

БИЗНЕС В АРХИТЕКТУРЕ, ДИЗАЙНЕ И ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВЕ

УДК 72.06
ББК 85.11к

И.В. Топчий

Московский архитектурный институт (государственная академия), Москва, Россия

Аннотация

По оценке аналитиков Союза московских архитекторов, только 20% выпускников высших архитектурных школ работают по профессии. Чем занимаются другие 80% и как они используют «архитектурные» компетенции? В статье рассматривается актуальная для молодых архитекторов проблема поиска направлений и способов построения профессиональной карьеры. Автор проводит социологическое исследование, выполненное с помощью интернет-блогов и публикаций в англоязычных СМИ. Коммерческая сфера является одной из возможных областей реализации своих творческих устремлений для архитекторов, градостроителей и дизайнеров. Благодаря программе ТПП РФ «100 надежд бизнеса», проводившейся осенью 2017 года, у студентов старших курсов МАРХИ появилась возможность попробовать создать собственный бизнес и взять на себя ответственность за воплощение в жизнь результатов своей интеллектуальной деятельности. Эта работа выявила ряд проблем в профессиональном образовании, таких, как непонимание студентами отличий между социальными и коммерческими проектами и нехватку правовых знаний. Проблемы позволили определить новые направления развития дополнительного профессионального архитектурного образования.¹

Ключевые слова: бизнес, архитектура, бизнес в архитектуре, профессиональное развитие, «100 надежд бизнеса»

BUSINESS IN ARCHITECTURE, DESIGN AND URBAN PLANNING

I. Topchiy

Moscow Institute of Architecture (State Academy), Moscow, Russia

Abstract

According to analysts of the Moscow Architect's Union only 20% of the Architectural schools graduates work by profession. What do the other 80%. And how do they use the «architectural» knowledge and competence? The article deals with the problem of finding directions and ways of building a professional career, which is relevant for young architects. The author carries out a case study with the help of the internet - blogs and publications and English-speaking media. Commercial sphere is one of the possible areas for the implementation of creative ideas of architects, urban planners and designers. Thanks to the RF CCI program «100 Business Hopes», held in the fall of 2017, the students of senior courses of the Moscow Institute of Architecture had an unique opportunity to try their abilities in business. And to realize the results of one's intellectual activity. This work showed several problems in architectural education. Such as, the students do not understand the differences between social and commercial projects. And the lack of legal knowledge. Problems showed new directions in the development of additional professional architectural education.²

¹ **Для цитирования:** Топчий И.В. Бизнес в архитектуре, дизайне и градостроительстве // Architecture and Modern Information Technologies. – 2018. – №3(44). – С. 436-447 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://marhi.ru/AMIT/2018/3kvart18/26_topchy/index.php

² **For citation:** Topchiy I. Business in Architecture, Design and Urban Planning. Architecture and Modern Information Technologies, 2018, no. 3(44), pp. 436-447. Available at: http://marhi.ru/eng/AMIT/2018/3kvart18/26_topchy/index.php

Keywords: business, architecture, business in architecture, professional development, «100 business expectations»

Экономический кризис, продолжающийся в нашей стране почти десятилетие, поставил архитектурную профессию в сложное положение. Сокращаются инвестиции в строительство, проектные бюро, испытывая дефицит работы, и архитекторы занимаются дизайном интерьеров, элементов пространственной среды, проектированием яхт и другими видами художественно-предметного творчества. По оценке организаторов Фестиваля «Открытый город»³, прошедшего осенью 2017 года в Москве, только 20% выпускников высших архитектурных школ работают по профессии. Это в 2-3 раза меньше, чем в других специальностях [1]. При этом популярность архитектурных профессий остается на высоком уровне, конкурс среди абитуриентов составляет от трех до пяти человек на одно место в зависимости от региона.

Динамично меняющийся рынок труда диктует необходимость частой профессиональной переориентации, поиска новых возможностей применения имеющихся компетенций. Междисциплинарный характер и обширный потенциал архитектурного образования объясняет его привлекательность для всего экономически активного населения, поскольку полученные компетенции могут быть применены в различных сферах деятельности, в том числе при смене траекторий профессиональной карьеры.

