СибАК
www.sibac.info

ISSN 2542-0011

CXLIX-CL СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№18-19(149)

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

г. НОВОСИБИРСК, 2022

СибАК
www.sibac.info

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Электронный сборник статей по материалам CXLIX–CL студенческой международной научно-практической конференции

№ 18–19 (149)
Октябрь 2022 г.

Издается с декабря 2011 года

Новосибирск
2022

УДК 08
ББК 94
Н34

Председатель редколлегии:
Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:
Андреева Любовь Александровна – канд. юрид. наук;
Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук;
Ахметов Сайранбек Махсутович – д-р техн. наук;
Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук;
Гужавина Татьяна Анатольевна – канд. филос. наук;
Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук;
Карпенко Виталий Евгеньевич **–** канд. филос. наук;
Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук;
Корвет Надежда Григорьевна - канд. геол.-минерал. наук;
Купченко Константин Владимирович – канд. ист. наук;
Ле-ван Татьяна Николаевна – канд. пед. наук;
Павловец Татьяна Владимировна – канд. филол. наук;
Рысмамбетова Галия Мухашевна – канд. биол.наук;
Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук;
Соловенко Игорь Сергеевич – д-р. ист. наук;
Сүлеймен Ерлан Мәлсұлы – канд. хим. наук;
Сүлеймен (Касымканова) Райгүл Нұрбекқызы - PhD по специальности «Физика»;
Харченко Виктория Евгеньевна **–** канд. биол. наук;
Якушева Светлана Дмитриевна – канд. пед. наук.

Н34 **«Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»:** Электронный сборник статей по материалам CXLIX–CL студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2022. – № 18–19(149) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://sibac.info/archive/meghdis/18–19(149).pdf.

Электронный сборник статей по материалам CXLIX–CL студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования» отражает результаты научных исследований, проведенных студентами учреждений высшего и среднего профессионального образования.

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

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования» размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 94

ISSN 2542-0011

© ООО «СибАК», 2022 г.

Оглавление

Секция «Менеджмент» **4**

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 4
Мохова Елена Ионасовна
Яркова Татьяна Михайловна

Секция «Педагогика» **9**

РОЛЬ ДЕТСКИХ ЛАГЕРЕЙ В ОЗДОРОВЛЕНИЕ РЕБЕНКА 9
Терещенко Яна Анатольевна
Мамедова Лариса Викторовна

ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СИСТЕМЕ СПО 14
Фатеева Софья Владимировна

Секция «Экономика» **20**

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ 20
Вершинина Татьяна Владимировна
Яркова Татьяна Михайловна

Секция «Юриспруденция» **25**

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ 25
Демичева Татьяна Алексеевна

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРОКУРАТУРЫ КАК ПРАВОЗАЩИТНОГО ОРГАНА 32
Сысоева Ольга Мамасалиевна

СЕКЦИЯ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мохова Елена Ионасовна
студент 5 курса,
кафедра организации аграрного производства,
факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: kacevichus.elena@mail.ru

Яркова Татьяна Михайловна
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

В недалеком прошлом отечественные предприятия существовали в особой экономической ситуации и функционировали в условиях командной экономики.

В виду дефицита продукции и неудовлетворенного спроса сбытовая деятельность как часть процесса товародвижения представлялась менее важной, чем рост производства и формирование эффективного управления.

В современности данный раздел экономики организации получает большее значение и распространение.

Восстановление производства в настоящем времени невозможно без эффективного управления сбытовой деятельностью, а именно – без рациональной логистики и использования новейших мировых маркетинговых тенденций.

Существует два современных направления стимулирования сбыта:

- трейд-промоушн (стимулирование торговли);
- консьюмер-промоушн (стимулирование покупателей).

Стимулирование торговли включает в себя следующие способы воздействия:

- информирование розничных и оптовых продавцов о товаре;
- мерчендайзинг;
- оформление мест продаж и размещение материалов, способствующих продвижению бренда (POS-материалы);
- формирование контактной среды с участниками канала товародвижения;
- формирование и стимулирование заинтересованности в продвижении товара.

Главным направлением трейд-промоушн является работа с дилерами, мероприятия направлены на посредников, торговых агентов и представителей. Акции по стимулированию торгового персонала организации на продажу продукции определенной марки также являются одним из наиболее быстрорастущих направлений российского рынка маркетинговых услуг.

Другим направлением трейд-промоушн является стимулирование покупателей в местах продажи товаров. Торговые залы могут быть чрезвычайно конкурентной средой, и в данном случае инструмент позволяет компаниям дифференцировать свои продукты друг от друга.

Целью консьюмер-промоушн является создание таких условий, в которых каждый покупатель будет снабжен необходимой информацией и сможет выбрать нужный ему продукт.

Задачами стимулирования покупателей являются:

- завоевание внимания новых покупателей;
- повышение лояльности к торговой марке у постоянных покупателей;
- мотивирование потребителей на покупку большего количества продукции;
- анализ покупательского предпочтения.

Понятие консьюмер-промоушн включает в себя технику личной продажи, деятельность по рекламе в СМИ, мероприятия по повышению узнаваемости торговой марки, анализ покупательского предпочтения, деятельность по стимулированию покупок. Таким образом, покупательский спрос стимулируется как акциями торгового маркетинга, так и рекламой, нацеленной на покупателя.

Значимость консьюмер-промоушн в структуре маркетинга в последнее время высока настолько, что маркетологи предлагают вместо комплекса маркетинга 4P, ориентировать маркетинг на потребителя и использовать систему 4C (Consumer – потребитель, Cost – стоимость, Communication коммуникации, Convenience – удобство).

Итак, образуя важнейшую составную часть комплекса маркетинга предприятия, сами маркетинговые коммуникации складываются из нескольких элементов – рекламы, связей с общественностью, мероприятий по стимулированию сбыта и личных продаж.

Реклама как базовый элемент маркетинга позволяет единовременно оказать влияние на большую аудитории, чем другие элементы коммуникаций.

Традиционным средством продвижения является реклама с использованием средств массовой информации:

- газет и журналов;
- радио и телевидения;
- других средств (рекламных щитов).

В тоже время, самым современным СМИ является сеть интернет. В последнее время маркетологи отдают предпочтение продвижению товара с помощью этого средства, тем не менее, у всех каналов распространения рекламы есть сильные и слабые стороны, анализируя все факторы, организация обязана подобрать оптимальный вариант продвижения товара.

