УДК 303.732 **DOI: 10.14451/1.209.176**

РЫНОК РИТУАЛЬНЫХ УСЛУГ: СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ

© 2022 **Родионов Дмитрий Григорьевич**
доктор экономических наук, профессор Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: dmitry.rodionov@spbstu.ru

© 2022 **Купоров Юрий Юрьевич**
кандидат экономических наук, доцент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: kuporov_yuyu@spbstu.ru

© 2022 **Илалтдинова Алия Ильдаровна**
студент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: ilaltdinova.ai@edu.spbstu.ru

© 2022 **Иванова Анастасия Сергеевна**
студент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: nastyai.ivanov@yandex.ru

© 2022 **Лобанова Полина Игоревна**
студент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: lobanova.pi@edu.spbstu.ru

© 2022 **Тихомирова Мария Олеговна**
студент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: tihomirova.mo@edu.spbstu.ru

© 2022 **Полянина Полина Вадимовна**
студент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: polyanina.pv@outlook.com

© 2022 **Конников Евгений Александрович**
кандидат экономических наук, доцент Высшей инженерно-экономической школы
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ),
Россия, Санкт-Петербург
E-mail: konnikov.evgeniy@gmail.com

На сегодняшний день процесс цифровой трансформации общества в полной мере трансформировал подавляющее большинство рынков товаров и услуг. Следствием данной цифровой трансформации стало формирование уникальной динамической информационной среды, описывающей состояние потребителей товаров и услуг на разных этапах взаимодействия с производителем. Системный

анализ данной информационной среды дает возможность моделировать эффективное взаимодействием с потребителем, что ранее было недоступно в рамках рынков уникальных услуг. Одними из наиболее аналитически ограниченных являются ритуальные услуги. Целью данного исследования является создание комплексной модели оценки качества ритуальных услуг на основе массивов отзывов с русскоязычных сайтов-источников. В рамках достижения данной цели был сформирован и автоматизирован алгоритм анализа восприятия качества ритуальных услуг потребителями.

***Ключевые слова**: ритуальные услуги, ритуал, социальная среда, информационная среда, качество ритуальных услуг*

Под концепцией устойчивого развития понимается определенное состояние и модель развития общества, при которой удовлетворение потребностей нынешних поколений должно быть осуществлено без ущерба для возможности удовлетворения потребностей будущих поколений. Обеспечение социальной, экономической и экологической устойчивости рассматривается как фундаментальное условие благоприятного развития общества [2]. Неизменно, центральным элементом концепции устойчивого развития является человек. Он должен принимать участие во всех процессах жизни общества, способствовать принятию решений и их исполнению. В соответствии с этим оценка работы и эффективности сфер жизни общества должны рассматриваться именно с позиции человека. Социальная компонента концепции устойчивого развития, в частности, предполагает совершенствование, направленное на рост благосостояния общества, социальной справедливости и равенства, повышение качества жизни, прежде всего через наилучшее удовлетворение потребностей и обеспеченности базовыми социальными благами и услугами. Здесь следует особо подчеркнуть, что качество не всех сфер общества можно оценить, оперируя исключительно экономическими категориями, именно поэтому для достижений целей устойчивого развития общества так важно выделить те сферы услуг, которые не могут быть оценены с помощью экономических категорий. Одна из таких сфер – это сфера ритуальных услуг, социальным благом в отношении которой является степень соответствия предоставляемых услуг ритуалу, традициям, исторически сформированным в том или ином обществе. В целях проведения дальнейшего исследования прежде всего необходимо дать релевантное определение термину «ритуал». Можно выделить следующие основные трактовки понятия «ритуал»:

1. «Ритуал» – форма удовлетворения потребности; адаптационная реакция человека на воздействие окружающей социальной и физической среды [3].

2. «Ритуал» (от лат. ritualis – обрядовый) – установленный порядок обрядовых действий при совершении какого-нибудь религиозного акта [4].

3. «Ритуал» (от лат. ritualis – обрядовый) – одна из форм символического действия, выражающая связь субъекта с системой социальных отношений и ценностей, проявляющаяся в регламентированной последовательности действий [5].

4. «Ритуал» (от лат. ritualis – обрядовый, от ritus – религиозный обряд, торжественная церемония) – вид обряда, исторически сложившаяся форма сложного символического поведения, кодифицированная система действий (в том числе речевых), служащих для выражения определённых социальных и культурных взаимоотношений (признания каких-либо ценностей или авторитетов, поддержания социально-нормативной системы и т.п.) [6].

Таким образом, ритуал – это форма специфичного обрядового действия, заключающаяся в установленной последовательности действий, при совершении религиозного акта, выражающая связь субъекта с определенной системой ценностей.

В контексте исследования сферы ритуальных услуг важным будет отметить тот факт, что еще в XVI–XVII вв. английским философом Фрэнсисом Бэконом рассматривалась проблема познания мира человеком и ценности общественных ритуалов. Приверженность к неправильному восприятию мира, по мнению Бэкона, обусловлена системой «идолов», господствующих над сознанием людей. Образно типичные источники человеческих заблуждений английский философ представил в виде «идолов рода», «идолов пещеры», «идолов рынка», и наконец, «идолов театра» [7]. По Ф. Бэкону, идолы театра – это устоявшаяся в общественном сознании склонность людей верить в различные догмы, религиозные доктрины и традиции. Человек принимает некоторые взгляды на те или иные события, а также модели поведения как данность. Подобная система мысли приводит к предвзятости в восприятии картины

мира, а также формирует заблуждения, возникающие от бессознательного следования авторитетам. Таким образом, ценность, качество и «эффективность» ритуалов, будь то свадьбы, крещения, похороны и т.д. в глазах общества определяется точным соответствием процесса тому или иному канону, тем традициям, что формируются в сознании каждого человека с рождения. В первую очередь «правила» проведения ритуала диктуются особенностями веры, социальным и политическим строем общества. Ф. Бэкон утверждал, что идолы театра – вера людей в традиции, устоявшиеся в сознании, – существуют в каждом обществе и различаются в соответствии с культурной, исторической и политической спецификой развития народов и государств.