В конкретной жизненной ситуации смена профессиональной траектории сопровождается стрессовой ситуацией, необходимостью выбора наиболее подходящего «нового» направления деятельности и получения новых компетенций, то есть профессиональной ориентацией и дополнительным образованием. Проблему усугубляет динамика рынка труда и проектных услуг, углубление специализации и диверсификация архитектурной профессии, появлением новых смыслов и новых форм архитектурной деятельности.

Количественное наращивание «архитектурных» знаний привели к качественным изменениям в архитектурной профессии, увеличением времени, затрачиваемом на предпроектные исследования и вовлечением в архитектурно-градостроительную деятельность представителей различных социальных групп [2]. Новые смыслы архитектурной деятельности и новые способы использования «архитектурных» знаний исследуют ведущие архитектурные школы мира и центры градостроительных исследований^{4, 5}.

Интересен опыт зарубежных архитекторов, сделавших карьеру в других профессиях и использовавших для этого «архитектурные» знания. Обсуждение новых путей развития карьеры архитекторов ведется в интернет-блогах, которые являются эмпирической базой социологического исследования многообразия траекторий профессионального развития архитекторов^{6, 7}.

³ Фестиваль и конференция «Открытый город» в 2017 году проводилась под патронажем Москомархитектуры и главного архитектора г. Москвы С. Кузнецова.

⁴ Официальный интернет-сайт Института инноваций и общественного назначения Объединенных колледжей Лондона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose> (дата обращения: 05.04.2018).

⁵ Официальный интернет-сайт Европейского исследовательского центра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.heranet.info (дата обращения: 26.05.2018).

⁶ Jared Lewis Eight. Alternative Careers for Architects [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.architectmagazine.com/practice/eight-alternative-careers-for-architects_o (дата обращения: 27.05.2018).

⁷ Alice Liao. Eight Alternative Careers for Architects, June 01, 2016 / URL: http://www.architectmagazine.com/practice/eight-alternative-careers-for-architects_o (дата обращения 27.05.2018).

Анализ возможных путей профессионального развития архитекторов, «вышедших из профессии», был представлен автором статьи на конференции по устойчивому развитию, организованной Технологическим институтом графства Уэссекс летом 2017 года (WIT, Бристоль, Великобритания) [3]. Среди наиболее популярных сфер деятельности дипломированных архитекторов: педагогика, средства массовой информации (профессиональные и публичные), искусство (станковая живопись, графика, книжная иллюстрация), сценическое искусство и костюм, дизайн (антропогенной среды и промышленный), информационные технологии и бизнес.

Много примеров успешной деятельности представителей художественных и инженерных специальностей в архитектуре, которые можно воспринимать как примеры смены профессиональной траектории из искусства и конструирования в архитектуру. В качестве примеров можно привести проектную деятельность русских художников конца XIX века: Васнецова, Поленова, Врубеля и других, создавших «русский стиль» в архитектуре, искусстве и дизайне; яркие художественные образы в архитектуре создает испанский инженер С. Калатрава и так далее [4, 5]. Возможность профессиональной трансформации и взаимного перехода из сферы искусства и инженерии в архитектуру и обратно предопределены тесным взаимодействием внутри профессии.

Если подросток в начале пути делает профессиональный выбор на основании личных интересов, склонностей и способностей, то взрослые люди, уже имеющие профессиональные квалификации и опыт, основываются на потребностях рынка труда, имеющихся социальных и профессиональных связях и других причинах. Существенным является возможность принятия ответственности за результат своей интеллектуальной деятельности и степень самостоятельности. Многие недавние выпускники архитектурных школ мечтают открыть собственное архитектурно-проектное бюро, справедливо считая, что таким образом они имеют наибольший шанс воплотить свои идеи в жизнь и реализовать амбиции. Но не делают этого, понимая, что риск неудачи высок, а на них ляжет ответственность за сотрудников и организацию всей деятельности. На профессиональных форумах часто высказываются предложения о введении в архитектурное и дизайнерское образование новых курсов по обучению менеджменту и навыкам ведения бизнеса.⁸

