



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2542-0011

**СЛХХVII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

№22(176)



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ:
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

г. НОВОСИБИРСК, 2023



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Электронный сборник статей по материалам CLXXVII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 22 (176)
Ноябрь 2023 г.

Издается с декабря 2011 года

Новосибирск
2023

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 Махсutowич – 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 Мэлсұлы – канд. хим. наук;

Сүлеймен (Касымканова) Райгул 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 CLXXVII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2023. – № 22 (176) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/22\(176\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/22(176).pdf).

Электронный сборник статей по материалам CLXXVII 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», 2023 г.

Оглавление

Статьи на русском языке	9
Секция «История»	9
СИСТЕМА РЕАГИРОВАНИЯ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ	9
Юнин Дмитрий Дмитриевич Буданов Борис Владимирович	
Секция «Лингвистика»	13
ЛИНГВОПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА	13
Колесникова Надежда Сергеевна	
Секция «Маркетинг»	18
ФОКУС-ГРУППА КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ КАЧЕСТВЕННОГО ПОДХОДА	18
Бурдуковская Арина Александровна	
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА	24
Дёмкина Наталья Олеговна	
ВЛИЯНИЕ И ВАЖНОСТЬ ЯЗЫКА БРЕНДА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА ПРЕДПРИЯТИЯ	29
Иванова Дарья Николаевна Лямзин Олег Леонидович	
АНКЕТА КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЛОГИКА ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ, ПРАВИЛА КОМПОЗИЦИИ	34
Ковалева Арина Андреевна Шадрина Любовь Юрьевна	
МЕТОДЫ СБОРА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	41
Козеева Дарья Михайловна Шадрина Любовь Юрьевна	
ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ В КАЧЕСТВЕ ИНСТРУМЕНТА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	47
Левда Анна Васильевна	
ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРАГНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	51
Попеско Диана Евгеньевна Шадрина Любовь Юрьевна	

Секция «Машиностроение»	57
ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЖИМОВ РАБОТЫ МАССООБМЕННЫХ НАСАДОК	57
Скоков Леонид Юрьевич Василевская Светлана Петровна	
Секция «Медицина»	63
СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ	63
Москалева Алина Сергеевна Буданов Борис Владимирович	
ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ САНИТАРНОЙ ОБРАБОТКИ ЛЮДЕЙ В ЗОНАХ ЧС	67
Чесноков Андрей Алексеевич Буданов Борис Владимирович	
Секция «Менеджмент»	70
ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ В АПК	70
Буркова Дарья Вячеславовна Сухарникова Мария Анатольевна	
КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА	80
Половинкин Кирилл Владимирович Черданцев Вадим Петрович	
ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	85
Русецкий Олег Сергеевич Чуваева Александра Ивановна	
ОЖИВЛЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ И НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА	89
Русецкий Олег Сергеевич Чуваева Александра Ивановна	
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПАТОЛОГИИ В ЛИНЕЙНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ И ДИВИЗИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ	92
Тихомирова Александра Юрьевна	

Секция «Педагогика»	97
ПРОЕКТНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ШКОЛЕ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ УЧЕБНОЙ МОТИВАЦИИ	97
Бабушкина Анна Сергеевна Ужан Ольга Юрьевна	
РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧЕНИКА ПО СИСТЕМЕ К.С. СТАНИСЛАВСКОГО	101
Бондаренко Мария Владимировна	
ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКЕ ИСТОРИИ	105
Бронникова Дарья Кирилловна Ужан Ольга Юрьевна	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ШКОЛЕ	110
Лугачева Надежда Викторовна Акопян Анжела Масисовна Ужан Ольга Юрьевна	
ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОФИЛАКТИКА ЭКСТРЕМИЗМА ПУТЕМ ФОРМИРОВАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ СТАРШЕКЛАСНИКОВ	117
Сысойкина Светлана Андреевна	
Секция «Политология»	126
ТЕРРОРИЗМ-ОДИН ИЗ ВИДОВ ЧРЕЗВЫЧАЙНОЙ СИТУАЦИИ	126
Мезяк Дмитрий Олегович Буданов Борис Владимирович	
Секция «Психология»	129
ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ САМООЦЕНКИ И ЕЕ СВЯЗЬ С МЕНТАЛЬНЫМ ЗДОРОВЬЕМ	129
Галлямова Вероника Вилевна	
КОРРЕКЦИЯ НАРУШЕНИЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ	133
Скорописенко Оксана Константиновна Гареева Вилена Галимьяновна	
Секция «Реклама и PR»	142
ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОГО ФИЛИАЛА КОРЕЙСКОГО СТРИТ-ФУТА «CHICKO»)	142
Гафарова Екатерина Олеговна	

АНКЕТА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ АНКЕТЫ Елистратенко Наталья Андреевна Шадрина Любовь Юрьевна	148
ИМИДЖ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ И ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ Карнаухова Мария Сергеевна	154
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА В РЕКЛАМЕ Кнаус Алина Дмитриевна	159
ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА Леонова Кристина Алексеевна Шадрина Любовь Юрьевна	164
ИССЛЕДОВАНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «COSMOPOLITAN» Мамонтова Алина Александровна Шадрина Любовь Юрьевна	172
АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ СОЗДАНИЯ ИМИДЖЕВОЙ РЕКЛАМЫ «BEFREE» Молчанова Мария Сергеевна Шадрина Любовь Юрьевна	178
АНАЛИЗ МАНИПУЛЯТИВНЫХ МЕТОДОВ РЕКЛАМЫ Огнева Анастасия Алексеевна Шадрина Любовь Юрьевна	183
ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ PR-ТЕХНОЛОГИЙ (НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОГО ФИЛИАЛА ФГАУ НМИЦ МНТК «МИКРОХИРУРГИЯ ГЛАЗА») Рейнгард Дарья Александровна	189
Секция «Сельскохозяйственные науки»	196
БОЛЕЗНИ ЯРОВОГО ЯЧМЕНЯ Лисина Анастасия Сергеевна	196
Секция «Социология»	199
НАУЧНО-ФИЛОСОФСКОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ: АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ Гниляк Екатерина Андреевна Булах Евгений Васильевич	199

Секция «Технологии»	208
АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ И ПРИНЦИП РАБОТЫ ТЕПЛОВИЗОРОВ НА ПРИМЕРЕ TESTO-890 Мочалов Георгий Петрович Козелков Олег Владимирович	208
ВЛИЯНИЕ ДЛИНЫ ГОРИЗОНТАЛЬНЫХ СТВОЛОВ И ИХ КОНФИГУРАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЭКСПЛУАТАЦИИ СКВАЖИН Рустамов Тимур Джахангирович Рожкова Дарья Сергеевна	213
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫХ КАЧЕСТВ ОПЕРАТОРОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК С ПОМОЩЬЮ АППАРАТНО-ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА УПДК-МК Штукатурова Екатерина Сергеевна Василевская Светлана Петровна	218
Секция «Физическая культура»	225
ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ УМСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ Кардашова Тамара Александровна	225
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ РУКОПАШНЫМ БОЕМ НА РАЗВИТИЕ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА Печерица Галина Юрьевна Горбунов Михаил Михайлович	231
ХАРАКТЕРИСТИКА РУКОПАШНОГО БОЯ КАК ВИД СПОРТА Печерица Галина Юрьевна Горбунов Михаил Михайлович	237
ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА НА УМСТВЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ СТУДЕНТА В ВУЗЕ Тихая Александра Вадимовна Воронкова Елена Валерьевна	243
Секция «Философия»	247
МЕТОД «ШЕСТИ ШЛЯП МЫШЛЕНИЯ» В ПРИНЯТИИ ОПТИМАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ Федотова Екатерина Андреевна Жегера Кристина Владимировна	247

Секция «Химия»	251
ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛУЧЕНИЯ СТЕРИНОВ И ЖИРНЫХ КИСЛОТ ИЗ РАСТЕНИЙ И ИХ ЗАВИСИМОСТЬ ОТ КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ	251
Магомедова Саида Курбановна Алиев Аслан Мурадалиевич Расулов Абутдин Исамутдинович	
Секция «Экономика»	258
НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ЦЕЛЯХ ОПТИМИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОГО ПОДОХОДНОГО НАЛОГА	258
Алибаева Алтынай Жасұланқызы Каипова Гульнара Салимовна	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ, БАД, ИЗДЕЛИЙ МЕДИЦИНСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ	270
Васильева Анастасия Алексеевна Кукуджанова Анна Витальевна Даниленко Евгений Евгеньевич	
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-БЮДЖЕТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ УБИНСКОГО РАЙОНА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ ЗА ПЕРИОД 2018–2022 ГГ.	275
Голыбина Виктория Александровна	
ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ «СОХРАНЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ, ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИЕ ЛЮДЕЙ»	284
Киласова Диана Мурадовна	
ТВОРЧЕСТВО В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ	287
Комарова Марина Алексеевна Ланина Лилия Анатольевна	
ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ	293
Паритов Идар Ратмирович Генералова Анна Владимировна	
АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	299
Петрова Таисия Радиковна	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПРОВЕРОК	305
Фадеева Анна Сергеевна Терехова Екатерина Анатольевна	

Секция «Электротехника»	314
РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ АДАПТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ НАПРЯЖЕНИЯ (САРН) С ПРИМЕНЕНИЕМ ГИБРИДНОГО ВЕТРО-СОЛНЕЧНОГО ВОЛЬТОДОБАВОЧНОГО СТАБИЛИЗАТОРА (ГВСВС) Разиньков Дмитрий Владимирович Кононыхин Александр Борисович Беликов Роман Павлович	314
Секция «Юриспруденция»	317
ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НЕЦЕЛЕВОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ Колесникова Татьяна Сергеевна Смашникова Татьяна Борисовна	317
ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ ТАЙНЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Коноплева Оксана Петровна Миронова Светлана Михайловна	323
ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ФУНКЦИИ ЮРИДИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА Лукашевич Элина Евгеньевна	327
ПРИВАТИЗАЦИЯ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА ПОД ЕДИНЫМ НЕДВИЖИМЫМ КОМПЛЕКСОМ Сухарева Алина Евгеньевна	331
Papers in English	337
Section "Pedagogy"	337
AN ANALYTICAL REVIEW: NUMERICAL AND NON- NUMERICAL ASSESSMENT METHODS Alparslan Maxat Shayakhmetov Arailym Seisenbekkyzyv Mukhtar Orazbay Sultan Aisagaliyev	337
Қазақ тіліндегі мақалалар	352
Бөлім «Сәулет, құрылыс»	352
ЕЛДІ МЕКЕН ЖЕРЛЕРІН КАДАСТРЛЫҚ БАҒАЛАУ Нұрлан Назым Сержанқызы Кульмаганбетова Айсулу Султановна	352

Бөлім «Технология»	357
ТЕҢІЗ КЕН ОРНЫН ИГЕРУДИҢ ҚОРШАҒАН ОРТАҒА ЖӘНЕ ОНЫҢ ЖҮРГІЗІЛЕТІН ЖҰМЫСҚА ӘСЕРІ	357
Жағпаров Әкежан Ерболатұлы Рахимбердин Жолдас Рустемович Азаматұлы Диас Шукирова Сымбат Суйеубаевна	
Бөлім «Экономика»	363
БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ СҰРАҚТАРЫ	363
Асхатқызы Ұлдай	
О‘zbek tilidagi maqolalar	371
Bo'lim "Iqtisodiyot"	371
МАМЛАКАТИМИЗ КОРХОНАЛАРИДА ИМПОРТ ҰРНИНИ БОСУВЧИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШГА АСОСЛАНГАН САНОАТ СИЁСАТИ	371
Джурабоева Диёра Музаффар қизи Олимова Нодира Хамракуловна	
ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИНИНГ ТИЖОРАТ ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ	376
Джурабоева Диёра Музаффар қизи Зайлобитдинова Ҳуснида Халилжон қизи	

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

СЕКЦИЯ «ИСТОРИЯ»

СИСТЕМА РЕАГИРОВАНИЯ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

Юнин Дмитрий Дмитриевич

*курсант,
кафедры безопасности в ЧС, направление
обучения техноферная безопасность,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: unindima2003@mail.ru*

Буданов Борис Владимирович

*научный руководитель,
доц., кафедры безопасности в ЧС,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ, г. Екатеринбург*

EMERGENCY RESPONSE SYSTEM

Dmitry Yunin

*Cadet,
Department of safety in emergency
situations, direction fire safety Ural
Institute of the State Fire Service
of the Ministry of Emergencies of Russia
Russia, Yekateriburg*

Boris Budanov

*Scientific adviser, Senior Lecturer,
Department of safety in emergency
situations, direction fire safety,
Ural Institute of the State Fire Service
of the Ministry of Emergencies of Russia,
Russia, Yekateriburg*

АННОТАЦИЯ

Понятие чрезвычайной ситуации, цели и задачи спасательных работ, основные принципы спасательных работ, практика применения спасательных работ.

ABSTRACT

The concept of an emergency situation, the goals and objectives of rescue operations, the basic principles of rescue operations, the practice of rescue operations.

Ключевые слова: чрезвычайная ситуация, цели, принципы.

Keywords: emergency, goals, principles.

В условиях современного общества существует множество чрезвычайных ситуаций, которые требуют оперативных и профессиональных спасательных работ. Жизнь и здоровье людей, а также сохранение имущества является основной задачей спасательных служб. В данном реферате мы рассмотрим общую характеристику спасательных работ в зонах чрезвычайных ситуаций, их основные принципы и практику применения.

1. Понятие чрезвычайной ситуации

Чрезвычайная ситуация – это ситуация, при которой возникают опасности для жизни, здоровья и имущества людей, а также нарушается обычный образ жизни и функционирование городской инфраструктуры. Чрезвычайные ситуации могут быть вызваны природными катаклизмами (землетрясения, наводнения, лесные пожары), техногенными катастрофами (аварии на предприятиях, взрывы, авиационные катастрофы) или социальными ситуациями (террористические акты, военные конфликты).

2. Цели и задачи спасательных работ

Целью спасательных работ является предотвращение и ликвидация чрезвычайных ситуаций, спасение людей и имущества, оказание медицинской помощи пострадавшим. Задачи спасательных работ включают следующие аспекты:

- Предупреждение и раннее оповещение населения о возможной опасности.

- Эвакуация людей из зоны чрезвычайной ситуации.
- Спасение и эвакуация пострадавших.
- Предоставление первой медицинской помощи пострадавшим.
- Следственные и расследовательские работы для установления причин чрезвычайной ситуации.
- Восстановление и реабилитация зон, подвергшихся чрезвычайному воздействию.

3. Основные принципы спасательных работ

При выполнении спасательных работ в зонах чрезвычайных ситуаций соблюдаются следующие принципы:

- Принцип оперативности. Сотрудники спасательных служб должны быстро реагировать на возникшие ситуации, принимать неотложные меры по спасению людей и обеспечению безопасности населения.
- Принцип комплексности. Для эффективной борьбы с чрезвычайными ситуациями требуется совместное действие разных служб и организаций, включая спасательные службы, правоохранительные органы, медицинские учреждения и другие.
- Принцип специализации. Спасательные службы имеют высокую квалификацию и специальную подготовку для проведения операций по спасению и эвакуации пострадавших.
- Принцип координации. Работы по ликвидации чрезвычайных ситуаций должны проводиться с согласованием и координацией всех вовлеченных структур и организаций.

4. Практика применения спасательных работ

Спасательные работы проводятся в различных условиях и зонах, в том числе на море, в горах, на территории города или в отдаленных районах. В каждой конкретной ситуации применяются специальные методы и инструменты для выполнения задач. Например, на море используются морские спасательные средства,

вертолеты для проведения спасательных операций. В горах используются альпинистская техника и специальные команды спасателей для эвакуации пострадавших.

Спасательные работы в зонах чрезвычайных ситуаций являются сложной и ответственной задачей для спасателей. Они требуют профессиональной подготовки, оперативности и согласованного действия различных служб. Эти работы направлены на спасение людей, предотвращение угрозы и минимизацию последствий чрезвычайных ситуаций. Каждая конкретная ситуация может требовать своего индивидуального подхода, но принципы и методы спасательных работ остаются неизменными.

Список литературы:

1. https://kursgo.ru/doc/Uch%20posobiya/1_Kommentarij-k-68-FZ.pdfhttps://www.topnews.ru/photo_id_11783.html
2. <https://городец870.рф/faq/cto-takoe-opasnaya-situaciya-crezvycainaya-situaciya>

СЕКЦИЯ
«ЛИНГВИСТИКА»

ЛИНГВОПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Колесникова Надежда Сергеевна
магистрант,
кафедра теории и практики перевода,
Северо-Кавказский федеральный университет,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: kolesnikovan1210@gmail.com

LINGUISTIC AND TRANSLATION FEATURES
OF DIPLOMATIC DISCOURSE

Nadezhda Kolesnikova
master's student,
the chair of the theory and practice of translation,
North Caucasus Federal University,
Russia, Stavropol

АННОТАЦИЯ

В данной статье автором рассматриваются особенности дипломатического дискурса и вербальной ноты как его специфического жанра. Особое внимание уделяется коммуникативно-прагматическим категориям вербальной ноты.

ABSTRACT

In this article, the author deals with the features of diplomatic discourse and verbal notes as its specific genre. Special attention is paid to the communicative-pragmatic categories of the verbal note.

Ключевые слова: дипломатия, дипломатический дискурс, вербальная нота, коммуникативно-прагматическая категория.

Keywords: diplomacy, diplomatic discourse, verbal note, communicative and pragmatic category.

Дипломатический дискурс относится к официально-деловому стилю речи. Он представлен различными формами устного и письменного общения, такими как переговоры, ноты, памятные записки, меморандумы, декларации, резолюции, заявления, коммюнике и др. На лингвистическом уровне его отличает наличие собственной терминологии, набора стандартных этикетных фраз, клише, лексических и грамматических единиц, используемых как средство воздействия на получателя информации.

Вербальная нота – наиболее распространенный дипломатический документ, в содержании которого излагаются политические, экономические, научно-технические и другие проблемы как двустороннего, так и многостороннего характера [2, с. 403].

Непосредственно текст вербальной ноты предваряет полное наименование ее отправителя и получателя (*The Italian Ministry of Foreign Affairs to the American Embassy, Permanent Mission of Greece to the United Nations*).

Вербальная нота начинается со следующей формулы дипломатической вежливости: *The Embassy of the Russian Federation presents its compliments to the Ministry of Foreign Affairs of (name of country) and has the honor to...* . Как правило, заканчивается словами: *The Embassy avails itself of this opportunity to renew to the Ministry the assurances of its highest consideration*. Данные языковые средства «используются для достижения цели мирным путем и корректного выражения позиции государства». [1, с. 118].

Ответные вербальные ноты содержат ссылку на предшествующие им документы: *Official passports granted through Note Verbale VII/406/65/2017 dated 14th December 2017 referring to Note Verbale 406/43/86 dated 14th August 1986, ...with respect to the latter's Note Verbale No. 16/AAS dated January 6, 1959*.

Среди вводных слов распространены такие, как *furthermore, meanwhile, specifically*. Специфика сферы использования вербальной ноты обуславливает большое количество специальной лексики: *legitimacy, convention, civil law system* и др.

При анализе вербальной ноты как дипломатического документа на английском языке выявлено, что слово «*please*» не употребляется. Выражение просьбы

и благодарности достигаются другими фразами и клишированными оборотами: *would like to inform you..., request of kindly consideration of proposal, have the honour to acknowledge the receipt of....*

Важно отметить, что личностный фактор представлен в минимальном объеме, так как в соответствии с правилами составления вербальной ноты ее автором является не отдельная личность, а определенная профессиональная группа.

Нами были установлены переводческие трансформации, которые были применены в процессе перехода от исходного текста к переводному тексту, и таким образом, выявлены основные способы передачи информативности, конвенциональности и персуазивности.

Указанные выше категории передаются на переводящий язык посредством применения нулевой трансформации, добавления, опущения, перестановки и замены. Приведем наиболее яркие примеры, иллюстрирующие выделенные переводческие трансформации, и проследим, как переводчик передал средствами переводящего языка информативность, конвенциональность и персуазивность исходных текстов.

Клишированность дипломатических текстов обуславливает применение нулевой трансформации при их переводе. Рассмотрим пример, в котором переводчик использовал дословный перевод.

The Danish Ministry of Foreign Affairs, presents its compliments to the Embassy of India and has the honour to convey its appreciation of India's restoration of the visa waiver for the holders of Danish Diplomatic and Official passports. – Министерство иностранных дел Дании свидетельствует свое уважение Посольству Индии и имеет честь выразить признательность за восстановление Индией безвизового режима для владельцев дипломатических и официальных паспортов Дании.

Также отметим, что клишированность рассматриваемого типа текстов обуславливает категорию конвенциональности. Использование в начале вербальной ноты обязательной формы вежливости *present its compliments to the* и *avails itself of this opportunity to renew to the ... the assurances of their highest consideration* и

ее дословный перевод являются способом передачи данной категории в рассматриваемом дипломатическом документе.

Категория информативности реализуется через референцию к различным документам, преимущественно к нотам, предшествующим рассматриваемой. Было выяснено, что на переводящий язык данная категория в основном передается с помощью таких трансформаций, как замена и добавление.

Категория персуазивности предполагает достижение цели посредством аргументации и осуществляется через стратегию информирования.

... Official passports granted vide this Ministry's Note Verbale VII/406/65/2017 dated 14th December 2017 referring to Note Verbale 406/43/86 dated 14th August 1986 stand restored with immediate effect. – ...официальных паспортов Дании, выданных в соответствии с Вербальной нотой Министерства 406/43/86 от 14 августа 1986 года, восстановлен с немедленным вступлением в силу.

Отметим, что в данном случае была применена такая переводческая трансформация, как модуляция: *with immediate effect – с немедленным вступлением в силу.*

К трансформациям, которые были использованы переводчиком, относится перестановка: *For the purposes of article 36, paragraph 8(a) (i) to (iii).* – Для достижения целей пункта 8(a)(i)–(iii) статьи 36.

Также отметим использование опущения для устранения лексической избыточности:

... discussions have been held between representatives of our two Governments and the following understandings have been reached. – ... состоялись переговоры между представителями наших правительств и были достигнуты следующие договоренности.

В приведенном ниже примере мы видим, что референция к дипломатическому документу как аргументативная тактика усиливается вводным словом *meanwhile*:

Meanwhile, information on subsequent assistance to other Philippine NGOs not previously identified shall be submitted within thirty (30) calendar days from the identification of the beneficiary, as provided in Section 5 of the Guidelines. – Между тем, информация о последующей помощи другим филиппинским НПО, ранее не идентифицированным, должна быть представлена в течение тридцати (30) календарных дней с момента определения бенефициара, как это предусмотрено в **Разделе 5 Руководства.**

Данные примеры показывают, что категория персуазивности достигается также с помощью использования вводных слов, что усиливает аргументацию.

Таким образом, при переводе текстов вербальных нот были применены следующие трансформации: нулевая трансформация, добавление, опущение, перестановка и замена и модуляция

Список литературы:

1. Наркулова Н.Т. Структура и языковые особенности дипломатических нот в английском языке // Молодая наука. – 2017. – Ч. 8. – С. 117-119.
2. Подзолкова И.Р. Протокольная речь как вид политического дискурса // Актуальные вопросы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – №9. – С. 401-407.

СЕКЦИЯ
«МАРКЕТИНГ»

**ФОКУС-ГРУППА КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ
КАЧЕСТВЕННОГО ПОДХОДА**

Бурдуковская Арина Александровна
студент
кафедра «Рекламы и связей с общественностью»,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: burdukovskaya.2003@mail.ru

**FOCUS GROUP AS ONE OF THE METHODS
OF QUALITATIVE APPROACH**

Arina Burdukovskaya
Student
of the Department of "Advertising and Public Relations",
Novosibirsk State University of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается такой метод качественного исследования как фокус-группа. На сегодняшний день это достаточно востребованный метод, который часто используется организациями для определения желаний и мотивов потребителей. Рассматривается краткая история метода, его сфера применения, подготовка и проведение данного метода, а также обработка и анализ метода.

ABSTRACT

The article discusses such a method of qualitative research as a focus group. To date, this is a fairly popular method that is often used by organizations to determine the desires and motives of consumers. A brief history of the method, its scope of application, preparation and implementation of this method, as well as processing and analysis of the method are considered.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, метод фокус-групп, качественные методы.

Keywords: marketing research, focus group method, qualitative methods.

На сегодняшний день большинство компаний имеют такой ценный инструмент продвижения, как отдел маркетинга, которые стремятся продвинуть продукцию или услуги компания. Специалистов, которые этим занимаются, называют маркетологами. Время от времени они проводят маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования – это систематической сбор, интерпретация, обработка и анализ информации по различным вопросам маркетинговой деятельности организации. [2, с. 9] Сейчас мы можем выделить два метода сбора маркетинговой информации:

- Количественный – используется как результат состояния предмета исследование с использованием статистических инструментов.
- Качественный – направлен на получение данных, которые демонстрируют о разнообразии исследуемых процессов, на глубинное понимание потребителя и его поведение, отношение. Такие данные не подвергаются статистической обработке, а при их анализе используют слова.

Если говорить простыми словами, то суть качественного исследования посмотреть, что думает определенный потребитель, а количественного – посчитать сколько таких потребителей. [4, с. 100]

Целью качественного заключается в формировании гипотез, свободная форма сбора информации с помощью различных методов, например, интервью, наблюдения или фокус-группа. [5]

Остановимся подробнее на методе фокус-групп. Метод фокус-групп – это некое обсуждение определенной темы по заранее подготовленному сценарию под руководством ведущего (модератора), группа состоит из 8-12 человек, которые являются целевой аудиторией, выбранная по специальным критериям. [6] Свое начало метод берет в далеком 1941 году, когда два социолога Р. Мертон и

Лазарсфельд проводили исследование об эффективности воздействия радио на людей. [3]

Позднее, в 1950-1960-е гг., метод набирает стремительный оборот и уже используется для исследования маркетинговой деятельности большинства компаний, а в 1970-1980-е гг. стал применяться для маркетинговых исследований рекламной деятельности. В настоящее время среднестатистический американец был участником фокус-группы более четырех раз. [6, с. 135]

Стоит отметить, что метод сложился из трех подобных методов таких как, глубинное интервью, групповое интервью и фокусированное интервью. [2]

Количество человек в группу набирается от 8 до 12 человек для того, чтобы в дальнейшем разбить на подгруппы для обсуждения других проблем. Кроме этого, существуют требования к составу участников:

- Однородность. Схожесть по экономическим и социально-демографическим данным;
- Стиль жизни. Желательно подбирать по сходному образу жизни, чтобы не зарождались конфликты;
- Одинаковый опыт. Должен быть примерно одинаковый опыт в обсуждаемой теме, не рекомендуется брать людей, у которых опыта намного больше, чем у остальных.

Продолжительность мероприятия от 1 до 3 часов, но обычно занимает полтора часа. [1, с. 110] Давайте перейдем к изучению основных этапов проведения фокус-группы:

1. Изначально формулируем цель фокус-группы с заказчиков, обсуждаем все задачи и желаемый результат, чтобы в конце мероприятия не возникло разногласий. Также на этом этапе определяется объект исследования, то есть необходимая целевая аудитория;

2. Далее начинается поиск и подбор модератора и ассистентов. Модератор – это ведущий, будет отвечать за ход работы, его главная задача «включить» каж-

дого в обсуждение по заданной теме, при этом не сильно вмешиваясь в само обсуждение, а лишь подталкивая их. Ассистенты же следят за ходом дискуссии и модератором, фиксируют ответы участников и вести протокол обсуждения;

3. После того, как нашли модератора и ассистентов, составляется сценарий. Сценарий, или же «гайд», представляет собой определенный порядок тем, которые будут обсуждаться в ходе мероприятия. Гайд также имеет четкие выделенные этапы и правила;

4. Подбор помещения. Место, где проводится фокус-группа, должно быть комфортным для участников; иметь круглый стол; полупрозрачное стекло, чтобы заказчик мог наблюдать за ходом дискуссии. Также, необходимо подготовить напитки и небольшие закуски. А весь процесс записывается либо на диктофон, либо на видеокамеру, что будет лучше, так как можно будет посмотреть в конце мимику и жесты участников.

5. После нахождения помещения, формируется состав участников фокус-группы, основные критерии к подбору людей, мы уже рассмотрели выше. Но также стоит отметить тот факт, что чтобы у людей было больше мотивации прийти желательно что-то предложить взамен. Это может быть либо денежное вознаграждение, либо подарок, в том числе и тестируемого образца;

6. Основная часть – проведение фокус-группы. Модератору стоит начать разговор с приветствия, знакомства и легких вопросов, после же переходить к теме. Главное не забывать, что к каждому участнику нужен индивидуальный подход, а также, что во время дискуссии могут возникнуть конфликты, которые нужно уметь вовремя останавливать;

7. После проведения мероприятия проводят анализ результатов. Анализ основывается на результатах дебрифинга, протоколах ведения фокус-группы, отчете модератора и аудио- и видеозаписях.

Расшифровка данных может осуществляться с помощью разных способов, например, литературной обработке мнений, содержательного анализа данных без учета интонаций и других невербальных особенностей, а также с помощью анализа данных с учетом интонаций и других невербальных особенностей;

8. В конце работы представляют отчет о проделанной работе. Выделяют два типа отчетов:

- **Описательный отчет.** Содержит только мнения респондентов, без каких-либо комментариев;
- **Аналитический отчет.** Включает в себя мнения респондентов, комментарии и рекомендации аналитика.

Также есть стандартный план отчета, который содержит следующие разделы:

1. Исходная информация;
2. Цель проведенной фокус-группы;
3. Задачи и метода фокус-группы;
4. Результат исследования;
5. Рекомендации и заключение;
6. Приложения, в которых: анкета для отбора участников, сценарий, различные материалы. [6]

В заключении стоит сказать, что проведение фокус-группы – это довольно трудоемкий процесс, который включает в себя тщательную подготовку, отбор участников и подбор квалифицированного специалиста – модератора. Зато данное мероприятие дает возможность оценить реакцию целевой аудитории на новые и улучшенные продукты, изучить их потребности и желания, мотивацию к покупке и ее необходимость, а также это хороший способ для генерирования новых идей для компании и т.д.

Список литературы:

1. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 570 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3225-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 110 – URL: <https://urait.ru/bcode/488325/p.110> (дата обращения: 10.11.2023).

2. Карасев А.П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А.П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 315 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-05957-1. – Текст: электронный // – URL: <https://urait.ru/bcode/511785> (дата обращения: 9.11.2023).
3. Левинсон А., Стучевская О. Фокус-группы: эволюция метода (обзор дискуссии на конференции ESOMAR) // Мониторинг. 2003. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fokus-gruppy-evolyutsiya-metoda-obzor-diskussii-na-konferentsii-esomar> (дата обращения: 10.11.2023).
4. Рычкова. Н.В. Маркетинговые исследования: учебник / Н.В. Рычкова. – Москва: КНОРУС, 2021. – 312 с. – URL: https://library.samdu.uz/files/192e0838dcfe4a351221d69409ceefe1_ПЛ_Рычкова_Н_В_Маркетинговые_исследования_2021_сору.pdf
5. Фирмаль Л.А. Количественный и качественный анализ – Исследование в PR – Текст: электронный // – URL: www.lfirmal.com (дата обращения: 10.11.2023).
6. Чернышева А.М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 244 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-8566-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. 135 – URL: <https://urait.ru/bcode/511992/p.135> (дата обращения: 9.11.2023).

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА

Дёмкина Наталья Олеговна
студент,
кафедра маркетинга, рекламы
и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: bakhramb@inbox.ru

PUBLIC RELATIONS AS A TOOL FOR PROMOTION OF A FOOTBALL CLUB

Natalya Demkina
Student,
Department of Marketing,
Advertising and Public Relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной работе мы проведем исследование и выявим особенности использования технологий рекламы и связей с общественностью в спорте. Спортивная жизнь охватывает большую часть нашей Планеты. Можно сказать, что спорт является огромной PR-машиной, которая распространяет информацию с колоссальной скоростью. В примеры вы возьмем самый популярный вид спорта – футбол.

ABSTRACT

In this work we will conduct a study and identify the features of the use of advertising and public relations technologies in sports. Sports life covers most of our Planet. We can say that sport is a huge PR machine that disseminates information at tremendous speed. As an example, let's take the most popular sport – football.

Ключевые слова: реклама, связи, общественность, футбол, продвижение, спорт, преимущества, недостатки, слабые стороны, роль, рекламный инструмент.

Keywords: advertising, communications, public, football, promotion, sports, advantages, disadvantages, weaknesses, role, advertising tool.

Реклама играет важную роль в любой сфере деятельности, и причин может быть множество.

По мере совершенствования рыночных отношений происходит параллельное развитие различного рода рекламных инструментов, рекламная деятельность динамично эволюционирует, тем самым повышается актуальность изучения рекламной системе, в котором имеются системообразующие элементы. Данные элементы требуют особого внимания.

Не даром термин «реклама» (с латинского языка «reklamare») означает громкий возглас с целью осведомления общественности о каком-либо событии. Раньше какую-либо информацию объявляли методом выкрикивания или же методом зачитывания на площадях, где скапливалась масса людей.

Роль рекламы растет с каждым этапом совершенствования экономики. Реклама отражает действительность, а достоверное изучение нашего мира происходит, согласно исследованиям, через зрение. Порядка 80% информации мы запоминаем посредством зрительной памяти, именно поэтому особое значение подается визуальным средствам информирования. Рекламная деятельность в полной мере ориентирована на смысловое освоение человеком информации. Реклама может воздействовать на восприятие человека как сознательном уровне, так и на бессознательном.

В современном спорте, как и в любом другом бизнесе, использование приемов и технологий Public Relations имеет ключевое значение. Это связано с тем, что в современном спорте основным спросом является информация о ходе и результатах соревнований для многомиллионной аудитории СМИ. Поэтому, чтобы достичь максимально возможного успеха, необходимо применять доступные приемы и технологии Public Relations, которые помогут увеличить интерес аудитории к соревнованиям и предотвратить распространение недостоверной информации.

Кроме всего прочего, можно использовать более активные методы и технологии, такие как привлечение внимания медиа, организация пресс-конференций и презентаций, участие в общественных дискуссиях и диалогах, проведение маркетинговых кампаний и промо-акций, привлечение знаменитостей и информационных блогеров, внедрение интерактивных игр, соревнований, лояльность программ и призовых игр. Все эти методы помогут повысить интерес к физической культуре и спорту. Также можно использовать визуальные методы и технологии, такие как видеоролики, анимации, презентации и блоги о спорте и физической культуре, чтобы продвигать идеи и рассказывать истории о спорте и людях, занимающихся спортом.