Таким образом, для того, чтобы определить степень качества ритуальных услуг, необходимо прежде всего выявить традиции погребальных процессий, характерных для различных конфессиональных групп. Анализ особенностей традиций и ритуалов в различных конфессиональных группах приводят к мысли о невозможности создания универсального экономического свода критериев, способных в полной мере дать адекватную оценку эффективности предоставляемых ритуальных услуг. Возможно, единственный источник, способный предоставить объективную информацию об эффективности и качестве ритуальных услуг, – это информационная среда [20]. Таким образом, в рамках проводимого исследования предполагается разработка алгоритма формирования системы показателей для оценки качества ритуальных услуг с точки зрения социальной удовлетворенности общества. Цель исследования – создание комплексной модели оценки качества ритуальных услуг на основе массивов отзывов с русскоязычных сайтов-источников. Задачи исследования:

- подбор релевантных источников информации;
- сбор первичной информации (тексты отзывов с сайтов и форумов обсуждений);
- дробление отзывов на самостоятельные информационные единицы (токены);
- осуществление кластерного анализа самостоятельных единиц текста (токенов);
- разработка коэффициентов, отражающих проблемы в предоставлении ритуальных услуг на основе тематических групп единиц текста (кластеров);
- формирование оценки качества ритуальных услуг в РФ.

Анализ литературных источников подтвердил сложность и неоднозначность изучаемой темы. Так, в статье «Ритуальные услуги как объекты рынка социальных услуг» А. В. Барков и Р. Ю. Грачев размышляют о различных способах определения дефиниции «ритуальная услуга» [21]. По мнению авторов, критерием, который определяет ритуальную услугу, является субъективный состав, т.е. потребители, желающие получить социальную услугу, вне зависимости от того, кто будет ее оказывать или оплачивать. С точки зрения авторов, похоронные услуги относятся к сегменту социальных услуг и являются объектом гражданских прав. Данная мысль подтверждается в гражданском законодательстве, а в п. 1 ст. 602 ГК РФ [22] говорится о том, что наличие договора пожизненного содержания с иждивением предусматривает оплату ритуальных услуг плательщиком ренты.

По сравнению с другими социальными услугами ритуальные услуги имеют исключительную специфику и требуют четкой организации их предоставления. Это связано, например, с традициями различных религиозных конфессий, с психоэмоциональным состоянием заказчика, с необходимостью приобретения данной услуги каждым человеком. Таким образом, авторы сформулировали свое определение ритуальных услуг. Это «Деятельность или действия, направленные на удовлетворение потребности потребителя в проведении похоронного обряда, в соответствии с волеизъявлением, с религиозными, национальными традициями и обычаями, а также связанные с осуществлением представительства и (или) содействия при заключении им сделок, защите его прав и интересов перед третьими лицами».

Ключевой особенностью ведения деятельности в области ритуальных услуг является психоэмоциональное состояние потребителей ритуальных услуг [23]. В статье «The marketing of funeral services: Past, present, and future» Martin L. Schwartz, Marvin A. Jolson, Ronald H. Lee акцентируют внимание на психоэмоциональном состоянии потребителей ритуальных услуг и рассматривают целесообразность регулирования данной сферы со стороны государства [24]. В статье отмечается, что необходимо учитывать три уникальных условия, в которых буквально «существует» покупатель ритуальных услуг: отсутствие предварительной информации (ранее покупатель скорее всего не искал информации о каких-либо возможных вариантах ритуальных услуг, не сравнивал их между собой), нехватка времени (покупку нельзя

избежать или отложить) и нестабильное эмоциональное состояние. Авторы статьи также говорят о том, что потребности потребителя ритуальных услуг в период эмоциональной травмы условно можно разделить на четыре аспекта:

1. Психологический – индивиду необходимо преодолеть горе, принять смерть и приспособиться к новым моделям поведения;
2. Социологический – потребность в человеческой поддержке и общении;
3. Теологический – необходимость иметь хотя бы базовое понимание того, что означает смерть в духовном смысле;
4. Физический – потребность преодолеть какие-либо физические трудности в период утраты.

В статье отмечается, что большое давление на потребителя не дает ему рационально принимать решения. Переживший тяжелую утрату часто страдает от чувства вины. Скорбящий человек хочет «поступить правильно», т.е. отдать честь покойному, не скупясь на различного рода ритуальные атрибуты. Таким образом, «продавцы» ритуальных услуг нередко пользуются этим, говоря о минимальных расходах на похороны как о неуважении и нелюбви к умершему.

Тем не менее, в статье приводятся данные о том, что предварительное планирование похорон позволяет потребителю обдумать желаемые услуги, сравнить конкурентные предложения и цены. Предварительное планирование похорон делает потребителей менее уязвимыми к давлению времени, эмоциональному напряжению и чувству вины, что облегчает принятие решений. Далее авторы говорят о «Правиле похорон» (Funereal Rule), принятом Федеральной торговой комиссией 30 апреля 1984 г. (США). Правило было введено для защиты потребителей с целью получения ими адекватной информации о товарах и услугах, которые они могут приобрести у похоронных агентств. Исследования показывают, что Funeral Rule не спровоцировало существенные изменениями в процессах принятия потребительских решений. Однако есть некоторые свидетельства того, что большое число потребителей ритуальных услуг положительно отреагировали на рекламные кампании, связанные с процессом предварительной подготовки к похоронам.

Необходимость осуществления контроля за сферой ритуальных слуг также обусловлена наличием риска заражения различными болезнями и ухудшения здоровья человека, который задействован в сфере ритуальных услуг [24,25].

Специфика похоронных процессов формируется под влиянием социальных и культурных особенностей конкретного общества [26,27]. Определенные подходы и обычаи захоронения сохраняются у многих народов с древних времен. Emily Wright в своей статье «Beyond cremation: Theorising fire in funerary contexts» рассматривает развитие подходов к огню в морговой археологии и предлагает теоретическое рассмотрение огня как активного участника погребального ритуала [28]. Основываясь на предыстории Европы и Средиземноморья, автор делает вывод об особенном значении огня в процессе погребальных практик, так как это позволяет облегчить ритуальный процесс и взаимодействие с трупом. Огонь рассматривается не только с точки зрения его действия на тело или памятник, но и с точки зрения его создания ритуального пространства. Благодаря тому, что огонь многофункционален, его можно считать многоцелевым инструментом и мощнейшем посредником в моргах.