Примером появления новых возможностей для претворения в жизнь градостроительных идей служит история бразильского архитектора Жайме Лернера, сменившего проектную работу на административную. Он трижды избирался мэром города Куритиба (Бразилия). Административные полномочия расширили возможности реализации архитектурно-градостроительных идей, а профессиональные знания и опыт давали понимание механизмов их реализации. Методы реализации замыслов, примененные Ж. Лернером, показывают ценность объединения усилий архитекторов с непрофессиональными участниками архитектурно-градостроительной деятельности – жителями города – и важность поиска союзников, которые понимали и разделяли идеи архитекторов. Изначально минимальный бюджет города не позволял рассчитывать на крупные инвестиции в реконструкцию городского транспорта и благоустройство. Поэтому многие задачи создания комфортной и устойчивой среды жизни решались за счет использования новых систем транспорта и привлечения горожан к озеленению районов [6]. Нужно обратить внимание, что основная нагрузка на пропаганду идей озеленения беднейших районов города – фавел (от порт. *favela*), легла на школьных учителей. Именно учителя, понимающие важность экологических инициатив, смогли организовать работу на местах. Еще более ценной могла бы стать работа школьных учителей, обладающих архитектурно-дизайнерским образованием, использующих свои профессиональные знания для придания нового эстетического облика жилым районам.

⁸ Мацейко Е. Когда архитектор должен «встать на крыло» // Всероссийский отраслевой журнал «Строительство. Ру» 05.10.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcmm.ru/arhitektura-i-proektirovanie/39912-kogda-arhitektor-dolzhen-vstat-na-krylo.html> (дата обращения: 21.03.2018).

Возвращаясь к нашим реалиям можно заметить, что архитекторы, работающие в учебных заведениях общего и среднего профессионального образования, вне единой политики активно занимаются оформлением и благоустройством школьного пространства и пришкольных участков.

Остается важный вопрос: насколько готовы выпускники архитектурных школ взять на себя ответственность за результаты своего творчества и как они оценивают свой потенциал?

Возможность ответить на эти вопросы появилась осенью 2017 года, когда торгово-промышленная палата РФ, готовясь к празднованию 100-летия создания института промышленных Палат, инициировала акселерационную Программу «100 надежд бизнеса»⁹. Целью данной Программы являлась поддержка предпринимательства, поиск молодых и инициативных студентов, стремящихся к созданию собственного бизнеса. Авторами инициативы выступили Президент ТПП С.Н. Катырин и Вице-президент ТПП, председатель Комитета Торгово-промышленной палаты РФ по развитию частного предпринимательства, малого и среднего бизнеса Е.Н. Дыбова. От студентов, хотевших принять участие в программе, требовалось только желание и настойчивость, тогда как ТПП РФ гарантировала свою поддержку в виде привлечения опытных бизнес-наставников, предоставления своих выставочных пространств, юридических и образовательных ресурсов. Пятерка лауреатов могла надеяться на инвестиции.

В Программе приняли участие студенты почти шестидесяти вузов Москвы, готовящих выпускников к работе в коммерческой области и не имеющих отношения к коммерции: Государственного университета управления (ГАУ), Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Российского экономического университета (РЭУ им. Плеханова), Российской таможенной академии (РТА), Московского городского педагогического университета (МГПУ) и других. Программа была поддержана и студентами МАРХИ.

Перед участниками Программы – будущими архитекторами – ставилась задача найти новые формы получения прибыли от компетенций, приобретенных во время профессионального образования. В том числе и за счет оказания услуг в области архитектурного проектирования. Преподавателям было интересно понять, какие компетенции, полученные во время обучения, студенты воспринимают в качестве потенциального источника дохода. Готовы ли выпускники взять на себя ответственность за результаты своей интеллектуальной деятельности и самостоятельно их коммерциализировать? Какие компетенции необходимо еще получить недавним выпускникам, чтобы успешно развивать карьеру? Следует отметить, что студенты старших курсов в целом проявили интерес к бизнесу, что показывает важность продолжения исследований в данном направлении.

Почти треть бизнес-предложений относились к продаже архитектурных и дизайнерских проектов – объектов авторского права (рис. 1). Масштаб проектов был различен – от небольших элементов интерьера до проектов агропромышленных комплексов. Художественно-пространственные идеи преподносились как полный бизнес-проект, но не как звено в цепочке бизнес-процесса. Тем самым, авторы показывали, что не готовы были принять на себя роль организаторов бизнес-процессов, но хотели бы получать доход от результатов своей интеллектуальной деятельности.