Говоря об инструментах продвижения продукции в современных условиях, стоит упомянуть о таком инновационном подходе, как «маркетинг впечатлений» (Experiental Marketing – маркетинг, основанный на опыте) [2].

Эксперты полагают, что впечатления и эмоции, получаемые человеком после употребления продукта или услуги, могут иметь более важное значение, чем банальные характеристики товара.

С помощью данного подхода ценность товара может вырасти без увеличения прямых затрат на него, для этого маркетологи изучают психологию покупателя и создают модель потребления, затем достаточно пропагандировать эту

модель в определенной аудитории, и многие потенциальные потребители воспользуются ей.

Активным инструментом маркетинга также становится дизайн, который теперь подчеркивает приверженность потребителя к определенной группе.

На одной полке в магазине может находиться несколько практически одинаковых товаров, однако каждый из них с помощью рекламы создал своей образ. Один товар обладает образом «молодежного», другой «дорогого и качественного», третий «для особых ценителей» и так далее.

Современные организации могут выпускать один и тот же товар под разными торговыми марками с разной ценовой политикой, и каждый из них будет приобретать определенная группа покупателей.

Сегодняшний потребитель не купит товар с примитивной упаковкой и низким дизайном, он хочет, чтобы упаковка тоже вызвала эмоции и предвосхитила употребление.

Отдельные товары могут покупаться людьми только из-за упаковки, упаковка от многих товаров служит людям после употребления продукта, поэтому современная упаковка должна заставлять покупателя думать о бренде и в этом организациям помогают современные технологии, а доля бюджета организации на «маркетинг впечатлений» неуклонно растет [2].

Отдельным элементом затрат при производстве продукта может стать его способность к кастомизации, подстройке под конечного потребителя.

Изначально кастомизация предполагала реализацию продукции с последующей возможностью комплектации дополнительными опциями и элементами. Однако теперь компании приходят к тому, чтобы предлагать клиенту сразу готовый набор из опций, которые потребитель настраивает на свой вкус и в первую очередь касается техники, компьютерных технологий, автомобилей и прочих сложных и чаще всего дорогостоящих продуктов.

Возможность создать свой продукт из стандартных деталей или опций позволяет более точно удовлетворить потребности покупателя.

Другим позитивным фактором является возможность потребителя выделиться и проявить свою индивидуальность, что особенно актуально в эпоху глобализации, таким образом, при использовании маркетинга впечатлений важно создавать ценность, которая служила бы маркером для конкретного потребителя [1]

Однако, многие предприятия сегодня не используют потенциал современного маркетинга, позволяя увеличивать затраты на классические инструменты при снижении их эффективности.

Список литературы:

1. Афанасьева, Т.А. Современные тенденции маркетинга: эко-маркетинг / Т.А. Афанасьева, З. Лахлу // Инновационные подходы к решению актуальных проблем гуманитарных, социальных и экономических наук: вопросы теории и практики (Великий Новгород, 26 января 2017 г.). – Великий Новгород: Новгородский технопарк. – 2017. – С. 18-21
2. Гринченко, К.В. Интернет маркетинг и цифровой маркетинг – две электронные модели в маркетинге продвижения // Вектор Экономики. – 2019. – № 12 (42). – С. 23.
3. Оганесян, Л.Л. Содержание управленческих особенностей маркетинга: этапы маркетингового цикла, место маркетинга в рыночных взаимоотношения, стратегия маркетинга / Л.Л. Оганесян, А.С. Заднепрянский // Достижения современной науки и образования (Ростов-на-Дону, 26-27 апреля 2019. г.) – Ростов-на-Дону : ЭльДирект – ЮРЦ ПКиП. – 2019. – С. 53-57.

СЕКЦИЯ
«ПЕДАГОГИКА»

РОЛЬ ДЕТСКИХ ЛАГЕРЕЙ В ОЗДОРОВЛЕНИЕ РЕБЕНКА

Терещенко Яна Анатольевна
студент,
Технический институт (филиал),
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Нерюнгри
E-mail: tereya3103@gmail.com

Мамедова Лариса Викторовна
научный руководитель, канд. пед. наук,
Технический институт (филиал),
Северо-Восточный федеральный университет
имени М.К. Аммосова,
РФ, г. Нерюнгри

Подготовка к смене лагеря начинается с приготовления плана – сетки, ведь именно она отвечает за организацию отдыха детей. Организация отдыха детей в лагере – это социальное явление, которое позволят воспитывать ребенка и прививать ему нравственные качества, не уничтожая при этом развлекательные мероприятия.

В статье происходит анализ времени школьника, которое он проводит вне стен школы, а это целых три месяца. То есть, таким образом ребенок проводит вне школы, примерно ¼ года. Это время отдыха школьника от занятий и школьной рутины, но именно это время нельзя пропускать, так как оно важно для воспитания. Именно поэтому в Российской Федерации были созданы детские оздоровительные лагеря, и со дня создания они занимают особое место в системе образования и воспитания.

Для раскрытия роли, детского лагеря, сначала необходимо раскрыть его суть и дать ему определение

В.Н. Антонов дает следующее понятие лагеря: «учреждение дополнительного образования, реализующее различные программы, в том числе и оздоровительные, лагерь представляет собой комплекс различных услуг, отвечающие за профилактику и укрепление здоровья детей, а также самоопределение и самореализацию ребенка». [1]

Но в данном определение, по нашему мнению, не хватает нескольких аспектов, так как месторасположение лагеря, его график, тип учреждения и цели и задачи самого лагеря. Поэтому если бы мы составляли определение лагеря, то оно звучало бы следующим образом, детский оздоровительный лагерь – это учреждение, которые имеет различное месторасположение, такие как пришкольный, загородный или палаточный, летнего и круглогодичного пребывания, которое оказывает большой спектр услуг от воспитания до образования, с такими же различными тематическими программами.

На сегодняшний день, из всего вышесказанного можно отметить, что роль лагерей в Российской федерации имеет огромное значение. Так как с каждым годом летний оздоровительный лагерь, все больше стремиться стать полноправным участником воспитания и обучения, его роль уникальна и не похоже ни с какой другой организацией. Многие специалисты говорят, что именно лагерь оказывает огромное влияние и оставляет след в памяти ребенка.

