целями, чтобы избежать негативных последствий.

И наконец, респонденты обращают внимание на *идеализацию стандартов красоты и здоровья*, которой способствуют фитнес-инфлюенсеры. Они замечают, что подражание идеалам, выставляемым в социальных сетях, может привести к комплексам, сравнению и стремлению к нереалистичным целям. Респонденты призывают к осознанному отношению к собственному здоровью, следованию здоровым принципам и избеганию искаженных представлений о красоте.

Из 350 тыс. фитнес-тренеров в России 21% видят себя фитнес-блогерами в ближайшие 10 лет [5]. Это говорит о том, что в ближайшем

будущем приверженцев фитнеса ждет рост влияния со стороны блогосферы. В складывающихся условиях становится необходимым для удовлетворения в безопасности, доступности и эффективности предлагаемых фитнес-продуктов обратить внимание на само просвещение в области фитнес-культуры.

### Список источников

1. *Карпинская Н.И., Карпинский А.Е., Исаков Е.Ю.* Феномен фитнес-блогинга на примере социальной сети Instagram // Актуальные проблемы развития и совершенствования системы физического воспитания для подготовки специалистов в транспортной отрасли. М., 2020. С. 93—96.
2. *Андреева О.С., Асылбеков А.К.* Связь физического перфекционизма и интереса к фитнес-контенту в социальных сетях // Актуальные проблемы экстремальной и кризисной психологии. Екатеринбург, 2022. С. 5—8.
3. *Tricás-Vidal H. J. et al.* Effects of fitness influencers on the level of physical activity performed by Instagram users in the United States of America: an analytical cross-sectional study // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022. Т. 19. No 21. P. 14258.
4. URL: <https://fitnessdata.ru>
5. URL: <https://mediascope.net>

### References

1. *Karpinskaya N.I., Karpinsky A.E., Isakov E.Yu.* Phenomenon of fitness blogging on the example of the social network Instagram // Actual problems of development and improvement of the system of physical education for training specialists in the transport industry. M., 2020. P. 93—96.
2. *Andreeva O.S., Asylbekov A.K.* Connection of physical perfectionism and interest in fitness content in social networks // Actual problems of extreme and crisis psychology. Yekaterinburg, 2022. P. 5—8.
3. *Tricás-Vidal H. J. et al.* Effects of fitness influencers on the level of physical activity performed by Instagram users in the United States of America: an analytical cross-sectional study // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022. Т. 19. No 21. P. 14258.
4. URL: <https://fitnessdata.ru>
5. URL: <https://mediascope.net>

### Информация об авторах

**Р.С. Хисьямов** — доцент НИУ «Высшая школа экономики», заместитель директора Института спортивного менеджмента и права Высшей школы юриспруденции и администрирования НИУ «Высшая школа экономики», руководитель общеуниверситетского майнора «Фитнес-индустрия и здоровый образ жизни» НИУ «Высшая школа экономики», член международной ассоциации спортивных наук (ISSA);

**Г.А. Балахнин** — студент 3-го курса бакалавриата направления «Реклама и связи с общественностью» НИУ «Высшая школа экономики», студент общеуниверситетского майнора «Фитнес-индустрия и здоровый образ жизни» НИУ «Высшая школа экономики»;

**И.А. Жеребятьев** — студент 3-го курса бакалавриата направления «Реклама и связи с общественностью» НИУ «Высшая школа экономики», студент общеуниверситетского майнора «Фитнес-индустрия и здоровый образ жизни» НИУ «Высшая школа экономики».

### Information about the authors

**R.S. Khisyamov** — Associate Professor of the Higher School of Economics, Deputy Director of the Institute of Sports Management and Law of the Higher School of Jurisprudence and Administration of the National Research University "Higher School of Economics", Head of the university-wide minor "Fitness Industry and Healthy Lifestyle" of the Higher School of Economics, member of the International Association of Sports Sciences (ISSA);

**G.A. Balakhnin** — 3rd year undergraduate student of "Advertising and Public Relations" of the Higher School of Economics, student of the university-wide minor "Fitness Industry and Healthy Lifestyle" of the Higher School of Economics;

**I.A. Zherebyatev** — 3rd year undergraduate student of "Advertising and Public Relations" of the Higher School of Economics, student of the university-wide minor "Fitness Industry and Healthy Lifestyle" of the Higher School of Economics.

### Сведения о вкладе каждого автора

**Вклад авторов:** все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**Contribution of the authors:** the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 18.09.2024; одобрена после рецензирования 18.10.2024; принята к публикации 18.11.2024. The article was submitted 18.09.2024; approved after reviewing 18.10.2024; accepted for publication 18.11.2024.

## ИЗДАТЕЛЬСТВО «ЮНИТИ-ДАНА» ПРЕДСТАВЛЯЕТ



Маркетинг: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / под ред. Н.Д. Эриашвили, Ю.А. Цыпкина. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 183 с.

ISBN 978-5-238-03770-7

Рассматриваются возникновение маркетинга, его концепции и среда функционирования. Раскрываются система маркетинговых исследований, функции маркетинга и набор маркетинговых инструментов. Исследуется организация маркетинговой деятельности предприятия. В отдельной главе уделено внимание этическим аспектам маркетинга.

Для студентов и преподавателей вузов, специалистов в области маркетинга, рекламы, менеджмента.