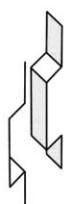
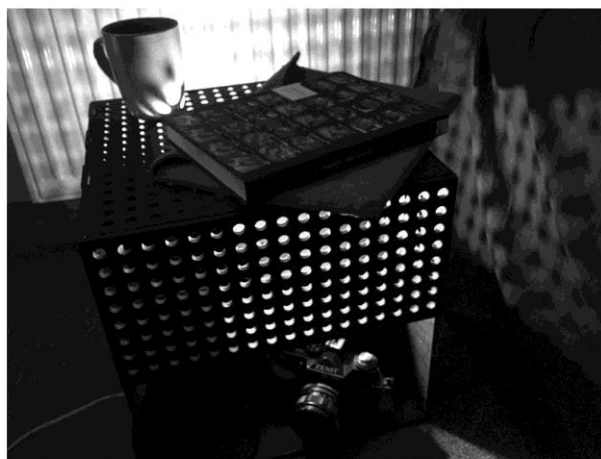
Нерешительность авторов попробовать себя в бизнесе объяснялась отсутствием знаний о возможности внедрения проектов в производство, способов продажи объектов авторского права и промышленных образцов. Все «некоммерческие» проекты не прошли отбор. Но авторы дизайнерских проектов могут самостоятельно изучить основы бизнеса. Сегодня существует группа компаний, обучающих предпринимателей и помогающих

⁹ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://100.tpprf.ru/>

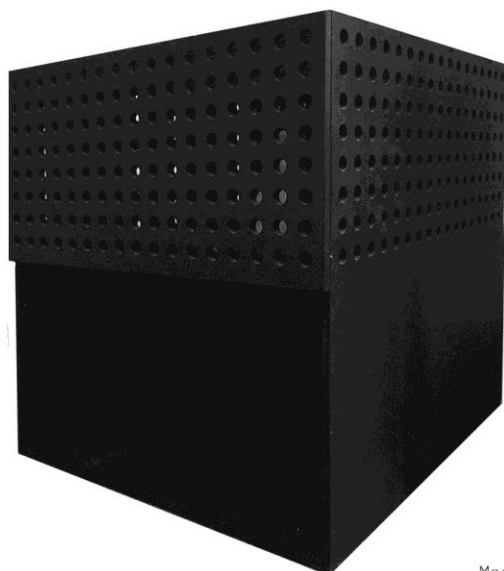
«раскрутке» прибыльного бизнеса.¹⁰ Их методы обучения строятся по той же схеме, что и программа «100 надежд бизнеса» и включают создание «питча» (от англ. *pitch* – бросок, подача) – ключевой идеи бизнес-продукта; экономические расчеты бизнеса, бизнес-планирование; выбор организационно-правовой формы предприятия; написание писем инвесторами, формирование команды; создание логотипа и фирменного стиля, разработка сайта и разработка SMM-стратегии; подбор помещения и другие практические задачи [7, 8].

«M O D U L»

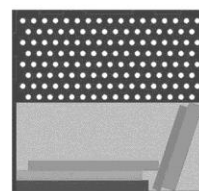
«Модуль» – многофункциональная единица жилого пространства. «Модуль» – элемент интерьера, включающий в себя много функций: хранение книг, различных мелочей, ночник. Функции «Модуля» этим не ограничиваются, потому что каждая модель уникальна. Материал – 8мм медельный щит, форма – куб. Предполагается три размера «Модулей» размерами в 250 мм, 300 мм, 350 мм. Цвет куба может быть двух вариантов – краска (черная, белая), лак. «Модуль» помогает трансформировать пространство самому, благодаря удобным габаритам. Может использоваться как индивидуально, так и в комбинации с другими моделями «Модулей».



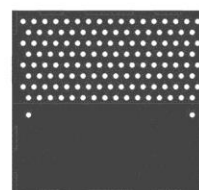
Вид крепления



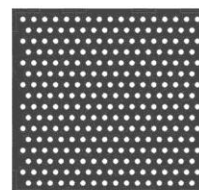
Вид спереди:
снизу – книжная полка;
сверху – ночник.



Вид сзади:
снизу – закрытая выдвигаемая полка для хранения мелочей;
сверху – ночник.