Лагерь является одной из самых перспективных и развивающихся институтов воспитательной системы, больше половины родителей в РФ готовы доверить своих детей различным лагерям. Лагерь учит ребенка социализации, быстрому адаптированнию. Но здесь в силу вступает ошибочное мнение родителей, детей и даже самих педагогов, многие считают, что лагерь призван удовлетворять потребности детей в досуге и развлечениях, многие забывают, что лагерь был и остается мощным педагогическим и психологическим инструментом для формирования личности и развитие нравственных качеств ребенка. [2]

Лагерь необходимо понимать, как школу летнего пребывания, которая может поделиться с ребенком незабываемым опытом. Лагерь так же может помочь определиться с поисками себя и своего жизненного пути. Стоит так же

отметить, что лагерь довольно неплохое экономическое учреждение, которое может принести огромный доход собственникам.

Функций у лагерей большое множество, это и организация отдыха детей, и коммуникативная функция, которая отвечает за социализацию, адаптацию и общение, так же этого прогностическая функция, которая отвечает за предположения личностного роста, и воспитательная, и оздоровительная, и в конце концов стимулирующая, стране необходимо огромное количество молодых людей, которые будут целеустремленными, активными и идейными.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что лагерь является жизненно необходимым в современном обществе. Необходимы они всем, и детям, и родителям, и работодателям, и государству. Именно из-за этого лагерь все больше и больше подвергается исследованию ученых и педагогов практиков.

Мы считаем, что развить лагерь невозможно, без участия лагеря и общественных объединения страны, таких как российское движение школьников, и специалистов данной сферы. При должной подготовки и правильной организации, а также хорошей психолого-педагогической работе, возможно осуществлять все задачи и функции лагеря. Воспитателям и вожатым необходимо включать в свою работу несколько направлений:

1) Создание, формирование и развитие личности с чистого листа;

2) Инновационное и интересное содержание лагеря, грамотно составленная план-сетка;

3) Постоянное совершенствование своей работы.

Российские дети заслуживают качественного и интересного отдыха, а задачей государства является поддержка частников и кадров в этом не легком деле. Иногда педагогам необходимо кардинально изменять свои методы, для достижения результат.

Стоит так же отметить, что, по нашему мнению, необходим развивать потенциал детского оздоровительного лагеря, так как на данном этапе он является более эффективным, чем школьная среда. Необходимо уделять огромное влия-

ние моральному составляющему детского лагеря, а для этого нужна профессиональная команда.

В наши дни лагерь не просто берет на себя функцию воспитания, но и помогает детям найти ответы на ряд вопросов, такие как самоопределение, нахождение жизненного пути, расставление приоритетов, нахождение нравственных ориентиров и приоритетов, социализация и так далее.

Наверняка у многих возникает вопрос, неужели за столь короткий промежуток времени, лагерь успевает выполнять такое количество функции. Практика показывает, что ответ на данный вопрос отрицательный, но отрицательный он только в том случае, если ребенок побывал в лагере всего лишь раз. За одну смену в лагере ребенок только успеет приобрести новый опыт и хобби, для дальнейшего развития. [3]

Продуманная жизнь лагеря, отрицает существования самотека и полностью подчиняет себе все процессы, которые происходят в нем. Потенциал лагеря необходимо использовать для дальнейшего развития и воспитания.

Применяемые технологии в лагере, позволяют достичь огромных результатов, в ряду различных вопросов. Именно поэтому многие дети хотят вернуться в лагерь, все снова и снова, так же стоит отметить, что и некоторые взрослые были бы не прочь побывать в лагере. Живое общение, новые впечатления, приятный микроклимат – все это феномен, который никогда не повториться и будет способствовать социализации.

В качества вывода, хочется сказать, что лагерь занимает огромное место в институте воспитания детей, а также играет важную роль для общества в целом. Лагерь постоянно совершенствуется и находит новые подходы к образованию. Именно поэтому мы хотим сказать, что лагерь – это не просто весело, а ещё и полезно.

Список литературы:

1. Антонов В.Н. Педагогические условия деятельности детских оздоровительно-образовательных лагерей в современных условиях [Текст]: / автореф. на соиск. степени к.п.н. 13.00.01 / Антонов В.Н. – Екатеринбург, 1997 г.
2. Психология и педагогика под общ. Ред. В.А Сластенина, В.П.Каширина М. издательство Юрайт 2013 с. 288
3. «Сто незаданных вопросов» Сборник информационно-методических материалов в помощь воспитателю «Орлёнка» /Автор-сост. О.В. Можейко. ВДЦ «Орлёнок», 2012.

ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В СИСТЕМЕ СПО

Фатеева Софья Владимировна
магистрант,
Тульский государственный педагогический
университет им. Л.Н. Толстого,
РФ, г. Тула
E-mail: baz-larisa@yandex.ru

OPTIMIZATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN SOLVING PROBLEMS OF IMPROVING THE QUALITY OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN THE SPO SYSTEM

Sofya Fateeva
Master's student,
Tula State Pedagogical University
named after L.N. Tolstoy,
Russia, Tula

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено, что практическое овладение иностранным языком важно не только для его применения специалистом в будущей профессиональной деятельности, оно также является неотъемлемым элементом общей культуры, частью воспитания современного интеллигентного человек. Оптимизация общего процесса изучения языка, и дифференцированный подход к изучению учебного материала являются одними из основных методов повышения качества преподавания иностранного языка в системе СПО.

ABSTRACT

The article considers that practical mastery of a foreign language is important not only for its application by a specialist in future professional activity, it is also an integral element of general culture, part of the upbringing of a modern intelligent person. Optimization of the overall process of language learning, and a differentiated approach to the study of educational material are among the main methods of improving the quality of teaching a foreign language in the SPO system.

Ключевые слова: иностранный язык, среднее профессиональное учебное заведение, источники иностранной литературы, диагностические методики.

Keywords: foreign language, secondary vocational educational institution, sources of foreign literature, diagnostic techniques.

Методика преподавания иностранных языков в средних профессиональных учебных заведениях определяется целями и задачами преподавания иностранных языков, а также профессиональной направленностью и условиями каждого учебного заведения.

Основной целью является обучение студентов учреждений среднего профессионального образования совершенствованию ранее сформированных навыков устной речи и формированию новых навыков общения по профориентационным проблемам в рамках знаний студентов о своей профессии. [1]

Цель статьи – рассмотреть работу по оптимизации учебного процесса, которая должна стать первым и основным этапом в решении задач повышения качества преподавания иностранного языка в системе СПО.