Футбол в нашей стране значительно изменился за последние два десятка лет. Он превратился в бизнес, шоу, где игра в мяч является важным, но не единственным компонентом бренда. Когда говорится о современном профессиональном футболе, то к нему распространяются все законы брендинга, которые применяются для товаров массового потребления. Кроме того, футбольные клубы предлагают своим потребителям историю клуба, информацию о знаменитых болельщиках, изменения логотипов и дизайна, статистику и данные о прошлых играх, а также другие элементы брендинга. Описывать прошлые успехи и достижения клуба, международные успехи, а также взаимодействие с болельщиками, различные мероприятия, лояльность программы и другие действия – все это поможет увеличить уникальность текста. Несмотря на временные неудачи и проигрыши команды, это не влияет на спрос потребителей. Они остаются преданными футбольному клубу долгие годы, пока не происходит разрушение этой привязанности из-за отношения клуба к болельщику.

Формирование положительного имиджа футбольного клуба не происходит за один день. Это долгий и тщательный процесс, который может быть достигнут только путем комплексной системной работы, ориентированной на долгосрочное формирование положительного имиджа во внутренней и во внешней среде.

Промотирование соревнований и турниров, спортивно-зрелищных шоу уже само по себе является важным информационным поводом и привлекает внимание болельщиков. Этот принцип был использован в рекламных кампаниях домашних матчей футбольного клуба «Рубин». На рисунке 1 можно наглядно увидеть, один из рекламных промо ФК «Рубин».

Задача клуба при промотировании своих матчей – это привлечь зрителей на стадион, а также тех, кто предпочитает телевизор стадиону. Для этого необходимо использовать агрессивный эмоциональный посыл, который заставит людей покинуть привычную среду и прийти на стадион.

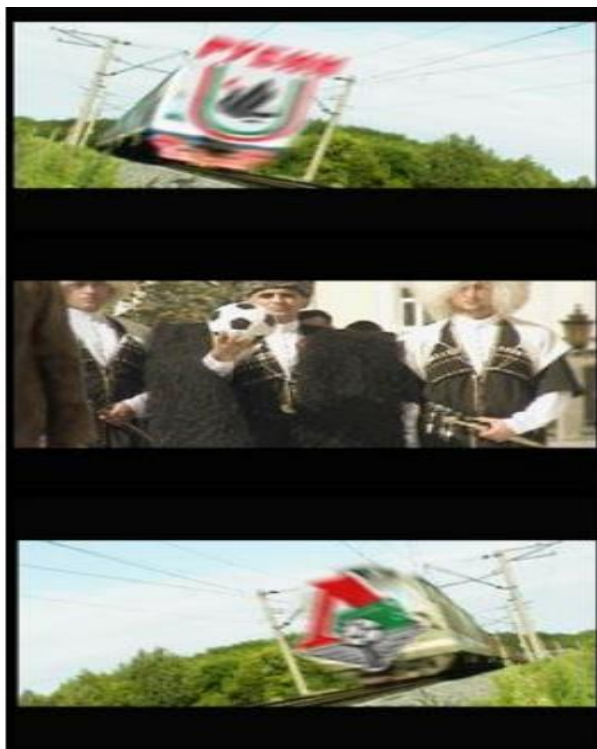


Рисунок 1. Кадры из телевизионных рекламных роликов домашних матчей ФК «Рубин» в сезоне 2005 года

На рисунке 1 можно увидеть, как грамотно подобраны образы актеров. Ведь ФК «Рубин» является Казанским футбольным клубом, и на рекламе можно увидеть старейшину с мячом в руках в традиционном наряде, который присущ татарскому народу. Данный аспект не может не привлечь внимание зрителя. Безусловно, целевой аудиторией являются татарские болельщики, именно для них был сделан столь высокий акцент на традиции.

Итак, по итогам сравнительного анализа рекламных коммуникаций, проведенного на протяжении нескольких лет, мы можем сделать вывод о том, что коммуникационный эффект в среднесрочной перспективе более заметен при «средних» показателях игры команды, а при «плохой» или «отличной» игре коммуникационный эффект практически не проявляется. Это значит, что болельщики, несмотря на долгосрочную лояльность к бренду, в значительной степени подвержены эмоциональным реакциям и могут резко поменять свое отношение к бренду в зависимости от качества продукта (игры). Поэтому при планировании рекламных коммуникаций для спортивных брендов необходимо учитывать и отслеживать этот факт. Это ключевое отличие продвижения таких брендов от брендов товаров и услуг, где качество продукта практически не меняется.

Список литературы:

1. Кадочникова, С.С. Психологические функции рекламы / С.С. Кадочникова // Современные наукоёмкие инновационные технологии : сборник статей Международной научно-практической конференции, Челябинск, 05 февраля 2019 года. – Челябинск: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2019. – С. 88-91.
2. Интернет-ресурс открытого доступа: сайт рекламного агентства «ГрАни». <http://www.ragrani.ru/racons0421.htm>.
3. Интернет-ресурс открытого доступа, официальный сайт футбольного клуба «Рубин»: <http://www.rubin-kazan.ru>.

ВЛИЯНИЕ И ВАЖНОСТЬ ЯЗЫКА БРЕНДА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА ПРЕДПРИЯТИЯ

Иванова Дарья Николаевна

*студент,
кафедра маркетинга и сервиса,
Новосибирский государственный
технологический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: dariapizza@mail.ru*

Лямзин Олег Леонидович

*научный руководитель, доц.,
Новосибирский государственный
технологический университет,
РФ, г. Новосибирск*

THE INFLUENCE AND IMPORTANCE OF BRAND LANGUAGE AND CONSUMER EXPERIENCE ON THE BRAND AWARENESS OF THE COMPANY

Darya Ivanova

*Student,
Department of Marketing and Service,
Novosibirsk State Technological University,
Russia, Novosibirsk*

Oleg Lyamzin

*Scientific supervisor associate professor,
Novosibirsk State Technological University,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В рамках данной статьи рассмотрены основные понятия, связанные с брендом компании. Показано влияние языка бренда и потребительского опыта на формирование и трансформацию бренда. Также представлена одна из методик оценки влияния клиентского(потребительского) опыта.

ABSTRACT

In the frame of this article, the basic concepts related to the company's brand are considered. The influence of brand language and consumer experience on the formation and transformation of the brand is shown. One of the methods for assessing the impact of customer experience is also presented.

Ключевые слова: бренд; клиентский опыт; узнаваемость бренда.

Keywords: brand; customer experience; brand awareness.

Актуальность статьи состоит в том, что для успешного ведения бизнеса необходимо выделиться среди похожих продуктов. Здесь необходимо тщательно продумать бренд своего продукта, который позволит отстроиться от конкурентов, увеличит объемы продаж. Так для многих компаний имеет значение, какое место компания занимает в сознании потребителей, так как позиция бренда – это показатель успешности компании.

В рамках данной статьи рассмотрены два важных вопроса, связанных с брендом компании:

1. Важность языка бренда;
2. Влияние потребительского(клиентского) опыта на бренд компании.

Сегодня существует большое количество определений понятия «бренд», каждое из которых по-своему определяет его, наделяя конкретными характеристиками. Иными словами, сегодня нет общепризнанного определения понятия «бренд», которого придерживаются все исследователи.

Так, например А Блинова Т.Н. В своей монографии «Современные маркетинговые коммуникации рассматривает бренд с различных позиций, как маркетолога (бренд – менеджера), покупателя.

Так с позиции маркетолога бренд – совокупность рациональных и эмоциональных выгод, которые покупатель предполагает получить при будущем использовании товара данной марки, за которые он согласен платить, даже при наличии альтернатив.

С позиции покупателя – товар, продвигаемый под известной торговой маркой, с которым у потребителя сформированы позитивные, стабильные взаимоотношения, посредством непосредственного знакомства с данным марочным товаром либо в силу доверия опыту взаимодействия с данным товаром большого числа других пользователей и распространение информации о нем[2].

Наука объясняет, как и почему люди выбирают продукт или бренд. Основа бренда представляет собой фирменную пирамиду, представленную на рисунке 1. Эта пирамида бренда включает в себя ключевые компоненты брендинга. Все компоненты взаимосвязаны, например, внимание к сообщению бренда является основой для повышения узнаваемости бренда, а узнаваемость бренда является основой для создания ассоциаций с брендом.

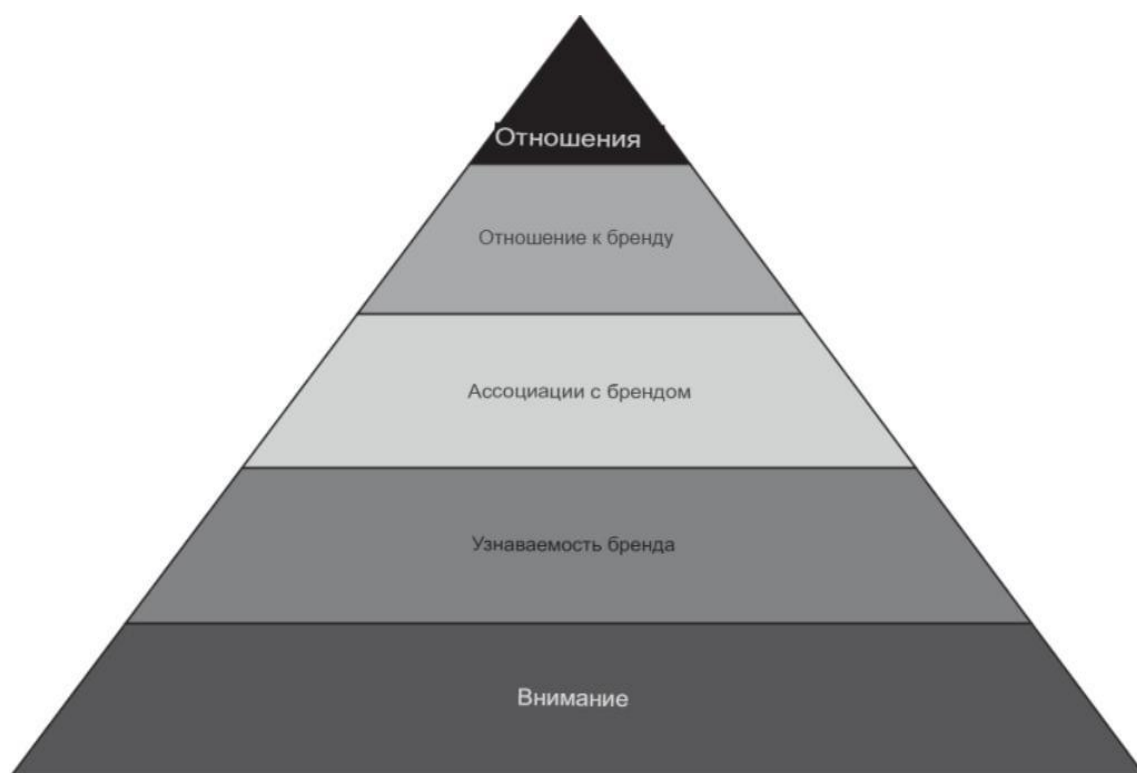


Рисунок 1. Пирамида бренда

Помимо этого, важно понимать, как бренд связан с восприятием клиента. Клиентский опыт (это опыт, ощущения во время использования и после исполь-

зования продукта) играет важную роль в создании капитала бренда (это все ресурсы компании, которые связаны с брендом и тем, как потребители воспринимают бренд).

В то же время важно понимать, как потребитель понимает бренд и как изменить бренд, потому что рынок, потребности и желания постоянно меняются. В качестве метода оценки может использоваться система идентификации бренда. Структура метода представлена на рисунке 2.

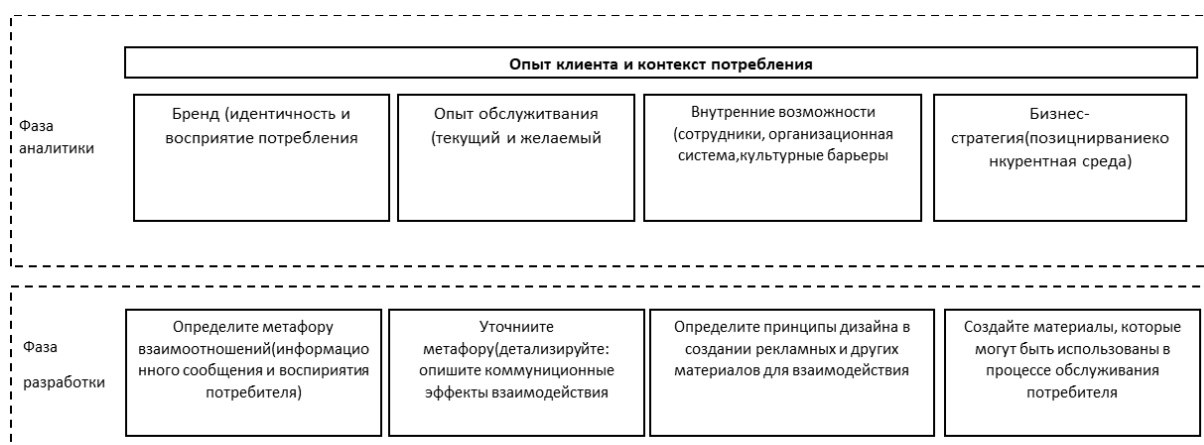


Рисунок 2. Структура метода оценки влияния потребительского опыта на узнаваемость бренда предприятия

Система идентификации бренда с опытом потребителя – это метод, основанный на практике, который включает в себя две части:

1. Стадия аналитики: Процесс фокусируется на пяти областях, каждая из которых связана с определенным аспектом восприятия бренда: жизнь клиентов и контекст использования; идентичность и имидж бренда; впечатления клиентов от сервиса. Цель состоит в том, чтобы изучить различные элементы, влияющие на восприятие бренда покупателями.

Бизнес-стратегия и стратегия бренда тесно связаны. Организация должна быть уверена в том, что предоставит ресурсы для реализации предложения бренда, потому что «пустое обещание бренда хуже, чем его полное отсутствие».

2. Фаза разработки: Процесс начинается с создания аналогии для отношений, которые бренд стремится развивать с клиентами, – метафоры взаимоотношений. Это эмпирическое выражение бренда затем рассматривается покупателями.

Выводы, полученные на этапе анализа, и фирменный стиль должны быть структурированы наглядным и доступным образом. Кроме того, для поддержки разработки метафоры взаимоотношений также требуется основанный на исследованиях образ клиента.

Важно понимать, брендированный продукт или услугу можно продавать, иногда значительно дороже, чем аналоговый продукт или услугу по качеству и характеристикам небрендированный продукт. И от того, насколько хорошо производитель(организация) будет понимать, как потребитель реагирует на предложения бренда, так и какие ассоциации и опыт формируются в процессе взаимодействия, зависит в принципе укрепление взаимоотношений клиентов с брендом, а также формирование капитала бренда и усиление позиций на текущем рынке.

Так, концептуализация метафоры отношений как аналогии для опыта предложения ранее, сделанного брендом предлагает новый подход к передаче сообщений и предложений бренда, который фокусируется на взаимодействиях: клиента и бренда.

Список литературы:

1. Блинова Т.Н. Современные маркетинговые коммуникации : монография / Т.Н. Блинова, Н.М. Герасименко, А.Н. Король, С.А. Пиханова, Т.А. Торопова; под науч. ред. проф. А.Н. Короля. – Хабаровск : РИЦ ХГУЭП, 2016. – 161 с.
2. Mauricy A . Brand experience manual: bridging the gap between brand strategy and customer experience // Review of Managerial Science, 2021. – 1173 – 1204 p.[электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/342240934> (дата обращения 13.11.23)
3. Lerman, D. The Language of Branding // British Library, 2018 – 150 p.[электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/314101152> (дата обращения 12.11.23)

АНКЕТА КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЛОГИКА ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ, ПРАВИЛА КОМПОЗИЦИИ

Ковалева Арина Андреевна

*студент 3 курса,
факультет кооперативной экономики
и предпринимательства,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления
РФ, г. Новосибирск
E-mail: arya.karпова@bk.ru*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: l.y.shadrina@nsuem.ru*

QUESTIONNAIRE AS A RESEARCH TOOL: THE LOGIC OF ITS CONSTRUCTION, THE RULES OF COMPOSITION

Arina Kovaleva

*Student 3 term
Faculty of Cooperative
Economics and Entrepreneurship
Novosibirsk State University
of Economics and Management
Russia, Novosibirsk*

Lubov Shadrina

*Scientific adviser,
Candidate of Sociological Sciences,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

Данная научная статья посвящена рассмотрению анкеты, как важного инструмента маркетинговых исследований. В статье представлен обзор разных аспектов, связанных с логикой построения анкеты, выбор вопросов и способов их формулировки, объясняется, почему определенные типы вопросов лучше всего подходят для конкретных исследований.

ABSTRACT

This scientific article is devoted to the examination of the questionnaire as an important tool of marketing research. The article provides an overview of various aspects related to the logic of constructing the questionnaire, the choice of questions and ways to formulate them, explains why certain types of questions are best suited for specific studies.

Ключевые слова: анкета, исследование, маркетинговые исследования, потребители, целевая аудитория, данные, опрос, вопросы, аналитические данные, опрашиваемые.

Keywords: questionnaire, research, marketing research, consumers, target audience, data, survey, questions, analytical data, respondents.

Анкета – это документ массового тиража, включающий в себя вопросы, которые сформулированы и выстроены по определенным правилам. К достоинствам этого инструмента исследования можно отнести: простота организации, экономичность и оперативность. С помощью анкетирования возможно за короткое время, относительно недорого исследовать большие группы людей, однако это реализуемо только в случае соблюдения правил построения анкет и проведении этого метода.

Как и любой документ, анкета имеет строгую структуру и состоит из нескольких частей. Ученые предлагают схожую логику построения анкет, однако в их позициях есть различия. Так, В.Г. Харчева отмечает, что анкета состоит из следующих частей [5, с. 282]:

- вводной части – обращения к респонденту. В ней описывается цель исследования, характер использования результатов, а также способ заполнения анкеты;
- основной части анкеты, которая содержит блоки вопросов к опрашиваемым
- паспортчики, в которой представлены демографические сведения об опрашиваемых.

Другие авторы Г.Е. Зборовский и Е.А. Шуклина выделяют следующие три элемента анкеты [2, с. 245-249]:

- вступительную часть представляет собой титульный лист и непосредственное обращение к респонденту:

Г.Е. Зборовский и Е.А. Шуклина отмечают, что главная задача вводной части: «создать определенный настрой респондента, от которого во многом зависит качество заполнения и степень возвращаемости анкеты» [2, с. 245].

- основную часть: она содержит вопросы (их блоки), направленные на получение необходимой информации [2, с. 246].

- заключительную часть. Заключительная часть анкеты включает социально-демографический блок (паспортичку), которая всегда располагается в конце опросного листа. В третьей части анкеты выясняются социально-демографические характеристики опрашиваемых: их пол, возраст, семейное положение, образование, социальное происхождение, профессия, место учебы или работы, уровень дохода, стаж, национальная принадлежность, место проживания и т. д. [2, с. 247].

Логика построения анкеты, приведенная Г.Е. Зборовским и Е.А. Шуклиной, полно отражает структуру анкеты.

Е.П. Тавокин отмечает, что: «несмотря на разнообразие анкет все они имеют общую структуру» [4, с. 91], поэтому любая анкета состоит из трех основных частей: вводной, содержательной и заключительной [4, с. 91-92], также Е.П. Тавокин отдельно выделяет «шапку» (титульный лист анкеты), в то время как у других авторов она входит в состав вводной части:

- На титульном листе или в «шапке» анкеты указывается (если это необходимо) название организации, проводящей опрос и название самой анкеты, отражающее тему или проблему опроса;

- Вводная часть. Во введении подчеркивается важность достоверных и искренних ответов, анонимность опроса. Е.П. Тавокин отмечает, что цель вводной

части: «заинтересовать респондента, сформировать установку на активное сотрудничество с исследователем, ознакомить с техникой заполнения анкеты» [4, с. 91];

- Содержательная часть начинается с наиболее простых вопросов, стимулирующих интерес респондента к опросу. К середине анкеты сложность вопросов нарастает и снижается к ее концу. Этим учитывается утомляемость респондента в процессе заполнения.

- Заключительная часть (паспортичка), как правило, представляет собой социально-демографический блок вопросов, в которых определяются объективные характеристики респондента (пол, возраст, образование и т.п.). Завершается анкета словами благодарности за участие в опросе [4, с. 91-92].

В описании логики построения анкеты Е.П. Тавокин затрагивает особенности правила композиции вопросов. Таким образом, все авторы предлагают одинаковую логику построения анкеты, однако по-разному называют составные части, поэтому можно сделать вывод, что структура: вводная часть, основная и заключительная – универсальная.

Е.П. Тавокин отмечает, что анкетная: «композиция (характер и виды задаваемых вопросов, их последовательность, типы используемых шкал и т.д.) определяется задачей получения максимально достоверной информации» [4, с. 91] и что композиция анкеты влияет на качество полученных результатов.

Анкета заполняется респондентом самостоятельно, поэтому ее композиция и логика должны быть понятны для опрашиваемого. В.А. Ядов выделяет пять принципов построения анкеты [6, с. 263-265]:

1. Программная логика вопросов не должна смешиваться с логикой построения анкеты: анкета должна составляться с позиции психологии восприятия респондента, то есть сначала целесообразнее задавать вопросы для всех, а затем для респондентов, интересных исследователю. Учет особенностей восприятия анкеты респондентом – основной принцип, который определяет другие требования.

2. Учет специфики культуры и практического опыта респондентов (специфика составления вопросов): в зависимости от аудитории опрашиваемых необходимо по-разному описывать цели исследования.

3. Последовательность вопросов влияет на характер полученной информации. В вопросах с оценкой какого-либо явления целесообразнее сначала ставить частные вопросы, а в конце блока – обобщающие. Это заставляет опрашиваемого ответственнее подойти к итоговой оценке.

4. Одинаковый объем смысловых блоков с вопросами: преобладание какого-то блока с вопросами негативно сказывается на результатах исследования в целом. Это происходит из-за того, что респонденту кажется, что та или иная тема важнее всех остальных, что оказывает влияние на его выбор и ответы.

5. Распределение вопросов по степени их усложнения. Последовательность вопросов в анкете имеет свою логику: чаще всего от простых к сложным. Первые вопросы самые простые, затем более сложные – событийные вопросы, далее еще более сложные – мотивационные вопросы, после спада – событийные и фактологические вопросы, в заключении – один–два наиболее сложных вопросов.

В.А. Ядов представил основные принципы построения анкеты, обратимся к отдельным случаям. Так, Г.Е. Зборовский и Е.А. Шуклина акцентируют внимание на роли задач исследования при составлении композиции анкеты: «структура анкеты соответствует логике задач, сформулированных в программе исследования. Поскольку анкета преследует несколько задач, то лучше, если каждой из них будет соответствовать свой блок вопросов» [2, с. 246]. Таким образом, число задач и количество блоков вопросов в анкете, как правило, совпадает.

В зависимости от характера задач Г.Е. Зборовский и Е.А. Шуклина выделяют [2, с. 246]:

- моноцентрическое построение анкеты, при котором один из блоков имеет смысловое и структурное доминирование, а остальные выполняют вспомогательные функции.

- полицентрическое построение анкеты, при котором блоки вопросов достаточно автономны и «равноправны».

Таким образом, Г.Е. Зборовский и Е.А. Шуклина одним из наиболее важных критериев расположения вопросов в анкете считают задачи исследования.

Г.Н. Нурышев и Д.С. Бразевич отмечают, что обычно анкеты состоят из пяти смысловых блоков, расположенных в следующем порядке [3, с. 262]:

- введение;
- вступительные вопросы: простые вопросы фактологического или событийного содержания, включающие респондента в работу.
- основной вопросный блок: наиболее важные по содержанию, острые, трудные для респондентов вопросы.
- Социально-демографический блок («паспортичка»). Г.Н. Нурышев и Д.С. Бразевич полагают, что: «включение этого, относительно нетрудного, с точки зрения респондентов, блока в начало анкеты может насторожить опрашиваемых» [3, с. 262], поэтому паспортичку располагают в самом конце вопросника;
- заключение.

На наш взгляд, расположение вопросов в анкете зависит от цели и задач исследования, так как они определяют содержание вопросов. Так, например, при исследовании развернутого портрета потребителей вопросы о социально-демографических, экономических особенностях респондентов помещаются в основную часть анкеты, а не в паспортичку, поскольку эти вопросы являются ключевыми для исследования.

На результаты исследования также может повлиять и оформление анкеты, поэтому важно уделить этому отдельное внимание. И.Ф. Девятко отмечает, что: «общий вид и структура анкеты (опросника) не менее важны, чем содержание и словесное оформление вопросов. Плохое оформление или неясные инструкции часто ведут к невосполнимым пропускам в данных» [1, с. 98].

Анкета – незаменимый инструмент, позволяющий быстро и эффективно узнавать мнение и позицию аудитории по различным вопросам. Для качественного исследования важно правильное составление анкеты, которое требует боль-

шой подготовительной работы. Также при создании анкеты должны соблюдаться логика ее построения, учитываться правила композиции и основные требования к ее оформлению.

Список литературы:

1. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. – 1-е изд. – Екатеринбург: Изд-во Урал, 1998. – 208 с.
2. Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. Эмпирическая социология: учеб. для вузов. – 1-е изд. – Сургут: РИО СурГПУ, 2016. – 313 с.
3. Нурышев Г.Н., Бразевич Д.С. Социология: учеб. пособие. – 1-е изд. – СПб.: СПбГУНиПТ, 2010. – 292 с.
4. Тавокин Е.П. Основы методики социологического исследования: учебное пособие. – 1-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 239 с.
5. Харчева В.Г. Основы социологии: учебник для студентов средних специальных учебных заведений. – 1-е изд. – М.: Логос, 1999. – 302 с.
6. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание объяснение, понимание социальной реальности. – 1-е изд. – М.: Добросвет, 2000. – 596 с.

МЕТОДЫ СБОРА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Козеева Дарья Михайловна

*студент,
кафедра маркетинга, рекламы
и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: Dashka2003k@gmail.com*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц.,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск*

METHODS FOR COLLECTING MARKETING INFORMATION FOR QUALITATIVE RESEARCH

Darya Kozeeva

*Student,
Department of Marketing, Advertising
and Sectoral Public Relations,
Novosibirsk state University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

Lubov' Shadrina

*Scientific supervisor, candidate of Sciences
in Sociology, associate professor,
Novosibirsk state University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

Изучение потребностей, проблем и мотивации клиентов перед покупкой являются важной частью маркетингового плана любой организации. Оно даёт возможность изучить свою целевую аудиторию более точно и повысить эффективность маркетинговых стратегий в несколько раз. Статья представляет ценную

информацию для специалистов в области маркетинга, в ней рассмотрены разнообразные методы сбора информации при качественных исследованиях: фокус-групповые дискуссии, глубинные и экспертные интервью, наблюдение, эксперимент, панельное исследование, анализ протокола, а также их применение в контексте маркетинговых стратегий.

ABSTRACT

Researching customer needs, problems and motivations before purchasing is an important part of any organization's marketing plan. They make it possible to more accurately study your target audience and increase the effectiveness of your marketing strategy several times. The article provides valuable information for marketers by examining various data collection methods in qualitative research: focus group discussions, in-depth and expert interviews, observation, experiment, panel studies, protocol analysis and their application in the context of marketing strategies.

Ключевые слова: маркетинговое исследование; методы сбора маркетинговой информации; качественное исследование.

Keywords: marketing research; methods of collecting marketing information; qualitative research.

Изучение целевой аудитории, её потребностей, проблем, связанных с использованием продуктом или услугой, является необходимой частью для ведения эффективного маркетингового плана в организации. Исследования, которые проводятся организациями при изучении конкретных характеристик потребителя носят название – качественные маркетинговые исследования. В данной статье мы рассмотрим методы, которые используются специалистами при сборе первичной маркетинговой информации в качественных исследованиях.

А.В. Коротков приводит следующее определение к понятию: «Качественное маркетинговое исследование – приёмы и методы, позволяющие определить мотивы принятия потребителями решений о покупке, ассоциации, вызванные продуктом, маркой, возможные варианты отношения к рекламе и т.д. [3, с. 439].

С.П. Азарова выделяет следующие основные методы, используемые при проведении качественных исследований [1, с.158]:

Фокус-групповые дискуссии. Суть фокус-группы заключается в том, что все внимание респондентов фокусируется на конкретной теме, это может быть: товар, услуга, реклама. Данный метод исследования направлен на определение отношения к какой-либо проблеме, получении информации о мотивации потребителей и их личном опыте пользования. Такой метод чаще всего используется при позиционировании нового товара, ознакомления с желаниями потребителей, их мотивацией и отношением к покупке.

Глубинные интервью. Глубинные интервью представляют собой метод качественного маркетингового исследования, в рамках которого проводится доверительная беседа с представителями целевой аудитории для сбора информации об их истинных мотивах, предпочтениях и поведенческих особенностях [2, с. 87].

Сущность проведения глубинных интервью заключается в следующем: интервью проводится в формате один на один, в доверительной обстановке, где исследователь задаёт зондирующие вопросы с целью получить исчерпывающие ответы и понять, почему респондент ведёт себя определённым образом.

При проведении глубинного интервью респондент ощущает доверительную обстановку и возможность поделиться своим опытом, поэтому он ведёт себя свободно и открыто и может полноценно выражать свои чувства, что сказывается на достоверности и эмоциональности ответов, полученных исследователем.

Анализ протокола. Метод анализа протокола в маркетинговых исследованиях представляет собой технику, в рамках которой респонденту предлагается представить ситуацию, в которой он совершает или готовится к совершению покупки, и подробно описать все факторы, которыми он бы руководствовался при принятии этого решения. Чаще всего при проведении такого мероприятия ответы респондента записываются на диктофон, а затем анализируются исследователем. Данный метод используется при анализе принятия решений, которые распределены по времени. Здесь собираются в единое целое решения, которые принимаются на разных этапах принятия решения о покупке [1, с. 159].

Экспертные интервью. Метод эксперимента в маркетинговых исследованиях представляет собой способ получения информации о качественных изменениях показателей деятельности и поведения социальных объектов в результате изменения исследуемой ситуации по сравнению с контрольной ситуацией [4, с. 235].

Эксперимент может быть проведен в лабораторных условиях или в естественных условиях, и его целью является выявление причинно-следственных связей между изменениями в маркетинговых явлениях и изменениями в поведении потребителей. Например, эксперимент может быть проведен для изучения влияния изменения цены на продукт на спрос на него, или для изучения эффективности различных видов рекламы.

Наблюдение. Наблюдение – это метод сбора первичной информации, который заключается в пассивной регистрации исследователем определенных процессов, действий, поступков людей, событий, на которое сам исследователь не оказывает никакого влияния [1, с. 161]. В маркетинге наблюдение может использоваться для изучения поведения потребителей, их предпочтений, мотивации и других аспектов, связанных с потребительским спросом. Например, исследователь может наблюдать за тем, как потребители выбирают товары в магазине, как они используют продукты, как реагируют на рекламу и т.д. Наблюдение может проводиться как в естественных условиях, так и в специально созданных ситуациях, например, в фокус-группах или при проведении экспериментов.

Панельное исследование. Панельное исследование – метод маркетингового исследования, в котором группа людей, объединенным общим признаком или принадлежностью принимают участие в систематических опросах на одну тему через равные промежутки времени.

Панельные формы исследований позволяют наблюдать за изменением показателей явления или предмета, определить значимые факторы и их динамику, получить отзывы и мнение участников опроса, их предпочтения и мотивацию, а также спрогнозировать процесс продаж [1, с. 163].

Панельные исследования являются важным методом для сбора информации о поведении потребителей, изменениях в их предпочтениях и мотивации на протяжении долгого промежутка времени.

Эксперимент

Д.В. Тюрин определяет маркетинговый эксперимент как – процесс внедрения новых идей для их проверки на жизнеспособность ограниченном по территориальному принципу пространстве и времени, исследования в реальной, естественной ситуации, которая выявляет причинно-следственные связи [4, с. 241].

Метод эксперимента в маркетинговых исследованиях представляет собой способ получения информации о изменениях показателей деятельности и поведения социальных объектов в результате изменения исследуемой ситуации по сравнению с контрольной ситуацией.

Эксперимент может быть проведен в лабораторных условиях или в естественных условиях, и его целью является выявление причинно-следственных связей между изменениями в маркетинговых явлениях и изменениями в поведении потребителей. Например, эксперимент может быть проведен для изучения влияния изменения цены на продукт на спрос на него, или для изучения эффективности различных видов рекламы.

Вышеперечисленный перечень методов сбора маркетинговой информации представляют собой разнообразный и многогранный инструментарий, позволяющий получить ценные данные для анализа целевой аудитории организации и разработки маркетинговых стратегий. Методы сбора маркетинговой информации для качественных исследований включают в себя традиционные и инновационные подходы, которые каждый специалист может подстроить под свою нишу исследования.

Список литературы:

1. Азарова С.П. [и др.]; под общей редакцией О.Н. Жильцовой. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для вузов – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 307 с.

2. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 315 с.
3. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 595 с.
4. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / Д.В. Тюрин. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 342 с.

ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ В КАЧЕСТВЕ ИНСТРУМЕНТА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Левда Анна Васильевна
студент,
кафедра маркетинга, рекламы
и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: bakhramb@inbox.ru

INTERNET PROMOTION AS A PUBLIC RELATIONS TOOL

Anna Levda
Student,
Department of Marketing,
Advertising and Public Relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной работе мы рассмотрели основополагающие аспекты и нюансы интернет-продвижения, поскольку именно данный инструмент маркетинга является наиболее актуальным в наши дни. Менеджеры и маркетологи, а также сами предприниматели используют для позиционирования своей организации на рынке, повышения ее узнаваемости и конкурентоспособности различные методы и инструменты привлечения внимания к организации потенциальных покупателей, они разрабатывают методы увеличения продаж для поддержания бизнеса, увеличения доли на рынке, привлечения новых покупателей и улучшения имиджа компании.

ABSTRACT

In this work we examined the fundamental aspects and nuances of Internet promotion, since this particular marketing tool is the most relevant today. Managers and marketers, as well as entrepreneurs themselves, use various methods and tools to attract the attention of potential buyers to the organization to position their organization in the

market, increase its recognition and competitiveness, they develop methods to increase sales to maintain the business, increase market share, attract new buyers and improving the company's image.

Ключевые слова: реклама, связи, интернет, продвижение, покупатели, преимущества, недостатки, слабые стороны, роль, инструмент.

Keywords: advertising, communications, Internet, promotion, buyers, advantages, disadvantages, weaknesses, role, tool.

Показателем успеха любого хозяйствующего субъекта является стабильный и высокий уровень доходов, рост выручки от реализации его продукции.