Вид сверху:
Снимающаяся верхняя крышка;
под крышкой – плафон ночника с возможностью выбора цвета света в зависимости от лампы.



Проект выполнили:
студенты 5-го курса
Московского Архитектурного Института
Максимова Анна (16 группа), Мищенко Анфиса (6 группа)

Рис. 1. «MODUL» – дизайнерский проект А. Мищенко не смог вписаться в бизнес-цепочку от идеи до потребителя

¹⁰ Школа Seasons of life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://seasons-project.ru/life> (дата обращения: 24.05.18)

Целевая аудитория, на которую рассчитываются подобные бизнес-курсы, состоит преимущественно из молодых мам и семей с детьми. Тематика уже созданных организаций отражает интересы данной социальной группы: детские художественные студии, магазин одежды для детей, студия флористики и ивент-компания и т.д.¹¹ Конкурентные преимуществами и деятельность каждой из этих компаний основаны на уникальности художественных и пространственных идей и их эстетической ценности [9], то есть на тех преимуществах, которыми и обладают выпускники архитектурно-дизайнерских факультетов.

Рассмотрим бизнес-идеи студентов МАРХИ. В числе «архитектурных» бизнес-идей крупного масштаба был проект агропромышленного комплекса по производству мидий – «Ферма по производству и экспорту мидий и аквакультур в г. Кандалакша», автор Тимошина Дарья (рис. 2). Предпроектное предложение, включающее архитектурно-планировочное решение, технологическую схему, экономические расчеты, нуждались в рекламе и могли бы заинтересовать инвесторов. Но нехватка практического опыта, отсутствие у автора «имени», которое могло бы привлечь инвесторов, перевели проект в ранг футуристических.

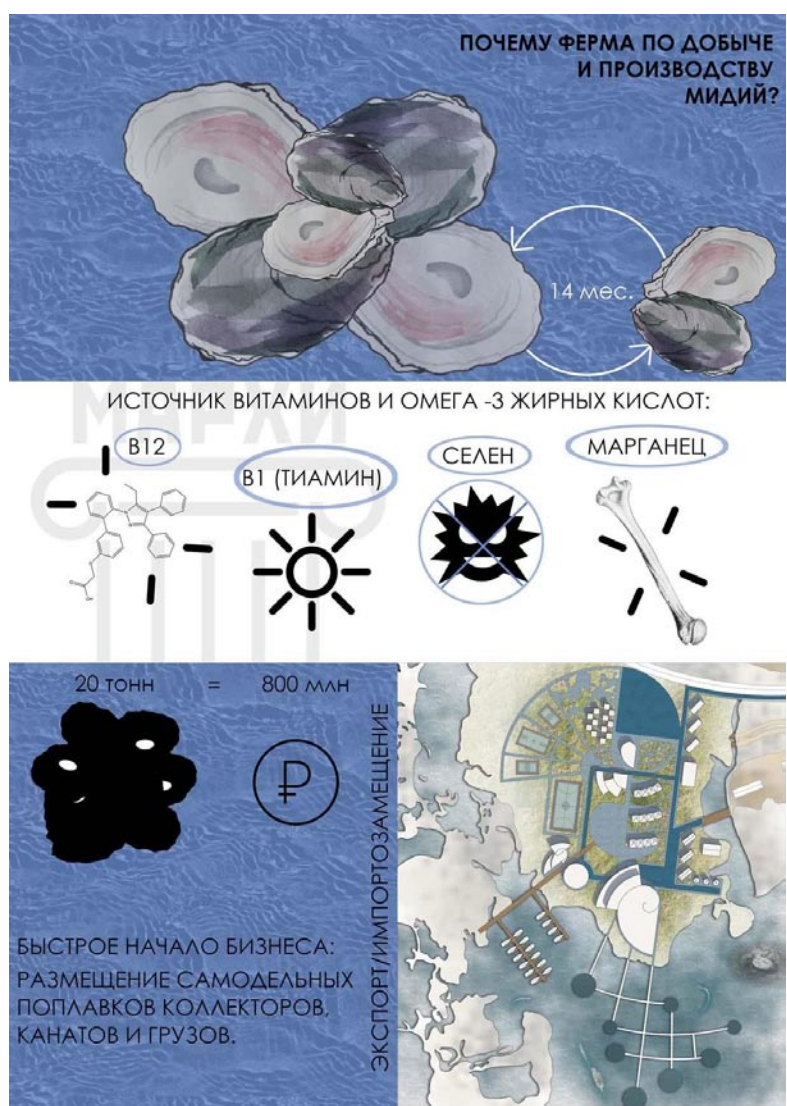


Рис. 2. Предложение для инвесторов создать ферму по производству и экспорту мидий и аквакультур в г. Кандалакша. Предложение Д. Тимошиной