Очень важно уточнить задачи обучения, содержание учебного материала урока. Используйте рациональные методы и средства для решения образовательных задач. Обеспечить дифференцированный и индивидуальный подход к учащимся, создание благоприятных условий обучения и т.д., включая структуру урока и анализ результатов в соответствии с оптимизацией учебного процесса.

Задача преподавателя – определить группы студентов первого года обучения в соответствии с уровнем базовой языковой готовности, их личностными качествами, склонностями, типом мышления и памяти. [3]

Практическое овладение иностранным языком важно не только для его применения специалистом в будущей профессиональной деятельности, оно также является неотъемлемым элементом общей культуры, частью воспитания современного интеллигентного человека.

Поэтому, в первую очередь, необходимо всячески повышать познавательную ценность занятий, расширяя знания учащихся о культуре, географии стра-

ны изучаемого языка во время занятий, а затем переходить к изучению профессионально-ориентированного материала.

В то же время деятельность студентов носит преимущественно репродуктивный характер; они не участвуют в определении источников иностранной литературы для изучения на иностранном языке, в выборе способов, обеспечивающих активизацию познавательной деятельности. Учитель делает все это за них. Их деятельность ограничивается только изучением источников, предложенных преподавателем.

Для того чтобы провести полноценный и эффективный образовательный процесс, важно вызвать отклик, сформировать обратную связь с каждым студентом. Для этого с самого начала требуется провести педагогические наблюдения за студенческим коллективом. Изучение личности учащихся – одна из самых сложных функций в деятельности преподавателя.

Учителю необходимо знать интересы и увлечения учащихся, взаимоотношения со сверстниками, родственниками и взрослыми, черты характера, эмоциональное состояние ребенка. Для этого учитель может использовать психолого-педагогические методы изучения личности ученика. Такие методы должны быть гармонично интегрированы в воспитательную работу. Психолого-педагогическая диагностика является одной из составляющих педагогического процесса. Психолого-педагогическая диагностика – это оценочная практика, направленная на изучение индивидуально-психологических особенностей студента и студенческого коллектива с целью оптимизации учебного процесса. [4]

В педагогическом процессе диагностика выполняет следующие функции: информационную, прогностическую, оценочную, развивающую.

Информационная функция заключается в том, чтобы:

- определить относительный уровень развития учащегося;
- определить уровень состояния педагогического взаимодействия;
- определите основные параметры будущих характеристик студента.

Прогностическая функция заключается в том, чтобы:

- способствовать выявлению потенциальных возможностей развития для студентов;
- определяет прогноз организации взаимодействия со студентом.

Функция оценки заключается в том, чтобы:

- иметь представление об эффективности педагогического взаимодействия;
- определить эффективность использования различных образовательных и обучающих средств в педагогическом процессе.

Развивающая функция состоит в том, чтобы:

- используйте диагностические методы, чтобы продемонстрировать ученику его возможности и перспективы развития;
- создать условия для самореализации, самовосприятия и саморазвития личности на основе диагностики.

При работе с диагностическими методиками преподаватель должен придерживаться следующих правил:

- содержание методологии должно предполагать ожидаемый результат;
- диагностика должна быть достаточно информативной и создавать широкое поле для исследовательской деятельности;
- результаты исследования должны быть проанализированы компетентными людьми;
- любые результаты исследований должны служить не во вред ученикам и родителям, а во благо;
- по результатам исследования следует проводить систематическую корректирующую работу.

Таким образом, оптимизация общего процесса изучения языка и дифференцированный подход к изучению учебного материала являются одними из основных методов повышения качества преподавания иностранного языка в системе SPO.

Для повышения эффективности преподавания иностранных языков очень важно создать реальную речевую среду, в которой язык является не объектом

изучения, а средством общения, только в этих условиях происходит формирование речевых навыков, составляющих суть практического владения языком, и здесь необходимо сотрудничество.

Суть творческого сотрудничества между преподавателями и студентами заключается в том, что обе стороны заинтересованы в обучении.

Чтобы решить эту проблему, учитель вынужден часто и быстро вносить изменения в виды речевой деятельности.

Для поддержания интереса студентов необходимо использовать упражнения для речемыслительной деятельности: разыгрывать ситуации по ролям, использовать профессиональные тексты, не забывать о междисциплинарных связях, использовать материал профессиональной компетентности будущего специалиста.

Самое главное в изучении иностранного языка – это практика общения, а не теория грамматики.

Выводы. Таким образом, целью активного обучения является создание учителем условий, в которых ученик сам будет открывать, приобретать и конструировать знания. В этом заключается фундаментальное различие между целями активного обучения и целями традиционной системы образования.

У каждого преподавателя должны быть маленькие изобретения и секреты о том, как повысить мотивацию студентов в изучении иностранного языка, как развивать их творческую и речевую активность.

Поле деятельности как преподавателя, так и студента огромно. Язык – важнейшее средство человеческого общения, без которого невозможно существование и развитие человеческого общества.

Список литературы:

1. Дьяченко, М.А. Задачи ценностно-ориентированной коммуникации в социальной среде / М.А. Дьяченко // Вестник МГУП. – 2015. – № 2. – С. 215-219.

2. Мещеряков Е.В., Локтюшина Е.А. Образовательное пространство формирования профессиональной иноязычной компетенции управленческих кадров // Фундаментальные исследования. 2012. № 11. URL: http://rae.ru/fs/pdf/2012/11-1/30450.pdf
3. Общеевропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, преподавание, оценка. Московский государственный лингвистический университет, 2003. URL: http://www.linguanet.ru/
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2013. – 488 с.

СЕКЦИЯ

«ЭКОНОМИКА»

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Вершинина Татьяна Владимировна
студент 5 курса,
кафедра организации аграрного производства,
факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова»,
РФ, г. Пермь
E-mail: nmull@mail.ru

Яркова Татьяна Михайловна
научный руководитель, д-р экон. наук, проф.,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь

На сегодняшний день деятельность каждого субъекта хозяйствования – это предмет внимания большого количества рыночных отношений, которые заинтересованы в результатах его непосредственного функционирования. Для того, чтобы повысить конкурентную способность, обеспечить выживаемость, хозяйствующим субъектам необходимо обновлять ассортимент реализуемых услуг и товаров, улучшать имидж и дизайн, выявлять новые источники по их реализации, проведению ценовой политики в соответствии с платежеспособным спросом. Управление хозяйствующим субъектом для того, чтобы повысить конкурентную способность, должно стремиться к эффективному функционированию и совершенствованию стратегии развития.