Тема смерти часто является табуированной для людей. Потеря близких может вызвать непреодолимое горе у человека или же запоздалую реакцию. В работе «Evaluating funeral meditations as an aspect of ministry to grieving persons» Cooke J. D. рассказывает о своем опыте проведения похорон и о погребальной медитации, которая является возможностью для священника начать траурный процесс [29]. По мнению автора, важным аспектом при проведении данной медитации необходимо, чтобы она была связана с умершим и его потребностями. Личное выступление священнослужителя об умершем, вызовет реакцию от близких людей и будет оценено не только ими, но и членами церкви.

Ben MCrouch, автор исследования «The occupation of funeral director: A research note on work orientations» рассматривает сферу ритуальных услуг не с точки зрения потребителя, а с точки зрения «производителя» услуги. Цель исследования – выявление основных мотивов трудовой ориентации в области предоставления похоронных услуг. В числе выделенных по результатам опросов факторов автор приводит такие, как: фактор заботы о людях и коэффициент автономии. Фактор заботы о людях рассматривается как возможность помочь людям, т.е. предполагает философию заботы о благополучии клиентов, а не о финансовой выгоде. Коэффициент автономии определяется как степень свободы в процессе осуществления

трудовой деятельности [30]. В работе отмечается, что ритуальные услуги неизменно связаны с реалиями коммерческой деятельности. Отмечается, что специалисты в области похоронных услуг предоставляют клиентам уникальный сервис. Похоронный сервис рассматривается как с точки зрения облегчения горя клиента (непосредственная консультация или качественное проведение похоронного ритуала), так и с точки зрения продажи ритуальных атрибутов. Примечательно, что статья зарабатывания денег довольно сильно коррелирует с фактором облегчения горя клиентов, но в отрицательном направлении. Такая корреляция, по-видимому, характеризует преобладание приоритета помощи (облегчения горя) над коммерческой компонентой, что несколько противоречит тем выводам, которые приводят Martin L. Schwartz, Marvin A. Jolson, Ronald H. Lee в своей статье.

Российскими исследователями также рассматривалась деятельность похоронных организаций по предоставлению услуг населению [31]. Так, Т. А. Оруч и Н. А. Чуваткина в статье «Клиентоориентированность как направление совершенствования организации предоставления ритуальных услуг» рассматривают наиболее значимые принципы клиентоориентированного подхода к ритуальному обсаживанию потребителей, а также определяют пути модернизации деятельности похоронных организаций. Авторы подчеркивают, что сфера ритуальных услуг – одна из самых социально значимых в обслуживании населения. Важнейшим направлением модернизации данной сферы является работа по определению потребностей и ожиданий, а также улучшение предоставляемых товаров и услуг на основе мнений потребителей. К вопросу модернизации сферы ритуальных услуг также обращался Д. В. Головешко в статье «Основные направления модернизации рынка похоронных услуг на муниципальном уровне» [32].

Среди российских исследований, посвященных вопросам оценки качества ритуальных услуг, можно выделить работы Е. Н. Моисеевой. В своей статье «Твоя последняя покупка, выбранная кем-то другим: как покупатели принимают решения на рынке ритуальных услуг» автор также вслед за Martin L. Schwartz, Marvin A. Jolson, Ronald H. Lee приходит к выводу о том, что «достойность» похоронного ритуала в денежном выражении напрямую связана с «ценностью» умершего для его близких [33]. Среди основных особенностей рынка ритуальных услуг в статье отмечается экономическая иррациональность потребителей и отсутствие стремления к финансовой выгоде. В пример приводится книга «Социальное значение денег» Вивиан Зелизер, в которой отмечается, что для бедных слоев населения деньги на похороны всегда составляли некий «священный вид расходов» и хранились отдельно. На сегодняшний день во многих семьях сохранилась «традиция» откладывания денег «на черный день». Автор книги приходит к выводу, что люди с низким достатком проявляли излишнюю расточительность в процессе похорон. Это говорит об экономической иррациональности людей, но, вместе с тем, подобное поведение является культурно рациональным. В глазах людей количество денег, потраченных на похороны и «достойность» похорон напрямую связаны с социальным положением семьи и «ценностью» человека для его близких. Так как у большинства людей нет четкого понимания адекватной стоимости предоставляемых ритуальных услуг, цена за услуги определяется в соответствии с их значимостью в глазах потребителей [34]. Е. Н. Моисеева рассматривает специфику рынка ритуальных услуг, говоря о том, что с точки зрения экономических отношений рынок ритуальных услуг обладает всеми чертами обычного рынка, представляя собой систему денежного обмена благами, со своими порядками, законами и конкурентной средой. Однако основным благом на данном рынке являются «достойные похороны», что делает рынок ритуальных услуг наиболее эмоционально насыщенным и социально значимым. С точки зрения социальных взаимоотношений, автор приходит к выводу, что после смерти человека его социальные роли не исчезают, а, напротив, оказывают влияние на решения, принимаемые его близкими. В статье подчеркивается, что через выбор определенных товаров и услуг родственники демонстрируют свое отношение к умершему. Главными приобретателями выгоды от подобной ситуации становятся компании, предлагающие ритуальные услуги. Таким образом, Е. Н. Моисеева приходит к выводу, что доминирующей формой социальных отношений на рынке ритуальных услуг является дарение, а организация похорон и все связанные с этим затраты, рассматриваются покупателями в категориях дара. «Достойные» похороны в глазах близких людей рассматриваются как последний подарок умершему.

Подобные вопросы Е. Н. Моисеева продолжает рассматривать в своей диссертационной рабо-

те «Экономико-социологический анализ рынка ритуальных услуг в России». Рассматривая связь между ценностью и «достойностью» ритуала погребения и его денежной стоимостью, автор приходит к выводу, что стоимость процесса погребения определяет в глазах родственников умершего «достойность» похорон, и, следовательно, служит мерой удовлетворенности людей проведенным ритуалом [35].

Постоянно имеющийся спрос на ритуальные услуги, быстрорастущее население и сокращение земельных участков для обустройства ее под кладбище приводит к повышению цен на данный вид услуг. Многие люди не могут себе позволить оплатить похороны близкого человека, поэтому в качестве помощи малообеспеченному слою населения предоставляется страхование и формируется законодательство, которое будет регулировать деятельность похоронных организаций, а также будет осуществляться государственная поддержка бедных семей [36].