¹¹ Интернет-магазин детской одежды «Криста» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crusta.design/> (дата обращения: 14.03.18)

Еще один масштабный проект по созданию национального бренда и использованию его на транспорте и сувенирной продукции предложила Э. Парамонова (рис. 3). Разработанный автором бренд содержал три узнаваемых набора образов – деятели искусства России, русские политики и образы России (медведи, балалайки и т.д.). Работа получила высокую оценку при защите диплома в колледже искусств г. Набережные Челны, а автор был дважды удостоен премий Президента РФ. Стремление работать в масштабах государства у автора сопровождалось незнанием законов, регулирующих закупки для государственных нужд [10]. Идея создания национального брендинга была трансформирована до производства сувенирной продукции. Как и другие авторы произведений архитектуры и дизайна, первой проблемой была защита своих прав, поиск заказчиков, организация производства и сбыта, реклама, подбор сотрудников и т.д.



Рис. 3. Идеи национального брендинга. Предложение Э. Парамоновой

В лучшем положении оказался автор, планировавший создание семейного проектного бюро (Влада Карабаева). Преимуществами данной идеи была ее реализуемость и наличие опытных партнеров. К достоинствам относились гибкий подход к клиентам и наличие связей с поставщиками.

Не совсем понятной с точки зрения бизнес-процессов выглядела идея «создания архитектурно-градостроительной мастерской, которая будет специализироваться в проектировании и воссоздании исторических объектов и обучении молодежи в архитектурной сфере на территории исторической Москвы» (В. Барханов и другие). Авторы сосредотачивались на социальных идеях и художественно-эстетических идеалах, игнорируя экономические расчеты и финансовое обеспечение ее деятельности (рис. 4).

Интересная идея, основанная на решении социальной проблемы трудоустройства молодых выпускников архитектурных факультетов, была предложена Н. Назаровой (рис. 5). Ее проект должен быть реализован при поддержке Союза архитекторов Москвы, имеющего ценные нематериальные активы – базу данных проектных бюро и известный логотип. Тем самым снижались инвестиции в рекламу, использовались существующие каналы коммуникаций с потенциальными «заказчиками» – проектными бюро. Проект вошел в число десяти лучших «100 надежд бизнеса», а ее автор получила возможность работать с экспертами ТПП. Остается надеяться, что Наталья Назарова не остановится на пути к практическому воплощению своей идеи и СМА будет иметь специализированное рекрутинговое агентство.



Рис. 4. Информационный плакат идеи макетной мастерской «Школа классического градостроительства» в МАРХИ. В. Барханов и другие



Рис. 5. Варианты плакатов-представлений рекрутингового агентства «Архитектор» для Проекта «100 надежд бизнеса» Н. Назаровой

Группа направлений в бизнесе, практикуемая архитекторами, не была «замечена» и предложена студентами МАРХИ. Предполагая развитие бизнес-инициатив следующими поколениями выпускников архитектурных школ, необходимо вспомнить наиболее популярные направления реализации своих талантов за пределами архитектурного проектирования:

– дополнительное архитектурно-художественное образование детей и взрослых (Детская творческая студия СМА, «Вилла курица», Экспериментальная детская архитектурная студия В. Кирпичева – ЭДАС, художественная студия Марии Шалито и другие);

- культурно - образовательные проекты для взрослых, экскурсии, лектории («Москва глазами инженера», «Лавка экскурсий», публичные лекции по архитектуре в Центре современного искусства «Винзавод» и другие) (рис. 6);
- художественные галереи и выставочные залы (галерея «Культпроект» архитектора Ю. Манусевич, Центр архитектуры Бристоля (Великобритания) – архитектор Найл Филипс и другие);
- IVENT-компании, IVENT-дизайн и IVENT-менеджмент, разрабатывают стратегии территориального брендинга и туристические маршруты, пишут и издают книги по искусству и архитектуре и т.п. (архитектор Олег Шапиро, руководитель проекта «АРТ-ОВРАГ»; архитектор Е. Микулина, главный редактор журнала «AD» и другие);
- аналитическая деятельность в сфере городского развития по заказу государственных корпораций и коммерческих инвестиционных компаний (КБ «СТРЕЛКА», «АГЕНТСТВО СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ», АГЕНТСТВО СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ «ЦЕНТР» и другие).