Факторы ограничения деятельности хозяйствующего субъекта: недостаточный уровень платежеспособного спроса; наличие высокого уровня налогов; отсутствие требуемого количества собственных финансовых ресурсов; высокие ставки процентов; отсутствие требуемого количества складских площадей; от-

сутствие требуемого оборудования; отсутствие требуемого информационного обеспечения [3].

Повышение конкурентной способности компании в качестве экономической системы имеет связь с проблемой формирования системы менеджмента, выступающей в качестве сложной, т.к. она является стохастической схемой, испытывающей влияния внутренней и внешней среды с большим уровнем неопределенности и непостоянства.

Факторы определения конкурентного преимущества:

- внутрисистемные фактор (производственные возможности);
- совокупность системных факторов (имеющиеся ресурсные возможности, в т.ч. производственные);
- совокупности внешних системных факторов (текущие интеграционные возможности, в т.ч. ресурсный и производственный).

Любая из указанных совокупностей является значимой для формирования конкурентного преимущества.

Данное преимущество подлежит расчету целевыми факторами, их пропорциями, структурой, организацией успешного применения факторов, условий развития компании. В масштабе хозяйствующего субъекта все параметры данных факторов в системном их единстве по воздействию на конкурентное преимущество вычисляются при помощи интегральных возможностей.

Основные проблемы, связанные с повышением конкурентоспособности хозяйствующих субъектов:

1. Оптимизация расходов. Для стабилизации уровня рентабельности сегодня требуется сокращать издержки и оптимизировать процессы за счет уменьшения расходов на сотрудников, повышения успешности менеджмента при помощи складских запасов, повышения лояльности всех постоянных потребителей при помощи минимизации наценок.

2. Соответствие услуг и продуктов потребностям клиентов. Большинство противодействий всех компаний заключается в борьбе за потребителя, а значит, предприятия стремятся в полной мере соответствовать их потребностям, углубляя и видоизменяя свои ниши.

Для определения перспективности ниши можно проводить следующие мероприятия:

- проводить соотношение размера бюджета с уровнем конкуренции. Следует учесть, чем рентабельнее ниша, которую занимает предприятие тем выше уровень конкуренции, а значит необходимо затратить немало средств на привлечение потребителей. Если фирма не располагает определенным бюджетом, то возможно ей стоит выбрать другую нишу.
- проведение оценок наличия спроса и маржинальности товаров (существуют сервисы для такой оценки, например, «Яндекс Wordstat»). Следует отслеживать модные направления и даже если продукция, соответствующая им сегодня пользуется незначительным спросом, не стоит отказываться от таких низкомаржинальных продуктов ведь в ближайшее время спрос на них может возрасти.
- следует проводить оценку объема рынка. Несмотря на то, что эти оценки будут не точными, но все же они помогут примерно узнать размер предполагаемого дохода.

Информацию по отраслям можно найти в исследованиях и отчетах консалтинговых агентств и информационных холдингов, например, в магазине исследований РБК.

Необходимо предусмотреть инструменты для оценивания продаж, клиентских потребностей и реакций на предложения организации (CRM-система, 1С и т.д.). К примеру, BI-решения как инструмент аналитики позволяет быстро отслеживать уровень закупок различного товара, продуктов, которые приобретаются в связке, и т.д.

Следует ежемесячно анализировать прибыль и динамику сбыта в разрезе различных категорий потребителей и в разрезе различных категорий товаров. Данный анализ позволит произвести ранжирование потребителей по интенсивности оказываемого влияния на финансовый результат и усилить взаимодействие с наиболее значимыми категориями.

Постоянно следует работать и с потребностями клиентов, например, можно постоянно анализировать пожелания потребителей, а раз в полгода проводить опросы по тенденциях на рынке и мнениях о фирме.

3. Создание оптимального ассортимента. Любой фирме следует уделять достаточно времени работе с ее ассортиментом. Известно, что от сбалансированности ассортимента будет зависеть и степень удовлетворения спроса потребителей и размер получаемых доходов [4].

В принятии решения по изменению ассортимента может помочь моделирование с его помощью можно отследить возможные итоги деятельности предприятия при добавлении в ассортимент или исключении из него определенных товаров [2].

4. Оптимизация цикла потребления Цикл потребления представляет собой процесс потребления продукта от возникновения мысли о потребности в продукте до его покупки. Ввиду наличий большого числа предприятий покупатель обычно выбирает из них те, которые смогут скорее удовлетворить его потребность. Можно сказать, что в условиях конкуренции цикл потребления стремиться к сокращению.

Сократить время поставки может применение технологии поставок под названием just-in-time («точно в срок»). В данном методе есть возможность отслеживания сроков поставки того или иного вида продукции. Все возможные изменения графиков поставки подлежат коррекции в режиме реального времени, все сроки соблюдаются. Внедрение данной системы в торговле позволит минимизировать запасы по потребностям и экономить место на складе, на производстве данная система поможет избежать перепроизводства и также сэкономить место на складе.

У данной системы есть ряд недостатков применительно к особенностям РФ внедрить ее можно, если поставщики находятся в одном регионе с производителем, и они надежные [1].

5. Ценовая политика. На ценовую политику могу существенно повлиять:

- размер цены на данный товар у конкурентов;

• затрат, включающих закупочную стоимость партии, стоимости получения клиента, стоимости его обслуживания и других расходов по себестоимости отгрузки.

В современных условиях преобладает первый фактор, поэтому для регулирования размера получения прибыли достаточно провести регулирование уровня объема продаж, которое будет покрывать все переменные и постоянные расходы.

Зачастую, постоянные расходы характеризуются стабильностью: помещения, здания и земля принадлежат к собственности либо же взяты в аренду по устойчивой цене, имеет место рост затрат на коммунальные и другие услуги пропорционально ценам на реализуемую продукцию. Также предсказуемой является структура переменных затрат: основной составляющей является себестоимость продукции, также расходы, связанные с увеличением клиентской базы. В связи с чем, требуется снижение цен не на одну единицу товара, а на соответствующие объемы, что предоставит возможность компенсации расходов и получения планируемой прибыли.