Современную жизнь невозможно представить без мобильной связи и интернета. За менее чем 30 лет своего существования «всемирная паутина» полностью изменила нашу жизнь. Поисковые системы Google и Yandex, социальные сети: Instagram*, Facebook* (*Сети Facebook и Instagram, согласно судебному решению, в России признаны экстремистскими организациями – прим. ред.), Одноклассники и ВКонтакте, YouTube и круглосуточно доступные on-line кинотеатры, WhatsApp и Telegram, весь этот огромный ежедневный поток информации со всех сторон окружает нас, влияет на наше сознание, заставляет принимать те или иные решения.

Ежедневно человеческий мозг получает огромное количество информации, равное по своему объему печатным изданиям.

Выделить из этого бесконечного потока полезную и важную информацию крайне сложно, количество спама и «информационного фаст-фуда» множится, копируется и масштабируется с огромной скоростью и в невероятном объеме.

Двигателем развития любого общества являются инновационные технологии. После появления они начинают влиять на людей, изменять их потребительское поведение, формировать вкус, новые потребности, привычки, что в дальнейшем приводит к росту спроса и в итоге влияет на структуру экономики. Эта формула эволюционного развития не нова.

Информационные технологии способствуют появлению новых отраслей и росту потребностей в услугах, основанных на IT-технологиях, приводящих к совершенствованию межличностных коммуникаций. Вклад IT- технологий в рост доли сферы услуг оценивается в 15%. Наряду с этим при инновационном развитии общество предъявляет новые требования к образованию.

Реалии таковы, что желание сэкономить на электронных каналах продаж оборачивается потерей доли рынка и отставанием от конкурентов. И это процесс движения вперед, что подтверждается соответствующими аналитическими данными. За последние годы наблюдаются высокий уровень движения капитала в сфере высокотехнологичных компаний и постоянные изменения лидирующих позиций в мировых рейтингах, первые строчки в которых занимают компании, ведущие бизнес в сети Интернет.

Рассматривая понятие «интернет-маркетинг» с точки зрения ряда относительно современных исследователей – маркетологов, следует отметить, что на сегодняшний день последние не пришли к единому мнению касательно данного аспекта дисциплины маркетинг.

Сделанные ими попытки комплексной характеристики понятия «интернет-маркетинг» являются крайне ограниченными и узкопрофильными с точки зрения развития и расширения сферы деятельности маркетинга как экономической практики. Возникновение подобной проблематики данного вопроса обусловлено тенденциями нынешнего времени к ускоренному росту и развитию инструментария интернет – технологий и интернет – маркетинга, в частности.

Часто Интернет-рекламу называют «виртуальной рекламой» не следует путать терминологию, из-за того, что она размещается в Интернете, который также называют виртуальным пространством. Это неверно, так как виртуальность подразумевает (часто улучшенную) идентичность реальности, тогда как Интернет-реклама, как правило, легко визуально идентифицируется как таковая. В основе виртуальной рекламы лежат цифровые технологии, позволяющие интегрировать аудиовизуальное сообщение, отсутствующее физически в студии, в программный телеэфир.

Естественно, в связи с ростом спроса и сама Интернет – реклама не стоит на месте, а прирастает новыми методами, среди которых стоит выделить использование блогов и вирусного видеоспама. Они дополняют уже существующие эффективные инструменты – контекстную рекламу, баннерные сети и спам. Наряду с ними в интернет – рекламу успешно внедряется использование блогов и видео.

Все большей популярностью среди интернет-рекламщиков начинает пользоваться так называемая вирусная реклама (Viral Advertising) или вирусный маркетинг.

Список литературы:

1. Варданян, Г.А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г.А. Варданян // Аллея науки. – 2020. – Т. 1. – № 3(42). – С. 730-735.
2. Кадочникова, С.С. Психологические функции рекламы / С.С. Кадочникова // Современные наукоёмкие инновационные технологии : сборник статей Международной научно-практической конференции, Челябинск, 05 февраля 2019 года. – Челябинск: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2019. – С. 88-91.
3. Интернет-ресурс открытого доступа: сайт рекламного агентства «ГрАни». <http://www.ragrani.ru/racons0421.htm>.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Попеско Диана Евгеньевна

*студент,
кафедра маркетинга, рекламы
и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: devg.popesko@mail.ru*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц.,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск*

PLANNING AND ORGANIZATION OF MARKETING RESEARCH

Diana Popesko

*Student,
Department of Marketing, Advertising
and Sectoral Public Relations,
Novosibirsk state University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

Lubov' Shadrina

*Scientific supervisor, candidate
of Sciences in Sociology, associate professor,
Novosibirsk state University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В современном мире маркетинговые исследования являются важной частью успеха бизнеса. Они дают возможность изучить свою целевую аудиторию, понять их потребности и разработать эффективные маркетинговые стратегии для развития бизнеса. В данной статье рассмотрены теоретические аспекты плани-

рования и организации маркетинговых исследований. Раскрыты цели и особенности методов проведения исследования. Также подробно рассмотрены этапы проведения.

ABSTRACT

In today's world, marketing research is an important part of business success. They provide an opportunity to explore their target audience, understand their needs and develop effective marketing strategies for business development. In this article the theoretical aspects of planning and organization of marketing research are considered. The aims and features of methods of research are disclosed. The stages of the event were also detailed.

Ключевые слова: маркетинговые исследования; методы исследования; этапы проведения исследования; сбор и анализ информации.

Keywords: marketing research; research methods; stages of the research; information gathering and analysis.

Маркетинговые исследования являются важным компонентом успешной маркетинговой стратегии любой компании. Это позволяет предпринимателям и маркетологам получать качественную информацию о рынке, потребительском спросе, конкурентной среде и других факторах, влияющих на принятие стратегических решений. В данной статье мы рассмотрим понятие маркетингового исследования, его цели, методы сборов данных и этапы проведения.

В России одним из первых, кто дал точное определение маркетинговым исследованиям является Е.П. Голубков. Автор говорит о том, что маркетинговое исследование является функцией, через которую маркетологи связываются с рынками, потребителями, конкурентами и со всеми элементами внешней среды маркетинга. Это позволяет значительно снижать уровень неопределенности и оказывать влияние на маркетинг определенного продукта на конкретном рынке [5, с. 16].

С.Г. Божук выделяет несколько видов целей маркетингового исследования в которые входят: поисковые (разведочные), описательные, казуальные, тестовые, прогнозные [1, с. 82]. В поисковых исследованиях заложена цель собрать как можно больше информации для формирования базы данных по проблеме. Такие исследования применяются, когда не хватает информации об объекте или они недостаточно ясны. Описательные исследования применяются в тех случаях, когда необходимо определить основные характеристики объекта, различные варианты распределения свойств и размер объекта. Казуальные исследования используются для проверки поставленной гипотезы, здесь необходимо собрать убедительные доказательства того, что изменения одной переменной предшествуют изменениям другой и что нет других факторов, которые могли бы объяснить эту взаимосвязь. Тестовые исследования необходимы для отбора определенных вариантов решений, а прогнозные исследования определяют постановку задач исследований.

Методы проведения маркетинговых исследований делятся на две классификации: количественные (наблюдение, опрос) и качественные (фокус-группа, глубинное интервью).

Рассмотрим точку зрения С.Г. Божука. Автор дает определение методу наблюдение как – метод сбора первичной информации путем пассивной регистрации исследователем определенных процессов, действий, поступков людей, событий, которые могут быть выявлены органами чувств [1, с. 133].

Метод наблюдения всегда планируется заранее с подготовленными целями, задачами и схемами. Наблюдатели могут отследить поведенческие особенности потребителей товара или услуги в реальном времени, не вмешиваясь в сам процесс и не воздействуя на потребителей. Однако, метод наблюдения имеет свои недостатки. Главным из них является невозможность выявить мотивы потребителей, факторы, влияющие на покупку. Мы не может точно знать по каким причинам покупатель совершает покупку определенного товара.

Опрос – это сбор первичной информации путем постановки вопрос относительно их отношению к продукту, предпочтений и покупательскому поведению.

Используя метод опроса, у маркетологов есть возможность охватить как можно больше людей за короткий промежуток времени. Как у любого другого метода, опрос имеет свои недостатки. К ним относятся:

1. Искажение ответов;
2. Нет возможности изучить более сложные темы;
3. Ограниченная представительность выборки.

Для того, чтобы опрос был наиболее эффективным, следует помнить о том, что необходимо четко формулировать вопросы и варианты ответов. Нет необходимости усложнять их, опрашиваемые любят простоту.

Метод фокус-группа представляет собой одну из разновидностей групповых бесед и состоит в проведении нескольких сеансов дискуссий с однородными группами респондентов из числа потребителей, способности и интеллект которых сконцентрированы ведущим на определенной теме [2, с. 169].

Фокус-группы являются одним из наиболее эффективных методов маркетинговых исследований, благодаря которому компании могут получить не только мнение об их продукте, но и ценные предложения и идеи для совершенствования. Это важный инструмент для успешного развития бизнеса. Характеристика метода: количество участников составляет 2-8, максимум 12 человек, состав группы – однородный, с предварительным отбором респондентов, обстановка должна быть неофициальной, время проведения беседы составляет 1-3 часов, обязательна запись аудио и видео. Данный метод мы используем, когда необходимо найти новые идеи для совершенствования продукта, изучить запросы потребителей и оценить эмоциональные и поведенческие реакции на товар.

Глубинное интервью – это метод, который основан на качественном анализе данных, получаемых от респондентов. Главная цель этого метода заключается в том, чтобы выяснить мотивацию покупательского поведения потребителей и разработать эффективные маркетинговые исследования. Метод глубинных интервью требует больших временных затрат. Однако качество информации может улучшаться за счет того, что на одного респондента не влияло мнение других.

Этот метод является так же достаточно гибким и в практике маркетинговых исследований он может быть использован в сочетании, как с количественными методами, так и с качественными методами [3].

Рассмотрим преимущества глубинного интервью:

4. Глубинное интервью помогает лучше узнать респондентов, изучить их мотивацию и поведение. Количественные методы не могут этого показать;

5. Глубинное интервью позволяет общаться наедине с респондентом. Это помогает получить самые разнообразные ответы;

6. В глубинном интервью респонденты раскрывают свои скрытые мотивы и факторы, которые влияют на дальнейшее развитие маркетингового исследования;

7. Открытость во время глубинного интервью. Во время проведения личного интервью респонденты чувствуют себя более раскрепощенно. Это позволяет получить более полную информацию.

К недостаткам относят: большие затраты, высокая вероятность субъективных искажений, ограниченное количество участников.

Давайте рассмотрим этапы проведения маркетингового исследования:

1. Определение задачи. Это важный этап, который помогает четко определить, что мы хотим получить от исследования;

2. Определяем методологию. На данном этапе необходимо определить наиболее подходящий метод исследования, определить объект и выделить задачи;

3. Сбор информации. После определения метода, мы приступаем к сбору информации, все это обязательно фиксируется и систематизируется;

4. Анализ информации. Здесь используются статистические методы обработки информации, например: средние значения, дисперсионный и корреляционный анализ. Важно выделить основные отличительные признаки, сравнить существующие данные с ожиданиями и интерпретировать результаты исследования [4, с. 123];

5. Предоставление информации. После проведения исследования мы показываем все результаты заказчику. На этом же этапе происходит обсуждение и составление маркетинговых стратегий.

При проведении маркетинговых исследований необходимо придерживаться системного и последовательного подхода. Это единственный способ гарантировать получение ценных и высококачественных данных, необходимых для определения направления маркетинговой стратегии вашей компании. Важно помнить, что каждый шаг требует адекватных навыков и тщательной работы для получения надежных и точных результатов.

Список литературы:

1. Божук, С.Г. \Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С.Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : . [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://urait.ru/bcode/510093/p.%PAGE%> (дата обращения: 11.11.2023).
2. Коротков, А.В. \nМаркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А.В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 595 с. – (Бакалавр. Академический курс). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. – URL: <https://urait.ru/bcode/508855/p.%PAGE%> (дата обращения: 11.11.2023).
3. Кокорина А.В., Сергеева М.А., Пацук О.В. ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция: теория и практика. 2016. №7-1.
4. Кравченко, А.И. Методология и методы социологических исследований : учебник для вузов / А.И. Кравченко. – Москва.
5. Тюрин, Д.В. \nМаркетинговые исследования : учебник для вузов / Д.В. Тюрин. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 342 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15611-9. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. с. – URL: <https://urait.ru/bcode/510837/p.%PAGE%> (дата обращения: 11.11.2023).

СЕКЦИЯ
«МАШИНОСТРОЕНИЕ»

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЖИМОВ РАБОТЫ
МАССОБМЕННЫХ НАСАДОК

Скоков Леонид Юрьевич

*магистрант,
кафедра машин и аппаратов
химических и пищевых производств,
Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург
E-mail: leonid.skokov.2017@mail.ru*

Василевская Светлана Петровна

*канд. техн. наук, доц.,
Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург*

INVESTIGATION OF THE MODES OF OPERATION
OF MASS TRANSFER NOZZLES

Leonid Skokov

*Master's student,
Department of Machinery and Apparatus
of Chemical and Food Production,
Orenburg State University,
Russia, Orenburg*

Svetlana Vasilevskaya

*Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor,
Orenburg State University,
Russia, Orenburg*

АННОТАЦИЯ

Насадочные колонны активно применяются в небольших производствах и в ситуациях, требующих проведения процессов с небольшим перепадом давления. Новые типы насадок, разработанные в последние годы, позволили значительно

снизить задержку жидкости и гидравлическое сопротивление, открывая перспективы применения насадочных колонн в крупных производствах. Применение насадок особенно важно в вакуумных процессах, где низкое гидравлическое сопротивление.

ABSTRACT

Packing columns are actively used in small industries and in situations requiring processes with a small pressure drop. New types of nozzles developed in recent years have significantly reduced fluid retention and hydraulic resistance, opening up prospects for the use of nozzle columns in large-scale industries. The use of nozzles is especially important in vacuum processes, where low hydraulic resistance.

Ключевые слова: насадка, поверхность, гидравлическое сопротивление, насадочная колонна, жидкость.

Keywords: nozzle, surface, hydraulic resistance, nozzle column, liquid.

В зависимости от способа изготовления, элементы насадок могут быть литыми, прокатанными, экструдированными.

Большое влияние работу сопла оказывает смачиваемость жидкостью поверхности элемента насадки. Улучшение данного показателя достигается, когда их подвергают специальной обработке, происходит создание искусственных шероховатостей, поверхностных надрезов и выступов.

Твердые тела, загруженные в корпус колонны в навал – нерегулярные насадки. Из-за этого в ней создаются сложные пространственные структуры и получаются большие поверхности контакта фаз.

Одними из наиболее используемых насадок в навал, являются кольца Рашига (рис.1 а). Кольца Рашига являются одними из самых распространенных сопел благодаря своей низкой стоимости и простоте изготовления. Помимо гладких цилиндрических колец, сделанных из металла, керамики, изобретены также насадки с ребристой наружной или внутренней поверхностью.

Лучше процесс массопереноса протекает при конструкции цилиндрических сопел с перегородками (рис.1 б).

В отличие от других типов насадок кольца Рашига имеют низкую производительность и высокое сопротивление.

Сейчас в промышленности используются кольцевидные насадки – кольцо Палля (рис.1 в). Во время изготовления таких колец в стенках делаются два ряда вырезов, лепестки которых загибаются внутрь сопла. При сравнении данной конструкции с кольцами Рашига, можно выявить, что они увеличивают пропускную способность в 1,2 раза и снижают гидравлическое сопротивление в 1,6-4 раза за счет одинаковых геометрических параметров.

На рис.1 г, показана насадка Ну-Рак фирмы «Norton». Это цилиндрическое кольцо, перфорированное на боковой поверхности, но каждый лепесток отогнут в противоположную сторону внутри кольца. Ребра жесткости находятся по бокам, они увеличивают свободный объем.

Во внутренних полостях колец Ну-Рак поток пара турбулентен, а жидкость интенсивно разрушается, что увеличивает интенсивность массопереноса на 10-30 % по сравнению с кольцами Палля с близкими гидродинамическими показателями.

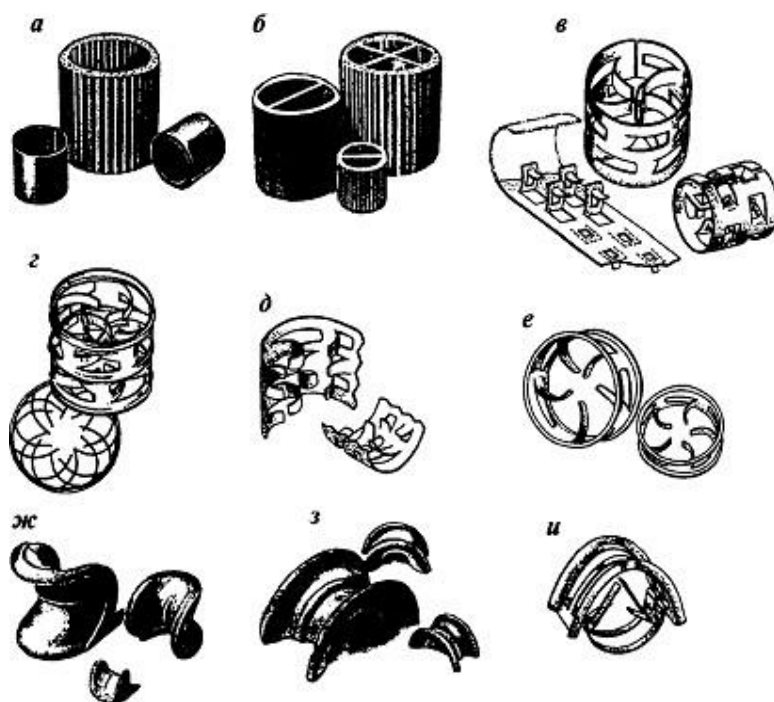


Рисунок 1. Нерегулярные (насыпные) насадки

На рис.1 д, изображена усовершенствованная насадка Leverpac. Такие насадки формируют пласт с равномерным распределением порозности и насыпной плотностью, что делает распределение жидкости в пласте более равномерным.

Дальнейшая турбулизация потока и дробление происходят благодаря боковым кромкам, зубчатой формы. В данных насадках, массоперенос выше на 27%, чем у Палля, также они имеют гидравлическое сопротивление меньше на 23%.

На рис.1 е, изображено сопло Cascade Mini-Rings. Боковые стенки этих колец имеют ряд прорезей. Загрузка элементов насадки реализуется благодаря авториентации.

Седловые насадки отличаются тем, что по сравнению с кольцами Рашига того же размера в корпусе насадки Берля (рис.1 ж), поверхность которой имеет гиперболически-параболическую форму, обладает большей способностью перераспределять поток жидкости по сечению устройства, удельной площадью поверхности, которая на 25 % больше, и меньшим гидравлическим сопротивлением.

Насадки, называемые седлами Инталлокс (рис.1 з), чаще используемые на сегодняшний день, керамических насадок. Они легки в изготовлении, чем седла Берля, более прочны, обладают более равномерным расположением насадок.

Среди седловых насадок следует выделить металлическое седло Инталлокс фирмы «Norton» (рис.1 и), в ней лепестки отогнуты внутрь, а сама она выполнена в виде дугообразной отбортованной полоской с перегородкой.

Эксплуатация промышленного оборудования показала, что данная насадка обладает высокой эффективностью при малых нагрузках, хорошим самораспределением жидкости, хорошей механической прочностью, малой массой и низким давлением на стенку аппарата.

Заполнение насадок в навал производится способами показанные на рис.2 а-б.

Более равномерное распределение жидкости по сечению колонны может быть достигнуто методом загрузки, показанный на рис.2 в.

При малых скоростях потока, фазовое взаимодействие незначительно. Жидкость смачивает поверхность соплового элемента, а сопротивление сопла потоку пропорционально сухой насадке, так называют пленочный режим.

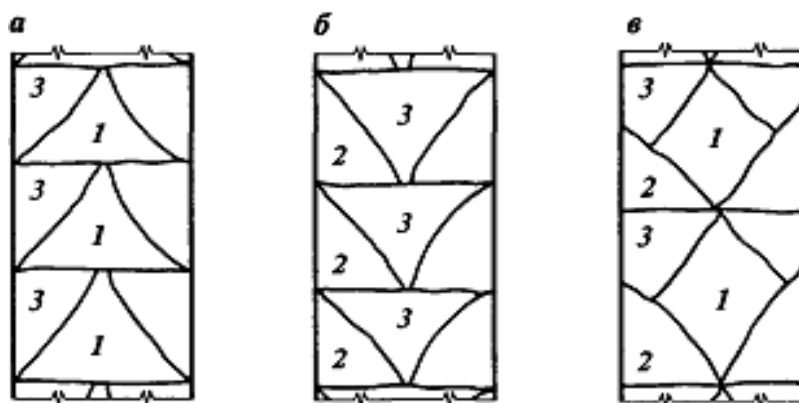


Рисунок 2. Схемы способов засыпки насадки в колонну

Если увеличить скорость потока, трение между взаимодействующими фазами будет увеличиваться, сам поток жидкости уменьшаться, в итоге происходит увеличение количества жидкости N_0 , которая задерживается в сопле. Данный режим принято считать началом подвисания жидкости, его принимают как нижняя граница устойчивой работы колонны. При высокой нагрузке по жидкости этот режим проявляется не всегда отчетливо, процесс массопереноса возрастает.

При дальнейшем увеличении скорости взаимодействующих фаз сопротивление сопла еще больше возрастает, и количество удерживаемой жидкости в объеме, занимаемом насадкой также увеличивается.

Рост гидравлического сопротивления слоя насадки и увеличение удерживаемой насадкой жидкости происходит из-за паровых и жидкостных нагрузок. Данный режим называют захлебыванием колонны, его принято считать верхним пределом устойчивой работы колонны.

Полное удержание жидкости N_0 рассматривают как сумма двух составляющих: динамическая и статистическая задержка.

Статическая составляющая N_c определяет объем жидкости, удерживаемой в насадке капиллярными силами, и не зависит от гидродинамических условий.

Динамическая составляющая задержки N_d обусловлена гидродинамическим взаимодействием потоков пара и жидкости с насадочными телами.

Режим захлебывания характеризуется большим количеством жидкости, удерживаемой в насадке, что сопровождается сильным увеличением поверхно-

сти контакта фаз и интенсификацией процесса массообмена. Но при этом происходит увеличение сопротивления потоку пара. Гидродинамический режим работы колонны должен быть как можно ближе к режиму захлебывания, но не достигать его, рабочая скорость пара в колонне должна быть меньше скорости захлебывания, это обеспечивает при небольшом гидравлическом сопротивлении эффективный массоперенос.

Список литературы:

1. Атександров. И.А. Перегонка и ректификация в нефтепереработке. / П.А. Александров. – М. : Химия. 1981. – 351 с.
2. Ахметов. С.А. Глубокая переработка нефти и газа./ С.А. Ахметов. – Уфа: Изд-во УГНТУ. 1996.-405 с.
3. Ахметов. С.А. Технология глубокой переработки нефти и газа :Учебное пособие для вузов. / С.А. Ахметов. – Уфа: Гилем. 2002. – 672 с.
4. Ахметшина, М.Н. Усовершенствование работы реконструированной комбинированной установки. / М.Н. Ахметшина. Е.А. Бугай. В.М. Гермаш.//Нефтепереработка и нефтехимия. – 1978. № 3. – с. 1-3.
5. Багиров. ИТ. Современные установки первичной переработки нефти. / И Т.Багиров – М. : Химия. 1974. – 240 с.

СЕКЦИЯ
«МЕДИЦИНА»

СРЕДСТВА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ

Москалева Алина Сергеевна
курсант, кафедра безопасности в ЧС,
направление обучения техносферная безопасность,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ г. Екатеринбург
E-mail: luunya_a@mail.ru

Буданов Борис Владимирович
научный руководитель,
доц., кафедры безопасности в ЧС,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ, г. Екатеринбург

PERSONAL PROTECTIVE EQUIPMENT FOR THE PUBLIC

Alina Moskaleva
Cadet, Faculty of Fire Safety,
Ural Institute of State Fire
Service of EMERCOM of Russia,
Russia, Yekaterinburg

Boris Budanov
Senior Lecturer,
Department of safety in emergency
situations, direction fire safety,
Ural Institute of the State Fire Service
of the Ministry of Emergencies of Russia
Russia, Yekaterinburg

АННОТАЦИЯ

Изучен порядок оснащения и классификация средств индивидуальной защиты для гражданского населения. Необходимость контроля качества и обучения использованию средств индивидуальной защиты.

ABSTRACT

The procedure for equipping and classifying personal protective equipment for the civilian population was studied. The need for quality control and training in the use of personal protective equipment.

Ключевые слова: средства индивидуальной защиты, гражданская оборона, безопасность населения, классификация средств индивидуальной защиты.

Keywords: personal protective equipment, civil defense, public safety, classification of personal protective equipment.

Охрана и функционирование гражданской обороны играют важную роль в обеспечении безопасности личности, общества и государства. Гражданская оборона, являющаяся неотъемлемой частью системы национальной безопасности и обороноспособности страны, должна быть готова выполнять задачи во время военных действий, крупномасштабных террористических актов, а также в случае возникновения чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера. Она выполняет множество задач, одной из которых является предоставление населению средств индивидуальной и коллективной защиты.

Средства индивидуальной защиты подразделяются на фильтрующие и изолирующие. Фильтрующие средства очищают воздух от вредных веществ, позволяя человеку дышать безопасный воздух. Изолирующие средства полностью защищают организм человека от воздействия окружающей среды. Средства индивидуальной защиты могут быть массового производства или изготовлены самостоятельно населением. В случае опасности населению предоставляют противогазы и респираторы на месте работы, в жилищно-эксплуатационных предприятиях, либо люди могут изготовить ватно-марлевые повязки дома. Для защиты кожи используются различные плащи, перчатки, сапоги, предпочтительно изготовленные из непроницаемых материалов или обработанные специальными составами. Защитные очки необходимы для защиты глаз.

Наиболее эффективным средством индивидуальной защиты является противогаз, который обеспечивает защиту кожи, дыхательных путей и глаз. Противогазы могут быть фильтрующими или изолирующими. Фильтрующие противогазы оснащены специальными фильтрами, подбираемыми в зависимости от используемых поражающих веществ. В случае недостатка кислорода в воздухе или неэффективности фильтрующих противогазов, используются изолирующие противогазы, которые обеспечивают дополнительную подачу кислорода из специального баллона.

Респираторы применяются для защиты от радиоактивных частиц в воздухе и биологических загрязнителей, таких как возбудители болезней. Респираторы могут быть заменены ватно-марлевыми повязками, которые могут быть изготовлены самостоятельно. Инструкции по изготовлению и правильному использованию таких средств защиты можно найти в Интернете, где также можно получить информацию о правильном обращении с ними. Для защиты кожи используются специальные костюмы, фильтрующие костюмы, обычная одежда, обработанная специальными составами или изготовленная из непроницаемых материалов, таких как кожа или резина. Для каждого типа защиты устанавливаются временные ограничения. Время использования изолирующих средств защиты зависит от степени трудности работы, а время использования фильтрующих средств зависит от времени защитного действия материала.

Основными требованиями к средствам защиты являются безопасность при использовании и удобство использования. Производители также стремятся сделать средства защиты максимально легкими для обеспечения удобства выполнения работ. Важным условием безопасности является контроль за состоянием средств защиты во время их хранения. Замена поврежденных элементов вовремя является важной процедурой для обеспечения безопасности.

Средства индивидуальной защиты всегда должны быть легко доступными, а после использования их необходимо вернуть в правильном состоянии. Все процедуры по хранению, инструктированию по использованию средств индивиду-

альной защиты и ведению соответствующей документации лежат на работодателе. Государство обеспечивает экипировку для людей, не находящихся на работе. Эти меры необходимы для обеспечения безопасности населения в случае опасности. Халатность в выборе средств индивидуальной защиты не допустима, поскольку от этого зависит жизнь и здоровье людей. Виды средств индивидуальной защиты должны соответствовать сертификации.

Список литературы:

1. Средства индивидуальной защиты органов дыхания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://brizmarket.ru/sizod.html> (08.11.2023)
2. Приказ МЧС России от 1 октября 2014 г. N 543 "Об утверждении Положения об организации обеспечения населения средствами индивидуальной защиты" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/70885958/> (08.11.2023)
3. Классификация средств индивидуальной защиты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://oxrana-truda.ru/klassifikaciya-sredstv-individualnoj-zashhity> (08.11.2023)

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ САНИТАРНОЙ ОБРАБОТКИ ЛЮДЕЙ В ЗОНАХ ЧС

Чесноков Андрей Алексеевич

*курсант, кафедра безопасности в ЧС,
направление обучения пожарная безопасность,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ г. Екатеринбург
E-mail: andrey45343@gmail.com*

Буданов Борис Владимирович

*научный руководитель,
доц., кафедры безопасности в ЧС,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ, г. Екатеринбург*

FEATURES OF SANITARY TREATMENT OF PEOPLE IN EMERGENCY ZONES

Andrey Chesnokov

*Cadet,
department of ES,
the direction of training fire safety, Ural Institute
of the State Fire Service of the Ministry
of Emergency Situations of Russia,
Russia, Yekaterinburg*

Boris Budanov

*Senior Lecturer,
Department of safety in emergency
situations, direction fire safety,
Ural Institute of the State Fire Service
of the Ministry of Emergencies of Russia
Russia, Yekaterinburg*

АННОТАЦИЯ

В данной статье раскрыты особенности санитарной обработки людей в зонах чрезвычайной ситуации. Раскрыты отличия частичной и полной обработки людей и одежды после поражения.

ABSTRACT

This article reveals the peculiarities of sanitary treatment of people in emergency zones. The differences between partial and full treatment of people and clothes after defeat are revealed.

Ключевые слова: санитарная обработка людей, зараженная территория, чрезвычайная ситуация, гражданская оборона.

Keywords: sanitation, contaminated territory, emergency, civil defence.

В современном обществе существует потенциальная угроза применения оружия массового поражения, которая сохраняется и по сей день. В этом контексте, различные виды оружия, основанные на химических, бактериологических и радиоактивных факторах, получили широкое распространение. Чтобы восстановить функциональность и безопасность этой территории, необходимо провести обеззараживание с использованием доступных методов.

Обеззараживание – это комплекс мер, включающих дезинфекцию, дегазацию и дезактивацию зараженных объектов. Дегазация проводится с целью очистки загрязненных территорий от химических веществ, которые могут вызвать отравление. Дезактивация, в свою очередь, направлена на удаление радиоактивных веществ с объектов до допустимых уровней концентрации. Для устранения опасных бактерий и других биологических веществ применяется дезинфекция. Дезинфекция включает в себя дезинсекцию (меры по контролю за насекомыми-переносчиками инфекций) и дератизацию (устранение грызунов). Кроме того, одежда и обувь пострадавших также проходят обеззараживание. В зависимости от обстоятельств, проводится частичная или полная санитарная обработка населения. Частичная обработка применяется для профилактики и проводится на месте заражения при химическом загрязнении или сразу после выхода из опасной зоны при радиоактивном загрязнении. Полная санитарная обработка проводится в специальных обеззараживающих станциях, которые размещаются в безопасных зонах. В качестве экстренных мер дегазации допускается приме-

ние индивидуального противохимического пакета. Они предназначены для частичной санитарной обработки кожи человека и внешних поверхностей противогаза, манжет и воротников одежды. Эти пакеты следует использовать немедленно после обнаружения заражения и до перемещения в безопасную зону, чтобы минимизировать воздействие населения в этой зоне.

Процесс санитарной обработки населения включает в себя физическую очистку кожи от ядовитых веществ путем их удаления. Люди совершают эту процедуру самостоятельно при входе в безопасную зону. Санитарная обработка одежды от радиоактивной пыли включает вытряску, отбивание по подошве обуви и так далее. После пребывания в радиоактивной зоне необходимо провести полную санитарную обработку со специальным оборудованием в обмывочных пунктах, которая продолжается в течении 30 минут. Люди, возвращающиеся из зараженной зоны, поступают в обмывочные пункты, где сдают одежду в специальные разделы. Затем их осматривают квалифицированные специалисты, чтобы определить наличие радиационных ожогов, и направляют в душевые. Людям выдают не менее 40 граммов мыла, 30-35 литров воды, нагретой до 40 градусов, и ветошь или мочалки.

После обработки люди получают свою обеззараженную одежду и покидают обмывочные пункты. Важно обеспечивать временную изоляцию для предотвращения контакта между выходящими людьми и входящими в пункты обеззараживания. Медицинская служба нештатных формирований гражданской обороны выполняет мероприятия по санитарной обработке.

Список литературы:

1. Санитарная обработка населения, обеззараживание зданий и сооружений, специальная обработка техники и территорий [Электронный ресурс] // Официальный сайт МЧС России – Режим доступа: <https://mchs.gov.ru/deyatelnost/grazhdanskaya-oborona/planirovanie-meropriyatij-go/sanitarnaya-obrabotka> (08.11.2023)
2. Санитарно – противоэпидемическое обеспечение пострадавших и вынужденных переселенцев в чрезвычайной ситуации. Методические рекомендации [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=14049> (08.11.2023).

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ В АПК

***Буркова Дарья Вячеславовна**
студент, кафедра управления,
Российский государственный аграрный университет –
Московская сельскохозяйственная академия
имени К.А. Тимирязева,
РФ, г. Москва
E-mail: burkova.daria@yandex.ru*

***Сухарникова Мария Анатольевна**
научный руководитель,
канд. экон. наук, доц., кафедра управления,
Российский государственный аграрный университет –
Московская сельскохозяйственная академия
имени К.А. Тимирязева,
РФ, г. Москва*

**DIGITALIZATION OF MANAGEMENT PROCESSES
IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX**

Darya Burkova

*Student, Department of Management,
Russian State Agrarian University –
Moscow Timiryazev Agricultural Academy
Russia, Moscow*

Maria Sukharnikova

*Scientific supervisor, candidate of Sciences
in Economics, associate professor,
Department of Management,
Russian State Agrarian University –
Moscow Timiryazev Agricultural Academy,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье оценена важность развития цифровизации для управления агропромышленным комплексом, выявлены основные проблемы развития цифровых

технологий российских аграриев, а также рассмотрены перспективы развития процессов цифровизации управления АПК в России.

ABSTRACT

The article assesses the importance of digitalization development for the management of the agro-industrial complex, identifies the main problems of the development of digital technologies of Russian agrarians, and also considers the prospects for the development of the processes of digitalization of agricultural management in Russia

Ключевые слова: цифровизация, сельское хозяйство, управление в АПК, цифровые технологии в АПК, информационные технологии.

Keywords: digitalization, agriculture, management in agriculture, digital technologies in agriculture, information technology.

Сельскохозяйственный сектор в недалеком будущем может столкнуться с серьезными проблемами. Чтобы прокормить 9,6 миллиарда человек, которые, по прогнозам будут населять планету к 2050 году, производство продовольствия должно увеличиться на 70 %. По прогнозам экспертов в области цифровизации, в будущем производительность агропромышленного комплекса будет увеличена в 1,5 раза; экспорт сельскохозяйственной продукции, на которую приходится существенная доля ВВП России, увеличится вдвое; а доля переработанной сельскохозяйственной продукции будет увеличена до 70%. В то же время валовой сельскохозяйственный продукт будет увеличен на 30%. Эффективным инструментом достижения вышеуказанных целей является реализация комплексной цифровизации агропромышленного комплекса, которая поможет снизить издержки производства и повысить качество и конкурентоспособность продукции [9].