Рис. 6. Лекция архитектора О. Попова (ЗАО «Попов и Архитекторы») об особенностях проектирования внутри исторических кварталов Москвы

Еще одной перспективной формой бизнеса, основанной на гибких формах занятости и требующей высокоинтеллектуального труда, является «фриланс» (англ. *freelance*). Фрилансер имеет возможность совмещать работу в проектной сфере и в других областях, например, в книжной графике, WEB-дизайне, мультипликации, фотографии и т.п. и выполнять полный цикл работ – от идеи до проекта и воплощения в жизнь.

Выводы

В информационном обществе, где большая часть знаний о мире и передается через глобальные и локальные информационные системы, профессиональная ориентация и дополнительное архитектурное образование становятся единым процессом. Произошло изменение смысла непрерывного профессионального образования: если в период индустриального общества необходимость постоянного обновления профессиональных знаний связывалось с появлением новых знаний и поступательным развитием карьеры в области архитектуры, то в постиндустриальном обществе важность непрерывного профессионального образования связана с динамичным изменениям рынка труда и необходимостью профессиональной переориентации и поиска перспективных направлений развития карьеры.

Профессиональное развитие и профессиональная ориентация происходят как в границах одной профессии, так и в смежных с архитектурой областях. Бизнес, основанный на архитектурно-художественных компетенциях, является одним из направлений развития карьеры архитекторов и дизайнеров, обладающим большим потенциалом.

Очевидна задача, стоящая перед дополнительным профессиональным образованием студентов – обучение методам коммерциализации результатов их интеллектуальной деятельности, в том числе в отношении проектов и моделей произведений архитектуры и дизайна, художественных произведений, произведений науки (статей, книг, учебных программ и т.д.). Выпускникам архитектурных факультетов необходимо понимать место объектов интеллектуальной собственности в бизнес-процессах, получать знания современного законодательства по расходованию бюджетных средств и других правовых знаний в области коммерческой деятельности.

Студенты архитектурных и дизайнерских школ имеют слабое представление об особенностях коммерческой деятельности и ее отличиях от социальной деятельности – культурной, образовательной, просветительской и т.д. Это является причиной трудностей при поиске источников финансирования социальных проектов. Понимание ценности, изучение роли и места культурно-образовательных и других социальных инициатив в бизнес-цепочках поможет полнее использовать интеллектуальный потенциал выпускников высших школ архитектуры: защитить права авторов, коммерциализировать результаты своей деятельности и осуществить нужные для общества инициативы.

Литература

1. Лутовина К.В. Почему выпускники вузов не работают по специальности // Молодой ученый. - 2017. - №36. - С. 69-72 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/170/45594/> (дата обращения: 28.05.2018).
2. Топчий И.В. Субъекты архитектурно-градостроительной деятельности // Architecture and Modern Information Technologies. - 2016. - N 3 (36) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marhi.ru/AMIT/2016/3kvart16/topchiy/abstract.php> (дата обращения: 05.04.2018).
3. Topchiy I. Career guidance for the stable professional development of architects. WIT Transactions on Ecology and the Environment // Sustainable Development and Planning IX. – 2017. - Vol 226. - S. 713-721 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.witpress.com
4. Быстрова Т.Ю. Место органической архитектуры в творчестве Сантьяго Калатравы // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. - 2014. - №1. - С. 41-48.
5. Prosen M. The Participation of Russian Architects and Sculptors in Making the Art Deco Architecture in Serbia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.academia.edu/30703372/The_Participation_of_Russian_Architects_and_Sculptors_in_Making_the_Art_Deco_Architecture_in_Serbia (дата обращения 26.05.2018)
6. García M., Sampaio C.A.C., González A.D. Ecosocioeconomics Applied To Urban Freight by Bicycle and Motorcycle in the City of Curitiba, Brazil. - Vol. 191. - 2014. – S. 713-722 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [WIT Transactions on Ecology and the Environment](http://www.witpress.com/abstract/document/details/55958/1)
7. Латкин А.П., Беленец П.С. Информационно-коммуникационные и маркетинговые технологии - эффективный инструмент развития франчайзинга // Экономические науки. – 2014. – № 12. – С. 84-89.