Использование демпинга зависит от ситуации, в которой оказался конкретный бизнес и от рынка, на котором компания функционирует. В том случае, если рынок находится на этапе развития, существует возможность завоевания клиентов посредством расширения ассортимента, программ лояльности, сервиса и т.д., не прибегая к снижению цен. В случае сжатия рынка, демпинг может быть единственным вариантом для привлечения аудитории.

Список литературы:

1. Волкова Наталья Конкурентоспособность предпринимательских структур: моногр. – М.: LAP LambertAcademicPublishing. 2018. – 176 с.
2. Квасникова В.В., Жучкевич О.Н. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум. – М.: Инфра-М, Новое знание, 2016. – 192 с.
3. Павлишевская А.Р., Агиевич Т.Г.Проблемы роста конкурентоспособности российских предприятий // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – Т. 4. – С. 35-38.
4. Теренина Н.Л., Харламова И.Ю. Управление конкурентоспособностью организации // Вестник современных исследований. – 2019. – № 2.10 (29). – С. 76-79.

СЕКЦИЯ

«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ

Демичева Татьяна Алексеевна
магистрант 2 курса
направления 40.04.01 Юриспруденция,
Дальневосточный федеральный университет,
РФ, г. Владивосток
E-mail: demicheva.ta@students.dvfu.ru

PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY IN THE VIRTUAL WORLD

Tatyana Demicheva
Master student of the 2nd year
of direction 40.04.01 Jurisprudence,
Far Eastern Federal University,
Russia, Vladivostok

АННОТАЦИЯ

В научной работе поднимаются проблемные вопросы законодательного регулирования защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет и в виртуальном пространстве. Проводится анализ существующих нормативно-правовых актов и исследуются перспективы их развития в Российской Федерации.

ABSTRACT

The scientific work raises problematic issues of legislative regulation of the protection of intellectual property on the Internet and in the virtual space. The analysis of existing normative legal acts is carried out and the prospects for their development in the Russian Federation are explored.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, защита прав, виртуальное пространство, Интернет.

Keywords: intellectual property, protection of rights, virtual space, Internet.

Защита интеллектуальной собственности в виртуальном мире является актуальным вопросом права интеллектуальной собственности, поскольку объекты интеллектуальной собственности активно распространяются в сети Интернет не только легальными способами, когда лицо (правообладатель) самостоятельно публикует результаты своей интеллектуальной деятельности, но и когда иные лица тиражируют, дублируют и используют в своих интересах чужую собственность.

Под интеллектуальной собственностью Гражданский кодекс в статье 1225, пункт 1 понимает «результаты интеллектуальной деятельности и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана» [1]. Объекты интеллектуальной собственности представляют собой обширный и закрытый перечень, установленный законодательно. Наличие объекта интеллектуальной собственности закрепляет за правообладателем спектр интеллектуальных прав: исключительные права (имущественного характера), личные неимущественные права и иные права.

Под виртуальным миром или реальностью можно рассматривать «искусственно создаваемую информационную среду, которая фокусируется на замене привычного восприятия окружающей среды информации, создаваемой на основе различных технических средств» [4, с. 12]. «…Формирование новейшей виртуальной среды, знаменитой как киберпространство, либо социальная виртуальность реальности, которой является сеть Интернет» [3, с. 152] включаются в понятие виртуального мира. В настоящее время идёт активное обсуждение регулирования вопросов, связанных, например, с виртуальными торговыми знаками, которые используются в видеоиграх, или создание персонажа компьютерной игры, который с точностью повторяет героя литературного произведения.

Говоря о более «приземлённых» проблемных вопросах, стоит также затронуть нарушение исключительных прав при использовании в сети Интернет произведений науки, литературы или искусства без разрешения правообладателя. В настоящее время вопросу защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет уделяется большое внимание в разрезе авторского права, поскольку оно не подлежит регистрации, и авторство возникает в силу факта создания такого объекта.

В рамках вопроса защиты интеллектуальной собственности стоит упомянуть привычные для всех способы и формы защиты. Существует гражданско-правовая, административно-правовая и уголовно-правовая формы защиты. Две последние предусматриваются отдельными составами Кодекса об административных правонарушениях и Уголовным кодексом РФ. Гражданско-правовая защита осуществляется следующими способами:

для защиты личных неимущественных прав: признание права; реституция; пресечение действий; компенсация морального вреда; публикация решения суда о допущенном нарушении.

для защиты исключительных прав: требования о признании права, о пресечении действий, которые нарушают право; требования о возмещении убытков или выплата компенсации; требование об изъятии материального носителя; требование о публикации решения суда о допущенном нарушении с указание действительного правообладателя.

Для раскрытия вопроса защиты интеллектуальной собственности в виртуальном мире хочется действовать по проблемным вопросам, которые мне удалось выделить, исходя из анализа законодательства, практики и доктрины.

Первая проблема – фрагментарное, общерегулятивное закрепление защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет. В Российской Федерации несколько лет назад были приняты соответствующие ГОСТы. Например, ГОСТ Р 56824-2015, который в разделе 7.10 касается защиты правообладателя. «Автор или иной правообладатель в случае обнаружения сайта в сети Интернет, на котором без его разрешения или иного законного основания размещена информа-

ция, содержащая объекты интеллектуальной собственности, или информация, необходимая для их получения с использованием сети Интернет, вправе обратиться за защитой своих прав в суд либо направить владельцу сайта в сети Интернет в письменной или электронной форме заявление о нарушении прав на объекты интеллектуальной собственности» [2]. Исходя из анализа данного ГОСТа необходимо сказать, что в большей степени говорится о процедуре подаче заявления. Ответственность (раздел 7.11 ГОСТа) несёт владелец сайта и пользователь-нарушитель прав при доказанности их вины. Данные нормы отсылают нас к общегражданскому порядку регулирования вопросов ответственности, что не налагает на данные правоотношения особую специфику виртуального пространства.

Упоминание сети Интернет в гражданском законодательстве РФ находит своё отражение, например, в способах осуществления исключительного права на товарный знак (пп.5 п.2 статьи 1484 ГК – «…в сети "Интернет", в том числе в доменном имени и при других способах адресации» [1]), аналогичное правило действует в отношении географических указаний (пп.4 п.2 ст.1519 ГК); также исключительное право на товарный знак и коммерческое обозначение реализуется правообладателем в сети «Интернет», что указано в пункте 1 статьи 1474 ГК и п.1 статьи 1539 ГК соответственно.