В ближайшие пять лет планируется привлечь инвестиции дружественных России стран (с учетом геополитической обстановки и снижения инвестиционной привлекательности страны требуются меры по совершенствованию методической и организационной составляющей) по модели сотрудничества в рамках

ГЧП для оцифровки сельскохозяйственных угодий. Благодаря цифровизации общий объем производства продукции растениеводства и животноводства может быть увеличен более чем на 20%, расходы фермеров сократятся на 15%, а годовой объем производства зерна будет увеличен до 25 миллионов тонн.

В настоящее время создана единая национальная система регистрации недвижимости (ЕГРН), которая содержит информацию и данные о земельных участках, зданиях и сооружениях. Правительство внесло в парламент соответствующие законопроекты, направленные на внедрение электронных государственных услуг (создание платформы «Госуслуги»), упрощение процесса утверждения землеотвода и повышение качества обслуживания жителей [5].

За последние 12 лет, благодаря внедрению современной техники и оснащения, были достигнуты серьезные прорывы в строительстве новых сельскохозяйственных предприятий. По объему добавленной стоимости в сельском хозяйстве Россия вошла в десятку крупнейших в мире. За последние семь лет сельскохозяйственное производство в России выросло на 15%, а производство продуктов питания – более чем на 25%. По основным видам продовольствия внутренний рынок полностью самодостаточен, а по некоторым видам (таким как крупы и подсолнечное масло) наблюдается избыток, поэтому Россия стала нетто–экспортером продукции агропромышленного комплекса. По предварительным данным Росстата, индекс самодостаточности производства сельскохозяйственной продукции в 2022 году составляет 99,1%, только овощей и бахчевых культур – 86,9%; фруктов и ягод – 43,6% [7].

Стратегия развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов Российской Федерации на период до 2030 года включает в себя 8 основных целей, а именно: сохранение доли сельского населения в общей численности населения России; повышение научно–технического уровня агропромышленного комплекса за счет развития селекции и генетики; увеличение добавленной стоимости производства; увеличение инвестиций в агропромышленном и рыбохозяйственном комплексе; увеличение объема экспорта агропромышленной продукции (рассчитанный по сопоставимым ценам); обеспечение продовольственной

безопасности; увеличение площади сельскохозяйственных угодий; реализация цифровой трансформации агропромышленного комплекса.

Таблица 1.

Прогнозируемые показатели в области цифровой трансформации агропромышленного комплекса Российской Федерации

Наименование показателя	Измерение показателя	Значения показателя по годам	
		2024	2030
Создана единая цифровая платформа агропромышленного комплекса	%	40	100
Создан Ситуационный цифровой центр Минсельхоза России	%	–	100
Планирование балансов производства и потребления с/х продукции осуществляется в цифровом виде	%	70	100
Количество процессов в АПК, автоматизированных посредством искусственного интеллекта	Не менее, шт.	1	5
Обеспечена возможность оказания гос. поддержки предприятиям АПК в цифровом формате	%	50	100
Обеспечено повышение квалификации работников предприятий АПК по образовательным программам, включающим программы освоения цифровых компетенций	Чел. в год	1000	1000

В условиях усиления санкционного давления агропромышленный и рыбохозяйственный комплекс ожидает, что импорт технологий сократится, то есть снизится уровень локализации зарубежного производства. Необходимо поддерживать развитие отечественных информационных ресурсов прикладного характера в области биотехнологий, селекции, производства сельскохозяйственной техники и т.д. Основные характеристики ключевых направлений импортозамещения отражены в: высокой импортной себестоимости продукции, наличии возможностей и конкурентных преимуществ для развития отечественного производства и т.д. Если не будут сделаны прорывы в области технологических инноваций, добиться импортозамещения будет крайне сложно [4]. С этой целью планируется осуществить меры, направленные на разработку и культивирование новых сортов и наследование новых генов, а также подготовить высококвалифицированные кадры в высших учебных заведениях.

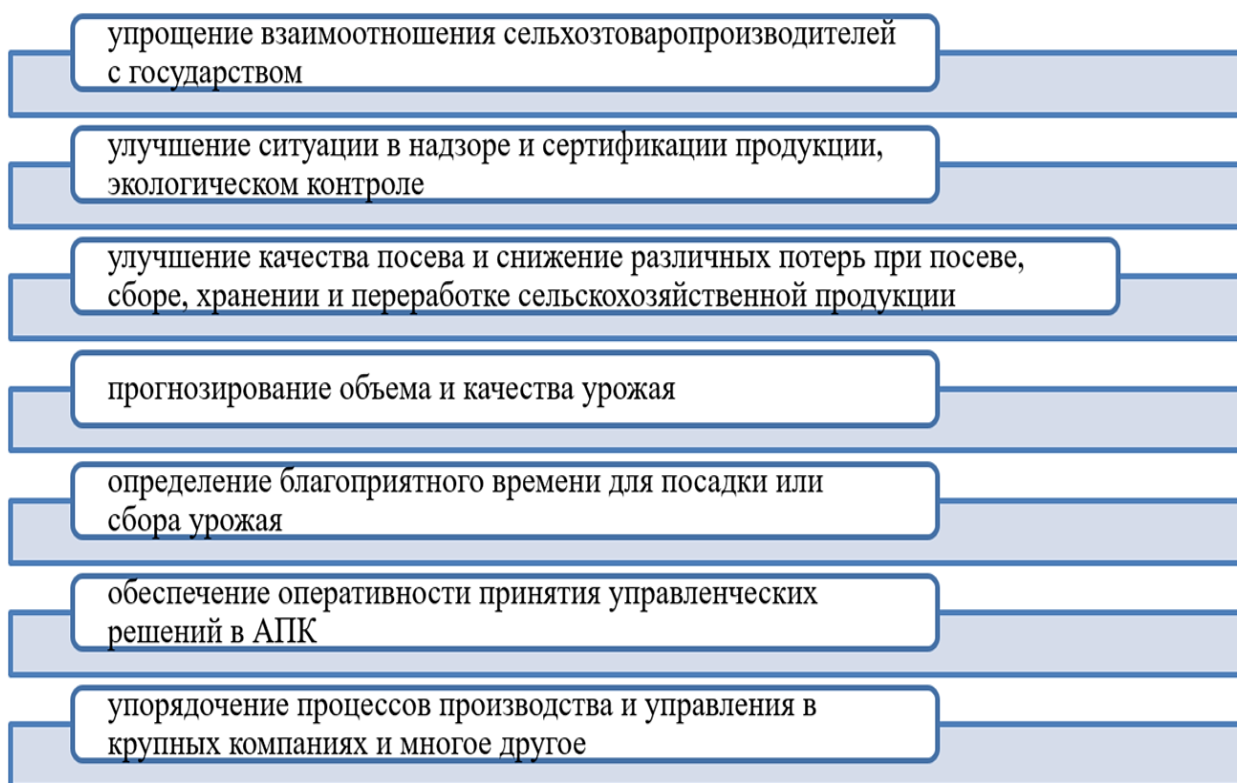


Рисунок 1. Основные выгоды внедрения перспективных технических направлений в АПК

Основное позиционирование развития включает в себя: импортозамещение; развитие пищевой и перерабатывающей промышленности и внедрение инноваций; цифровизацию различных отраслей агропромышленного и рыбохозяйственного комплекса; охрану, восстановление и повышение плодородия сельскохозяйственных угодий, рациональное использование сельскохозяйственных угодий и использование пахотных земель для сельскохозяйственного оборота; развитие селекции и генетики; улучшение почв; внедрение новых услуг и решений для оптимизации производственных и логистических процессов.

Цифровизация в сельском хозяйстве включает в себя следующие технологии: робототехника, интернет вещей, внедрение искусственного интеллекта, анализ больших данных, электронная коммерция [10].

Следует обратить внимание на возможности сельскохозяйственных БПЛА в исследуемой отрасли.

Таблица 2.

Общие характеристики рынка технологии сельскохозяйственных БПЛА

№	Наименование характеристики, размерность	Описание характеристики
1	Емкость рынка, шт., д. ед.	244 млн долл за 2022 год в России и 9,5 млрд долл в мире
2	Кол-во продавцов, юр. л.	Около 190 предприятий
3	Доля крупных производителей	ООО «Финко» – 15%, группа «Кронштадт» – 16%, «ZALA Aero» – 11% / Уральский завод гражданской авиации – 6%, «Специальный технологический центр» – 6%, «Эникс» – 5%, остальные – 41%.
4	Индекс концентрации, отн. вел.	42%
5	Темп роста рынка, %	28% в 2022 году по сравнению с 2021 годом (174 млн долл в 2019 году и 244 млн долл в 2022 году)
6	Привлекательность рынка (маржинальность), %	22,5% за 2022 год
7	Среднеотраслевая цена, д. ед.	100 тысяч долл.
8	Барьеры входа/выхода	Минимальный стартовый капитал – 433 500 долл, стоимость оборудования 100 000 долл.
9	Географические особенности	Наибольшее распространение на сегодняшний день технология БПЛА получила в США (38% рынка), Азия (26% рынка), Западная Европа (18% рынка), Восточная Европа (9% рынка).
10	Целевые покупатели	В зависимости от сегмента рынка: – игровые беспилотные летательные аппараты – целевая аудитория дети; – беспилотные летательные аппараты для хобби – молодые и взрослые люди; – профессиональные беспилотные летательные аппараты – профессионалы, например, ученые, фотографы, геодезисты или агрономы; – коммерческие беспилотные летательные аппараты – компании в области агрокультуры, медиа, энергии, технологий и др.; – военные беспилотные летательные аппараты – государственные органы.

С быстрым развитием четвертой промышленной революции глубокая интеграция информационных наук и технологий, а также многопрофильной науки и техники вызвала новую революцию в области промышленных технологий в АПК. Глубокая интеграция и развитие информационных технологий нового поколения и сельского хозяйства породили третью «зеленую» сельскохозяйственную революцию – цифровую революцию сельского хозяйства, которая привела

сельское хозяйство в новую эру сетевого, оцифрованного и интеллектуального развития [3].

Перспективные технические направления включают: технологию ускоренного отбора семян и селекции; ветеринарные и фитосанитарные карантинные технологии и оборудование; технологию дистанционного управления распределением воды и энергии в ирригационных и дренажных системах; технологию производства импортной альтернативной сельскохозяйственной техники и пищевого оборудования; технологию глубокой переработки сельскохозяйственного и рыбопромыслового сырья; базовую пищевую биотехнологию; базовую технологию рыбохозяйственного комплекса.

Благодаря цифровой революции в АПК в мировом сельском хозяйстве произошли два основных изменения:

- во-первых, был создан новый тип метода сельскохозяйственного производства, представленный smartagriculture, что сделало АПК более «умным»;
- во-вторых, это способствовало цифровому экономическому развитию сельского хозяйства, активизировало потенциал элементов данных и придало новый импульс развитию цифрового сельского хозяйства и сельских районов.

Исследования показали, что «умное сельское хозяйство» – это современный метод производства в АПК, основными элементами которого являются информация, знания и оборудование. Кроме того, это командные высоты современной конкуренции в области сельскохозяйственной науки и техники, и важное направление развития современного сельского хозяйства.

Принимая во внимание существующие исследования, посвященные отсутствию глубокой интерпретации научного значения «умного сельского хозяйства», неполному пониманию динамики передовых достижений науки и техники в области АПК в стране и за рубежом, а также недостаточной актуальности политики развития цифровой трансформации в отрасли, данное исследование включает теоретическое объяснение значения умных технологий в АПК с точки зрения системной инженерии [6].

Следует отметить некоторые активно используемые российские цифровые технологии и отечественные компании, разрабатывающие их и успешно применяющие на практике:

- ExactFarming – платформа, объединяющая решения цифровой агрономии для сельхозпроизводителей;
- «Агротроник» – агрономические сервисы (точное земледелие, уборка и обработка почвы, работа ночью на основе видеосистем и т.д.);
- SmartAGRO – система управления предприятием со встроенным модулем агроаналитики;
- «ЦентрПрограммСистем» – информационное решение в сфере управления агропромышленным бизнесом;
- «АгроМон» – мобильное приложение и веб–сервис для управления хозяйством и другие.

До сих пор академическое сообщество еще не дало точного определения «умному» АПК. В целом, основываясь на сути или сценариях применения умных технологий, оно описывается как использование информации и знаний в качестве ключевых элементов посредством глубокой трансграничной интеграции современных информационных технологий и интеллектуального оборудования с АПК, что реализует весь процесс восприятия информации о сельскохозяйственном производстве, принятия количественных решений, интеллектуального управления, точного ввода и персонализированного обслуживания. Поэтому в данной ситуации нам представляется наиболее уместным использование понятия цифровизации процессов управления в АПК с точки зрения системной инженерии как комбинацию передовых элементов производительности, которая приводит к изменениям в методах агропромышленного производства. Сочетая характеристики и сценарии применения технологии smart agriculture, как средство повышения производительности, объединяет три основных элемента системы управления: во–первых, сельскохозяйственную биотехнологию (ВТ), которая является технической основой smart agriculture; во–вторых, сельскохозяйственную информационную технологию (ИТ), которая в основном опирается на передовые

технологии для повышения производительности; в–третьих, интеллектуальное сельскохозяйственное оборудование (IE), главным образом для оказания помощи или замены человеческих операций, снижает трудоемкость производителей и операторов.

Список литературы:

1. Гриценко Г.М., Вернигор Н.Ф., Миненко А.В. Инструменты формирования инфраструктуры развития АПК сельского муниципального образования // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – С. 1-5.
2. Карамнова Н.В., Кузичева Н.Ю., Поляков Д.А. Стратегическое управление экономическим ростом зернопродуктового подкомплекса АПК: оценка эффективности и направления совершенствования / Международный сельскохозяйственный журнал // ВАК. – 2020. – С. 37-47.
3. Ковалева И.В., Чирухин А.В. Цифровизация и управление земельно-ресурсным потенциалом АПК / Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета // ВАК. – 2022. – С. 23-33.
4. Миненко А.В. Инструменты самоорганизации в формировании инфраструктуры развития АПК сельского муниципального образования // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – С. 1-3.
5. Миронова Н.А. Цифровая экономика и цифровые платформы в АПК / Московский экономический журнал // ВАК, AGRIS. – 2019. – С. 1-6.
6. Соргутов И.В., Светлаков А.Г. Цифровизация отдельных направлений деятельности предприятий АПК в рамках формирования конкурентной системы управления / Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки // ВАК. – 2022. – С. 211-220.
7. Томакова И.А., Коптева Ж.Ю. Управление человеческим капиталом в условиях цифровой трансформации АПК / Вестник НГИЭИ // ВАК. – 2022. – С. 77-86.
8. Торики В.Е., Погоньшев В.А., Погоньшева Д.А., Дорных Г.Е. Состояние цифровой трансформации сельского хозяйства / Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии // ВАК. – 2020. – С. 6-13.
9. Федулова Л.И., Федулова И.Ю., Логвинова Т.И. Возможности применения математических моделей в системе управления АПК регионов в условиях цифровой трансформации / Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева // ВАК. – 2022. – С. 119-127.
10. Цифровая трансформация в сельском хозяйстве России / А.Г. Ибрагимов, Н.Г. Платоновский, А.В. Шулдяков [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 7(144). – С. 921-926. – DOI 10.34925/EIP.2022.144.7.182. – EDN ZZSUEJ.

11. Шатохин М.В., Гордеев И.А., Игнатова М.Н., Кремер К.А. Состояние и перспективы цифровизации регионального АПК / Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии // ВАК. –2021. – С. 102-109.
12. Romanyuk, M. Trends of the digital economy development in Russia / M. Romanyuk, M. Sukharnikova, N. Chekmareva // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Moscow, Virtual, 17–18 ноября 2020 года. Vol. 650. – Moscow, Virtual, 2021. – P. 012017. – DOI 10.1088/1755-1315/650/1/012017. – EDN SYOCYM.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА

Половинкин Кирилл Владимирович

*магистрант 3 курса,
кафедра менеджмента, факультет заочного обучения,
Пермский государственный аграрно-технологический
университет имени академика Д.Н. Прянишникова,
РФ, г. Пермь
E-mail: kirill.polovinkin@mail.ru*

Черданцев Вадим Петрович

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

Строительная отрасль сегодня может быть определена как совокупность участников строительного процесса, между которыми возникают отношения по поводу привлечения, распределения и использования инвестиционных ресурсов в процессе создания строительной продукции. Целью деятельности участников строительного процесса является получение прибыли и удовлетворение потребности в строительном продукте или услуге. В отличие от других отраслей, на инвестиционную привлекательность строительной отрасли оказывают влияние такие ее характеристики, как длительность производственного цикла, наличие большего числа разнородных участников строительного процесса, значительные различия в производимой продукции, высокие требования к качеству производимой продукции. На развитие отрасли в регионе существенное влияние оказывает особенности региональной политики, общий инвестиционный климат в регионе и характеристики взаимоотношений участников строительного процесса.

Чтобы определить направления развития строительной отрасли региона используем такой метод как SWOT – анализ. SWOT – анализ имеет своей целью проведение всестороннего анализа ситуации в строительном комплексе Пермского края и выбора в дальнейшем стратегии развития. Суть его заключается в выявление сильных и слабых сторон и соотнесение их возможностями и угрозами со стороны внешней среды. В таблице 1 представлен SWOT – анализ строительной отрасли Пермского края.

Таблица 1.

SWOT-анализ строительной отрасли Пермского края

Сильные стороны	Возможности
1. Инвестиционная привлекательность строительной отрасли региона (наличие стратегии, развитие ГЧП, малый бизнес в отрасли) 2. Крепкая материально – техническая база отрасли (степень износа ниже 60%); 3. Развитая логистическая структура отрасли (выгодное географическое положение на перекрестке трансконтинентальных линий и водных путей; транспортная инфраструктура, которая обеспечивает перевозки самыми разными видами транспорта); 4. Наличие сырьевой базы для развития строительной отрасли (лес, цемент и прочее).	1. Реализация крупных инвестиционных проектов в строительной отрасли (инфраструктурные проекты) 2. Увеличение объемов строительства жилья 3. Развитие интеграционных процессов в строительной отрасли за счет взаимодействия ее субъектов в процессе совместной деятельности 4. Внедрение инновационных технологий, рост инновационной активности предприятий отрасли.
Слабые стороны	Угрозы
1. Низкий уровень экономической эффективности отрасли (высокий удельный вес убыточных организаций, низкая рентабельность) 2. Низкий уровень социальной эффективности отрасли (снижение объемов жилого строительства); 3. Низкий уровень инновационной активности строительной отрасли (нет крупных инновационных проектов, регион занимает не высокое положение в рейтинге) 4. Отсутствие механизмов и инструментов обеспечивающих взаимодействия субъектов строительной отрасли (отсутствии совместных проектов, высокий уровень конкуренции между ними)	1. Снижение конкурентоспособности и банкротство предприятий строительной отрасли. 2. Отток инвестиций из отрасли и уход крупных зарубежных инвесторов в связи с ухудшением общего социального – экономического состояния региона. 3. Угроза роста издержек предприятий строительной отрасли (рост цен на энергоресурсы, рост налогов, рост цен на топливо и прочее); 4. Отсутствие целенаправленной деятельности органов власти по развитию данной отрасли может привести к дальнейшему ухудшению отраслевых показателей. 5. Возможны проблемы с кадрами в отрасли.

Рассмотрим, как сильные возможности строительной отрасли могут быть использованы для реализации возможностей. Инвестиционная привлекательность строительной отрасли региона позволит привлекать крупных инвесторов, в том числе и иностранных для реализации проектов. Также этому будет способствовать и крепкая материально – техническая база и развитая система логистики.

Крепкая материально-техническая база отрасли также позволит осуществлять внедрение инновационных технологий, что будет способствовать росту инновационной активности предприятий отрасли и реализовывать крупные проекты строительства жилья. Развитая логистическая структура отрасли будет

способствовать интеграционным процессам: развитая транспортная инфраструктура позволит более тесно взаимодействовать предприятиям друг с другом. Наличие сырьевой базы для развития строительной отрасли будет способствовать увеличению объемов строительства жилья.

Далее рассмотрим, как сильные стороны можно будет использовать для снижения негативного воздействия угроз со стороны внешней среды. Так, например, развитая логистическая структура отрасли и наличие собственной сырьевой базы может снизить угрозу роста издержек предприятий строительной отрасли, а также будет препятствовать снижению конкурентоспособности и банкротство предприятий строительной отрасли.

Крепкая материально-техническая база отрасли также благоприятно отразится на показателях качества производимой продукции. Инвестиционная привлекательность будет препятствовать оттоку инвестиций из отрасли и уходу крупных зарубежных инвесторов.

Определим, как слабые стороны будут препятствовать реализации возможностей. Отсутствие механизмов и инструментов, обеспечивающих взаимодействия субъектов строительной отрасли существенно затормозит интеграционные процессы, ввиду четкого понимания их сущности, отсутствие каких-либо регуляторов и нормативно-правовых основ. Низкий уровень инновационной активности строительной отрасли снизить темпы внедрения современных технологий. При этом низкая социальная и экономическая эффективность будут серьезным препятствием на пути реализации проектов в сфере жилищного строительства, снизит возможность привлечения инвестиций и прочее. Кроме того, сильные стороны строительной отрасли могут значительно усугубить воздействие угроз. На основе проведенного анализа и оценки состояния строительной отрасли, для ее дальнейшего развития можно предложить создание и развитие в Пермского крае строительного кластера.

Кластер является новой формой сетевой организации межфирменного взаимодействия, позволяющей быстро, инновационно адаптировать внутренние

структуры и внешние взаимосвязи к быстро меняющейся внешней среде. Кластерный подход основывается на возникновении синергетического эффекта вследствие территориальной концентрации сети поставщиков, производителей, потребителей, инфраструктуры, исследовательских институтов, взаимосвязанных между собой в процессе создания добавленной стоимости.

Региональный строительный кластер представляет собой совокупность территориально локализованных в пределах региона взаимосвязанных и взаимодействующих предприятий строительной и смежных отраслей, объединенных гетерархическими связями с местными учреждениями, органами власти, сотрудничающими предприятиями с целью повышения конкурентоспособности этих предприятий и региональной экономики в целом.

Создание строительного кластера будет направлена на решение следующих основных задач: преодоление сложившейся разобщенности, дублирования производств, нерациональности и неоптимального размещения объектов стройиндустрии; достижение баланса потребностей и производства строительных материалов в регионе с целью упорядочения производства и потребления продукции строительной отрасли; повышение экономической эффективности строительной отрасли; обеспечение отрасли кадрами за счет взаимодействия с учебными заведениями края; реализация подпрограмм модернизации базовых подотраслей и дальнейшее развитие предприятий производственной базы строительства; проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по созданию современных технологий, материалов и инженерного оборудования; снижение издержек в результате синергетического эффекта; повышение объемов строительства. Следует сказать, что сегодня в ряде регионов данные формы организации строительной отрасли позволили добиться хороших результатов. Основные мероприятия по созданию в Пермском крае строительного кластера представлены ниже.

1. Проведение анализа и диагностика условий формирования кластера.
2. Разработка стратегии функционирования кластера;
3. Разработка организационно-экономического механизма функционирования строительного кластера в Пермском крае.

4. Оценка эффективности и стратегического потенциала кластерного объединения.

В качестве основного подхода к функционированию кластера будем использован проектный подход. Объектами финансирования будут совместные проекты участников кластера, что позволит привлекать также и частных инвесторов. За счет реализации кластерного подхода к развитию строительной отрасли планируется увеличить число организации в данной сфере, в том числе за счет субъектов малого и среднего бизнеса, увеличить объем работ и число введенных зданий.

Список литературы:

1. Гусакова Е.А. Основы организации и управления в строительстве : учебник и практикум для вузов / Е.А. Гусакова, А.С. Павлов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 648 с.
2. Производственный менеджмент в строительстве : учебник / О.В. Михненко, Т.Ю. Шемякина, И.З. Коготкова и др. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 352 с.
3. Черданцев В.П. Классификация и формирование кластерной политики в России / В.П. Черданцев. // Международный правовой курьер. – 18 июля 2020. – <http://inter-legal.ru/klassifikatsiya-i-formirovanie-klasternoj-politiki-v-rossii>

ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Русецкий Олег Сергеевич

*студент, кафедра менеджмента,
Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф. Решетнева,
РФ, Красноярск
E-mail: matkasobakilove@mail.ru*

Чуваева Александра Ивановна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф. Решетнева,
РФ, Красноярск*

PROBLEMS AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES FOR THE RUSSIAN TOURISM BUSINESS IN MODERN CONDITIONS

Oleg Rusetsky

*Student,
Department of Management,
Siberian State University
named after M.F. Reshetnyova
Russian, Krasnoyarsk*

Alexandra Chuvaeva

*Scientific supervisor, candidate of Sciences
in Economics, associate professor,
Siberian State University
named after M.F. Reshetnyova
Russian, Krasnoyarsk*

АННОТАЦИЯ

Российская туристическая индустрия, как и многие другие страны мира, движется в сложной ситуации, отмеченной как уникальными проблемами, так и новыми возможностями. В статье рассмотрены конкретные проблемы, стоящие перед отраслью и потенциальные пути роста в контексте текущей геополитической и экономической ситуации.

ABSTRACT

The Russian tourism industry, like many other countries around the world, is navigating a complex situation marked by both unique challenges and new opportunities. The article examines specific challenges facing the industry and potential growth paths in the context of the current geopolitical and economic situation.

Ключевые слова: проблемы российского туризма, ограничения международного воздушного движения, развитие внутреннего туризма, туристическая инфраструктура России, цифровая трансформация в туризме.

Keywords: russian tourism challenges, international air traffic restrictions, domestic tourism development, Russia's tourism infrastructure, digital transformation in tourism.

Изучая современные проблемы российского туризма было выявлено, что наиболее значимыми являются:

Заблокированное воздушное сообщение с некоторыми странами. В марте 2022 г. 27 стран ЕС, а также Великобритания, Канада, США и Япония закрыли свое воздушное пространство для российских авиакомпаний, аналогичный запрет ввела и Россия. Это существенно повлияло бы на количество российских туристов, посещающих эти страны. Эти ограничения существенно ограничивают возможности международных поездок для российских туристов и въездной туризм из этих регионов.

В 2022 г. поток российских туристов в Европу снизился на 80–90% по сравнению с предыдущими годами, в первую очередь из-за прекращения авиасообщения и санкций.

Ассоциация туроператоров России (АТОР) констатирует значительное падение российского турпотока в страны Балтии, Польшу, Чехию и Финляндию, снизившись почти до нуля после введения ограничений на въезд [1].

За первые три квартала 2022 года россияне совершили 17,4 млн поездок за границу, из них лишь 4,7 млн – с туристическими целями. Интересно, что ни

одна страна ЕС не вошла в десятку самых популярных туристических направлений для российских туристов за этот период [2].

Экономические санкции и визовые ограничения. Экономические санкции, введенные западными странами, привели к увеличению трудностей в международных сделках, затрагивая как выездной, так и въездной туризм. Визовые ограничения еще больше усложнили поездки, особенно в страны Европейского Союза и США.

Зависимость от притока иностранных туристов. Популярные направления, такие как Санкт-Петербург и Москва, традиционно в значительной степени зависели от иностранных туристов. Сокращение числа иностранных посетителей из-за санкций и ограничений, серьезно повлияло на доходы от туризма в этих городах.

Текущие проблемы дали следующие возможности для развития отрасли в целом:

Стимулирование внутреннего туризма. Внутреннему туризму уделяется все больше внимания, при этом правительство и частный сектор инвестируют в популяризацию разнообразных культурных и природных достопримечательностей России. Такие места, как «Золотое кольцо», Алтайский край и побережье озера Байкал, предлагают значительный потенциал для роста внутреннего туризма [4].

Расширение воздушного сообщения с дружественными странами. Несмотря на ограничения с некоторыми странами, Россия расширяет воздушное сообщение со странами, которые остаются открытыми для сотрудничества. Например, увеличилось количество рейсов в Турцию, Египет и Объединенные Арабские Эмираты, которые являются популярными направлениями для российских туристов и демонстрируют гостеприимную позицию [3].

Развитие инфраструктуры и услуг. Инвестиции в туристическую инфраструктуру, включая транспорт, гостиничный бизнес и развлечения, имеют решающее значение. Примерами такого внимания являются такие проекты, как развитие Дальневосточного региона и расширение Транссибирской магистрали.

Использование цифровых технологий. Цифровая трансформация туристических услуг может повысить эффективность и качество обслуживания клиентов. Сюда входят отечественные аналоги платформ онлайн-бронирования, виртуальные туры и стратегии цифрового маркетинга, ориентированные как на отечественных, так и на иностранных туристов.

Российский туристический сектор находится на критическом этапе, когда адаптация к текущим вызовам так же важна, как и использование новых возможностей. Сосредоточив внимание на внутреннем туризме, налаживая новые международные связи, где это возможно, и инвестируя в инфраструктуру и цифровые инновации, отрасль сможет пережить эти беспокойные времена и обрести новые силы. Текущая ситуация является катализатором изменения туристического ландшафта России, что потенциально приведет к созданию более диверсифицированного и устойчивого сектора.

Список литературы:

1. АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года [Электронный ресурс] // Ассоциация Туроператоров: сайт. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/node/50839> (дата обращения: 21.11.2023).
2. Нильс Краус. Число российских туристов в Европе в 2022 году сократилось на 90% [Электронный ресурс] // Туристическое образование: сайт. – Режим доступа: <https://www.tourism-review.com/europe-welcomed-90-less-russian-tourists-news12879> (дата обращения: 21.11.2023).
3. Эксперт назвал страны, в которые нужно увеличить число авиарейсов [Электронный ресурс] // РИА новости: сайт. – Режим доступа: <https://ria.ru/20220914/puteshestviya-1816641274.html> (дата обращения: 21.11.2023).
4. Элина Труханова. По городам Золотого кольца с ноября поедут туристические поезда [Электронный ресурс] // rg.ru: сайт. – Режим доступа: <https://rg.ru/2023/10/31/reg-cfo/po-gorodam-zolotogo-kolca-s-noiabria-poedut-turisticheskie-poezda.html> (дата обращения: 21.11.2023).

ОЖИВЛЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ И НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Русецкий Олег Сергеевич

*студент,
кафедра менеджмента,
Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф. Решетнева,
РФ, Красноярск
E-mail: matkasobakilove@mail.ru*

Чуваева Александра Ивановна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф. Решетнева,
РФ, Красноярск*

REVIVAL OF HISTORICAL HERITAGE AND NEW HORIZONS OF RUSSIAN TOURISM

Oleg Rusetsky

*Student,
Department of Management,
Siberian State University
named after M.F. Reshetnyova
Russian, Krasnoyarsk*

Alexandra Chuvaeva

*Scientific supervisor, candidate
of Sciences in Economics, associate professor,
Siberian State University
named after M.F. Reshetnyova
Russian, Krasnoyarsk*

АННОТАЦИЯ

«Великий чайный путь», маршрут, воссоздающий исторические торговые пути XVIII в., олицетворяет не только культурное и историческое наследие, но и открывает новые возможности для туристического сектора России, Монголии и Китая. Стремясь укрепить экономические и культурные связи, этот проект зарождает новую эру в сфере международного туризма.

ABSTRACT

The Russian tourism industry, like many other countries around the world, is navigating a complex situation marked by both unique challenges and new opportunities. The article examines specific challenges facing the industry and potential growth paths in the context of the current geopolitical and economic situation.

Ключевые слова: великий чайный путь, международное сотрудничество, культурное наследие, российско-китайско-монгольский туризм, геополитические вызовы в туризме.

Keywords: the great tea route, international cooperation, cultural heritage, russian-chinese-mongolian tourism. geopolitical challenges in tourism.

В текущем геополитическом климате, когда российский туристический бизнес сталкивается с серьезными вызовами, вызванными санкциями и ограничениями со стороны европейских стран и США, а также неопределенными отношениями с африканскими странами, наступили непростые времена для отрасли. Однако, как часто бывает в истории, закрытие одной двери часто приводит к открытию другой. Именно такую новую дверь открыли давние союзники и партнеры России – Китай и Монголия, поддержав амбициозный проект «Великий чайный путь». Этот проект, включающий в себя множество российских регионов, привлекает внимание не только на уровне глав правительств участвующих стран, но и вызывает огромный интерес среди иностранных туристов, представляя собой уникальное сочетание культурного наследия и современного туризма [3].

«Великий чайный путь» следует маршруту, по которому веками везли чай из Китая в Россию через Монголию, Сибирь, Урал и Поволжье, и далее в Москву и Санкт-Петербург. Этот маршрут не только способствовал экономическому развитию регионов, но и был мостом между культурами и народами.

Проект «Великий чайный путь», запущенный в результате соглашения между Россией, Китаем и Монголией, предполагает создание многофункциональных опорных пунктов. Эти пункты включают музеи, гостиницы, места отдыха и развлечений, спа-салоны, торговые предприятия и рестораны, которые отражают культурное и историческое богатство маршрута.

Заместитель министра экономического развития России Дмитрий Вахруков отметил, что 18 российских регионов уже представили свои предложения для включения в проект [1]. Это демонстрирует широкую заинтересованность и вовлеченность регионов в реализацию проекта, предоставляя туристам уникальный опыт, сочетающий историю, культуру и современные туристические услуги.

Важность развития «Великого чайного пути» подчеркивается на уровне международных отношений. Председатель Государственной думы Вячеслав Володин и председатель государственного хурала Монголии Гомбожавын Занданшатар обсудили необходимость углубления сотрудничества в различных сферах, включая туризм [2].

Проект «Великий чайный путь» не просто возрождает исторический маршрут, но и открывает новые горизонты для туризма в России, Монголии и Китае. Это путешествие через время и культуры, предлагающее современным путешественникам уникальный опыт, основанный на богатом историческом наследии и культурном обмене. Сочетание исторической значимости и современного туризма делает «Великий чайный путь» одним из самых перспективных и захватывающих туристических проектов современности.

Список литературы:

1. Россия, Китай и Монголия запустят туристический маршрут «Великий чайный путь» [Электронный ресурс] // RT: сайт. – Режим доступа: <https://russian.rt.com/world/news/1214781-rossiya-marshrut-chai> (дата обращения: 21.11.2023).
2. Россия, Китай и Монголия запустят межгосударственный туристический маршрут «Великий чайный путь» [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации: сайт. – Режим доступа: https://economy.gov.ru/material/news/rossiya_kitay_i_mongoliya_zapustyat_mez_hgosudarstvennyu_turisticheskiy_marshrut_velikiy_chaynyu_put.html (дата обращения: 21.11.2023).
3. РФ, КНР и Монголия запустят межгосударственный турмаршрут «Великий чайный путь» [Электронный ресурс] // РИА новости: сайт. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/world/924991> (дата обращения: 21.11.2023).