Вопросам ценообразования в сфере ритуальных услуг также посвящена статья «Occupational licensing causes a wage premium: Evidence from a natural experiment in Colorado's funeral services industry» [37]. Brandon Pizzola и Alexander Tabarrok изучают влияние профессионального лицензирования на заработную плату в сфере ритуальных услуг на примере проведенного эксперимента в штате Колорадо. В 1983 году в штате отказались от похоронных услуг, а позже авторы сравнили заработную плату в индустрии похоронных услуг Колорадо и той же индустрии США. Таким образом, был получен результат, гласивший что наличие лицензирования сопутствует надбавке к заработной плате. В ходе эксперимента авторы выявили увеличение цены при лицензировании, что влечет за собой отказ потребителей от кремации и выбор наиболее дорогого способа процедур захоронения [38].

На основе анализа литературных источников можно сформулировать заключение: большая информированность потенциального потребителя ритуальных услуг снижает уязвимость и способствует уменьшению необоснованных трат; существует отрицательная корреляция между фактором облегчения горя и количеством заработанных денег ритуальными предприятиями. Следовательно, можно предположить, что предварительная подготовка к ритуальным процессам может способствовать повышению удовлетворенности потребителя ритуальных услуг.

На сегодняшний день, практически все исследователи, занимавшиеся вопросом оценки рынка ритуальных услуг, в той или иной мере приходят к экономической оценке удовлетворенности. В данной работе предпринимается попытка создания механизма, позволяющего оценить удовлетворенность потребителей ритуальными услугами, не только с позиции их стоимости, а, следовательно, и «достойности» ритуала, но также с позиции чувств и эмоций родственников умершего, а также соответствия проведенного ритуала культурным особенностям и традициям.

Методология данного исследования может быть дифференцирована на 3 последовательных этапа, представленных в таблице 1.

Таблица 1. **Методология исследования**

Подготовительный этап 1. Выбор источников информации. 2. Выбор данных из конкретных источников. 3. Поиск и агрегирование информации с веб-ресурсов. 4. Сбор первичной информации и формирование её в единый массив данных.
Исследовательский этап 1. Токенизация отзывов – дробление отзывов на токены (самостоятельные фрагменты текста отвечающие за тематику). 2. Предварительная кластеризация (деление на группы) токенов в тематические группы. 3. Ручной отбор кластеров и их детализация с описанием каждого из кластеров, отвечающим определённым тематикам. 4. Присвоение удельных весов каждому из кластеров для определения присутствия каждого из кластеров в отзывах.
Апробация 1. Вычисление интегрального коэффициент степени удовлетворенности, населения на основе удельных весов кластеров. 2. Качественный анализ информационной среды в РФ (православие). 3. Выводы относительно специфики удовлетворенности ритуальными услугами в контексте информационной среды РФ (православие).

Рассмотрим последовательно каждый из приведенных этапов.

Подготовительный этап. На данном этапе производится предварительный отбор как самих источников информации, так и данных, необходимых для дальнейшего исследования. В результате отбора сайтов с отзывами и комментариями формируется код, подходящий под каждый отдельный сайт. Готовые массивы с отзывами по каждому отдельному сайту формируются в единый массив.

Исследовательский этап. Имеющийся готовый массив отправляется на токенизацию, лемматизацию и исключение регулярных выражений, чтобы процесс кластеризации проходил наиболее успешно. После того, как отзывы разбиты на отдельные слова и выражения возможно разделение токенов на кластеры – тематические подгруппы. Данные группы формируются автоматически, но необходима их качественная доработка и интерпретация. В результате сформированные кластеры будут являться выявленным результатом, на основе которого и будет проводиться дальнейшее исследование. Предполагается выявление кластеров, отвечающих за такие критерии, как удовлетворенность, неудовлетворенность населения ритуальными услугами. Также возможно выделение некого «нейтрального» кластера/ряда кластеров, отражающих дополнительные смысловые аспекты информационной среды ритуальных услуг. Следующим этапом является установка связи пересечения этих кластеров и отзывов о ритуальных услугах – выделение того, насколько представлены те или иные тематические кластеры в отзывах с сайтов. То есть то, насколько удовлетворены / не удовлетворены люди, оставившие отзывы.

Апробационный этап. В результате сформированных данных о присутствии тех или иных кластеров в отзывах информационного массива происходит формирование интегральной оценки и качественная оценка состояния ритуальных услуг в Российской Федерации. Интегральная оценка в зависимости от положительного или отрицательного значения будет гласить о том, насколько население удовлетворено уровнем предоставления ритуальных услуг.

Следует отметить, что при сборе отзывов качественно было определено, что преимущественно отзывы о качестве предоставляемых ритуальных услуг отражают ритуалы, соответствующие православным традициям и обычаям. Следовательно, начальный массив данных включает в себя отзывы о качестве ритуальных услуг на примере православия. Отзывы о качестве ритуальных услуг с точки зрения других религий были исключены из начального массива данных с целью неискажения интерпретации полученных результатов. Таким образом, здесь и в дальнейшем предпринимается попытка анализа качества ритуальных услуг именно с точки зрения православия.

В ходе данного исследования сбор информации и ее агрегирование будет производиться на языке программирования Python 3.0 для автоматизации и ускорения сбора информации.

Общий массив данных включает в себя базу из 328 отзывов, которые были получены с помощью индивидуальных кодов. Отзывы из Интернет-источников позволяют получить наиболее точные результаты. Например, способ анкетирования не может дать корректных данных, поскольку люди, как правило, эмоционально не готовы к ответам на различные вопросы, касающиеся смерти близкого человека. Более того, анкетирование людей после смерти друга/родственника/знакомого не является этичным. Эмоциональная составляющая людей будет искажать результаты опросов после проведения похорон.

Таким образом, автоматический сбор отзывов с сайтов отзывов видится наиболее совершенным способом реализации текущего исследования. В целях проведения дальнейшего исследования и интерпретации полученных результатов предполагается укрупненное разделение кластеров на следующие группы:

- технические кластеры (1–3, 5–6 кластеры): отражают ключевые содержательные тематики в текстах отзывов;
- следственный кластер (4 кластер): кластер, непосредственно не относящийся к целям исследования, но дающий дополнительный аналитический материал и приращивающий значимость исследования;
- эмоционально окрашенные кластеры (7–8 кластеры): непосредственно отражают степень удовлетворенность/неудовлетворенности населения ритуальными услугами.