8. Ткач Н.Г. Построение эффективной SMM-стратегии: сущность, этапы, разработки // В сборнике: Инфраструктурное обеспечение социально-экономического развития региона материалы международной научно-практической конференции. – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2017. - С. 222-224.
9. Крымов С.М., Кольган М.В. Специфика использования инновационных технологий в процессе товародвижения на основе информатизации // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19, № 01. – С. 233-244.
10. Федеральный Закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

References

1. Lutovina K.V. *Pochemu vipuskniki vusov ne rabotaut po specialnosti?* [Why graduates do not work in their specialty. Magazine Young Scientist]. 2017, no. 36, pp. 69-72. Available at: <https://moluch.ru/archive/170/45594/>
2. Topchy I.V. Subjects of architectural and town-planning activity. Architecture and Modern Information Technologies. 2016, no. 3(36). Available at: <http://marhi.ru/AMIT/2016/3kvart16/topchiy/abstract.php>
3. Topchiy I. Career guidance for the stable professional development of architects. WIT Transactions on Ecology and the Environment. Vol 226, 2017, WIT Press. Sustainable Development and Planning IX, pp. 713-721. Available at: www.witpress.com
4. Bystrova T.Yu. *The place of organic architecture in the work of Santiago Calatrava* [Place of organic architecture in the work of Santiago Calatrava. Magazine Academic Bulletin UralNIiproekt RAASN]. 2014, no. 1, pp. 41-48.
5. Prosen M. The Participation of Russian Architects and Sculptors in the Making of the Deco Architecture in Serbia. Available at: https://www.academia.edu/30703372/The_Participation_of_Russian_Architects_and_Sculptors_in_Making_the_Art_Deco_Architecture_in_Serbia
6. García M., Sampaio C.A.C., González A.D. Ecosocioeconomics Applied To Urban Freight by Bicycle and Motorcycle in the City of Curitiba, Brazil. Vol. 191, 2014, pp. 713-722. Available at: [WIT Transactions on Ecology and the Environment](http://www.witpress.com)
7. Latkin A.P., Belenets P.S. *Informatsionno-kommunikatsionnyye i marketingovyye tekhnologii - effektivnyy instrument razvitiya franchayzinga* [Information-communication and marketing technologies - an effective tool for the development of franchising. Magazine Ekonomicheskkiye nauki]. 2014, no. 12, pp. 84-89.
8. Tkach N.G. *Postroyeniye effektivnoy SMM-strategii: sushchnost', etapy, razrabotki* [Building an effective SMM strategy: essence, stages, developments. In the collection: Infrastructural support of social and economic development of the region materials of the international scientific and practical conference]. Volgograd, Volgograd State University, 2017, pp. 222-224.
9. Krymov S.M., Kolgan M.V. *Spetsifika ispol'zovaniya innovatsionnykh tekhnologiy v protsesse tovarodvizheniya na osnove informatizatsii* [Specificity of the use of innovative technologies in the process of commodity circulation on the basis of informatization. Journal of Russian Entrepreneurship]. 2018, vol. 19, no. 01, pp. 233-244.

10. *Federal Law No. 44-FZ of 05.04.2013 «O kontraktnoy sisteme v sfere zakupok tovarov, rabot, uslug dlya obespecheniya gosudarstvennykh i munitsipal'nykh nuzhd»* ["On the Contract System in the Sphere of Procurement of Goods, Works, and Services for Ensuring State and Municipal Needs"].

ОБ АВТОРЕ

Топчий Ирина Владимировна

Кандидат архитектуры, директор подготовительных курсов, Московский архитектурный институт (государственная академия), Москва, Россия

e-mail: top@markhi.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Topchiy Irina

PhD in Architecture, Director of the Preparatory Department, Moscow Institute of Architecture (State Academy), Moscow, Russia

e-mail: top@markhi.ru