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПАТОЛОГИИ В ЛИНЕЙНО- ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ И ДИВИЗИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЕ

Тихомирова Александра Юрьевна
студент,
кафедра инноватики
и интегрированных систем качества,
Санкт-Петербургского государственного
университета аэрокосмического приборостроения,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: aliatikho@mail.ru

ORGANIZATIONAL PATHOLOGIES IN THE LINEAR-FUNCTIONAL AND DIVISIONAL ORGANIZATIONAL STRUCTURE

Alexandra Tikhomirova
Student
of the Department of Innovation
and Integrated Quality Systems
Saint Petersburg State University
of Aerospace Instrumentation,
Russia, Saint-Petersburg

АННОТАЦИЯ

В работе рассматривается понятие организации. Сравниваются линейно-функциональная и дивизиональная организационные структуры и описываются организационные патологии. В конце делается вывод о подверженности рассмотренных организационных структур к организационным патологиям различных уровней.

ABSTRACT

The paper considers the concept of organization. Linear-functional and divisional organizational structures are compared and organizational pathologies are described. In the end, the conclusion is made about the susceptibility of the considered organizational structures to organizational pathologies of various levels.

Ключевые слова: организационные патологии; организационные структуры; линейно-функциональная организационная структура; дивизиональная организационная структура.

Keywords: organizational pathologies; organizational structures; linear-functional organizational structure; divisional organizational structure.

Введение. В русском языке слово организация имеет не один смысл. Организация может представлять собой как предприятие, так и процесс или упорядоченность какого-то объекта. Тогда мы получаем три определения слова организация, но нас интересует только одно. Организация – это искусственное объединение, институты которого имеют преобладающее значение, оно занимает определенное место в обществе и предназначено для выполнения более или менее ясно очерченных функций [1].

Изучение организаций помогает во многих аспектах жизни. Следует понимать, что организации влияют как на нас и наших близких, так и на мир и наше с ним взаимодействие. Теория организации может дать нам понимание о более эффективном управлении и показать инструменты для повышения продуктивности организаций [2].

Организации не существуют без коллектива. Основной производительной силой является человек. Он обеспечивает жизнедеятельность предприятия и учреждения. Мы не можем называть организацией полностью автоматизированное производство. Коллектив – это объединение всех работников государственного, союзного или частного предприятия [1].

Сравнение организационных структур. Любой коллектив нуждается в управлении. Существует множество организационных структур. Рассмотрим 2 наиболее распространение в крупных организациях.

Линейно-функциональная структура предполагает деление организации на составные части, каждая из которых выполняет свои конкретные задачи, обладает определенными полномочиями и ответственностью в зависимости от своего положения в общей иерархии (рис. 1). В свою очередь, дивизиональная

структура подразумевает разделение организации на подразделения, ориентированные на отдельные рынки сбыта (рис. 2) [3].

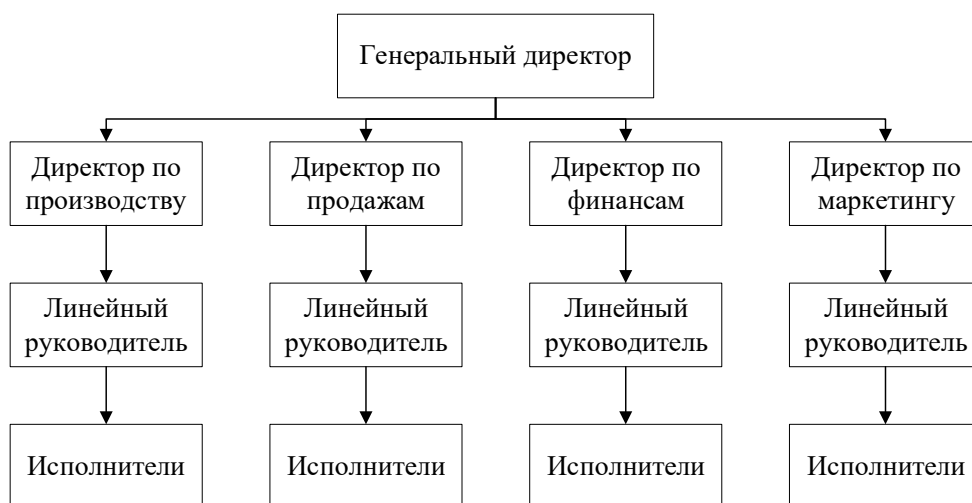


Рисунок 1. Линейно-функциональная структура

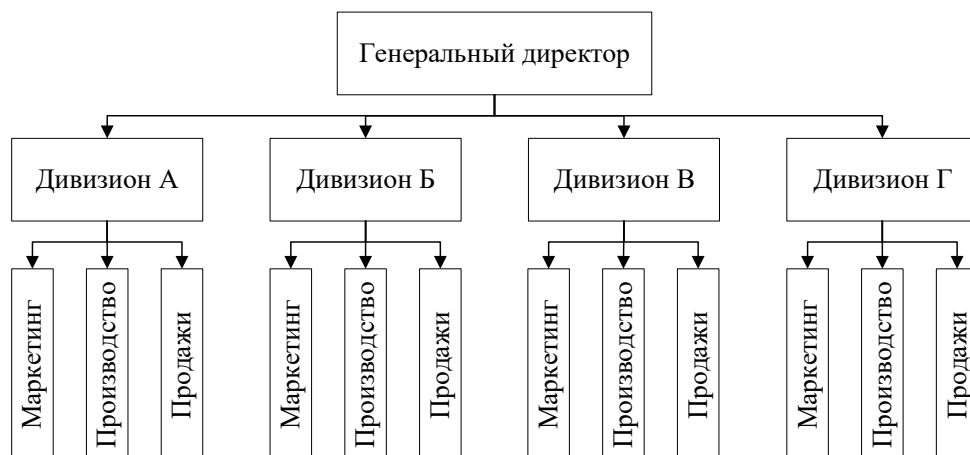


Рисунок 2. Дивизиональная структура

Если сравнивать характеристики организационных структур управления, линейная функциональная структура эффективна в стабильной среде, ориентирована на ценовую конкуренцию и использует специализированные задачи, контролируемые с помощью планов и бюджетов. В то же время дивизионные структуры используют децентрализованные операции подразделений с централизованной оценкой результатов, ориентированы на принятие оперативных решений и подходят для освоения новых рынков и новых технологий. Дивизионный подход также создает организационные условия для комплексного подхода к решению

проблем, в отличие от линейной функциональной структуры, которая специализируется на выполнении функций и требует высокой компетентности. Линейные функциональные структуры эффективны при использовании существующих технологий и устоявшихся рынков и могут быстро решать проблемы в рамках компетенции Службы. [4].

Описание патологий. В управлении любой организацией в независимости от ее структуры и величины могут возникнуть различные организационные патологии. Поскольку в мире нет ничего идеального, особенно если это касается взаимодействия людей между собой.

Организационные патологии становятся все более распространенными во время крупномасштабных экономических изменений, что подчеркивает важность решения этой проблемы. Выделяется три основных типа организационных патологий: организационный, коллективный и управленческий.

На организационном могут возникнуть такие патологии как: господство структуры над функцией, автаркия подразделений, несовместимость личности с функцией или бюрократия. Каждая из них касается функционирование самой организации, возникновение данных патологий говорит о несовершенстве работы организации как единого целого, в любом случае, означает ошибку начальства.

На коллективном уровне это могут быть: конфликты, неуправляемость, бес субъектность, преобладание личных отношений над служебными и рассеивание целей компании на уровне подразделений и сотрудников. Это тип патологий связан человеческих отношениях, с ним труднее всего бороться, поскольку идеального общества не существует и угодить всем невозможно.

Что касается управленческого уровня это: маятниковые решения, дублирование, разрыв между решениями и их реализацией и стагнация, подавление развития функционированием, демотивирующий стиль руководства, инверсия. Патологии управленческого уровня по большей части зависят от компетенций менеджеров организации, но их решением не будет постоянное обновление управленческого состава, чаще всего это будет походить на решение патологий на организационном уровне.

Заключение. При рассмотрении линейно-функциональной структуры организаций можно сделать вывод о подверженности данной структуры к организационным патологиям, поскольку в ней для выполнения одного проекта задействованы разные «команды» взаимодействие между которыми может создавать проблемы. А вот дивизиональные структуры имеют большую склонность к патологиям коллективного уровня, поскольку каждый отдел занимается отдельным, зависящим только от них, проектом, главной проблемой таких «команд» является взаимодействие людей между собой.

Список литературы:

1. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – Москва: МФЦЭР, 2003. – 864 с.
2. Петренко, Д.П. Исследование организации Delivery Club и управление демотивирующим стилем руководства / Д.П. Петренко // Форум молодёжной науки. – 2021. – Т. 2, № 1. – С. 64-74. – EDN UYOTYG.
3. Ружанская Л.С., Яшин А.А., Солдатова Ю.В. Теория организации: учебное пособие. – Екатеринбург: Урал. ун-та, 2015. – 200 с.
4. Бондаренко, О.А. Особенности организационных патологии и стиля управления руководителей в сфере органов административного муниципального управления города / О.А. Бондаренко // Молодёжь третьего тысячелетия: сборник научных статей XLVII региональной студенческой научно-практической конференции: в 2 ч., Омск, 01 апреля – 15 2023 года. Том Часть 2. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2023. – С. 503-506. – EDN QLODWZ.

СЕКЦИЯ
«ПЕДАГОГИКА»

**ПРОЕКТНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ШКОЛЕ
КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ УЧЕБНОЙ МОТИВАЦИИ**

Бабушкина Анна Сергеевна
студент,
кафедра непрерывного педагогического
образования и методики обучения,
Сибирский государственный
индустриальный университет,
РФ, г. Новокузнецк
E-mail: babuskinaana25@gmail.com

Ужан Ольга Юрьевна
научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,
Сибирский государственный
индустриальный университет,
РФ, г. Новокузнецк

**DESIGN AND RESEARCH ACTIVITIES AT SCHOOL AS A WAY
TO INCREASE EDUCATIONAL MOTIVATION**

Anna Babushkina
Student,
Department of Continuing Pedagogical
Education and Teaching Methods,
Siberian State Industrial University,
Russia, Novokuznetsk

Olga Uzhan
Scientific Supervisor, Candidate
of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Siberian State Industrial University,
Russia, Novokuznetsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается проблема снижения учебной мотивации, которая приводит к снижению уровня образования и качества знаний. Одним из

способов повышения учебной мотивации является внедрение в процесс обучения проектно-исследовательской технологии.

ABSTRACT

This article discusses the problem of reducing educational motivation, which leads to a decrease in the level of education and the quality of knowledge. One of the ways to increase educational motivation is the introduction of design and research technology into the learning process.

Ключевые слова: проектная деятельность, мотивация.

Keywords: project activity, motivation.

В последние годы у школьников резко начал падать интерес к обучению и получению знаний. Особенно это прослеживается в среднем звене, когда у обучающихся помимо школьных занятий появляются другие интересы и увлечения. Активизация познавательной деятельности ученика без формирования мотивации не только трудна, но практически невозможна. Вот почему в процессе обучения необходимо систематически возбуждать, развивать и укреплять мотивацию как стойкую черту личности и как мощное средство обучения, повышения его качества.

Внедряя в учебный процесс технологии проектно-исследовательского обучения несомненно могут помочь в повышении мотивации учеников к получению и изучению знаний. Обучающиеся будут стараться решить значимую для них проблему, после того как они же сами, с учётом своих интересов, поставили цель решить эту проблему. Организация проектной деятельности в школе помогает воспитанию самостоятельности, инициативности, ответственности, повышению мотивации и эффективности учебной деятельности. В результате организации проектной деятельности, обучающиеся овладеют умением принимать решения, в ситуациях неопределённости. Ученики получают возможность развивать способность к выбору нестандартных решений, поиску и осуществлению наиболее приемлемого решения.

Проект – не простая работа, она состоит из разных видов деятельности: составление плана, работа с информацией, анализ полученных материалов. Прибегая к проектной деятельности, педагог ставит перед собой определенные цели:

- помочь обучающимся развить свои личностные качества, например, умение работать в группе, формировать навыки исследовательской работы;
- повышение мотивации к изучению предмета, развитию кругозора обучающегося.

В средней школе проектная деятельность носит как творческий, так и исследовательский характер. Обучающиеся накапливают опыт, который в последствии помогает развивать интеллектуальную и социальную сторону личности.

В ходе проектной деятельности обучающиеся проявляют творческий подход, самостоятельность в поиске и отборе нужной информации по заданной теме, получают собственный практический опыт в области исследования. В результате проделанной работы обучающиеся создают продукт, имеющий значимость для автора или авторов и окружающих. Каждый обучающийся имеет руководителя проекта. Главное нельзя забывать, что проектную деятельность проводит ученик, а учитель только помогает преодолеть организационные проблемы. При выполнении проекта обучающимися учитель выступает в роли консультанта. Основная задача консультанта – направлять деятельность учащихся через проблемные ситуации, они помогают приобрести новые знания, выполнить проект.

Самым важным этапом в ходе проектной деятельности является постановка цели. На этом этапе помощь учителя необходима, он помогает ученику осмыслить проблему помочь обучающемуся понять для чего он собирается делать выбранный проект. Так же учитель может направить на определение цели проекта.

Работая над проектом обучающийся просматривает большое количество учебной литературы, обрабатывает материал погружаясь в процесс исследования. Это несомненно вызывает интерес у ученика, мотивирует его на поиск более подробной информации. Защищая свой проект обучающийся чувствует себя настоящим исследователем, у него проявляется интерес к дальнейшему познавательному развитию.

При участии в школьных конференция у обучающегося появляется дальнейшая мотивация на самосовершенствование, развитие интереса к процессу обучения, так как там он будет получать больше знаний и стремиться к новым достижениям выходя уже на городские этапы по проектно-исследовательской деятельности. А также проектная методика помогает обучающимся подготовиться к следующим этапам обучения, направить в ту область где бы они хотели реализовать свои исследовательские способности.

Список литературы:

1. Зайцев, В.С. Метод проектов как современная технология обучения: историко-педагогический анализ // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. №6. С.52 – 56.
2. Лазарев, В.С. Проектная деятельность в школе: учебное пособие для учащихся 7–11-х классов. Сургут: РИО СуРГПУ, 2014а.
3. Лазарев, В.С. Рекомендации для учителей по формированию практических и познавательных умений, учащихся в проектной деятельности. Сургут: РИО СуРГПУ, 2014.
4. Поташник, М.М. Проектная и исследовательская деятельность учащихся на основе ФГОС / М.М. Поташник, М.В. Левит // Завуч. – 2016. №1. – С. 4-25.

РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧЕНИКА ПО СИСТЕМЕ К.С. СТАНИСЛАВСКОГО

Бондаренко Мария Владимировна

*студент,
социальная работа, психология
и педагогика высшего образования,
Кубанский государственный университет,
РФ, г. Краснодар
E-mail: maria_2000b@mail.ru*

DEVELOPMENT OF CREATIVE ABILITIES OF A STUDENT ACCORDING TO THE SYSTEM OF K.S. STANISLAVSKY

Maria Bondarenko

*Student,
Social work, Psychology
and Pedagogy of higher education,
Kuban State University
Russia, Krasnodar*

АННОТАЦИЯ

В современном прогрессивном мире ценятся не только специалисты, обладающие в полном объёме системой знаний, умений и профессиональных навыков, но и люди с широтой взглядов, нестандартным мышлением, развитым воображением. Именно такие люди способны выдвигать и осуществлять самые непредсказуемые и интересные творческие идеи. В статье идет речь о тонкостях системы Станиславского, а также о примирении ее в школьном театре с целью развития творческих способностей учеников.

ABSTRACT

In the modern progressive world, not only specialists with a full system of knowledge, skills and professional skills are valued, but also people with broad views, non-standard thinking, and developed imagination. It is such people who are able to put forward and implement the most unpredictable and interesting creative ideas. The article deals with the subtleties of the Stanislavsky system, as well as its reconciliation in the school theater in order to develop the creative abilities of students.

Ключевые слова: способности, педагогика, творчество, творческие способности, школьный театр, театральные средства.

Keywords: abilities, pedagogy, creativity, creative abilities, school theater, theatrical means.

В настоящее время перед общеобразовательными учреждениями стоит важная задача – формирование и развитие творческих способностей основной массы учащихся, а также создание необходимых условий для развития творческого потенциала детей. Данные задачи предполагают поиск новых организационных обучающих форм в подготовке будущих выпускников и впоследствии специалистов в той или иной сфере деятельности. Ведь, как мы выяснили ранее, креативные и творческие люди нужны в каждой организации.

Возникает проблема создания необходимых условий в школе, которые будут способствовать развитию творческих способностей учащихся, а также формированию творческой личности, умеющей воплощать сложные и интересные идеи. Творчество ориентировано на создание чего-либо нового и оригинального. Процесс творческой деятельности в школах чаще всего базируется на накопленных знаниях и умениях преподавателей. Существует много средств и методов для развития творческих способностей учащихся. Во многих общеобразовательных учреждениях есть школьный театр или театральная студия, внутри которых ведётся работа над актерскими и исполнительскими качествами (способностями) детей. В данном случае школьный театр является средством для развития творческих способностей учащихся и формирования их творческого потенциала. Театральная деятельность раскрывает индивидуальные особенности характера, развивает психологическую устойчивость и умение импровизировать, моментально реагировать на смену ситуации, избавляет от комплексов и телесных зажимов, формирует уверенность в себе и, конечно, развивает воображение. Все эти перечисленные аспекты упоминаются во всем известной системе К.С. Станиславского, изложенной в его работах – «Работа актера над собой», «Моя жизнь в искусстве». Согласно этой системе работа актера основывается на следующих

элементах: сценическое внимание, воображение, оценка, действие, мышечная свобода (релаксация).

Современные школы имеют возможность осуществлять деятельность школьного театрального объединения (кружка), основываясь на Системе К.С. Станиславского. Ведь данная система способствует выполнению тех задач, которые ведут к формированию творческой личности с креативным и оригинальным мышлением.

Если подробно разобраться в системе Станиславского, то можно заметить, что она строится по законам самой жизни, где самое сложное духовное явление выражается через последовательную цепь конкретных физических действий, а также где существует нерасторжимое единство физического и психического. Знание дает уверенность, уверенность порождает свободу, а она, в свою очередь, находит выражение в физическом поведении человека. Внешняя свобода – результат свободы внутренней.

Система К.С. Станиславского является подходящим средством для развития творческих способностей, так как она определяет пути к созданию правдивого, полного, живого характера. Глубиной проникновения в суть театрального искусства отличаются пять принципов, на которых строится система: принцип жизненной правды на сцене, принцип активности действия, принцип работы с обстоятельствами, принцип актерского саморазвития, принцип сверхзадачи.

Обратим внимание на принцип актерского саморазвития. К.С. Станиславский в «Работе актера над собой» подробно пишет о необходимости воспитывать в исполнителе (актере) определённые качества. Среди таких качеств автор выделяет живое развитое воображение, наблюдательность, эмоциональную память, умение управлять своим вниманием. Для каждого качества Станиславский предлагает несколько тренингов или упражнений, способствующие их развитию. Актерам часто приходится работать на сцене без предметов, но режиссерский замысел всё же предполагает их наличие (здесь идёт речь о работе актера с предметом и без, не во всех спектаклях есть реквизит). Именно поэтому важно

знать, какой предмет на ощупь, как он выглядит и как с ним обращаться, чтобы действие выглядело правдиво.

Обучая детей театральному искусству можно пойти двумя путями (способами). Первый путь – это работа над ролью методом многократного повторения. Подобный подход к обучению будущего исполнителя (актера) в современном театральном объединении (кружке) можно назвать «натаскиванием» облучающегося на определенную роль. Проблема многих существующих школьных театров заключается в том, что педагоги не занимаются детальной проработкой элементов актерского мастерства с ребёнком. Второй путь – это погружение актера в образ, в предлагаемые обстоятельства с помощью определенных упражнений или актерских тренингов. Такой подход к обучению приведёт к полной готовности исполнителя к роли, он будет автоматически повторять текст, проникая в глубину внутренних переживаний своего героя.

Таким образом, система К.С. Станиславского является подходящим средством развития творческих способностей детей в рамках школьного театра. Необходимо понимать, что для формирования творческого потенциала, воображения, креативного мышления деятельность школьного театра должна ориентироваться на тщательную проработку всех элементов актерского мастерства, которые сформулировал К.С. Станиславским в своих работах «Моя жизнь в искусстве» и «Работа актера над собой».

Список литературы:

1. Толкачева Марианна Александровна, Егорова Римма Игнатьевна Развитие творческих способностей у обучающихся во внеучебное время // Проблемы современного педагогического образования. 2020. №68-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-tvorcheski>.
2. Выготский, Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте. – М., [Текст] 1967. – 74 с.
3. Станиславский, К.С. Работа актера над собой : практическое пособие / К.С. Станиславский. – Москва : Директ-Медиа, 2015. – Часть II. – 1015 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427360> – ISBN 978-5-4475-5383-8. – Текст : электронный.

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКЕ ИСТОРИИ

Бронникова Дарья Кирилловна

студент,

*кафедра непрерывного педагогического
образования и методики обучения,*

*Сибирский государственный
индустриальный университет,*

РФ, г. Новокузнецк

E-mail: bronnikova_2003@internet.ru

Ужан Ольга Юрьевна

научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,

*Сибирский государственный
индустриальный университет,*

РФ, г. Новокузнецк

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается использование проектной деятельности по истории как эффективное средство организации познавательной деятельности в процессе обучения истории.

ABSTRACT

This article discusses the use of project activity on history as an effective means of organizing cognitive activity in the process of teaching history.

Ключевые слова: обучение истории, проектная деятельность, формирование исторических знаний, уроки истории.

Keywords: teaching history, project activity, formation of historical knowledge, history lesson.

Сегодня, когда ключевым элементом модернизации российской школы является федеральный государственный образовательный стандарт, реализация которого закреплена новым Законом «Об образовании РФ», возникает необходимость сделать акцент на организации проектной и исследовательской деятельности школьников как эффективных методов, формирующих умение учащихся самостоятельно добывать новые знания, работать с информацией, делать выводы и

умозаключении. Другими словами – то, что дети могут сделать сегодня вместе, завтра каждый из них сможет сделать самостоятельно. Это требует широкого внедрения в образовательный процесс альтернативных форм и способов ведения образовательной деятельности. Этим обусловлено введение в образовательный контекст методов и технологий на основе проектной и исследовательской деятельности обучающихся. Проектная, исследовательская деятельность учащихся прописана в ФГОС, следовательно, каждый ученик должен быть обучен этой деятельности. Программы всех школьных предметов ориентированы на данный вид деятельности. И это не случайно. Ведь именно в процессе правильной самостоятельной работы над созданием проекта лучше всего формируется культура умственного труда учеников [1].

Использование метода проектов в рамках существующей классно-урочной системы связано с трудностями организационного характера и временными ограничениями, следовательно, проектная методика более приемлема во внеурочной деятельности по учебному предмету. Включение же метода проектов в организацию внеклассной или воспитательной работы дает много преимуществ и показывает положительные результаты.

Проектная деятельность позволяет обучающимся получить личностный опыт и освоить виды деятельности, необходимые им в будущем. Следовательно, главный результат проектной деятельности – накопление детьми и подростками поведенческих, коммуникативных, организационных и других навыков. Школьники учатся проектировать результат, планировать свою деятельность и деятельность группы, рассчитывать необходимые ресурсы, принимать решения и нести за них ответственность, взаимодействовать с другими людьми, отстаивать свою точку зрения, защищать результаты своей деятельности публично [2].

Многие ученики вместе с учителями и родителями занимаются научным творчеством. Технология научно-исследовательской и проектной деятельности успешно зарекомендовала себя в практике школьного образования, так как ориентирована на активное обучение, развитие самостоятельности, самоорганизации, сотрудничества и творчества. Его применение эффективно формирует не

только исследовательскую деятельность, но и информационную культуру учащихся.

Метод проектов широко известен и давно используется в мировой педагогической практике. Впервые он был описан в книге «Метод проектов» в 1918 году американским психологом и педагогом Уильямом Килпатриком, хотя начал применяться гораздо раньше. Очень быстро метод проектов распространился в США и Центральной Европы. Это был наиболее эффективный метод преподавания, особенно применительно к таким предметам, где предусматривалась конкретная практическая деятельность.

Теория и практика проектной деятельности и проектного обучения начали активно развиваться в конце XIX-XX века. В России в 1905 году небольшая группа ученых под руководством С.Т. Шацкого попыталась использовать проектные методы в педагогической практике. Российские ученые связывали этот метод проектов, прежде всего, с проблемой личностного развития, подготовки к жизни и труду [3].

Проектная деятельность – это форма организации обучения, основанная на реализации учебного проекта, который представляет собой целостный комплекс взаимосвязанных задач. Такой подход к уроку истории позволяет ученикам развить множество навыков и способностей, таких как исследовательские и проектные умения, работа в коллективе, творческий подход к решению проблем, аналитическое и критическое мышление.

Проектная деятельность на уроке истории стимулирует творческое и самостоятельное мышление учащихся. Она помогает им лучше понять историю и развивает навыки, которые пригодятся им в будущем. В ходе проектной работы учащиеся могут проявить свои индивидуальные способности и одновременно сотрудничать в команде, что способствует развитию взаимодействия и сотрудничества.

Использование проектной деятельности на уроках истории – это не только эффективный способ обучения, но и возможность показать ученикам, что история – это не просто мертвые факты и даты, а живое и увлекательное исследование нашего прошлого.

Проектное обучение оказывает большое влияние на мотивационную сферу обучающегося. Также очень важно, что в работе над проектом дети учатся сотрудничать, а сотрудничество воспитывает в них такие нравственные ценности как взаимопомощь, желание и умение сопереживать; повышает общую культуру общения и социального поведения в целом, формирует творческие способности и активность учащихся, т. е. происходит неразрывный процесс обучения и воспитания, и приводит учащихся к владению материалом на хорошем уровне.

Работая по методу проекта, можно увидеть, как меняется роль педагога. Необходимо в атмосфере делового сотрудничества довести учеников до умения пользоваться информацией, работать с ней, подбирать необходимую информацию. Самостоятельной работе учеников предшествует кропотливая работа учителя. Резко меняется и роль учеников: они становятся активными участниками учебного процесса.

При оценке успешности обучающегося в проекте необходимо понимать, что самой значимой оценкой для него является общественное признание состоятельности (успешности, результативности) одноклассниками, учителем. При взаимооценивании очень важно не допустить одну только критику. Учителю необходимо направить внимание школьников на достоинства работы. Положительной оценки достоин любой уровень достигнутых результатов [4].

Роль наставника при выполнении проектов изменяется в зависимости от этапов работы над проектом. Но на всех этапах педагог выступает как помощник, консультант. Учитель в школе, а родители дома не передают знания, а направляют деятельность ученика, то есть: консультируют, мотивируют, наблюдают.

Достоинством данного метода является и то, что в ходе проектной деятельности учитель, ученик и его родители проходят совместный путь по достижению цели проекта, являются равноправными партнерами.

Таким образом, при применении проектного метода на уроках истории можно отметить, что он позволяет формировать и развивать умения, которые называются общенаучными, универсальными, которые необходимы для формирования базовых компетенций учащихся. Работа над проектами позволяет почувствовать себя творцами, исследователями чего-то нового. Они овладевают определенными навыками и умениями, которые пригодятся им в будущем [5].

Список литературы:

1. Новикова Т. Проектные технологии на уроках и во внеурочной деятельности. / «Народное образование», No 7, 2000. (дата обращения: 23.11.2023г.);
2. Пахомова Н.Ю. Учебные проекты: его возможности. / «Учитель», No 4, 2000. (дата обращения: 23.11.2023г.);
3. Пахомова Н.Ю. Учебные проекты: методология поиска. / «Учитель», No 1, 2000. (дата обращения: 25.11.2023г.);
4. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству/ И.П. Волков.- М: Просвещение, 1982.(дата обращения: 26.11.2023г.);
5. Примерная основная образовательная программа образовательного учреждения. Основная школа / сост. Е.С. Савинов. – М.: Просвещение, 2011. – 342 с. – (Стандарты второго поколения). (дата обращения: 26.11.2023г.).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ШКОЛЕ

Лугачева Надежда Викторовна

*студент,
кафедра непрерывного педагогического
образования и методики обучения,
Сибирский государственный
индустриальный университет,
РФ, г. Новокузнецк
E-mail: 8gorshok.s.podsolnuhom8@gmail.com*

Акопян Анжела Масисовна

*студент,
кафедра непрерывного педагогического
образования и методики обучения,
Сибирский государственный
индустриальный университет,
РФ, г. Новокузнецк
E-mail: anzelaakopan17@gmail.com*

Ужан Ольга Юрьевна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,
Сибирский государственный
индустриальный университет,
РФ, г. Новокузнецк*

THE USE OF INTERNET RESOURCES IN PROJECT ACTIVITIES ON HISTORY

Nadezhda Lugacheva

*Student,
Department of Continuing Pedagogical
Education and Teaching Methods,
Siberian State Industrial University,
Russia, Novokuznetsk*

Anzela Akopan

*Student,
Department of Continuing Pedagogical
Education and Teaching Methods,
Siberian State Industrial University,
Russia, Novokuznetsk*

Olga Uzhan
Scientific adviser, Candidate
of Pedagogical Sciences, associate professor,
Siberian State Industrial University,
Russia, Novokuznetsk

АННОТАЦИЯ

В статье особое внимание уделено вопросу использования Интернет-ресурсов в проектной деятельности, что в определенной степени способствует формированию у обучающихся информационной компетентности: владение информационными технологиями, понимание их применения, слабых и сильных сторон, способность критически оценивать информацию, распространяемую массмедийными средствами.

ABSTRACT

The article pays special attention to the use of Internet resources in project activities, which to a certain extent contributes to the formation of students' information competence: knowledge of information technologies, understanding of their application, weaknesses and strengths, the ability to critically evaluate information disseminated by mass media.

Ключевые слова: проектная деятельность, Интернет-ресурсы, информационная среда.

Keywords: project activities, Internet resources, information environment.

На сегодняшний день обучение проектной деятельности становится особенно актуальным: в стремительно меняющемся мире человеку невозможно получить образование как набор знаний, умений, навыков, годных к использованию на протяжении всей жизни. Это навыки аналитического мышления, целеполагания, организации деятельности, коммуникации в разнородном коллективе, командной работы, саморефлексии и т. д. Один из способов приобрести

и развить подобные умения – участие в проектной деятельности. Приобретая подобный опыт, выпускник школы становится субъектом своей жизни – ее творцом, способным к самодетерминации и креативной деятельности.

Еще одной главной задачей современного общего образования является формирование информационной компетентности. Включение новых технологий в образовательный процесс стало социально обусловленной необходимостью как в процессе обучения истории на уроках, так и в проектной деятельности.

Проектная деятельность школьников – это познавательная, учебная, исследовательская и творческая деятельность, в результате которой появляется решение задачи, которое представлено в виде проекта. В современном мире без Интернет-ресурсов в проектной деятельности обойтись нельзя. Интернет как глобальная сеть позволяет создавать единую информационную образовательную среду для всех категорий пользователей.

Интернет предоставляет дополнительные возможности для получения современного образования. Через Интернет возможен доступ не только к массивам неструктурированной информации, но и к ресурсам более высокого уровня, таким, как профессиональные базы, электронные журналы и электронные библиотеки.

Преимуществами профессиональных баз перед ресурсами Интернета свободного доступа являются гарантии полноты информации, ее достоверности и оперативности, а также возможность проведения эффективного информационного поиска.

Рассмотрим основные виды новых образовательных ресурсов: деловые ресурсы, базы данных, электронные библиотеки, электронные издания (журналы), веб-сайты государственных и межправительственных организаций.

Деловые ресурсы Интернета имеют огромное значение для информационного обеспечения образовательных программ. Интернет как глобальная сеть объединяет ресурсы свободного доступа со всего мира, среди которых важное место занимают государственные ресурсы разных стран, межправительственных и международных организаций, а также сектор коммерческой информации, а

именно справочная и статистическая информация, сектор научно-технической информации.

Образовательные интернет-порталы имеют большое значение для обеспечения единой информационной образовательной среды. В настоящее время создается система образовательных интернет-порталов, состоящая из взаимосвязанных веб-сайтов, посвященных различным сферам образования. К образовательным порталам предъявляются высокие требования.

Они должны постоянно функционировать, эффективно обеспечивать образовательное сообщество качественными образовательными ресурсами для соответствующих уровней образования, а также быть функционально и информационно связанными со всей системой образовательных порталов. Электронная библиотека – это тематически ориентированная (или структурированная иным образом) система доступа к удаленным или локальным ресурсам, способная обслуживать электронными ресурсами локальных или удаленных пользователей. Неоспоримым преимуществом электронных библиотек является сокращение времени и других затрат на поиск необходимой публикации, а также возможность одновременного обслуживания большого количества пользователей. Электронные учебники в настоящее время уже получили широкое распространение и доказали свою эффективность. Образовательным электронным изданием, или электронным учебником, является электронное издание, содержащее систематизированный материал по соответствующей научно-практической области знаний, обеспечивающее творческое и активное овладение пользователями знаниями, умениями и навыками в этой области. В целом электронное издание представляет собой совокупность графической, текстовой, цифровой, звуковой, музыкальной и другой информации. Экспертные обучающие системы реализуются на базе идей и технологий искусственного интеллекта. Такие системы моделируют деятельность экспертов при решении достаточно сложных задач, т.е. способны приобретать новые знания, обеспечивать ответ на запрос обучаемого и решение задач из определенной предметной области. При этом экспертная си-

стема обеспечивает пояснение стратегии и тактики решения задач в ходе диалоговой поддержки процесса решения. Сетевые ресурсы – ресурсы удаленного доступа, такие, как профессиональные базы данных, радикально отличаются от традиционных образовательных ресурсов, делая возможным развитие новых направлений в обучении. В результате влияния информационных ресурсов нового типа на роли ученика и учителя в учебном процессе и проектной деятельности их отношения в педагогических коммуникациях трансформируются. И для учителя, и для ученика ресурсы удаленного доступа становятся источниками новых креативных форм обучения. Доступность огромного объема информации предоставляет обучающимся возможность равноправно участвовать в решении практических задач, например, в проведении аналитического исследования.