Таким образом, перейдем к содержательному описанию полученных кластеров.

Кластер 1. Организация поминальных трапез. Поминальная трапеза / поминальный обед / поминки – это один из важнейших коллективных обрядов, совершаемых близкими и родственниками в память об умершем. Как правило, поминальная трапеза проводится непосредственно после погребения умершего или в определенные сроки

поминовения. Проведение поминок – это дань уважения к умершему, в православной традиции считается продолжением богослужения путем вкушения пищи, в связи с чем в ритуале поминок придерживаются определенных правил и традиций. Поминальный обед может устраиваться как самими лицами, понесшими утрату, так и организованно, специализированными службами. В рамках данного исследования рассматривается совокупность токенов, отражающих специфику удовлетворенности потребителя при организации данной услуги сторонними организациями.

В качестве ключевых токенов данного кластера можно выделить следующие: «кафе», «блюда», «меню», «банкет», «поминок», «трапеза», «изобилие», «обслуживание», «ассортимент», «еда», «обстановка», «продукты», «повар», «поминальная», «кухня», «закуски», «пища», «горячее», «стол», «зал», «официант», «салаты». А также ряд токенов, связанных с эмоциональной оценкой получаемой услуги: «чисто», «вкусно», «душевно», «вовремя», «съедобно», «свежие», «деликатность», «шумно», «понравилось», «быстро», «оперативно», «уютно», «сытно», «достойно», «дешевизна», «качественная».

Кластер 2. Специфика коммуникаций с персоналом ритуального обслуживания. Совокупность данных токенов формирует следующий кластер, отражающий специфику взаимодействия потребителей ритуальных услуг с персоналом, занятом в организации ритуальных услуг для населения. В категорию персонала, занятого в организации и подготовке похорон, включаются сотрудники, осуществляющие первичную связь с потребителем, координирующие и контролирующие ход выполнения похоронных услуг, а также сотрудники, принимающие заказы на организацию и проведение похорон и обеспечивающие их контроль и сопровождение.

Следует отметить, что, как правило, агенты ритуальных услуг – это первые сторонние лица, с которыми приходится взаимодействовать потребителям ритуальных услуг, когда происходит утрата близкого человека. С учетом специфики данного вида услуги первичное взаимодействие между потребителем и агентом крайне важно, поскольку в момент утраты человек находится в подавленном, крайне нестабильном психоэмоциональном состоянии и нуждается в грамотном и деликатном подходе при организации похорон. Важен не только «сухой» профессиональный подход, но и человеческое участие, понимание и поддержка со стороны агента ритуальных услуг.

В совокупность токенов данного кластера включаются следующие: «исполнители», «персонал», «организация», «администрация», «коллектив», «менеджер», «специалист», «организатор», «сотрудник», «человек», «общение». Помимо прямых профессиональных качеств агентов ритуальных услуг, совокупность токенов данного кластера также отражает и дополнительные, «надпрофессиональные», морально-этические составляющие: «профессионально», «оперативно», «талант», «внимательно», «человечность», «чуткость», «порядок», «успокоил», «тактичная», «уважительное», «внимательное», «отзывчивый», «заботливо», «четко», «ненавязчиво», «адекватные», «толковые», «доброе», «терпеливое», «помогли», «лояльный», «такт», «внимание», «знают», «аккуратно», «интеллигентный», «ненавязчивый», «заботливо», «толковый», «контроль», «уважение».

Кластер 3. Техническое и организационное взаимодействие с персоналом ритуального обслуживания. В процессе организации похорон потребителям ритуальных услуг приходится сталкиваться с решением различного рода задач, которые могут носить не только духовно-религиозный характер. Для потребителей ритуальных услуг важна не только «религиозная» сторона вопроса, выражающаяся в соответствии оказываемых услуг различным религиозным догмам и канонам, но и «техническая» сторона вопроса, выражающаяся в своевременности, четкости, доступности оказываемых услуг.

Быстрое решение возникающих проблем, оперативное реагирование на запросы потребителя ритуальных услуг со стороны персонала и ритуальных служб, а также обширный перечень дополнительных услуг, в свою очередь, будет оказывать воздействие на комплексную удовлетворенность потребителя. И даже в случае, если ритуальные процессии проведены по всем религиозным канонам, а с технической точки зрения потребитель был вынужден испытывать неудобства, связанные с формальной организацией процесса, то вероятнее всего совокупный эффект удовлетворенности будет ниже.

Данный кластер представлен следующими токенами: «доставка», «информация», «общение», «заказывать», «выполнены», «цены», «тарифы», «бизнес», «услуги», «оформление», «агентство», «работа», «компания», «деньги», «заказ», «клиент», «предложение», «спрос», «сотрудник», «договор», «качество», «запрос», «доставка», «установка», «скидки», «сроки», «сайт», «дизайн», «обслужи-

вать», «кэш», «дистанционно», «онлайн», «водитель», «утвердили», «договорились», «бумаги», «медицинский», «юридический», «чеки», «водитель», «перевозки», «прейскурант» «сэкономить», «организовать», «ценник», «договор», «рассрочка», «оперативность», «подписать».

Кластер 4. Влияние органов государственной власти на сферу ритуальных услуг. Присутствие кластера, связанного с органами государственной власти, в анализируемых записях является специфичной и важной особенностью проводимого исследования. Наличие данного кластера в записях отзывов о ритуальных услугах подчеркивает, что в голове потребителей ритуальных услуг существует причинно-следственная связь между качеством получаемой ритуальной услуги и качеством работы государственного аппарата. Следует отметить, что связь между удовлетворенностью социума той или иной услугой и эффективностью функционирования органов власти не является базовой. Как правило, удовлетворенность/неудовлетворенность социума качеством предоставляемых услуг рассматривается в отрыве от государства, в головах потребителей не установлено прямой зависимости между данными факторами. Тем не менее, в рамках ритуальных услуг такая причинно-следственная связь присутствует. Следовательно, на то есть причины и государству следует принять данную особенность во внимание.