Попыткой регулировать сферу сети Интернет было включение в ГК в 2013 году статьи 1253.1, которая предусматривает ответственность информационного посредника. Однако эта статья не даёт исчерпывающего регулирования защиты интеллектуальных прав в виртуальном пространстве.

Таким образом, можно увидеть, что фрагментарное регулирование защиты на уровне законодательства РФ не даёт чёткой картины по указанному вопросу. Необходимо развитие законодательства, поскольку Интернет-пространство поглощает все сферы нашей жизни.

Второй проблемой в регулировании вопроса является межгосударственный характер сети Интернет, который предполагает в себе сочетание множества территорий, соответственно в этом вопросе необходимо подкрепление между-

народными актами, которые бы устанавливали единообразие. Но в современных условиях взаимодействия государств сейчас нет ясности относительно их сотрудничества.

Третья проблема является в принципе не затронутой российским правопорядком, о чём говорилось в начале – регулирование киберпространства, которое включает в себя не только сеть Интернет, но и компьютерные игры, выдуманные товарные знаки, которые используются только в сериалах, видеоиграх или фильмах.

Проблемой данного вопроса является авторское право на создаваемый объект. Например, человек создал компьютерную игру, в рамках которой была произведена стилизация марки сока, которая является единственной для её героев. Например, данный сок обладал свойствами, которые помогают героям быстрее выполнять задачи, получать какие-то преимущества перед остальными. В реальной жизни другое лицо, зная про популярность данной игры, соответственно и марки сока (зависимость от репутации), стало выпускать свою продукцию под аналогичным названием. Возникает логичный вопрос – каким образом осуществить защиту? С обратной ситуацией, когда используются реальные товарные знаки в виртуальном мире для стилизации игр или фильмов, вопрос является урегулированным, судебная практика в РФ также является сложившейся и единообразной. Сложность вопроса заключается в следующем: право не зарегистрировано на товарный знак и не может быть зарегистрировано, поскольку необходимо указывать класс товаров и услуг, для которого данный товарный знак будет использоваться; даже если произвести регистрацию, то необходимо данный товарный знак использовать, что является невозможным, так как он не имеет воплощения в реальном мире.

Очень интересным является порядок «passing off» (закон о выдаче чужого за своё), который запрещает искажение и последующее присвоение товаров или услуг, уже находящихся в обороте, но ещё не зарегистрированных в виде объектов интеллектуальной собственности, третьими лицами. Для защиты права на объект, созданный и существующий в сети Интернет, необходимо внесение из-

менений в данный порядок, однако если правообладатель игры продаёт атрибутику или произвёл лицензирование в реальном мире, то он сможет защитить своё право на объект в виртуальном мире.

Российский правопорядок не может похвастаться механизмами защиты интеллектуальной собственности в киберпространстве. Первоначальным вопросом стоит регулирование защиты интеллектуальной собственности в сети Интернет. Судебная практика, связанная с защитой интеллектуальной собственности, основывается на общих способах защиты, предусмотренных гражданским законодательством с учётом специфики защищаемого объекта.

Подводя итоги исследования защиты интеллектуальной собственности в виртуальном мире, необходимо сказать о том, что законодательство РФ в данной сфере стоит на первоначальной ступени, поскольку во множестве аспектов требуется дополнительное регулирование, проработка вопросов ответственности. Общая канва для защиты предусмотрена, однако нет специфики регулирования по объектам интеллектуальной собственности, наиболее урегулированы только сферы авторского и смежных прав. Защита прав правообладателя компьютерной игры или фильма на вымышленные товарные знаки сводится к тому, что необходимо проводить регистрацию товарного знака или патентование промышленного образца каждого элемента, который имеет значение и может быть использован в реальном мире.

Список литературы:

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ – Доступ из СПС «КонсультантПлюс». – Текст : электронный.
2. ГОСТ Р 56824-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Интеллектуальная собственность. Использование охраняемых результатов интеллектуальной деятельности в сети Интернет" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 03.12.2015 N 2103-ст). URL: https://docs.cntd.ru/document/1200128334 (дата обращения: 03.10.2022)

3. Поначугин, А.В. Виртуальная реальность общества посредством сети Интернет / А.В. Поначугин, М.Н. Миронова // Молодой ученый. – 2016. – № 8 (112). – С. 152-155. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://moluch.ru/archive/112/28240/ (дата обращения: 03.10.2022).
4. Тахиров Бехзод Насриддинович. Понятие виртуальной реальности // Наука, образование и культура. – 2020. – №8 (52). [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-virtualnoy-realnosti (дата обращения: 03.10.2022).

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРОКУРАТУРЫ КАК ПРАВОЗАЩИТНОГО ОРГАНА

Сысоева Ольга Мамасалиевна
студент,
Саратовская государственная Юридическая Академия,
РФ, г. Саратов
E-mail: office.magdip@gmail.com

CURRENT ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE PROSECUTOR'S OFFICE AS A HUMAN RIGHTS BODY

Olga Sysoeva
Student,
Saratov State Law Academy
Russia, Saratov

АННОТАЦИЯ

В статье исследуются актуальные аспекты развития прокуратуры как правозащитного органа. Автор отмечает, что для недопущения ошибок необходимо учитывать опыт прошлого. Делается акцент на современном влиянии цифровизации на работу органов прокуратуры.

ABSTRACT

The article examines the current aspects of the development of the Prosecutor's office as a human rights body. The author notes that in order to avoid mistakes, it is necessary to take into account the experience of the past. The emphasis is on the current impact of digitalization on the work of the prosecutor's office.

Ключевые слова: демократические режимы, прокуратура, прокурор, надзор.

Keywords: democratic regimes, prosecutor's office, prosecutor's office, supervision.

На современном этапе государственного строительства органы прокуратуры должны, опираясь на позитивный исторический опыт Российской Прокура-

туры периода XIX в. – начала XX в., осознавать, что ее ключевой функцией является осуществление высшего надзора за законностью.

Общий надзор является основной функцией и современной Прокуратуры Российской Федерации. Во-первых, эта функция прямо закреплена в современном определении термина прокуратура. Во-вторых, сущность прокурорского надзора можно определить по решениям судебных органов, основным из которых является Постановление КС РФ от 17 февраля 2015 г. № 2-П, где определено, что он является одной из форм контрольной функции государства[1].