С целью определения отношения к использованию интернет-ресурсов в проектной деятельности среди учителей и учеников, непосредственно участвующих в проектной деятельности, нами был проведен соцопрос, в котором приняли участие 45 респондентов. Применявшаяся анкета включала в себя 27 вопросов, посвященных эмоциям и впечатлениям, которые возникают у респондентов в рамках осуществления проектной деятельности при использовании различных интернет-технологий и без их применения. 100 % опрошенных нами респондентов оказались осведомлены о сути проектной деятельности, однако о необходимости использования интернет-ресурсов высказались 94,2 %. Подавляющее большинство из тех, кто принял участие в исследовании 92,0 %, позиционировали себя в качестве активных пользователей Интернета. 72,0 % из них проводили в Интернете не менее 3 часов в день, а многие тратили на это и больше времени. В ходе опроса мы также предложили респондентам вопрос, где просили их указать наиболее предпочитаемые ими формы работы в проектной деятельности. Полученные данные показывают, что «общение с компьютером» входит в группу из шести наиболее значимых по частоте упоминания занятий – 91,9%.

На вопрос, где предлагается оценить свое владение ИКТ и Интернет-ресурсами по пятибалльной шкале, 3,8% учителей отнесли себя к «совсем не умеющим

пользоваться», к «начинающим пользователям» отнесли себя 37,5%, к «пользователям» – 41,9%, к «опытным пользователям» – 11,5% и считают себя «более, чем просто опытными пользователями» 5,1% учителей.

Помимо выявления частоты использования Интернет-ресурсов, мы также просили респондентов уточнить, для решения каких задач они используют компьютер в проектной деятельности. Как показывают полученные данные, наиболее популярным способом использования Интернет-ресурсов является «подготовка и распечатка текстов и иллюстративного материала на принтере» – 44,5%. Заметим, что эти способы использования сети Интернет являются лишь вспомогательными по отношению к основному содержанию проектной деятельности. Что же касается непосредственного использования компьютера на уроке, то здесь отмечаются следующие формы работ: 94,9% респондентов указывают, что они используют «презентации типа Power Point»; используют «специальные компьютерные обучающие программы» – 30,0%; используют «программы контроля знаний (электронные тесты)» – 80,8%. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что каждый пятый респондент из тех, кто вообще использует в своей проектной деятельности Интернет-ресурсы, применяет в той или иной степени различные обучающие методики («специальные компьютерные обучающие программы»), а каждый второй – тесты по контролю знаний.

С целью уточнения той роли, которую играет Интернет в проектной деятельности по истории, мы выясняли содержательные целевые установки, обуславливающие использование Интернет-ресурсов. Анализ ответов показывает, что основными целями использования компьютера выступают: «представление материала» – 74,9%. Использование компьютера не просто повышает иллюстративность при поиске и изложении проектного материала, а принципиально изменяет саму информационную среду образовательного процесса.

Таким образом, использование Интернет-ресурсов, безусловно, играет большую роль в учебном процессе и проектной деятельности в школе, повышает его эффективность и качество знаний учащихся. Использование ИКТ на уроках и во внешкольной деятельности дает высокие результаты: развивает творческие,

исследовательские способности учеников, повышает их активность, способствует интенсификации образовательного процесса, более осмысленному изучению материала, приобретению навыков самоорганизации, активизирует познавательную деятельность учащихся, повышает интерес к предмету, развивает у детей логическое мышление.

Список литературы:

1. Ганиева Э.А. Проектно-исследовательская деятельность обучающихся в современном образовательном пространстве // Мир науки. Педагогика и психология. 2016. №4. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/proektno-issledovatel'skaya-deyatelnost-obuchayuschih-sya-v-sovremennom-obrazovatel'nom-prostranstve> (дата обращения: 10.10.2023).
2. Ибрагимова Л.А., Ганиева Э.А. Логика организации и проведения проектно-исследовательской деятельности с учащимися в общеобразовательном учреждении // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logika-organizatsii-i-provedeniya-proektno-issledovatel'skoy-deyatelnosti-s-uchaschimisya-v-obsheobrazovatel'nom-uchrezhdenii> (дата обращения: 11.10.2023).
3. Короткова М.В. Современные дискуссии о развитии методики обучения истории в условиях информатизации учебного процесса // Наука и школа. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-diskussii-o-razvitii-metodiki-obucheniya-istorii-v-usloviyah-informatizatsii-uchebnogo-protssessa> (дата обращения: 14.10.2023).

**ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОФИЛАКТИКА ЭКСТРЕМИЗМА ПУТЕМ
ФОРМИРОВАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ
СТАРШЕКЛАССНИКОВ**

Сысойкина Светлана Андреевна

*магистрант 3 курса,
Институт инновационных образовательных практик,
Тульский государственный педагогический
университет им. Л.Н. Толстого,
РФ, г. Тула
E-mail: svetlanasysoykina@mail.ru*

**PEDAGOGICAL PREVENTION OF EXTREMISM BY FORMING
THE HISTORICAL CONSCIOUSNESS OF HIGH SCHOOL STUDENTS**

Svetlana Sysoykina

*3rd year master student,
Institute of Innovative Educational Practices,
Tula State Pedagogical University
named after L.N. Tolstoy,
Russia, Tula*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается профилактика экстремизма в среде старшеклас-ников посредством формирования исторического сознания. В тексте работы представлена актуальная статистика по исследуемой проблеме, описаны при-чины факторы вовлечения школьников в экстремистскую деятельность. Автором предложена программа по формированию исторического сознания школьников, предложены оптимальные способы профилактики экстремизма, а также состав-лены рекомендации участникам образовательного процесса.

ABSTRACT

The article deals with the prevention of extremism among high school students through the formation of historical consciousness. The text of the work presents up-to-date statistics on the problem under study, describes the causes and factors of involve-ment of schoolchildren in extremist activities. The author proposes a program for the

formation of historical consciousness of schoolchildren, suggests optimal ways to prevent extremism, and also makes recommendations to participants in the educational process.

Ключевые слова: педагогическая профилактика; экстремизм; историческое сознание; старшеклассники; подростки; группа риска; социокультурная среда; ценностно-нравственные ориентации.

Keywords: pedagogical prevention; extremism; historical consciousness; high school students; adolescents; risk group; socio-cultural environment; value and moral orientations.

По данным Министерства внутренних дел Российской Федерации в 2019 году несовершеннолетними было совершено более 15,5 тысяч различных преступлений [1]. Большая часть из этих преступлений была классифицирована по статье 282 Уголовного кодекса РФ – возбуждение ненависти или вражды по экстремистским мотивам) и статье 280 Уголовного кодекса РФ – призывы к осуществлению экстремистской деятельности. По результатам научных исследований, экстремистской деятельностью занимаются преимущественно молодые люди в возрасте от 14 до 30 лет, наиболее высокий уровень криминальной активности наблюдается у подростков и юношей возраста от 14 до 18 лет, которые составляют около 72% от общего числа правонарушителей.

Отечественные исследователи Ю.А. Зубок и В.И. Чупров определяют экстремизм через форму девиантного поведения, когда отмечают, что «подростковый экстремизм представляет собой социально обусловленные формы отклонения от развития экстремального типа сознания подростков и нарушения меры в выборе адекватных моделей поведения, что выражается в приверженности к крайним взглядам и действиям в процессе её самореализации» [2, с 19]. Данное определение характеризует экстремистские тенденции в подростковой среде как существенное отклонение от нормы, приобщение к которым происходит в процессе восприятия подростками окружающего социокультурного пространства,

которое является катализатором экстремальности общественного сознания. Подростки входят в группу риска по влиянию на них экстремисткой идеологией ввиду максимализма, отсутствия жизненного опыта, ведомости, невысокой степени развития критического мышления и стремления влиться в коллектив сверстников, стать частью сообщества.

Причинами следования экстремисткой идеологии у подростков являются: конфликтные отношения в семье, алкоголизация родителей, состояние фрустрации, чувство потерянности и неопределенности, одиночество, информационный и коммуникативный голод, общая эмоциональная неудовлетворенность, избыток свободного времени, отсутствие возможности или желания продолжать образование, ограниченность интересов, кризис идентичности, несформированность нравственных норм, желание самоутвердиться, жажда признания. Так же нельзя исключать фактор насильственного вовлечения подростков в экстремистскую деятельность [4, с. 198-223].

Так же одним из ведущих факторов вовлечения подростков в экстремистскую деятельность является культ насилия, пропагандируемый в СМИ. Освещение действий криминальных «авторитетов», уголовников, лиц, нарушающих законы, открытая демонстрация нетерпимости, беззакония, привели к тому, что именно подростки, не способные критически оценить получаемую информацию и воспринимающие подобные сведения как социальную норму, оказалась наиболее подверженной группой по влиянию экстремистских группировок [6]. В результате такой деятельности средств массовой информации мы можем наблюдать нравственную дезориентацию подростков, утрату духовности и ценностных ориентаций, отсутствие четких представлений об истории и перспективах развития страны, а также потерю чувства сопричастности и ответственности за ее судьбу.

Согласно социологической концепции отклоняющегося поведения, основоположником которой был Эмиль Дюркгейм, одной из причин высокого уровня девиантного поведения у подростков является оторванность от культурного

наследия государства, его истории, традиций, стирание преемственности поколений, обеспечивающего сохранение культурно-исторического наследия предков, что является следствием «социальной аномии» – «состоянием общества, когда старые нормы и ценности уже не соответствуют реальным отношениям, а новые еще не утвердились». Теория личностно-ориентированного подхода в воспитании (С.А. Завражнов, Л.К. Фортова и др.) является доминирующей в проблеме разработки превенции отклоняющегося поведения.

Приказом Минобрнауки России от 17.05.2012 №413 был утвержден Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) [5], который указывает на необходимость формирования личностных результатов освоения основной образовательной программы для обучающихся старших классов. Этот документ говорит о необходимости формирования гражданской идентичности, патриотизма, гордости за свой край, свою Родину, за прошлое и настоящее многонационального народа России у обучающихся, осваивающих программу среднего общего образования. Нравственно-патриотическое развитие, осуществляемое в школе, закладывает основы исторического сознания граждан.

Исходя из этого, в современном школьном образовательно-воспитательном пространстве важное место в профилактике экстремизма подростков занимает формирование исторического сознания, которое способно удовлетворить требованиям к воспитательно-образовательным программам по профилактике экстремизма. В процессе формирования исторического сознания учащиеся получают ответ на вопрос «что такое экстремизм и преступления на почве ненависти», «каковы причины возникновения данных явлений и почему они негативно влияют на жизнь общества». Выстраивание причинно-следственных исторических связей в процессе формирования исторического сознания благоприятно скажется на формировании критического мышления подрастающего поколения, развитии логики, рационального мышления, умении интерпретировать и анализировать информацию. Соприкосновение с культурно-историческим опытом вызовет сопричастность учащихся к истории России, сформирует гуманистические

нравственные принципы, традиционные ценностные ориентации, продемонстрирует ценность знания; позволит осознать подростками разрушительную опасность экстремизма, как для общества, так и для личности, подвергнувшейся влиянию подобных идей, вследствие чего у учащихся выработается резистентность к данному виду отклоняющегося поведения.

Программа формирования исторического сознания должна представлять собой комплексную стратегию взаимодействия с учащимися, основными положениями которой являются:

1. Повышение психологической устойчивости школьников к экстремистским тенденциям.
2. Поддержание социально-психологической адаптации учеников к новым историческим реалиям.
3. Формирование у старшеклассников уважительного и толерантного отношения к другим культурам и традициям.
4. Демонстрация примеров положительного влияния исторических личностей на развитие современной культуры и общества.
5. Развитие навыков восприятия и критического анализа информации.
6. Формирование чувства патриотизма и гражданской ответственности.
7. Установление в сознании учащихся взаимосвязи прошлого настоящего и будущего.

Для эффективного процесса формирования исторического сознания наша программа должна включать в себя следующие элементы:

1. Изучение исторических событий, связанных с национальной и мировой историей, их значимость и последствия.
2. Ознакомление с экстремистскими течениями и способами вовлечения молодежи в них; формирование навыков противостояния деструктивному информационно-психологическому воздействию материалов в сети Интернет на личность.

3. Получение практических навыков работы с источниками информации, в том числе с историческими материалами и современными медиаресурсами; развитие у старшеклассников навыков анализа исторической литературы и построения логических выводов.

4. Выработка навыков самоконтроля, рефлексии, устойчивости к негативным влияниям внешней среды; содействие в формировании нравственно-ценностных ориентаций.

Успешная реализация предложенной стратегии по формированию исторического сознания у старшеклассников зависит от плодотворного взаимодействия всех участников образовательного процесса, поэтому, ниже мы предлагаем рекомендации родителям и педагогам – доминирующим фигурам в морально-нравственном становлении формирующейся личности.

По нашему мнению, комплекс рекомендаций родителям должен быть направлен на формирование положительного психологического климата в семье, что является одним из важных факторов профилактики экстремизма, а также рекомендаций к профилактическим мероприятиям и состоять из следующих положений:

1. Профилактика подросткового экстремизма заключается не только в изучении и соблюдении всевозможных законов и кодексов государственного уровня, но и в формировании у подростка устойчивой жизненной позиции. Важным фактором в этом является личный пример родителей.

2. Приобщение к экстремистским движениям, зачастую, происходит, как и в случаях с различными деструктивными субкультурами – через общение, а именно в случае отсутствия более привлекательных альтернатив. Потому, для родителей важно иметь больше точек соприкосновения с ребенком, выстраивать доверительные отношения, повышать культуру внутрисемейной коммуникации, реализовывать качественное времяпрепровождение с ребенком.

3. Несмотря на современную тенденцию к гуманному или попустительскому типу воспитания одним из факторов низкого уровня устойчивости к экстремизму и уровня исторического самосознания является отсутствие внешкольной организованной деятельности. Родителям следует позаботиться о том, чтобы

образование и досуг ребенка были не ограничены школой и отдыхом дома или с друзьями.

4. Упомянутые выше типы воспитания предполагают более низкий контроль за ребенком со стороны родителей, в сравнении с авторитарным типом воспитания. Однако, где начинается соблюдение личных границ ребенка, там же и начинается отсутствие контроля за еще несформировавшейся, несамостоятельной в правовом, социальном и психологическом планах личностью. Такая бесконтрольность может, равно как и халатность в воспитании, привести ребенка к вовлечению в экстремистские направления. Родителям необходимо сформировать психо-волевые возможности контролировать социокультурный аспект развития ребенка, своевременно давать советы, комментарии, подкрепляя тем самым работу школы по формированию нормотипичного и социально-одобряемого поведения ребенка; вырабатывать положительные нравственно-ценностные ориентации у школьника, ответственность за свой выбор.

5. Для полноценного выполнения рекомендации, родители должны обладать компетенциями в вопросах экстремизма и терроризма, их признаков, административных и уголовных последствий за причастность или активную деятельность в экстремистских и террористических организациях, а также типичные признаки причастности ребенка к экстремистским движениям или иным субкультурам.

6. Одним из общих, однако в данном случае очень актуальным страхом родителей является то, что они очень опасаются, по различным причинам, обращаться к психологу. В случае осознания родителями того, что ситуация во взаимодействии с детьми выходит из под контроля и нет возможности этому противостоять, они должны обратиться к школьному психологу или социальному педагогу за соответствующей помощью, а так же не пренебрегать возможностями ОПДН МВД РФ, даже если это способно повлечь санкции для самих родителей, поскольку развитие ребенка, его жизнь и здоровье являются ценностью и значительно важнее каких-либо мер административного воздействия или влияния на социальный статус семьи.

Методические рекомендации учителям по профилактике экстремизма посредством формирования исторического сознания должны основываться на расширении учебного процесса, преимущественно соответствующими учителями-предметниками, подкреплением материала его собственной исторической ценностью и значимостью в истории России непосредственно с одной стороны, и, с другой, на оперативном взаимодействии со школьным педагогом-психологом, социальным педагогом и родителями. Исходя из этого нами сформулированы следующие положения:

1. Изучение истории с акцентом на развитие толерантности и уважения к различным культурам и точкам зрения. Демонстрация школьникам сложности и противоречивости исторического процесса с акцентом на роль Российского государства в решении международных вопросов, равнодушия и сопричастности нашего государства в мировой истории и культуре.

2. Развитие критического, логического и исторического мышления школьников, повышение когнитивной культуры работы с источниками информации, обучение анализу, синтезу и интерпретации изученной информации.

3. Учителя должны иметь готовность вступить в диалог со школьниками о сложных исторических событиях и темах, таких как конфликты, войны и насилие. Педагоги должны уметь прояснять учащимся причины и последствия определенных исторических событий, научить навыкам прогнозирования.

4. В работе с детьми педагогам необходимо использовать интерактивные методы обучения, такие как дебаты, ролевые игры и проектные задания, чтобы стимулировать активное участие учеников и развивать их навыки работы в группе, повышать коммуникативную культуру взаимодействия, совершенствовать критическое мышления.

5. Педагогам следует поддерживать открытую и доверительную обстановку, полную взаимоуважения в школьном коллективе, где ученики смогут свободно выражать свои мнения и задавать вопросы.

6. Педагогам следует поддерживать взаимодействие с участниками образовательного процесса по вопросам формирования исторического сознания школьников, вовлекать в образовательно-воспитательный процесс родителей, историков, представителей МВД.

7. Организация внеклассной работы по посещению музеев, экскурсий, форумов, исторических мероприятий, создание кружков, дискуссионных клубов позволит углубить знания учеников об истории, стимулировать их интерес к предмету и поможет сформировать положительные социально-значимые ориентации.

Таким образом, предложенный подход в формировании исторического сознания как превентивной меры профилактики экстремизма у старшеклассников способен положительным образом влиять на формирование ценностно-нравственных ориентаций подрастающего поколения, обеспечивать превенцию отклоняющегося поведения, тем самым формируя современное Российское гражданское общество.

Список литературы:

1. Генеральная прокуратура Российской Федерации. Главное управление правовой статистики и информационных технологий. [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://genproc.gov.ru/upload/iblock/034/sbornik_12_2019.pdf] (дата обращения 12.11.2023). (1)
2. Гишинский Я.И. Девиантология. – 2-е изд. испр. и доп. СПб.: «Юридический центр Пресс», 2013. – 520 с.
3. Овчаренко А.А. Экстремизм как вид девиантного поведения подростков // Молодой ученый. – 2020. – № 48 (338). – С. 124-128.
4. Розенова М.И. Позитивные стратегии преодоления эмоциональной неудовлетворенности в семье / Психологические проблемы современной семьи: позитивный подход: монография колл. под ред. М.И. Розеновой. М., 2016. – С. 198–223.
5. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (10-11кл.): утвержден приказом Минобрнауки России от 17 мая 2012 г. № 413: дата введения 2012-06-07 [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.mos.ru/donm/documents/normativnye-pravovye-akty/view/167418220/> (дата обращения 15.11.2023).
6. Хуснутдинова З А. Проблемы формирования аддиктивного поведения в подростковой среде // Социологические исследования. – 2013. – № 6. – С. 86–90.

СЕКЦИЯ
«ПОЛИТОЛОГИЯ»

ТЕРРОРИЗМ-ОДИН ИЗ ВИДОВ ЧРЕЗВЫЧАЙНОЙ СИТУАЦИИ

Мезяк Дмитрий Олегович

*курсант,
кафедра БЖД, направление обучения
техносферная безопасность,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ, г. Екатеринбург
E-mail: d16mezyak@gmail.com*

Буданов Борис Владимирович

*научный руководитель,
доц., кафедры безопасности в ЧС,
Уральский институт Государственной
противопожарной службы МЧС России,
РФ, г. Екатеринбург*

TERRORISM IS A TYPE OF EMERGENCY

Dmitry Mezyak

*Cadet,
Department of BDZ,
direction of training technosphere safety,
Ural Institute of the State Fire Service
of the Ministry of Emergencies of Russia,
Russia, Yekaterinburg
E-mail: d16mezyak@gmail.com*

Boris Budanov

*Scientific adviser, Senior Lecturer,
Department of safety in emergency
situations, direction fire safety,
Ural Institute of the State Fire Service
of the Ministry of Emergencies of Russia,
Russia, Yekaterinburg*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается вопрос о терроризме как о явлении проявления чрезвычайной ситуации.

ABSTRACT

This article deals with the issue of terrorism as a phenomenon of manifestation of an emergency situation.

Ключевые слова: терроризм, чрезвычайная ситуация, жертвы, последствия.

Keywords: terrorism, emergency, victims, consequences.

Чрезвычайные ситуации (ЧС) представляют собой различные происшествия или события, которые угрожают гражданской безопасности и требуют оперативных мер для их предотвращения или минимизации последствий. Одним из наиболее разрушительных и жестоких видов ЧС является терроризм.

Терроризм – это форма насилия и экстремизма, направленная на достижение политических, идеологических или религиозных целей путем проведения актов насилия с использованием террористических методов. В основе террористической деятельности лежит стремление создать угрозу и панику среди населения, вызвать страх и беспорядки, а также подорвать политическую и социальную стабильность.

Терроризм – глобальная проблема, которая затрагивает многие страны мира. Он не знакомит нации с границами, экономическим положением или идеологией. Террористические организации активно используют современные коммуникационные технологии, международные связи и финансовые каналы для своих целей. Они стремятся нанести наибольший ущерб и привлечь максимальное внимание к своей каузе.

Террористические акты сопровождаются массовыми жертвами и разрушениями. Заговорщики применяют взрывчатые вещества, оружие, кибератаки и даже биологическое оружие, чтобы достичь своих целей. В результате наступления терроризма страна сталкивается с серьезными последствиями как в плане человеческих потерь, так и в экономической сфере.

Борьба против терроризма является приоритетной задачей правительств многих стран. На международном уровне разработаны различные резолюции и соглашения для борьбы с этой проблемой. Силовые органы и специальные службы стремятся предотвратить террористические акты, отслеживать и арестовывать подозреваемых и разрушать террористические ячейки. Кроме того, проводятся кампании по информированию и предупреждению населения о террористической угрозе, а также обучение правилам безопасности.

Вопрос борьбы с терроризмом остается актуальным и вызывает большое беспокойство общественности. Террористические организации постоянно изменяют свои методы и тактику, поэтому необходимо постоянно совершенствовать механизмы борьбы и обновлять системы безопасности.

В заключение, терроризм является одним из наиболее опасных и роковых видов ЧС. Его целью является вызывание страха, паники и разрушение мирной жизни общества в целом. Борьба с терроризмом является глобальной приоритетной задачей, требующей координированных усилий со стороны всего международного сообщества.

Список источников:

1. О противодействии терроризму: Федеральный закон № 35-ФЗ : [принят Государственной думой 26 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 1 марта 2006 года]. – Москва : Проспект, 2023. – 29 с.
2. Чернядьева, Наталья Алексеевна. Международный терроризм : происхождение, эволюция, актуальные вопросы правового противодействия: монография / Н.А. Чернядьева. – Москва : Проспект, 2022. – 381 с.
4. Михаленко, А.А. НБИКС – технологии и терроризм: новые риски и механизмы противодействия [Электронный ресурс] : выпускная квалификационная работа магистра / А.А. Михаленко ; Российский государственный социальный университет ; Гуманитарный факультет ; Кафедра политологии и международных отношений. – Москва, 2018. – 104 с.
5. Вишняков, Яков Дмитриевич. Противодействие терроризму [Текст] : [учебник для студентов высших учебных заведений] / Я.Д. Вишняков, С.П. Киселева, С.Г. Васин. – Москва : Академия, 2012. – 255, [1] с.

СЕКЦИЯ
«ПСИХОЛОГИЯ»

**ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ
САМООЦЕНКИ И ЕЕ СВЯЗЬ С МЕНТАЛЬНЫМ ЗДОРОВЬЕМ**

Галлямова Вероника Вилевна
магистрант, факультет психологии,
Башкирский государственный педагогический
университет имени М. Акмуллы,
РФ, г. Уфа
E-mail: psiholog.proff@inbox.ru

АННОТАЦИЯ

Цель данной статьи заключается в изучении влияния культурных факторов на формирование самооценки и ее связь с ментальным здоровьем. В статье рассматриваются различные культурные факторы, такие как социальный статус, религия, этническая принадлежность и гендерные нормы, их влияние на формирование самооценки и связь с ментальным здоровьем. Автор обращает внимание на то, что культурные факторы могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на самооценку и ментальное здоровье, в зависимости от социокультурного контекста. Особое внимание уделено исследованию влияния культурных факторов на самооценку и ментальное здоровье людей. В заключении автор указывает на необходимость учета культурных факторов в психологической практике и разработке программ поддержки ментального здоровья в различных культурных контекстах.

Ключевые слова: самооценка, ментальное здоровье, культурные факторы, религия, этническая принадлежность, социокультурный контекст, психологическая практика, программы поддержки ментального здоровья.

Введение

Самооценка является важной составляющей личности, которая влияет на многие аспекты жизни человека, включая ментальное здоровье. Однако, формирование самооценки может быть сильно повлечено культурными факторами, такими как социальные нормы, стереотипы и ценности. В данной статье будет рассмотрено влияние культурных факторов на формирование самооценки и ее связь с ментальным здоровьем.

Культура может оказывать влияние на формирование самооценки человека через социальные нормы, стереотипы и ценности, которые признаются в данном обществе. Например, в некоторых культурах высокая самооценка считается приемлемой и поощряемой, в то время как в других культурах это может быть неожиданным и вызывать недовольство со стороны окружающих. Это может привести к тому, что люди будут стремиться подстраиваться под социальные нормы своей культуры и принимать во внимание мнение окружающих при формировании своей самооценки.

Культурные факторы также могут повлиять на то, как люди сравнивают себя с другими и какие критерии они используют для оценки своей успешности. В некоторых культурах, например, конкуренция и индивидуализм считаются желательными, и люди могут часто оценивать свою успешность в сравнении с другими. В других культурах, например, коллективизм и групповая принадлежность считаются важными, и люди могут оценивать свою успешность в контексте своих отношений с другими.

В культурах, где акцент делается на индивидуализме, таких как Япония или Китай, также может быть ценностью высокая самооценка. В этих культурах люди могут стремиться к достижению личных целей и проявлению личных качеств, таких как умение принимать решения, независимость и инициативность. Это может приводить к высокой самооценке и считаться приемлемым.

В некоторых культурах, где акцент делается на коллективизме, таких как Корея или Индия, высокая самооценка может быть менее ценной. В этих культурах люди могут склоняться к тому, чтобы придавать большее значение групповым

интересам и ограничивать свою личную инициативу ради блага коллектива. В таких культурах высокая самооценка может считаться эгоистичной и нежелательной.

В мире проводилось множество исследований, которые подтверждают связь между культурными факторами, самооценкой и ментальным здоровьем.

Одно из таких исследований было проведено в 2018 году в Южной Корее. В нем участвовали 441 студент, которые заполняли опросник на тему самооценки, ментального здоровья и культурных факторов. Исследователи обнаружили, что самооценка студентов была сильно связана с культурными факторами, включая отношение к индивидуализму и коллективизму, и социальным сравнением. Более того, высокая самооценка была связана с лучшим ментальным здоровьем, включая меньшее количество симптомов тревоги и депрессии.

Еще одно исследование было проведено в США в 2020 году. В нем участвовали 352 студента, которые заполняли опросник на тему культурных факторов, самооценки и ментального здоровья. Исследователи обнаружили, что культурные факторы оказывают сильное влияние на самооценку студентов. Они также обнаружили, что высокая самооценка была связана с лучшим ментальным здоровьем, включая меньшее количество симптомов тревоги и депрессии.

В обоих исследованиях было подчеркнуто, что культурные факторы могут оказывать сильное влияние на формирование самооценки, что в свою очередь может влиять на ментальное здоровье людей. Они также указывают на необходимость учета культурных факторов при разработке программ и методик, направленных на улучшение самооценки и ментального здоровья.

Высокая самооценка обычно связывается с лучшим ментальным здоровьем и психологическим благополучием. Люди с высокой оценкой себя часто имеют более положительное отношение к жизни и меньше подвержены депрессии и тревожности. Однако, некоторые исследования показывают, что слишком высокая самооценка также может приводить к проблемам, таким как недооценка других людей и недостаточная самокритичность.

Конечно, культурные факторы также могут оказывать влияние на связь между самооценкой и ментальным здоровьем. Например, в культурах, где высокая самооценка признается и поощряется, связь между самооценкой и ментальным здоровьем может быть более сильной, чем в культурах, где самооценка считается менее важной.

Кроме того, понимание культурных факторов может помочь нам лучше понимать других людей и улучшать наши межличностные отношения. Мы можем начать проявлять больше терпимости и понимания к тому, как другие люди оценивают себя и как их самооценка может быть сформирована культурными факторами.

В итоге, понимание культурных факторов является ключевым для улучшения нашей самооценки и ментального здоровья. Мы должны быть готовы осознавать, как наша культура влияет на нашу самооценку, и использовать это знание для улучшения нашего отношения к себе и другим.

Влияние культурных факторов на формирование самооценки и ее связь с ментальным здоровьем является сложной темой, которая требует дальнейшего исследования. Однако, понимание того, как культурные факторы могут повлиять на вашу самооценку, может быть важным для создания более здоровой и реалистичной самооценки, которая способствует вашему ментальному здоровью и благополучию.

Список литературы:

1. Барышников Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 368 с.
2. Захарова А.В. Психология формирования самооценки. / А.В. Захарова. – М., 1993.
3. Зимбардо Ф. Формирование самооценки // Самосознание и защитные механизмы личности / Самара: Изд. Дом «Бахрах» 2011.
4. Корягина Н.А. Психология общения. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Н.А. Корягина, Н.В. Антонова, С. В Овсянникова. – М.: Юрайт, 2015. – 440 с.
5. Лебедева Н.В., Васильева Е.Д. Кросс-культурное исследование особенностей самооценки студентов Психолого-педагогические исследования. 2023. Том 15. № 1. С. 3–20.

КОРРЕКЦИЯ НАРУШЕНИЙ САМОРЕГУЛЯЦИИ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Скорописенко Оксана Константиновна

*магистрант 2 курса,
Ошский государственный университет,
Кыргызская республика, г. Ош
E-mail: oksana_19-90_90@mail.ru*

Гареева Вилена Галимьяновна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доц.,
Ошский государственный университет,
Кыргызская Республика, г. Ош*

CORRECTION OF VIOLATIONS OF SELF-REGULATION IN YOUNGER SCHOOLCHILDREN

Oksana Skoropisenko

*2nd year master's student,
Osh State University,
Kyrgyz Republic, Osh*

Vilena Gareeva

*Scientific supervisor, Ph.D. ped.
sciences, associate professor,
Osh State University,
Kyrgyz Republic, Osh*

АННОТАЦИЯ

В данной статье обосновывается роль саморегуляции в жизни детей младшего школьного возраста, приводятся результаты и анализ диагностики волевых качеств, составляющих процесс саморегуляции, а также описывается коррекционная работа по преодолению нарушений саморегуляции у детей младшего школьного возраста.

ABSTRACT

This article substantiates the role of self-regulation in the life of primary school children, presents the results and analysis of the diagnosis of volitional qualities that make up the process of self-regulation, and describes the corrective work to overcome violations of self-regulation in primary school children.

Ключевые слова: саморегуляция, сформированность саморегуляции, коррекционный процесс, младшие школьники, волевые качества.

Keywords: self-regulation, formation of self-regulation, correctional process, junior schoolchildren, strong-willed qualities.

Одной из центральных проблем педагогики и психологии по сей день остается проблема развития личности ученика начальных классов. Главным аспектом данной проблемы считается саморегуляция. Саморегуляция – это особое качество личности, под которым понимается такая способность обучающихся, раскрывающаяся в прогнозировании и регулировании собственной деятельности, поведения и эмоционального состояния на основе осознаваемых мотивов и своих индивидуальных возможностей.

Известные исследователи Л.И. Божович, В.В. Давыдова, Д.Б. Эльконина и др. полагают, что способность к саморегуляции должна быть сформирована к концу младшего школьного возраста. Динамические и содержательные характеристики саморегуляции, и сама сформированность данного качества обуславливают индивидуальные особенности поведения и деятельности [1, с. 148]. Е.А. Толмачева также указывает, что особую роль формирование саморегуляции играет также в младшем школьном возрасте, поскольку данный возрастной период является сензитивным для развития данного качества личности. В начале младшего школьного возраста у детей еще наблюдается дезадаптивное поведение, неумение управлять собой и своими эмоциями, ухудшение психосоматического здоровья, снижение успеваемости в школе [2, с. 639]. На младший школьный возраст также приходится и формирование произвольных умственных действий (настойчивость в решении мыслительных задач, намеренное запоминание, произвольное внимание). Но самое главное – начинается индивидуализация учебной деятельности и становление такого ее важного компонента, как умение учиться [3, с. 345].

Однако педагоги и родители не уделяют должного внимания формированию саморегуляции у детей младшего школьного возраста. Для них важен сам процесс обучения, а не развитие качеств, которые создают благоприятные предпосылки для учебной деятельности. Все это обуславливает актуальность поднятой нами проблемы.

В этой связи в сентябре-октябре 2023 года нами было предпринято небольшое исследование с целью изучения особенностей процесса коррекции нарушений саморегуляции у младших школьников. Исследование проводилось на базе МБОУ СОШ № 3 им. М.В. Ломоносова г. Ош Кыргызской Республики. Объектом исследования выступили 15 учащихся 2-х классов. Для достижения указанной цели мы поставили перед собой ряд задач:

- обосновать принципы коррекции саморегуляции у младших школьников;
- выявить и раскрыть методы и приемы коррекции нарушений саморегуляции у младших школьников.

Важно заметить, что процесс коррекции невозможен без диагностики. В связи с этим нами была проведена диагностика состояния саморегуляции младших школьников, для которой были отобраны следующие методики: «Метод наблюдения для оценки волевых качеств» А.И. Высоцкого [4, с. 57], методика «Изучение саморегуляции» У.В. Ульенковой [5].

«Метод наблюдения для оценки волевых качеств» А.И. Высоцкого показал, что в наименьшей степени у младших школьников развиты решительность, настойчивость, самостоятельность, выдержка, организованность. Дети не стремятся доводить начатое дело до конца, не могут длительно фокусироваться на одной цели и придерживаться ее. Когда у детей пропадает желание продолжать заниматься одной и той же деятельностью длительное время, их энергия снижается, и они стремятся отказаться от этой деятельности. Та же тенденция отмечается и при появлении другой, более интересной и привлекательной деятельности. В условиях изменения обстановки (например, при смене коллектива) дети не проявляют упорство продолжать начатое дело. Младшим школьникам трудно не

только быстро и обдуманно принимать нужные и правильные решения при выполнении какого-либо действия или поступка, но и придерживаться принятого решения и выполнять его без колебаний, растерянности, уверенно. Такие дети не могут проявлять решительных действий в непривычной обстановке, выполнять посильную им деятельность без помощи взрослого или же без постоянного контроля со стороны. Ученикам младшей школы не представляется возможным самим найти себе занятие и организовать свою деятельность, отстаивать свое мнение. Они нетерпеливы в деятельности, особенно в деятельности, выполняемой в затрудненных условиях. Школьники не способны контролировать свое поведение в непривычной обстановке, планировать свои действия и разумно их чередовать, рационально расходовать время с учетом обстановки, вносить в свою деятельность определенную организацию при смене обстановки по каким-либо причинам (см. рис. 1).