Поскольку проводимое исследование рассматривает специфику удовлетворенности ритуальных услуг на территории Российской Федерации, следовательно, можно предположить, что глубинная причина такой зависимости корнями уходит в советское прошлое.

Как известно, политическая идеология СССР не предполагала под собой наличие частного предпринимательства. Сфера ритуальных услуг, наряду со многими другими сферами, была исключительным предметом ведения государства. С падением СССР в стране сменилась идеология, появилось частное предпринимательство. Однако, вероятно, сама особенность ритуальных услуг как таковых, а также идея о том, что чужое горе буквально может нести под собой положительный экономический эффект для третьих лиц, во многом физически препятствует формированию в сознании граждан представления о том, что похоронный бизнес является бизнесом и может существовать отдельно от власти.

Таким образом, выявленная существующая взаимосвязь является важным вопросом, требующим рассмотрения со стороны государства, поскольку потенциально, повысив качество предоставляемых ритуальных услуг, государство может повысить свой авторитет и значимость в глазах граждан страны.

Ключевыми токенами, входящими в данный кластер, являются: «государство», «Россия», «РФ», «патриотизм», «поправка», «проконтролировать», «государственном», «правительство», «город», «законы», «инстанции», «коррупция», «пособия», «справки», «статья», «советский», «права», «капитализм», «Путин», «федеральный», «регуляция», «связи», «голосование», «бюрократический», «гос. структура», «гос.счет», «статистика», «штраф», «налоги», «беззаконие», «либерторианство», «суд», «мафия», «контроль», «поборы», «управление».

Кластер 5. Похоронная атрибутика и продукция. При организации похорон у потребителя ритуальных услуг возникает необходимость не только в организации похоронных ритуалов, но и в приобретении различных ритуальных атрибутов и продукции, являющихся неотъемлемой и важнейшей частью любого похоронного ритуала.

К похоронной атрибутике и продукции следует относить изделия и предметы ритуального назначения, содержащие религиозную символику и необходимые для похоронного церемониала. Сюда следует относить: гроб, намогильное сооружение, могильную ограду, намогильный знак, эпитафию, венки и проч.

Можно говорить о том, что именно данные физические объекты будут являться отражением отношения к умершему в долгосрочной перспективе (в отличие от похоронных ритуалов, которые, по существу, являются данью памяти в конкретно определенный промежуток времени). Именно поэтому для потребителей ритуальных услуг качество похоронной атрибутики и продукции играет важную роль при организации похорон.

Ключевыми токенами данного кластера являются следующие: «гроб», «портреты», «могила», «памятник», «крест», «надгробия», «венки», «гравировка», «фотографии», «ленты», «одежда», «урны», «скамейка», «цветник», «ограда», «макет», «детали», «гранит», «материалы», «тексты», «металлический», «ржавеют», «деревянный», «мемориальный», «золото», «надежный», «крепкий», «сколы», «гравировка».

Кластер 6. Специфика проведения похоронных ритуалов. В соответствии с принятым определением, ритуал – это форма общепринятого специфичного обрядового действия, заключающаяся

в установленной последовательности действий при совершении религиозного акта, выражающая связь субъекта с определенной системой ценностей. Следование ритуалам является важной частью похоронного действия. Соответствие / несоответствие проводимого ритуала общеустановленным канонам будет оказывать влияние на удовлетворенность потребителя ритуальных услуг.

В рамках данного кластера можно выделить следующие ключевые токены: «проводили», «поминки», «хороните», «погребение», «ритуальные», «прикрывают», «путь», «траурный», «босиком», «бог», «менталитет», «смерть», «место», «отпевание», «омовение», «образ», «хранитель», «одежды», «кремировать», «кремация», «бальзамация», «прочитал», «воскресну», «церемония», «батюшка», «священник», «отпевание», «душа», «почитать», «традиции», «соответствовать», «порядок», «усопший», «возложить», «ангел», «кладбище», «обстановка».

Кластер 7. Положительный опыт получения ритуальных услуг. Данный кластер является эмоционально окрашенным кластером и отражает удовлетворенность потребителей ритуальных услуг всем комплексом оказанных им услуг.

Ключевыми токенами данного кластера являются следующие токены: «довольна», «рекомендую», «(на) высоте», «соответствует», «качественная», «поблагодарить», «выразить», «замечательно», «здорово», «мастерски», «удался», «приятное», «стоящее», «хорошая», «положительное», «восторг», «расцеловать», «прекрасно», «незабываемо», «признательность», «приятно», «благодарим», «порядок», «спасибо».

Кластер 8. Отрицательный опыт получения ритуальных услуг. Данный кластер является эмоционально окрашенным кластером и отражает неудовлетворенность потребителей ритуальных услуг всем комплексом оказанных им услуг.

Ключевыми токенами данного кластера являются следующие токены: «сожаление», «завышены», «навязывают», «ненужные», «неволей», «проблем», «фиговый», «сволочи», «подкачала», «деморализован», «несчастье», «жестокий», «подсунули», «самотек», «крохоборы», «мешочники», «алчные», «дороже», «бессовестные», «невменяемые», «хамы», «бардак», «мерзавцы», «охаивание», «трудный», «жалуемся», «дурдом», «засилье», «хуже», «сомнительно», «скандал», «нервы», «цинизм», «недочеты».

Дальнейшим этапом реализации исследования является анализ специфики удовлетворенности населения качеством ритуальных услуг. На основе описанных выше кластеров предлагается построение трех оценочных индексов, позволяющих интерпретировать полученные в ходе исследования данные.

1) Усредненный эмоциональный окрас. Данный показатель позволяет оценить эмоциональное состояние людей и выявить позитивный или негативный опыт получения ритуальных услуг. Для расчета данного показателя необходимо из присутствия кластера, описывающего положительный опыт, вычесть кластер, описывающий отрицательный. Если значение выше нуля, то у отзывов, в среднем, присутствует среднеположительный окрас, если ниже – отрицательный.

Данный показатель можно представить в следующем виде:

$$Iэмоц. = Daver.(положит.) - Daver.(отриц.)$$, где

1. I эмоц. – усредненный эмоциональный окрас;
2. D aver. (положит.) – доля присутствия положительного кластера;
3. D aver. (отриц.) – доля присутствия отрицательного кластера.