Президент России В.В. Путин, выступая 12 января 2022 года на торжественном заседании, посвящённом 300-летию российской прокуратуры, еще раз подчеркнул её главную надзорную функцию: «Без преувеличения в 1722 году в государственной системе России было создано важное, значимое звено. Образованная Петром I прокуратура стала высшим надзорным органом страны. «Смотреть накрепко» – так именно писал Пётр в одном из своих указов, в которых определялся смысл и сам характер работы прокурора» [2].

Объективный и качественный надзор за соблюдением законодательства возможно осуществлять только при реальной самостоятельности и независимости надзорного органа.

В настоящее время, на высшем конституционном уровне отмечены особый самостоятельный статус прокуратуры в системе государственных институтов и особо важное социальное значение прокурорской деятельности.

Еще в XIX веке Н.В. Муравьев, будучи одним из адептов Судебных реформ и сильной прокуратуры, не сомневался, что прокуратура России в результате исторических трансформаций структурно и функционально превратится в независимый орган государства: «Русская действительность, отражающаяся на законе и еще больше на практике его применения, наложила на русскую прокуратуру настолько своеобразный отпечаток, что в ней, быть может, со временем образуется новый самостоятельный тип этого учреждения» [3].

Важнейший принцип разделения властей, положенный в основу Судебной реформы 1864 г. привел к тому, что прокуратура уже в процессе реформы (не-

смотря на то, что формально она была встроена в систему исполнительной власти) фактически сформировалась как самостоятельный независимый орган, не входящий в классическую триаду разделения властей (если такой термин можно применить к исследуемому периоду), занимающий особое место в системе органов государственной власти. С одной стороны, прокуратура не имела полномочий на непосредственное разрешение дел, а с другой, выполняла надзорные полномочия, что в значительной степени отличало ее от других подразделений Министерства юстиции и исполнительного аппарата в целом.

Значимым шагом в разрешении дискуссий о месте прокуратуры и определении её статуса в современной России стало принятие Закона Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации от 05.02.2014 № 2-ФКЗ "О Верховном Суде Российской Федерации и прокуратуре Российской Федерации".

Тот исторически сложившийся в результате судебных реформ правовой статус прокурора, когда они назначались непосредственно императором по представлению Министра юстиции, оказался востребован и сегодня. Как очевидно из положений ст. 129 Конституции РФ происходит усиление полномочий Главы государства в сфере назначения руководящего состава органов прокуратуры, одновременно у Генерального прокурора РФ изымаются полномочия на самостоятельное назначение на должности прокуроров субъектов РФ. С 2020 года принят № 1-ФКЗ, согласно которому президент Российской Федерации «назначает на должность после консультаций с Советом Федерации и освобождает от должности Генерального прокурора Российской Федерации, заместителей Генерального прокурора Российской Федерации, прокуроров субъектов Российской Федерации иных прокуроров, для которых такой порядок назначения и освобождения от должности установлен федеральным законом» (ст. 81, п. 4). Что было призвано поспособствовать повышению авторитета прокурорских работников на местах, а также усилить выстроенную централизацию самой прокуратуры.

Вполне естественным является сегодняшний уровень работы с цифровыми устройствами в органах прокуратуры, но прогресс неумолим и следует внедрять новое техническое обеспечение и совершенствовать уровень работников прокуратуры.

В данном контексте нельзя не согласиться с тезисом И.С. Бойченко, изложенным в работе «Актуальные правовые вопросы электронного взаимодействия в информационном пространстве: вызовы и угрозы» [4]. По его мнению, цифровизация не может влиять на развитие отдельных отраслей права, а поэтому требуются кодификация информационного законодательства, сотрудничество в области информационной безопасности и конвергенция отраслей права при решении данных вопросов. Новые технологии оказывают воздействие на форму права, меняя взаимоотношения между источниками права и стимулируя появление новых источников, таких как цифровой закон и электронный нормативный акт.

Правозащитная функция прокуратуры в условиях цифровизации частично затрагивается А.А. Дорской, которая пишет, что сегодня является проблемой защита прав человека в цифровую эпоху, поскольку даже при реализации избирательных прав используются электронные способы взаимодействия [5]. В данном случае есть риск распространения информационно-коммуникационных технологий и глобальной сети Интернет и прочее. В настоящее время фактически отсутствуют эффективные правовые механизмы профилактики компьютерных преступлений. Обработка данных затрагивает как личные, так и публичные интересы.

Таким образом, важным правозащитным значением в деятельности прокуратуры следует считать расширение цифровизации процесса деятельности органов прокуратуры. Цифровизация может внедряться во все сферы деятельности прокуратуры от обработки обращения граждан, до внутреннего делопроизводства.

Список литературы:

1. Постановление Конституционного Суда РФ от 17.02.2015 № 2-П «По делу о проверке конституционности положений пункта 1 статьи 6, пункта 2 статьи 21 и пункта 1 статьи 22 Федерального закона» О прокуратуре Российской Федерации «в связи с жалобами межрегиональной ассоциации правозащитных общественных объединений «Агора», межрегиональной общественной организации Правозащитный центр «Мемориал», международной общественной организации «Международное историко-просветительское, благотворительное и правозащитное общество «Мемориал», региональной общественной благотворительной организации помощи беженцам и вынужденным переселенцам «Гражданское содействие», автономной некоммерческой организации правовых, информационных и экспертных услуг «Забайкальский правозащитный центр», регионального общественного фонда «Международный стандарт» в Республике Башкортостан и гражданки С.А. Ганнушкиной» // «Собрание законодательства РФ». 02.03.2015. № 9. ст. 1389.
2. Заседание, посвящённое 300-летию прокуратуры России. Официальный сайт Президента Российской Федерации [Электронный ресурс]. http://kremlin.ru/events/president/news/67579 (дата обращения: 30.09.2022)
3. Муравьев Н.В. Прокурорский надзор в его устройстве и деятельности. М., 1889. Т. 1. С. 26.
4. Бойченко И.С. Актуальные правовые вопросы электронного взаимодействия в информационном пространстве: вызовы и угрозы // Образование и право. 2018. № 10. С. 198.
5. Дорская А.А. Цифровизация правотворчества: поиск новых решений. М.: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2019. С.75.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ.
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Электронный сборник статей по материалам CXLIX–CL студенческой международной научно-практической конференции

№ 18–19 (149)
Октябрь 2022 г.

В авторской редакции

Издательство ООО «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 5.
E-mail: mail@sibac.info

16 +

СибАК

www.sibac.info