Рисунок 1. Уровни развития волевых качеств у младших школьников

На рисунке 1 видно, что у младших школьников слабо развиты такие качества, как решительность, настойчивость, самостоятельность, выдержка, организованность, но тем не менее хорошо развиты инициативность и дисциплинированность.

Результаты второй выбранной нами методики – «Изучение саморегуляции» У.В. Ульенковой свидетельствуют о том, что большее количество младших школьников в равной степени имеет 2 и 3 уровни сформированности саморегуляции в интеллектуальной деятельности (см. рис. 2).

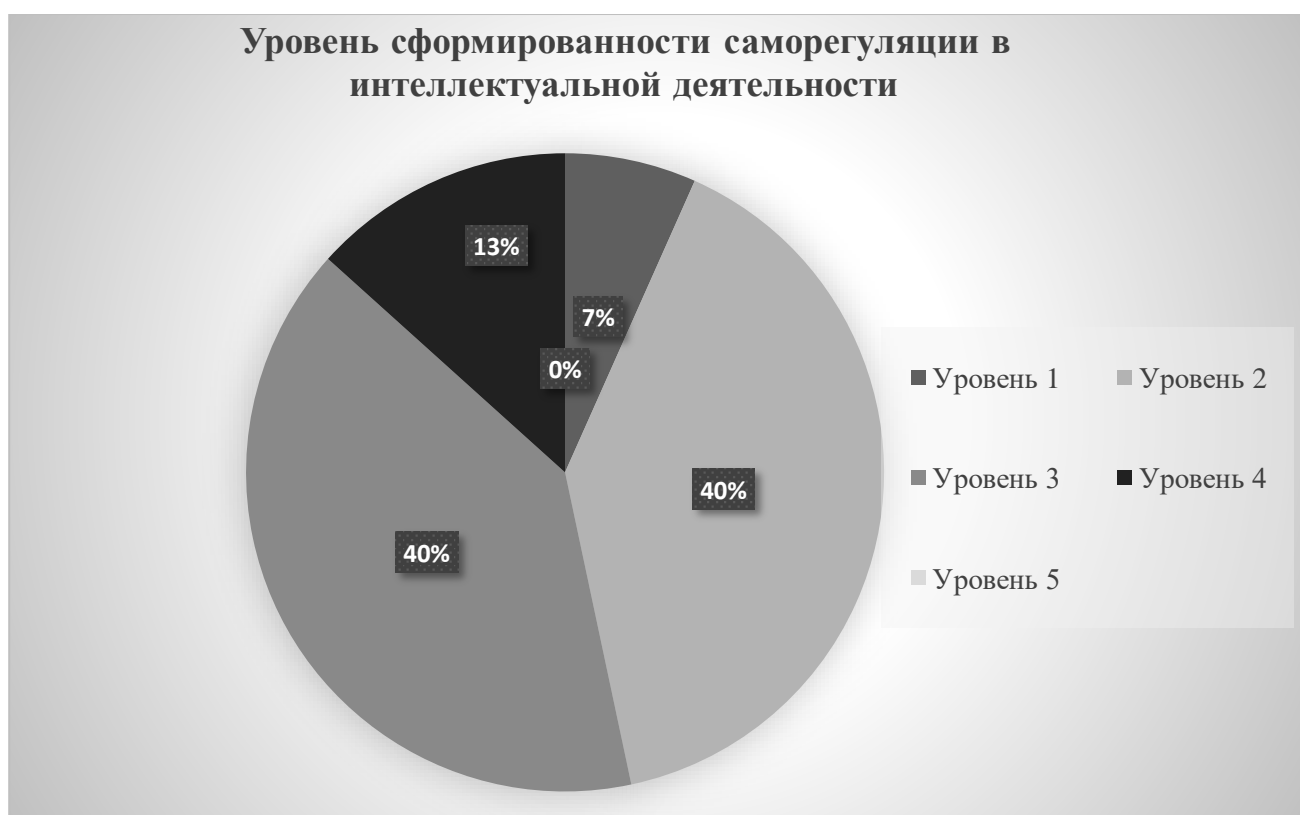


Рисунок 2. Уровень сформированности саморегуляции в интеллектуальной деятельности

Рисунок 2 наглядно демонстрирует, что 40 % младших школьников имеют 2 и 3 уровни сформированности саморегуляции в интеллектуальной деятельности, 13 % имеют 4 уровень и 7 % – 1 уровень.

Младшие школьники, имеющие 1 уровень сформированности саморегуляции в интеллектуальной деятельности, способны охотно принимать любые задания полностью, сохранять заданную цель на протяжении длительного времени

вплоть до окончания занятия. Эти дети сосредоточены, не отвлекаются, работают примерно в одинаковом темпе во время всего занятия. Если у них и наблюдаются какие-то ошибки, то при проверке они их замечают, и самостоятельно устраняют. По окончании еще раз проверяют написанное, в случае необходимости вносят поправки, делают все возможное, чтобы работа была выполнена не только правильно, но и выглядела аккуратной, красивой, после чего сдают педагогу на проверку.

Дети со 2 уровнем сформированности саморегуляции в интеллектуальной деятельности принимают задание во всем его объеме, сохраняют цель до конца занятия, однако во время выполнения задания допускают некоторые ошибки. Такие дети не только не устраняют эти ошибки, но даже не замечают их. Во время проверки выполненного задания лишь бегло просматривают написанное. Дети из этой группы не заботятся о качестве оформления работы, но все же получить хороший результат стремятся.

Младшие школьники с 3 уровнем сформированности саморегуляции способны лишь частично принимать цель задания, вместе с тем сохранить цель во всем объеме до конца занятия не представляется для них возможным, что и является причиной беспорядочного написания знаков. В процессе работы ученики младших классов с данным уровнем вследствие своей невнимательности допускают значительное количество ошибок. Также иногда дети просто не запомнили какие-либо правила или забывали их. Собственные ошибки они не замечали, не исправляли их по ходу работы и в конце занятия. В конце выполнения задания дети не проявили стремления улучшить свою работу, а к полученным результатам отнеслись равнодушно.

Дети, у которых отмечается 4 уровень принимают лишь малую часть намеченной цели. Чаще всего уже в начале занятия они теряют данную цель, пишут знаки в случайном порядке. Свои ошибки не замечают и не исправляют. Время для проверки задания они не используют по назначению, и сразу же, как появится возможность сдают свою работу на проверку. К самому заданию и результатам равнодушны.

Таким образом, проведенная диагностика саморегуляции у младших школьников позволяет сделать вывод, что у данной категории детей слабо развиты решительность, настойчивость, самостоятельность, выдержка, организованность, что отмечается также и в интеллектуальной деятельности.

Дальнейшая разработанная нами коррекционная работа была направлена именно на сформированность вышеуказанных составляющих саморегуляции.

Важно отметить, что коррекция саморегуляции у младших школьников требует наличие системного, целенаправленного и творческого подхода.

Коррекция саморегуляции осуществлялась нами в несколько этапов:

I – адаптационный; цель данного этапа состояла в формировании у обучающихся решительности, настойчивости, самостоятельности, выдержки, организованности;

II – ориентационный; данный этап направлен на создание мотивации младших школьников к развитию познавательной потребности, осознанного отношения к учению, формированию внутренней позиции школьника;

III – поисковый этап; проектировался с целью формирования навыков саморганизации деятельности и поведения;

IV – регуляционно-прогностический этап; его цель – развитие устойчивой, осознаваемой системы представлений личности о самой себе, своих действиях.

Разрабатывая и внедряя коррекционную работу по преодолению нарушений саморегуляции у младших школьников, нами учитывались такие организационно-педагогические условия, как:

- обеспечение индивидуального подхода к каждому ребенку;
- использование в совместной деятельности с учениками информационно-коммуникативных и игровых технологий, способствующих развитию умений и навыков проектирования предстоящей деятельности и формированию активной позиции в групповых видах деятельности;
- создание ситуаций успеха, формирующих навыки и умения познавательной активности и способствующих развитию интереса и мотивации к саморазвитию обучающихся.

Процесс коррекции нарушений саморегуляции у младших школьников был осуществлен в виде специально организованных занятий.

М.М. Безруких указывает, что проведение специальных занятий с младшими школьниками по формированию саморегуляции помогает развивать интерес и старания у детей к подобным занятиям. Организация таких занятий необходима для того, чтобы научить детей учиться и сформировать дисциплинированность, поскольку обучающиеся в начале школьного обучения встречаются с требованиями быть внимательнее, организованнее. Ученики хотят и иногда даже всеми силами стремятся выполнять эти требования, однако в силу возраста еще не обладают должными навыками и умениями и плохо представляют себе, как удовлетворить эти школьные требования сделать [6, с. 63].

Коррекция нарушений саморегуляции на специально организованных занятиях осуществлялась нами в двух формах: индивидуальной и групповой. Индивидуальная форма включала индивидуальные беседы, проведение игр и упражнений с конкретным учеником и т.п. В соответствии с сущностью индивидуальной формы обучения ученики выполняли предложенную взрослым работу самостоятельно. Данная форма способствует индивидуализации обучения и организации дифференцированного подхода.

В групповых формах работы нами использовались учебные диалоги и дискуссии, взаимный обмен основной и дополнительной изучаемой информацией, в совместной отработке умений и навыков, взаимопроверке прочности усвоения, работа в парах и группах сменного состава. Положительные стороны групповых форм заключаются в том, что они способствуют развитию познавательной активности и творческой самостоятельности у учеников, помогают изменять способы общения между детьми, формировать умения и навыки оценивания как своих возможности, так и возможностей партнера, развивают ответственность, решительность, уверенность в своих силах.

Список литературы:

1. Барца Е.С. Возможности формирования личностной саморегуляции младших школьников // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. – 2015. – №2(159). – С.147-151
2. Толмачева Е.А. Исследование волевых показателей младших школьников, как навыков саморегуляции // Форум молодых ученых. – 2020. – №10(50). – С.638-642
3. Левитов Н.Д. Детская и педагогическая психология. – М.: Просвещение, 2004. – 345 с.
4. Ильин Е.П. Психология воли. – М.: Питер, 2009. – 364 с.
5. Синёва, Н.А. Методики диагностики саморегуляции, общей способности к учению У.В. Ульяновской, методика «Палочки- черточки» [Электронный ресурс] // Образовательная социальная сеть. – 2023. – 29 октября. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/psikhologiya/2020/10/13/metodiki-dlya-diagnostiki>
6. Безруких М.М. Знаете ли вы своего ученика? – М.: Издательство Просвещение, 2005. – 111 с.
7. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога: практическое пособие / Е.И. Рогов. – М. Юрайт – 2012. – 412 с.
8. Фомин А.Я. Проблема развития воли: монография. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 104 с.
9. Батыршина А.Р. Возрастная и педагогическая психология: учебное пособие. – Казань: Издательство Казанского государственного университета, 2007. – 223 с.
10. Асаулюк Е.П. Межпредметная интеграция как средство интеллектуального развития младших школьников. – М., 2012. – 246 с.

СЕКЦИЯ

«РЕКЛАМА И PR»

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОГО ФИЛИАЛА КОРЕЙСКОГО СТРИТ-ФУТА «ЧИСКО»)

Гафарова Екатерина Олеговна
студент,
кафедра Маркетинга,
рекламы и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: katagafarova81@gmail.com

CORPORATE STYLE IN THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES (BASED ON THE EXAMPLE OF NOVOSIBIRSK BRANCH KOREAN STREET FOOT "CHICKO")

Ekaterina Gafarova
Student,
Department of Marketing, advertising and PR,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье приводятся результаты исследования фирменного стиля в деятельности организации на примере Новосибирского филиала корейского стрит-фута «Chicko». Выявлены особенности фирменного стиля, в данном заведении, по отдельным его составляющим.

ABSTRACT

This article presents the results of a study of the corporate style in the organization's activities using the example of the Novosibirsk branch of the Korean street foot "Chicko". The features of the corporate style in this establishment, according to its individual components, have been identified.

Ключевые слова: фирменный стиль, лозунг, фирменная палитра цветов, бренд, логотип, товарный знак, фирменный герой, слоган, фирменный блок, имидж, фирменный шрифт.

Keywords: corporate style, slogan, corporate color palette, brand, logo, trademark, corporate character, slogan, corporate block, image, corporate font.

Под фирменным стилем понимается комплекс из товарного знака, цветовых и графических элементов деловой документации. В широком понимании фирменный стиль – это применение единых стандартов оформления, цветовой гаммы и образов для всех рекламных носителей, а также деловых бумаг, фирменной одежды сотрудников и других элементов [22].

В современной действительности на любой отрасли рынка огромная конкуренция, производителям довольно трудно выделяться, поскольку предполагаемая ими продукция уже имеет большое количество аналогов. Поэтому верным решением для компаний использовать фирменный стиль – образ компании, позволяющий выделиться ей среди миллионов конкурентов. [29, с. 91].

В ходе проведенного нами анализа был детально рассмотрен фирменный стиль Новосибирского филиала корейского стрит-фута «Chicko».

«Chicko» – отечественная сеть корейского стрит-фуда. Основанная 10 января 2020 года в Москве по адресу Бутырская ул., 46, стр. 1. Основатель сети Сергей Лебедев, так же его называют «Папа Чико». Уникальностью заведения являются еженедельные ивенты по самым популярным направлениям азиатской индустрии развлечения (дорамы, аниме, k-поп группы). Меню заведения состоит из корейских блюд, закусок, десертов, напитков.

Стоит начать с «лица» компании, а именно – с логотипа. У компании Chicko овалный логотип включающий в себя название сети «CHICKO» и сердце внутри буквы O.

Овальное лого ассоциируется с позитивом и приятными эмоциями. Закруглённые элементы ассоциируются с единством, дружбой, любовью и близкими отношениями [19].

Овал – это фигура, не имеющая ни начала, ни конца, поэтому он ассоциируется с завершённостью и бесконечностью одновременно [3].

Цвет логотипа неоновый синий (код цвета #122faa, название «Синий экран смерти») с неоновым розовым элементом (код цвета #FF1493, название «DeepPink»). Неоновый свет ассоциируется у людей со стильными и успешными кампаниями. Синий цвет – спокойствие, несёт посыл уверенности и успеха, этот цвет выбирают уверенные в себе люди, стремящиеся к стабильности и ориентированные на успех [20].

Влияние на чувства:

- Расслабляет и снимает стресс [13].
- Приносит ощущение мира и гармонии [5].

Роль в маркетинге:

- Ассоциируется с надёжностью, ответственностью и безопасностью [5].
- Цвет свободы и силы [13].

Ещё один пункт, входящий в фирменный стиль сети корейского стрит-фуда «Chicko» – слоган/девиз. Слоган франшизы – «СНІСКО – не просто стрит-фуд, но и место притяжения». Слоган олицетворяет все ценности бренда. Прибыль безусловна важна для ведения бизнеса, но также не менее важно для руководителей создать атмосферу, в которую у посетителей будет желание вернуться. Поэтому «Chicko» – это не только заведение, в котором можно попробовать корейские блюда, но также и уютное место, которое объединяет людей со схожими интересами и помогает обрести новые знакомства.

Рассматривая фирменный стиль организации, нельзя не обратить внимание на внешний вид, а именно на фирменную палитру цветов.

Фирменная палитра цветов «Chicko»:

- Жёлтый (код цвета #ffcf40, название цвета «Блестящий жёлтый» применяется в приложении, оформлении вывески, интерьера и посуды)
- Синий (код цвета #122faa, название «Синий экран смерти» применяется в логотипе и в интерьере, код цвета #78a2b7, название «Цвет Хабрахабра» применяется в оформлении посуды и интерьера)

- Красный (код цвета #ce2029, название цвета «Цвет пожарной машины» применяется в оформлении приложения и интерьера)

- Розовый (код цвета #eb4c42, название «Карминно-розовый» применяется в оформлении посуды, меню)

Фирменная палитра цветов используется в оформлении интерьера заведений, посуды, униформе сотрудников, приложения и в логотипе компании.

Следующий элемент фирменного стиля – оформление посуды и униформы сотрудников.

Посуда была изготовлена на заказ и представлена в фирменном цвете с изображением логотипа сети. В названии сети используется шрифт CHICKO, специально разработанный брендом, для написания названия заведения и для использования в рекламной продукции, «CHICKO», наиболее схожий со шрифтом Nouh R Light и написано верхнем регистром.

Простой шрифт, минималистичный дизайн и броские цвета дают современный взгляд на оформление. Компания обращается к более молодым клиентам.

Дизайн униформы был создан в азиатском стиле, что непосредственно связано с тематикой заведения. Униформа сотрудников состоит из 3 вещей:

1. Головной убор (бандана)
2. Фирменная футболка
3. Тёмные оттенки цветов штанов/джинс

Следующий элемент фирменного стиля – интерьер помещения.

Интерьер заведения запоминающийся, в нём присутствует жёлтый, оранжевый, серый и чёрный цвет. Так же в дизайне присутствуют искусственные растения; стены и потолки расписаны граффити и по периметру помещения расклеены коллажи с вырезками из корейских журналов, кадрами и афишами из корейский сериалов (дорам), аниме и с участниками корейских музыкальных групп. Обычно в кафе есть ростовые фигуры из ПВХ. Между тем стоит заметить, что помимо постоянного дизайна, в кафе проходят еженедельные ивенты, поэтому заведение оформляют под тематику ивента.

Ещё один элемент фирменного стиля – официальный сайт, приложение и страницы в социальных сетях. Сайт сейчас находится на полной переработке. Поэтому рассмотрим официальное приложение сети.

Дизайн приложения сложный: красная, жёлтая и чёрная цветовая гамма, фирменный логотип, расположенный в верхней части экрана, по центру. В приложении можно не только сделать заказ и повторить его, но и узнать о времени работы заведения и о приобретении франшизы, прочитать актуальные новости об акциях, специальных предложениях и о программе лояльности. Так же есть функция оплачивать баллами определённые позиции меню. Предъявляя, при покупке QR-код, клиент получает баллы от 7% до 15% от потраченной суммы на свой бонусный счёт.

В таких социальных сетях как «Вконтакте» и «Telegram» страницы Chіcko тоже присутствуют. Они достаточно популярны, у заведения большое количество подписчиков, так как продвижение бренда происходит через социальные сети. На странице «Chіcko» в «Вконтакте» и на канале в «Telegram» посты выходят регулярно, в них рассказывают про новинки, про сезонное меню и про еженедельные ивенты. Так же один из элементов фирменного стиля – корпоративный герой или лицо фирмы. У Chіcko большой охват целевой аудитории и выбор единого корпоративного героя или лица фирмы лишь ограничит их.

Список литературы:

1. Галузина С.М. Правила идентификации организации и этапы построения информационной территории системы // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2007. – №53. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravila-identifikatsii-organizatsii-i-etapy-postroeniya-informatsionnoy-territorii-sistemy> (дата обращения: 16.11.2023).
2. Гэд Т. 4D БРЭНДИНГ: взламывая корпоративный код сетевой экономики / пер. с англ. Марии Аккая – СПб: Стокгольмская школа экономики в СПб. – 2015. – 230 с. [Электронный ресурс] – URL: <https://interpipe.biz/upload/books/files/20140212121921%20Гэд%20-%204D%20брендинг.pdf> (дата обращения: 17.11.2023).

3. Муравьёва Ю.Ю. Разработка фирменного стиля: творческий процесс и искусство современного дизайн-проектирования // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2016. – №1. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-firmennogo-stilya-tvorcheskiy-protsess-i-iskusstvo-sovremennogo-dizayn-proektirovaniya/viewer> (дата обращения: 17.11.2023).
4. Надёжный синий: как цвет влияет на восприятие бренда. [Электронный ресурс] – URL: <https://skillbox.ru/media/design/psihologia-sinego/>
5. Психология восприятия форм логотипа. [Электронный ресурс] – URL: <https://mindrepublic.ru/articles/pyshnye-formy-psikhologiya-vospriyatiya-f/> (дата обращения 01.11.2023).
6. Психология цвета в маркетинге: как цвет влияет на продажи. Руководство по созданию адаптивного логотипа. [Электронный ресурс] – URL: <https://marketolog.mts.ru/blog/psihologiya-tsveta-v-marketinge-kak-tsvet-vliyaet-na-prodazhi> (дата обращения 09.11.2023).
7. Репьев А.П. Рекламодателю о рекламе. – М.: Издательство Международного института рекламы. – 2012. – 240 с. [Электронный ресурс] – URL: <https://klex.ru/367> (дата обращения: 15.11.2023).
8. Цурри О.Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – №1. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyu-stil-v-sozdanii-blagopriyatnogo-imidzha-kompanii/viewer> (дата обращения: 14.11.2023).

АНКЕТА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ АНКЕТЫ

Елистратенко Наталья Андреевна

*студент 3 курса,
факультет кооперативной
экономики и предпринимательства,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления
РФ, г. Новосибирск
E-mail: nataelistratenko@yandex.ru*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: l.y.shadrina@nsuem.ru*

QUESTIONNAIRE AS AN ADVERTISING RESEARCH TOOL. BASIC REQUIREMENTS FOR COMPLETING THE APPLICATION FORM

Natalya Elistratenko

*Student 3 term
Faculty of Cooperative
Economics and Entrepreneurship
Novosibirsk State University
of Economics and Management
Russia, Novosibirsk*

Lubov Shadrina

*Scientific adviser,
Candidate of Sociological Sciences,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

Данная исследовательская работа рассматривает анкету как важный инструмент для сбора данных в социологических исследованиях. Она анализирует логику построения анкеты, выявляет ключевые принципы и правила композиции, необходимые для создания эффективных исследовательских инструментов. Работа также подробно рассматривает основные требования к оформлению анкеты,

включая вопросы о структуре, языке, вариантах ответов и технике администрирования. Это исследование поможет исследователям более точно и надежно собирать данные с помощью анкет и повысит качество социологических исследований.

ABSTRACT

This research paper considers the questionnaire as an important tool for data collection in sociological research. She analyzes the logic of constructing the questionnaire, identifies the key principles and rules of composition necessary to create effective research tools. The paper also examines in detail the basic requirements for the design of the questionnaire, including questions about the structure, language, answer options and administration techniques. This study will help researchers to collect data more accurately and reliably using questionnaires and improve the quality of sociological research.

Ключевые слова: анкета, система, вопросы, опрос, информация, ответы, цель, структура, функционал, определение, исследование, характеристика, преамбула, основная часть, паспорт, данные, структурирование, целостность, объединение, тема, план, количественные характеристики, качественные характеристики, материалы опроса, правила, тщательность, внимание, содержание, формат, возможные ответы, функциональная составляющая.

Keywords: questionnaire, system, questions, survey, information, answers, purpose, structure, functionality, definition, research, characteristic, preamble, main part, passport, data, structuring, integrity, unification, topic, plan, quantitative characteristics, qualitative characteristics, survey materials, rules, thoroughness, attention, content, format, possible answers, functional component.

На сегодняшний день анкета является наиболее актуальным и универсальным инструментом выявления мнения и предпочтений потребителей в отношении товара, услуги или мероприятия. Существует множество понятий, связанных с определением понятия – анкета.

Т.И. Маллаева приводит своё понятие: анкета – это система структурированных вопросов, связанных с целями опроса. Это основной инструмент для сбора информации в ходе опроса, фиксируемой в виде устных или письменных ответов респондентов. [3, с. 177-178]

Определение Маллаевой, на наш взгляд, вполне удачное, в нём она кратко указывает и структуру анкеты, и её функционал. Однако данному определению не хватает целостности изложения.

Зайцева даёт своё определение понятию анкета. Анкета – в широком смысле ряд вопросов, объединённых общей темой или планом исследования, направленных на выявление количественных и качественных характеристик анализируемого объекта.

Определение Е.А. Зайцевой можно также назвать вполне удачным, даже более совершенным, чем у Маллаевой, поскольку её определение дано целостное.

Стоит также рассмотреть понятие, которое даёт Крицкая. Анкета – это материалы опроса, подготовленные по определённым правилам и требующие особой тщательности и внимания при их составлении, поскольку они содержат большое количество вопросов и утверждений, часто с упорядоченным содержанием и форматом, а также возможные ответы.

Не смотря на объём данного определения, оно, на наш взгляд, является наименее удачным, поскольку в нём не объясняется функциональная составляющая анкеты, т.е. для чего её используют. Поэтому можно сделать небольшой вывод, что данное определение стоит дополнить функциональной составляющей и в этом случае можно будет его использовать.

Далее мы рассмотрим структуру построения анкеты, также приводя точки зрения различных авторов.

Зайцева приводит следующую структуру анкеты. Анкета состоит из преамбулы, основной части и паспорта.

В преамбуле указывается цель опроса, условия анонимности или открытости, а также выражается благодарность респондентам за участие в опросе.

Основная часть является целью анкеты и содержит вопросы, используемые для структурирования анкеты.

Последняя часть – паспортная, содержит личные данные респондента (пол, возраст, образование, семейное положение, место работы и т.д.). Вопросы, включенные в основную часть или анкету, должны быть структурированы и сформулированы с конкретными целями, отражающими суть опроса. [1, с. 234]

Данная характеристика содержания анкеты наиболее привычна, и в целом в ней сложно найти значительные недочёты, на наш взгляд данная анкета наиболее удачно отражает структуру анкеты.

Далее мы рассмотрим характеристику ещё одного исследователя. Новиков дает свою характеристику.

1) Введение в опрос – это преамбула. В ней кратко объясняется цель, кто проводит опрос и для чего он нужен. Здесь также гарантируется анонимность участников опроса и объясняется, как заполнять саму анкету.

2) Основная часть анкеты: разработка вопросов. Эта часть анкеты отражает набор вопросов, которые будут освещены. Эти вопросы призваны дать представление об интересах и потребностях опрашиваемого. Основная цель введения – убедиться, что вопросы отражают суть проблемы. [4, с. 27]

В отличие от Зайцевой Новикова делит структуру анкеты всего на 2 составляющие, что на наш взгляд не является удачным, так как вопросы, касающиеся данных респондентов, стоит выделять в отдельных пласт структуры анкеты, как это делает Зайцева.

Далее нами будет рассмотрена ещё одна структура анкеты, на этот раз с взгляда В.Г. Харчевой. Анкета, как правило, начинается с вводной части – обращения к респонденту. В нем описывается цель исследования, характер использования результатов, а также способ заполнения анкеты. Далее идет основная часть анкеты, которая содержит блоки вопросов к опрашиваемым, и третья часть – паспортка, в которой представлены демографические сведения об опрашиваемых.

Можно заметить, что Харчева приводит структуру анкеты подобную структуре анкеты Зайцевой. Поэтому мы также можем согласиться с ней.

Далее можно рассмотреть основные требования к анкете. Первый автор, чьё мнение будет рассмотрено – это О.А. Крицкая.

В своей статье она говорит, что формулировка анкеты должна быть простой, ясной, недвусмысленной и нейтральной. Вопросы в анкете должны варьироваться от простого к сложному, от общего к конкретному, от нейтрального к тонкому (деликатному). [2, с. 147]

Так, совсем кратко высказывает свою точку зрения О.А. Крицкая, в целом она говорит верно, однако из-за того, что данный раздел не раскрыт в полной мере создаётся ощущение, что тема раскрыта не до конца.

Далее рассмотрим взгляд Маллаевой по данному вопросу.

Она пишет, что при разработке основной части необходимо обратить внимание на тип, содержание и последовательность вопросов, при этом в начале располагаются более простые вопросы, затем более сложные и в конце опять легкие вопросы. Реквизитная часть содержит информацию, касающуюся респондента: возраст, пол, род занятий и прочее; информация для идентификации вопросника: фамилия респондента, дата и время проведения анкетирования. Также принято выражать благодарность респонденту за его участие в анкетировании.

Для составления эффективной анкеты необходимо продумать цель анкетирования. Вначале необходимо разработать план исследования, благодаря которому можно создать необходимый перечень вопросов. Также исследователь должен подумать о том, как будет проводиться анкетирование, то есть какой вид анкет нужно использовать. В анкете должна быть видна цель опроса.

В целом Маллаева уделяет значительную часть своего внимания для описания требований к анкете, но при это всё равно не в полной мере описывает эти требования.

Далее рассмотрим мнение Харчевой по данному вопросу.

Она пишет, что структура и последовательность вопросов в анкете по сути дела представляют установку исследователя на развитие коммуникации с опрашиваемым: пробуждение интереса, завоевание доверия, подтверждение уверенности опрашиваемых в своих возможностях, дальнейшее поддержание беседы.

С этой точки зрения вопросы анкеты должны быть корректными и контактными, потому что благодаря правильной постановке вопросов увеличивается вероятность получения надежных сведений, повышается качество социологических данных.

Как правило, хорошо разработанная анкета может быть заполнена опрашиваемым в течение не более тридцати минут. В дальнейшем наступает психологический порог утомляемости и внимание к заполняемой анкете существенно снижается.

На наш взгляд Харчева наиболее полно описала требования к анкете, при это не перечислив все, но задев несколько значимых.

Если брать исследования Новикова, то он вообще не берет во внимание требования к составлению анкеты

Таким образом, мы можем сделать вывод по данной статье нам удалось рассмотреть различные мнения исследователей на такие понятия как анкета, логика её построения, правила композиции, а также основные требования к её оформлению. В большинстве случаев у авторов либо сходятся взгляды, либо отличаются, но незначительно. Какие-то из авторов пишут подробнее про одно, но почти ничего не говоря про другое, другие наоборот. Однако рассмотрев мнение сразу несколько, мы можем сформировать своё собственное мнение для построения собственной анкеты исследования.

Список литературы:

1. Гречкосей Е.А. Реклама в сфере товаров народного потребления: отношение респондентов к состоянию, проблемы, направления совершенствования (на примере торговой марки «Н&М») – Пенза: Наука и Просвещение, 2022. – С. 43-45.
2. Костикова Т.А., Замурий Д.В., Германова В.Г. Этапы маркетинговых исследований на международном рынке и их характеристики // Вестник магистратуры. – 2020. – № 2-6(101). – С. 37-40.
3. Курная Н.Н. Организация и проведение рекламных исследований – Хабаровск: Дальневосточный государственный университет путей сообщения, 2008. – С. 74-79.
4. Масленникова О.А. Анализ рекламной концепции проекта "Coca-Cola Russia 2018 FIFA WC, реализованного PR-агентством UM // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2019. – Т. 4, № 1. – С. 34-39.

ИМИДЖ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ВИДЫ, ОСОБЕННОСТИ И ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Карнаухова Мария Сергеевна

*студент,
кафедра рекламы и связей с общественностью,
Новосибирский Государственный
университет Экономики и Управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: baranovskaamaria195@gmail.com*

IMAGE OF A TOURIST ORGANIZATION: TYPES, FEATURES AND TOOLS OF FORMATION

Maria Karnaukhova

*Student,
Department of Advertising and Public Relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются понятие и роль имиджа туристической организации, приведена структура имиджа турфирмы и охарактеризованы основные виды имиджа, рассмотрены особенности и инструменты формирования имиджа туристской организации.

ABSTRACT

This article discusses the concept and role of the image of a tourist organization, provides the structure of the image of a travel company and characterizes the main types of image, considers the features and tools of forming the image of a tourist organization.

Ключевые слова: имидж, имидж организации, туристическая организация, положительный имидж, формирование имиджа.

Keywords: image, organization image, tourist organization, positive image, image formation.

На сегодняшний день ни одна туристическая фирма не может обходиться без положительно сформированного имиджа в свете высокой конкуренции, где каждая фирма стремится к лидерству, позиционируя себя с самой выгодной стороны. Имидж турфирмы, сложившийся в представлении туриста до совершения путешествия, является одним из определяющих факторов, влияющих на выбор организации.

Имидж организации можно определить, как эмоционально окрашенный образ компании, сформированный сознательно, который обладает заданными, целенаправленными характеристиками и призван оказывать некое психологическое воздействие на конкретные социальные группы [1, с. 48].

Формирование и продвижение привлекательного имиджа компании предполагает информирование целевых групп социального окружения об успехах фирмы, ее технологических достижениях и надежности, ее развитии и перспективах развития, высоких оценках экспертов, ее дружелюбии и социальном партнерстве. [5, с. 57]

Целью формирования имиджа туристической организации является создание положительного впечатления о компании, привлекательного для всех участников ее деятельности, способствующего повышению лояльности, привлекательности продукта или услуги [4, с. 152].

Формирование и поддержание положительного имиджа организации позволяет решить ряд задач:

- позиционирование фирмы на отраслевом рынке;
- формирование отличительных особенностей и преимуществ в отношении конкурентов;
- привлечение инвесторов к развитию, расширению, модернизации деятельности предприятия;
- повышение заинтересованности потенциальной аудитории;
- рост объёма продаж;
- завоевание преданности у потребителей [2, с. 187];

Структуру имиджа туристской организации можно рассмотреть с точки зрения представления людей относительно организации и охарактеризовать следующим образом:

Внутренний имидж. В общем смысле, под внутренним имиджем понимается образ компании в глазах ее сотрудников. Он формируется на основе корпоративного стиля, культуры, кадровой политики, а также системы ценностей внутри структурных подразделений. Выражается в степени преданности сотрудников своей организации.

Внутренний имидж включает в себя *образ руководителя* организации (способности и навыки, социально-психологические характеристики, внешние данные и др.) и *имидж персонала* (физические, социальные данные, культура, профессиональная компетентность, личностные характеристики и т. д.).

Внешний имидж, как правило, выходит за границы компании. Его создание направлено на увеличение востребованности продукции компании на рынке, повышение деловой репутации и надежности компании в лице заинтересованных лиц [3, с. 138].

К составляющим внешнего имиджа туристической организации можно отнести: *имидж туристического продукта*- качество предоставления туристических услуг, свойства и характеристики турпродукта, *визуальный имидж* (представление об организации, созданные на основе зрительного восприятия) *социальный имидж* (общественное представление о социальных целях, значимости компании в социально-экономической и культурной жизни общества) *бизнес-имидж* компании (представление компаньонов об организации как субъекте определённой деятельности с учетом деловой репутации, лояльности, надёжности и информационной открытости).

Наличие правильно сформированного имиджа туристической организации является значительным конкурентным преимуществом и создает дополнительные ценности, позволяющие иметь превосходство над конкурентами. Он может позволить компании занять соответствующую нишу, найти своего потребителя, и поддержать предприятие в «тяжелые времена».

Среди современных инструментов формирования имиджа туристического предприятия можно выделить:

1. Создание фирменного стиля компании (логотип, слоган, корпоративная форма одежды, цветовая гамма, фирменный шрифт и т.п.).

2. Целенаправленное и результативное использование Интернет-среды. Ведение сайта и социальных сетей повышает клиентоориентированность и формирует желаемое восприятие у целевой аудитории.