2) Наиболее значимо-обсуждаемая категория. Данный коэффициент рассчитывается как удельный вес технического кластера. Для расчета присутствие каждого из пяти кластеров («Организация поминальных трапез», «Специфика коммуникаций с персоналом ритуального обслуживания», «Техническое и организационное взаимодействие с персоналом ритуального обслуживания», «Похоронная атрибутика и продукция», «Специфика проведения похоронных ритуалов») делится на сумму всех присутствий данных кластеров. По итогам расчетов будут получены пять значений, которые отражают присутствие кластеров относительно друг друга. На основе соотношения данных удельных весов выявляются самые значимые и самые незначимые темы в отзывах.

$$Уд.знач. = \frac{Daver.(n)}{\sum Daver.(i)}$$, где

1. Уд. знач. – удельный вес значимости кластеров относительно друг друга;
2. D aver (n) – доля присутствия n-го кластера из перечня технических;
3. ∑D aver. (i) – сумма значений доли присутствия всех кластеров.

Данный показатель позволяет определить

узкие места в сочетании с 1-м критерием. С отрицательностью первого индекса, наиболее представленный технический кластер будет говорить об узком месте, над которым нужно работать.

Если же значение первого показателя положительно, то узким местом станет показатель с минимально долей присутствия в удельном весе.

3) Связь с государством. Данный показатель показывает наличие кластера «Влияние органов государственной власти на сферу ритуальных услуг» в отзывах. Показатель рассматривается обособленно, так как это отдельный признак восприятия качества услуг, который показывает причинную специфику. Данный коэффициент будет посчитан как разница текущего и прошлого присутствия, деленная на 2. В перспективе, когда будет представлена выборка во времени, это позволит изучить изменение динамики.

$$Iгос. = \frac{D\,aver.(Гос)1 - D\,aver.(Гос)0}{2}, \text{ где:}$$

1. I гос. – индекс прироста доли присутствия государственного кластера;
2. D aver. (Гос) 1, 0 – доли присутствия государственного кластера за текущий и базовый год.

В зависимости от целей исследования данный показатель может иметь двойственную интерпретацию. Положительное значение может говорить о положительном влиянии государства в сочетании с положительным значением первого показателя. В случае же отрицательности значения первого индекса, государству стоит отметить необходимость влияния на сферу ритуальных услуг. В таблице 2 представлены рассчитанные показатели для российского рынка ритуальных услуг.

Таблица 2. **Рассчитанные показатели комплексной модели оценки качества ритуальных услуг.**

1) Усредненный эмоциональный окрас	
Iэмоц.	(Кластер 7 – Кластер 8)
Iэмоц.	0,009058
2) Наиболее значимо-обсуждаемая категория	
Организация поминальных трапез	
Уд. знач.	0,183616845
Специфика коммуникаций с персоналом ритуального обслуживания	
Уд. знач.	0,239791397
Техническое и организационное взаимодействие с персоналом ритуального обслуживания	
Уд. знач.	0,279260303
Похоронная атрибутика и продукция	
Уд. знач.	0,146864423
Специфика проведения похоронных ритуалов	
Уд. знач.	0,150467032

По результатам оценки можно сделать следующие выводы:

1. По отзывам в целом присутствует среднеположительный окрас, что говорит о положительной оценке ритуальных услуг населением и удовлетворенности их качеством;
2. Наиболее значимой темой для населения является «Техническое и организационное взаимодействие с персоналом ритуального обслуживания»;
3. Наименее значимой темой является «Похоронная атрибутика и продукция»;
4. Оценка влияния органов государственной власти на данный момент невозможен, поскольку он является динамическим, необходимы собранные данным минимум за 2 года.

На основе собранного массива первичных данных был произведен кластерный анализ информационной среды, произведена ручная доработка кластеров, что позволило сформировать тематические группы для комплексной системы индексов оценки удовлетворенности населения ритуальными услугами.

В ходе исследования также была разработана система показателей, позволяющая качественно оценить сферу ритуальных услуг именно с позиции удовлетворенности населения данными услугами и соответствия ожиданиям населения.

Была произведена оценка качества сферы ритуальных услуг в Российской Федерации. По результатам исследования выявлено, что население в целом положительно оценивает предоставляе-

мые ритуальные услуги и довольно их качеством. На основе полученных данных сделан вывод о том, что наиболее значимо обсуждаемые категории – это техническое и организационное взаимодействие с персоналом ритуального обслуживания, а также специфика коммуникаций с персоналом ритуального обслуживания. Наименее значимо-обсуждаемой категорией в рамках выделенных кластеров является похоронная атрибутика и продукция.

Отметим, что в дальнейшем возможно проведение оценки влияния государственного сектора на отрасль ритуальных услуг, в рамках текущего исследования оценить данный показатель невозможно, поскольку он является динамическим.

Ценность данного исследования заключается в разработке комплексной оценки удовлетворенности населения ритуальными услугами, носящей социально-ориентированный характер.

Результаты данного исследования могут быть использованы для дальнейшего исследования отрасли ритуальных услуг, а также для разработки мер и рекомендаций по повышению качества предоставляемых услуг.

Библиографический список

1. «Честный Агент» Похоронные обряды в различных религиях [В Интернете] // openagent.ru. – Честный Агент, 2021 г. – Март 2021 г.. – https://openagent.ru/blog/ritual-pohoron/.
2. Brandon Pizzola Alexander Tabarrok Occupational licensing causes a wage premium: Evidence from a natural experiment in Colorado's funeral services industry [Журнал]. – [б.м.]: International Review of Law and Economics, 2017 г..
3. *D. Cooke J.* Evaluating funeral meditations as an aspect of ministry to grieving persons. [Журнал]. – 1983 г..
4. *Davidson S. S. Benjamin Jr. W. H.* Risk of infection and tracking of work-related infectious diseases in the funeral industry [Журнал]. – [б.м.]: American Journal of Infection Control, 2006 г..
5. E. Wright Beyond cremation: Theorising fire in funerary contexts [Журнал]. – [б.м.]: Journal of Archaeological Science: Reports, 2021 г..
6. E.Schowalter John How do children and funerals mix? [Журнал]. – [б.м.]: The Journal of Pediatrics, 1976 г..
7. Jalilifar Ali Reza An Investigation into the Genre Features of Funeral Announcements: People's View in Social Communications in Focus [Журнал]. – [б.м.]: Procedia – Social and Behavioral Sciences, 2014 г..
8. *Schwartz Martin L., Jolson Marvin A. и Lee Ronald H.* The marketing of funeral services: Past, present, and future [Статья] // Business Horizons. – [б.м.]: Elsevier, Сентябрь 1986 г.. – 2. – 29. – стр. 40–45.
9. W. Gwenzi Autopsy, thanatopraxy, cemeteries and crematoria as hotspots of toxic organic contaminants in the funeral industry continuum [Журнал]. – [б.м.]: Science of The Total Environment, 2021 г..
10. *Барков А. В. Грачев Р. Ю.* Ритуальные услуги как объекты рынка социальных услуг [Журнал]. – [б.м.]: Вестник Саратовской государственной юриической академии, 2014 г.. – Т. 3 (98).
11. Большая Российская энциклопедия КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ [В Интернете] // w.histrf.ru. – Энциклопедия «Всемирная история». – 23 март 2021 г.. – https://w.histrf.ru/articles/article/show/kontsieptsiia_ustoichivogo_razvitiia.
12. Бэкон Фрэнсис Новый Органон [Книга]. – 1620.
13. В. *Головешко Д.* Основные напралвения модернизации рынка похоронных услуг на муниципальном уровне. [Журнал]. – [б.м.]: Общество. Среда. Развитие., 2013 г..
14. Городская Ритуальная Служба Католические похороны [В Интернете] // ritual.by. – Городская Ритуальная Служба. – Март 2021 г.. – https://ritual.by/info/catholic-funeral/.
15. Городская Ритуальная Служба Похороны в исламе [В Интернете] // ritual.by. – Городская Ритуальная Служба. – Март 2021 г.. – https://ritual.by/info/funeral-in-islam/.
16. Городская Ритуальная Служба Похороны в иудаизме [В Интернете] // ritual.by. – Городская Ритуальная Служба. – Март 2021 г.. – https://ritual.by/info/funerals-in-judaism/.
17. Городская Ритуальная Служба Православные похороны [В Интернете] // ritual.by. – Городская Ритуальная Служба. – Март 2021 г.. – https://ritual.by/info/orthodox-funeral/.
18. Городская специализированная служба по вопросам похоронного дела Традиции индуистских похорон [В Интернете] // mosgupritual.ru. – МосГупРитуал, 19 январь 2020 г.. – Март 2021 г.. – https://mosgupritual.ru/news/traditsii-induistskih-pohoron/.

19. др. *Brooten D.* и Death Rituals Reported by White, Black, and Hispanic Parents Following the ICU Death of an Infant or Child [Журнал]. – [б.м.]: Journal of Pediatric Nursing, 2016 г..
20. др. Geoffrey Clark и Royal funerals, ritual stones and participatory networks in the maritime Tongan state [Журнал]. – [б.м.]: Journal of Anthropological Archaeology, 2020 г..
21. др. Stefan Dercon и Group-based funeral insurance in Ethiopia and Tanzania [Журнал]. – [б.м.]: World Development, 2006 г..
22. др. *Weller E. B.* и Should Children Attend Their Parent's Funeral? [Журнал]. – [б.м.]: Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 1988 г..
23. Жданов Роман Как хоронят людей в Индии: традиции и обычаи [В Интернете] // fb.ru. – FB, 14 Май 2018 г.. – Март 2021 г.. – https://fb.ru/article/385645/kak-horonyat-lyudey-v-indii-traditsii-i-obyichai.
24. Надгробные памятники в Азии [В Интернете] // ritualmaster69.ru. – WordPress. – Март 2021 г.. – http://ritualmaster69.ru/articles/nadgrobnye-pamyatniki-v-azii/.
25. О. *Бурлова Н.* Специфика предоставления ритуальных услуг населению, проблемы необходимости сочетания социального обслуживания и предоставления рыночных услуг. [Журнал]. – [б.м.]: Институт региональных экономических исследований.
26. О. *Бурлова Н.* Специфика предоставления ритуальных услуг населению, проблемы необходимости сочетания социального обслуживания и предоставления рыночных услуг. [Журнал]. – [б.м.]: Институт региональных экономических исследований..
27. *Оруч Т. А. Чуваткина Н. А.* Клиентоориентированность как направление совершенствования организации предоставления ритуальных услуг. [Журнал]. – [б.м.]: Вестник Самарского университета, 2018 г.. – Т. 9 (2).
28. Открытая реальность Конфуцианство [В Интернете] // www.openreality.ru. – Открытая реальность., 2008 г.. – Март 2021 г.. – http://www.openreality.ru/school/religion/confucianism/practice/.
29. Похоронный дом «Стелла» Как проводятся похоронные обряды в синтоизме [В Интернете] // zen.yandex.ru. – Яндекс Дзен, 16 Сентябрь 2018 г.. – Март 2021 г.. – https://zen.yandex.ru/media/id/5a71f60c3c50f73b4f26b079/kak-provodiatsia-pohoronnye-obriady-v-sintoizme-5b9e5d2e41e36100a9991f30?utm_source=serp.
30. Ритуал 43 Сравнение похоронных обрядов различных религий [В Интернете] // ritualkirov.ru. – xorik.ru. – Март 2021 г.. – http://ritualkirov.ru/?id=572.
31. Социологический словарь РИТУАЛ [В Интернете] // gufo.me. – Gufo.me. – Апрель 2021 г.. – https://gufo.me/dict/social/РИТУАЛ.
32. Устойчивое развитие [В Интернете]. – 15 03 2021 г.. – https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/.
33. Якушин Сергей Трупосожжение в христианском и буддистском понимании. Кремация в Индии. [В Интернете] // funeralportal.ru. – Похоронный портал, 6 Апрель 2007 г.. – Март 2021 г.. – https://funeralportal.ru/library/1107/3926.html.
34. Японские погребальные обряды [В Интернете] // wikipedia. – Wikipedia®, 22 Март 2021 г.. – 28 Март 2021 г.. – https://ru.wikipedia.org/wiki/Японские_погребальные_обряды.