3. Проведение рекламных кампаний. Реклама позволяет привлечь внимание к организации, рассказать о ее преимуществах и предложениях, что способствует увеличению количества клиентов и формированию благоприятного образа.

4. Использование средств PR-деятельности. Наиболее результативными среди них следует признать PR-деятельность по взаимодействию со СМИ и государственными структурами, инвесторами, а также организацию специальных мероприятий (презентации, выставки, пресс-конференции и др.).

5. Создание и развитие корпоративной культуры, соответствующей особенностям организации и влияющей на формирование требуемого имиджа (внешний вид, поведение персонала, правила общения с клиентами и т.д.).

6. Формирование, развитие и обучение коллектива организации, (тренинги, курсы, семинары и пр.).

7. Участие в общественных мероприятиях различного характера (социальная помощь, благотворительность, спонсорство и т.д.).

8. Активное взаимодействие с целевой аудиторией (публичные выступления, ведение блогов в соцсетях, презентационные мероприятия и пр.)

Формирование положительного имиджа туристической организации является сложным и многоаспектным процессом, которому на практике соответствуют различные подходы и методики. Именно комбинирование различных подходов и методик обеспечивает достижение устойчивого положительного имиджа и позволяет организации достигать высоких показателей, эффективно взаимодействовать с аудиторией, быть конкурентоспособным, поддерживать положительный образ в сознании потребителей, увеличивать число потенциальных

покупателей, формировать эмоциональные взаимоотношения с клиентами и даже создавать привлекательность предприятия как потенциального работодателя.

Список литературы:

1. Косых, В.В. Сущность, виды и условия формирования позитивного имиджа организации / В.В. Косых // Мировая наука. – 2020. – № 10(43). – С. 47-51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-vidy-i-usloviya-formirovaniya-pozitivnogo-imidzha-organizatsii>
2. Кочина, С.К. Имидж предприятия: понятие, роль, инструменты формирования / С.К. Кочина // Актуальные проблемы экономического развития: сб. докл. XI Междунар. заочной науч.-практ. конф. – Белгород, 01 сентября 2020 года. – Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2020. – С. 186 – 189. URL:https://elibrary.ru/download/elibrary_44149316_51033608.pdf
3. Руденко М.В. Имидж как способ повышения конкурентоспособности организации // Вестник Московской международной академии.– 2023.– №1. – С. 137-139 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-sposob-povysheniya-konkurentnosposobnosti-organizatsii>
4. Самаева Е.В., Эрдниева Э.В., Манджиев З.Д. Формирование имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии / Е.В. Самаева, Э.В. Эрдниева, З.Д. Манджиев [и др.] // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 4-1. – С. 151-156. URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=419>
5. Тульчинский, Г.Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов / Г.Л. Тульчинский, В.И. Терентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 255 с. URL: <https://urait.ru/bcode/510076/p.2>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА В РЕКЛАМЕ

Кнаус Алина Дмитриевна
студент,
кафедра маркетинга,
рекламы и связей с общественностью,
Новосибирский государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: knaus202020@gmail.ru

USING COLOR IN ADVERTISING

Alina Knaus
Student,
Department of Marketing,
Advertising and Public Relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрено использование цвета в рекламе на примере рекламной кампании в авиакомпании S7 Airlines «Отпуск начинается!». Исследовано влияние применения цвета на восприятие рекламных материалов потребителями. Проанализированы основные цвета, использованные в рекламной кампании с учетом изучения «психологии цвета». Также была выявлена эффективность рекламы авиакомпании S7 Airlines в различных цветах.

ABSTRACT

This article discusses the use of color in advertising on the example of an advertising campaign in S7 Airlines "Vacation begins!". The influence of the use of color on the perception of advertising materials by consumers is investigated. The main colors used in the advertising campaign are analyzed taking into account the study of the "psychology of color". The effectiveness of S7 Airlines advertising in various colors was also revealed.

Ключевые слова: цвета в рекламе; «психология цвета»; эффективность рекламы; восприятие рекламы.

Keywords: colors in advertising; "psychology of color"; advertising effectiveness; perception of advertising.

В настоящее время развитие рекламы достигло такого уровня, что аудитория каждый день сталкивается с огромным разнообразием не только видов рекламы, но и ее вариантов. Перед специалистами в области рекламы остро встает вопрос о выборе средств продвижения материалов.

Из-за этого возникает необходимость в поиске более эффективного способа привлечения внимания. Это возможно осуществить через различные органы чувств. Более эффективно на привлечение внимания работает зрительное восприятие потребителей.

Актуальность данной темы можно объяснить тем, что при первом взгляде аудитории на рекламное сообщение цвет играет важную роль в формировании эмоций и ассоциаций.

В качестве примера использования цветов в рекламе S7 стоит рассмотреть рекламную кампанию «Отпуск начинается!», которая была в 2019 году.

Компания проводилась с целью рассказать об интересных направлениях маршрутной сети «S7 Airlines» для летнего отдыха и вдохновлять на покупку авиабилета. Креативная идея кампании – концентрация не на описании направлений, а на эмоциях после непосредственной покупки билета.

Анализировать воздействие цвета в рекламе «S7 Airlines» более наглядно можно в наружной рекламе.

Как уже было сказано ранее, цель кампании – отразить эмоции после покупки билета в отпуск. И в данном случае влияние цветов на сознание потребителя будет уместно.

Наружная реклама в рамках кампании была создана в трех стилистиках, но с использованием различных цветовых палитр. Но мы акцентируем своё внимание на второй серии рекламной кампании.

На баннерах изображены счастливые клиенты, с купленными билетами в руках, которые переносят их в ближайший отпуск. Основные цвета серии: фиолетовый, голубой, оранжевый. (Рисунок 1-3)

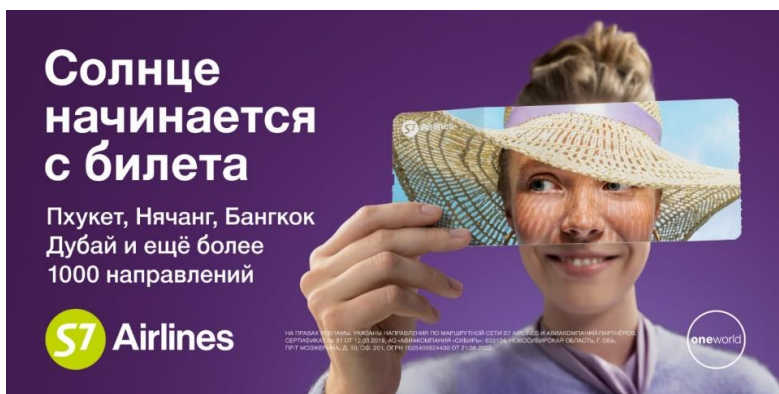


Рисунок 1. Наружная реклама «S7 Airlines» в рамках рекламной кампании «Отпуск начинается!»

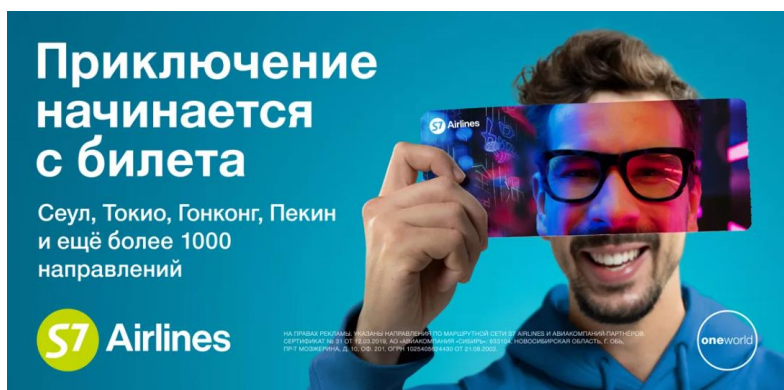


Рисунок 2. Наружная реклама «S7 Airlines» в рамках рекламной кампании «Отпуск начинается!»

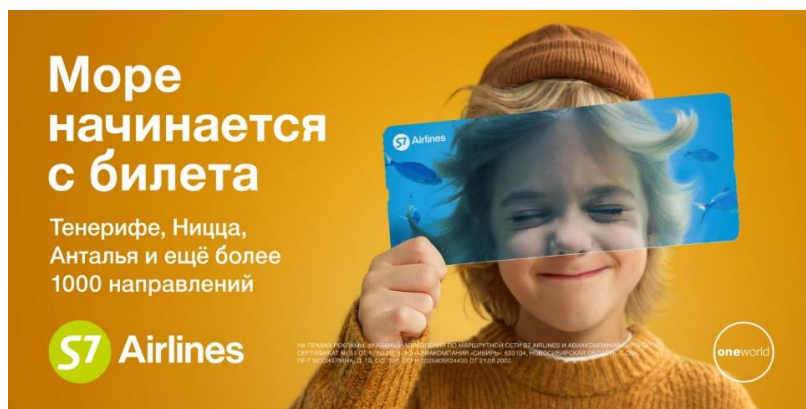


Рисунок 3. Наружная реклама «S7 Airlines» в рамках рекламной кампании «Отпуск начинается!»

Анализ восприятия потребителями оранжевого цвета позволил определить, что он не является любимым и предпочтительным среди аудитории. И хотя потребители определяют его как вызывающий и сильно привлекающий внимание цвет, в рекламной кампании он определенно уместен.

Благодаря тому, что кампания направлена на отражение эмоций от покупки билета, притягательность оранжевого выполняет основные задачи. Воспринимая оранжевый в контексте ярких эмоций, влияние цвета только усиливает впечатления и позволяет наиболее точно понять чувства покупателя. Оттенки оранжевого могут по-разному восприниматься и это сыграло положительную роль в рекламе. Цвет зрелого апельсина сигнализирует об экзотичности, наиболее точно соответствуя летней тематике.

Большинство положительно оценили применение цвета в рекламе авиаперелетов, а именно 95%. Остальные 5% посчитали его слишком ярким, режущим глаз. Это доказывает особенность высокой возбуждаемости цвета.

Белый цвет выполняет функцию выделения заголовков и основного посыла, балансируя яркость выбранных цветов. А использование логотипа в классическом ярко-зеленом цвете особо не привлекает к себе внимания, но своей уникальностью на подсознательном уровне создает узнаваемость.

В целом, можно сказать, что яркость и отражаемая активность наружной рекламы в полной степени отражают весь спектр счастья и впечатлений клиентов «S7 Airlines».

Подводя итог анализа применения цвета в рекламе авиакомпании «S7 Airlines», хочется отметить, что цвета использованы грамотно. Рискуя в выборе не самых спокойных цветов, компания наоборот попадает в цель и привлекает внимание потребителей, отвлекая их от монотонности будних дней.

Список литературы:

1. Бакеева Д.А. Современная рекламная коммуникация и теория цвета: точки соприкосновения // Наука и современность. 2018. №6-1. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-reklamnaya-kommunikatsiya-i-teoriya-tsveta-tochki-soprikosnoveniya> (дата обращения: 08.11.2023)
2. Барышева М.Э., Марченко М.Н. Цвет как инструмент дизайна и его влияние на психологию потребителей // Modern Science. 2022. № 4-2. [Электронный ресурс] URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_48405571_72542092.pdf (дата обращения: 08.11.2023)
3. Крикунова Е.А. Визуальная реклама и особенности её восприятия целевой аудиторией // Вестник Тюменского государственного института культуры. 2019. № 2 (6). С. 189-193 [Электронный ресурс] URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_45692279_49275796.pdf (дата обращения: 07.11.2023)
4. Швец А.А. Основы визуальных коммуникаций в рекламе // Science Time. 2020. № 7 (79). С. 17-20 [Электронный ресурс] URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_43824829_88514840.pdf (дата обращения: 08.11.2023)

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН КАК ЭЛЕМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Леонова Кристина Алексеевна

*студент,
Новосибирский Государственный
Университет Экономики и Управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: kristinaleonova0206@gmail.com*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц.,
Новосибирский Государственный
Университет Экономики и Управления,
РФ, г. Новосибирск*

GRAPHIC DESIGN AS AN ESSENTIAL ELEMENT OF DIGITAL MARKETING

Kristina Leonova

*Student,
Novosibirsk State University
of Economics and Management
Russia, Novosibirsk*

Lyubov Shadrina

*Scientific supervisor, candidate
of sociological sciences, associate professor,
Novosibirsk State University
of Economics and Management
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В данной научной статье рассматривается роль графического дизайна в сфере цифрового маркетинга. В условиях современного информационного общества визуальные элементы играют ключевую роль в привлечении внимания и формировании положительного имиджа бренда. Графический дизайн является неотъемлемым элементом успешной маркетинговой стратегии, способствуя установлению эмоционального контакта с целевой аудиторией и увеличению конверсии. В статье проводится анализ важности графического дизайна в создании уникального бренда, его ценности для цифровых каналов маркетинга, а

также рассматриваются практические примеры и рекомендации для эффективного использования графического дизайна в цифровом маркетинге.

ABSTRACT

This scientific article examines the role of graphic design in the field of digital marketing. In the conditions of the modern information society, visual elements play a key role in attracting attention and forming a positive brand image. Graphic design is an integral element of a successful marketing strategy, contributing to the establishment of emotional contact with the target audience and increasing conversion. The article analyzes the importance of graphic design in creating a unique brand, its value for digital marketing channels, and discusses practical examples and recommendations for the effective use of graphic design in digital marketing.

Ключевые слова: графический дизайн, цифровой маркетинг, визуальная коммуникация, брендинг, конверсия.

Keywords: graphic design, digital marketing, visual communication, branding, conversion.

Современные технологии и развитие интернета привели к росту значимости цифрового маркетинга для компаний. Графический дизайн стал ключевым элементом в этой области, так как он позволяет создавать привлекательные и эффективные визуальные материалы для продвижения бренда, и привлечения клиентов. Цель данного исследования – изучить роль графического дизайна как элемента цифрового маркетинга.

Графический дизайн представляет собой специфическую область художественно-проектной деятельности, которая направлена на создание визуальных сообщений, распространяемых с помощью средств массовой коммуникации. [4]

Один из ключевых аспектов графического дизайна в цифровом маркетинге – это создание уникального бренда. Логотип, фирменный стиль и другие визуальные элементы помогают компании выделиться в сравнении с конкурентами и создать узнаваемую и привлекательную визуальную идентичность.

Первое знакомство потребителя с образом бренда, как правило, происходит посредством предъявления визуальных атрибутов бренда, разработанных графическим дизайнером. И очень важно, чтобы этот визуальный образ точно выражал ценности и индивидуальность бренда, формировал правильное, соответствующее коммуникационной концепции, психологическое восприятие бренда у целевой аудитории. [1]

Дизайн логотипов и фирменного стиля является одним из первых шагов в создании уникального бренда. Это визуальные элементы, которые могут быть распространены на все материалы компании, включая сайты, социальные медиа и рекламные материалы. Фирменный стиль бренда должен отражать его деятельность, философию и политику. Например, если разрабатывается логотип для бренда, который создает украшения ручной работы, то это следует отразить с помощью графических элементов (Рисунок 1).



Рисунок 1. Логотип бренда украшений ручной работы

Главной целью фирменного стиля компании является идентификация товаров, производимых фирмой, а также создание и закрепление положительных эмоций, ассоциаций, образов в сознании потребителей, способных положительно влиять на узнаваемость компании. [6]

Графический дизайн также играет важную роль в визуальной коммуникации с клиентами. С помощью графических элементов можно передать определенные эмоции и впечатления, что помогает установить эмоциональный контакт и увеличить привлекательность продукта или услуги.

Графический дизайн влияет на конверсию – процент посетителей, которые совершают целевое действие на сайте, например, покупку товара или подписку на рассылку. Эффективный графический дизайн может улучшить понимание предложения компании, усилить доверие клиентов и упростить процесс взаимодействия с сайтом.

Веб-дизайн и пользовательский интерфейс – ключевые аспекты успешного цифрового маркетинга. Хороший дизайн сайта может привлечь и удержать клиентов, улучшить пользовательский опыт и повысить конверсию.

С развитием социальных медиа графический дизайн стал неотъемлемой частью контент-маркетинга. Визуальные посты и иллюстрации могут привлечь больше внимания и обеспечить большую распространенность контента.

Количество пользователей социальных сетей непременно растет. В России лидирующие платформы – ВКонтакте и Telegram, второй из них является мессенджером, но включает некоторые функции социальной сети и также является каналом для рекламы.

Если при разработке печатных изданий используется броскость, яркость, то в социальных сетях дизайнеру стоит сделать упор на содержание и работать в паре с SMM-специалистом. Пользователи социальных сетей хотят получать тот контент, который им интересен. Лента в различных социальных сетях построена на том, что показывает только релевантный контент. Например, если девушка увлекается кулинарией, то ей будут показываться различные рецепты и кулинарные лайфхаки. Помимо статичных изображений пользуются спросом видео, анимации и GIF-анимации (небольшие зацикленные ролики).

Направленность графического дизайна нацелена не на индивидуальность, а на определенный сегмент потребителей, характерной и определенной формой

поведения и универсальным набором человеческих эмоций и желаний. Целостность потребителей и общность их потребителей выражается только в их принадлежности к разным системам потребления. В процессе планирования дизайнер уточняет тип потребителя по категориям, таким как: возраст, пол, социальный статус, место проживания, региональные особенности, национальности и прочие, чтобы сформулировать оптимальный механизм воздействия на него. [5]

Реклама в интернете должна быть доступной и понятной. Цветовые решения, графические элементы должны соответствовать той идее, которую нужно донести до пользователя (Рисунок 2), иначе реклама будет неэффективной (Рисунок 3).

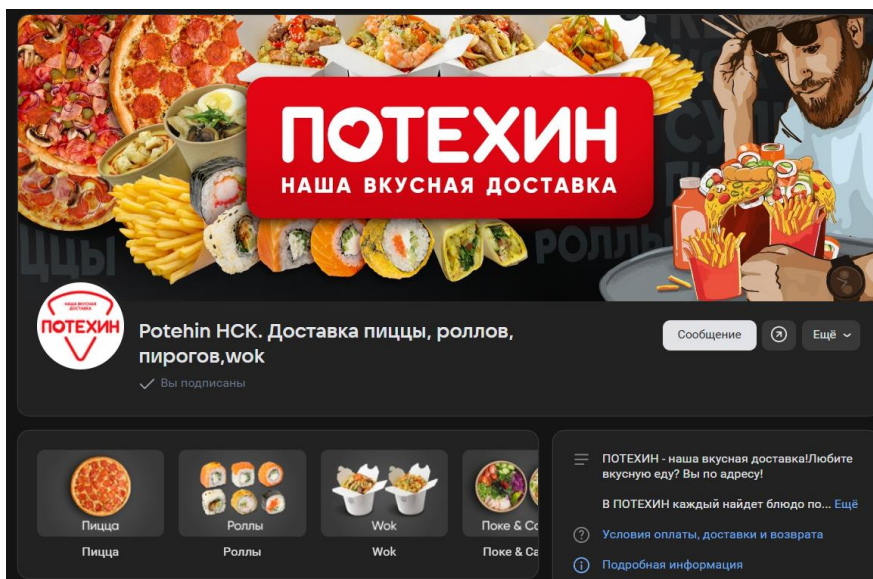


Рисунок 2. Эффективное оформление сообщества [7]

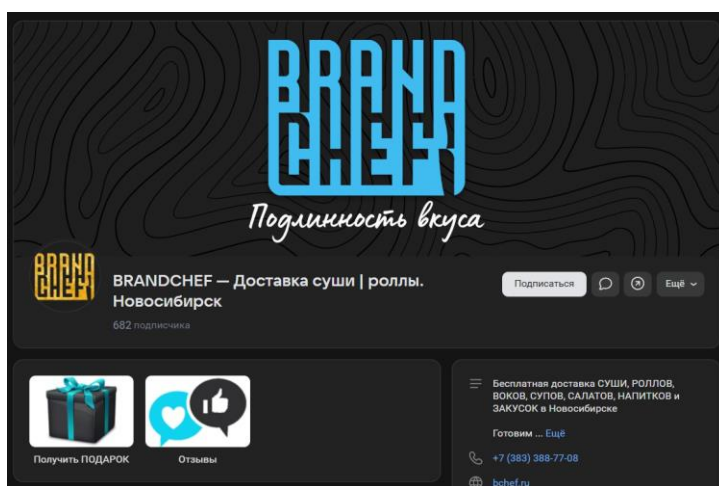


Рисунок 3. Неэффективное оформление сообщества [8]

Графический дизайн в рекламных и маркетинговых материалах выводит информацию на новый уровень. Рекламные баннеры, броские картинки и уникальный дизайн упаковок помогают привлечь внимание клиентов и увеличить конверсию.

Воздействие интернет-рекламы на потребителя происходит по общим признакам психологии зрительного восприятия: как визуально выразительного раздражителя и запускается с момента начального проникновения посетителя в любую из зон Сети Интернет, в целом: при посещении интернет-сайтов, блогов, информационно-поискового пространства, социальных сетей, аукционов, биржи, интернет-магазинов, использования электронной почты, знакомства с новостными, обучающими, статистическими или аналитическими порталами. [2]

Перед созданием графического дизайна необходимо иметь четкое представление о целях компании и потребностях целевой аудитории. Это поможет разработать соответствующий дизайн, который будет эффективно решать поставленные задачи.

При разработке графического дизайна необходимо учитывать принципы дизайна и адаптировать их в соответствии с контекстом и требованиями цифрового маркетинга. Например, дизайн для сайта должен быть отличаться от дизайна для рекламного баннера.

Успешный графический дизайн в рекламе должен выполнить несколько задач, чтобы быть эффективным и привлекательным для потенциальных клиентов:

- привлечь внимание. Графический дизайн должен быть заметен и вызвать интерес у потенциального клиента. Уникальный и запоминающийся дизайн может привлечь внимание и выделиться на фоне конкурентов. Например, использование ярких цветов, необычных форм и текстур может помочь привлечь внимание к рекламе.

- передать информацию. Графический дизайн должен быть понятным и четким, чтобы быстро и легко передавать информацию о продукте или услуге, которые рекламируются. Для этого необходимо использовать соответствующие шрифты, цвета, изображения и текст, которые четко передадут суть рекламы.

- вызвать эмоции Графический дизайн может использоваться для вызывания определенных эмоций у потенциальных клиентов. Это может быть стимулирование желания купить продукт или услугу, вызов улыбки или ностальгии. Правильно подобранные цвета, изображения и текст могут помочь достичь желаемого эмоционального отклика.

- повысить узнаваемость бренда Графический дизайн может помочь создать узнаваемый бренд, который будет связан с определенными продуктами или услугами. Логотип, визуальная концепция и другие элементы должны быть уникальными и легко запоминающимися, чтобы потенциальные клиенты могли ассоциировать их с брендом компании.

- повысить конверсию Цель любой рекламной кампании – увеличить конверсию, то есть количество клиентов, которые приобретают продукты или услуги, которые рекламируются. Успешный графический дизайн должен привлекать внимание, передавать информацию, вызывать эмоции и повышать узнаваемость бренда, чтобы помочь повысить конверсию [3].

Эффективное использование графического дизайна в цифровом маркетинге требует постоянного тестирования и анализа результатов. Это помогает оптимизировать дизайн и улучшать его эффективность для достижения поставленных целей.

В данной статье была рассмотрена роль графического дизайна как элемента цифрового маркетинга. Были представлены практические примеры использования графического дизайна в различных областях цифрового маркетинга, а также рекомендации по его эффективному использованию. Графический дизайн является неотъемлемой частью цифрового маркетинга и способствует увеличению конверсии и созданию уникального бренда. Однако для достижения успеха необходимо понимать цели и целевую аудиторию, соблюдать принципы дизайна и проводить тестирование и анализ.

Список литературы:

1. Бакина, Т.И. Фирменный стиль как инструмент продвижения компании на рынке / Т.И. Бакина // Культурологические чтения – 2020. Культурный код в эпоху глобализации: цифровизация общества и образования : сборник материалов Всероссийской (с Международным участием) научно-практической конференции, Екатеринбург, 10–14 марта 2020 года / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2020. – С. 252-257.
2. Горбунова, Д.А. Роль дизайна в интернет-рекламе / Д.А. Горбунова, Е.М. Филина // Синергия Наук. – 2017. – № 18. – С. 347-352.
3. Иксанов Алмаз Рифович, Рафиков Руслан Илдарович ОСОБЕННОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ // Скиф. 2023. №5 (81). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-graficheskogo-dizayna-v-sfere-reklamu> (дата обращения: 06.11.2023).
4. Котова, М.Б. Обучение созданию рекламы при помощи графического дизайна / М.Б. Котова // Студенческое сообщество и современная наука : материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, Елец, 07 апреля 2022 года. Том Выпуск 8. – Елец: Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, 2022. – С. 195-201.
5. Мереуца, В.О. Графический дизайн в сфере маркетинговых коммуникаций / В.О. Мереуца, О.Б. Ярош // Современные информационные и коммуникативные технологии в глобальном мире: вызовы и возможности : Сборник научных статей по материалам Международной научно-практической конференции, Симферополь, 20–22 октября 2016 года / Главный редактор Л.В. Савченко. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2017. – С. 157-159.
6. Никандрова, О.Ф. Графический дизайн в системе маркетинга и рекламы / О.Ф. Никандрова // Месмахеровские чтения – 2018 : Материалы международной научно-практической конференции. Сборник научных статей, Санкт-Петербург, 21–22 марта 2018 года / Научный редактор А.О. Котломанов. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия имени А.Л. Штиглица», 2018. – С. 278-281.
7. VK.com (2022). Potehin Food. URL: https://vk.com/potehin_food. (дата обращения: 06.11.2023)
8. VK.com (2022). Brandchef. URL: <https://vk.com/brandchef>. (дата обращения: 06.11.2023)

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «COSMOPOLITAN»

Мамонтова Алина Александровна
студент 3 курса,
факультет кооперативной
экономики и предпринимательства,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: tetsu31011998@gmail.com

Шадрина Любовь Юрьевна
научный руководитель, канд. социол. наук,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: l.y.shadrina@nsuem.ru

ANALISYS OF ADVERTISING IN "COSMOPOLITAN" MAGAZINE

Alina Mamontova
Student 3 term,
Faculty of Cooperative
Economics and Entrepreneurship,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

Lubov Shadrina
Scientific adviser,
Candidate of Sociological Sciences,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

Научно-исследовательская работа посвящена анализу рекламы в журнале "Cosmopolitan" за март 2022 года. Результаты исследования позволяют выделить основные темы рекламы в журнале такие как модные тренды, красота и уход за собой, здоровье и фитнес, семейные отношения и личное счастье. Стратегии, используемые рекламодателями, включают образы успешных и привлекательных

женщин, создание эмоциональной привязанности и установление связей с личным опытом читателей. Выводы исследования позволяют понять, какие аспекты рекламы являются наиболее привлекательными для целевой аудитории журнала "Cosmopolitan" и как эффективно использовать их для маркетинговых целей.

ABSTRACT

The research work is devoted to the analysis of advertising in the magazine "Cosmopolitan" for March 2022. The results of the research allow us to identify the main themes of advertising in the magazine such as fashion trends, beauty and grooming, health and fitness, family relationships and personal happiness. Strategies used by advertisers include images of successful and attractive women, creating emotional attachment and making connections to readers' personal experiences. The findings of the study provide insight into which aspects of advertising are most appealing to Cosmopolitan magazine's target audience and how to effectively utilize them for marketing purposes.

Ключевые слова: реклама, журнал «Cosmopolitan», исследование журналистика, медиа, печатные издания, потребительская психология, аудитория, маркетинг, рекламные стратегии, визуальное воздействие, маркетинговые коммуникации, брендинг, представление потребителями.

Keywords: advertising, "Cosmopolitan" magazine, research journalism, media, print media, consumer psychology, audience, marketing, advertising strategies, visual impact, marketing communications, branding, consumer presentation.

Аналитическая работа будет проводиться на журнале «Cosmopolitan» за март 2022 года. Более близкого по времени к нам выпуска нет, так как американская медиагруппа Hearts разорвала партнерские отношения с российскими издателями [2]. Но так как все гляцевые журналы примерно схожи по структуре, особых различий не будет. Именно этот журнал был выбран, потому что в начале десятых годов XXI века они были абсолютно у каждой девушки, значит что-то привлекало их.

Был проведен анализ соотношения рекламы и основного объема. Всего в журнале 208 страниц. Из них рекламных страниц 43, немалое число. Страниц, где используется скрытая реклама, было насчитано 18. Таким образом можно произвести подсчеты и выделить процентную составляющую. Отношение рекламных страниц к общему объему равен 20,6%, что составляет одну пятую от всего журнала. Отношение страниц со скрытой рекламой к общему объему равен 8,6%. Однако, в этом случае можно и убрать из числа рекламные страницы, так как на них никак не может располагаться скрытая реклама. Так что получается: 10,9% от числа страниц без учета рекламных. Если сложить рекламные страницы и страницы со скрытой рекламой и разделить на общее число страниц, то получится 29,3%. И в любом из этих случаев не нарушается статья 16 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе».

В основном рекламные страницы располагаются в начале и конце журнала. Например, из 15 первых страниц 7 из них рекламные. Конечно, в журнале имеются обычные статьи на разные темы, интересные женщинам, и среди них находится скрытая реклама. Она может быть представлена в виде интервью, совета звезды, совета от редакторов, то есть «Выбор Cosmo».

Также есть пример рекламного интервью, оно проводилось с Ириной Безруковой. Заголовок такой: «Красота требует крем!», отсылка к известной фразе «красота требует жертв». В процессе диалога корреспондент и Ирина обсуждают достоинства крема, его состав.

*«... **Ирина:** Когда мне предложили сняться в рекламе, я не задумываясь согласилась это сделать. Потому что, это действительно стоящий продукт! Крем такого качества и действия очень сложно найти на рынке. Поверьте, я перепробовала множество элитных кремов. Очень часто, за счет парфюмированных отдушек, возникала аллергия, слезились глаза, красные пятна... Мало приятного, когда через пару часов съемки или выход на сцену, а тут такое. Весьма неприятное ощущение и полное разочарование, когда крем стоит ни одну тысячу рублей.*

Корреспондент: *Согласен, даже я вас понимаю! А что говорить о женщинах, которых ухаживают за собой и делают это каждый день! Если я правильно понял, то крем обладает суперувлажняющим действием именно в холодное время, когда мороз сушит кожу. У меня, кстати, трескается кожа рук... Это весьма неприятно даже для мужчины!*

Ирина: *«Буренка» замечательно подходит обладателям сухой кожи, благодаря своим увлажняющим, питательным свойствам. Вдобавок к этому, он превосходно смягчает эпидермис. Более того, он отлично борется с трещинами кожных покровов. Попробуйте сами, и все эти недостатки исчезнут! На самом деле, если изучить, то крем имеет уникальный состав. А именно «Фитофлоран», который вы не встретите больше ни в каких других кремах. Это действительно «секретный ингредиент», который заключает в себе вытяжки травяных растений. В состав экстрактов входят только те вещества, которые находятся в исходном сырье. Они не содержат остатков растворителя и посторонних примесей. Я даже сама спрашивала, мне было интересно разобраться. За счет полезного действия комплекса «Фитофлоран», который восстанавливает эпидермальный барьер кожи, крем действует, на мой взгляд, идеально круглый год. Это прекрасная защита от солнца. А в мороз или ветренную погоду, это просто спасение.*

Корреспондент: *Какой приятный аромат у крема для лица!*

Ирина: *Да! А еще в нем мои любимые пептиды, которые омолаживают и насыщают кожу лица витаминами. В креме для лица, кстати, тоже содержится комплекс «Фитофлоран»! Это, конечно, уникальная разработка бренда. Для чувствительной, сухой кожи – то, что нужно. Он стимулирует выработку коллагена и укрепляет кожный матрикс! Стоит отметить, что консистенция средства довольно густая. И как советуют косметологи, нужно некоторое время, чтобы крем хорошо впитался. Поэтому нужно помнить о том, чтобы дать около получаса для этого. Это значит, что при использовании утром другие средства макияжа лучше наносить после окончательного впитывания*

крема. Вечернее использование крема также предполагает наличие 20 – 30 минут до сна. Это позволит кожным покровам получить от крема максимум пользы. Для меня это простые правила, как и для любой женщины, которая хочет прекрасно выглядеть в любом возрасте.

Корреспондент: Что еще в составе интересного?

Ирина: Персиковое масло. Оно помогает подтянуть кожу лица, делая ее более упругой и эластичной, разглаживает имеющиеся на коже неглубокие морщинки. Устраняет сухость и шелушение кожи, улучшает цвет лица. Как говорится, делая все то, о чем мечтает каждая женщина!

Корреспондент: Я внимательно изучаю состав, пытаюсь представить себя Мел Гибсоном из фильма «Чего хотят женщины». Наверняка здесь есть какие-нибудь консерванты или еще что-то...

Ирина: Не ищите, поверьте, я изучила состав вдоль и поперек. «Буренка» содержит только натуральные природные антиоксиданты, без силиконов и консервантов, что редкость даже для дорогих люксовых марок. А еще крем победил в слепых тестированиях. Очень важно, что крем может позволить себе купить каждая женщина.» [1]

После прочтения данного рекламного интервью у многих могут появиться вопросы: «Чем же обычный российский крем лучше люксового?» «Почему женщина, имея возможность, отказалась от многих брендовых кремов?» Если разбирать по AIDA [3], то получается такая линия событий со стороны читателя. Татьяна – женщина лет тридцати пяти – читает статью, она может не знать саму Ирину Безрукову, однако ее муж, актер, очень известен, поэтому Тане в общих чертах понятна личность интервьюируемой. И на середине интервью ее внимание привлекает мнение, что крем «Буренка» лучше многих кремов из более престижного сегмента. Она может задуматься над этим, потому что уже имеет большой опыт в уходе за кожей. Далее возникает интерес, потому что в рекламируемом креме нет отдушек, которые многим не нравятся, и состав натуральный, и обладает уникальными свойствами. Окончательное желание попробовать вызывает то, что крем доступен многим женщинам, так как не считается

дорогим. После прочтения статьи Татьяна уже может искать в интернет-магазинах «Буренку» для совершения покупки. Возможно, крем не подойдет ее типу кожи, но она уже купила его и таким образом принесла деньги компании. Маленькие покупки – самые необдуманные.

Компания Дина+ выбрала для рекламы именно Cosmopolitan, потому что в наше время этот журнал читают в основном женщины от 30, так как они и были покупательницами глянца в десятых годах. Для них мелкие морщинки, тусклость кожи и меньшая выработка коллагена являются насущными проблемами. Также интервью было выпущено в выпуске от 22 февраля 2022 года, когда приближается весна, и у женщин появляется желание расцвести вместе с природой. Однако выбор Ирины Безруковой как лица бренда кажется сомнительным, так как она не особо известна для этой аудитории, только фамилия скажет что-то о ней. И реклама выглядит излишне прямой, и подробный состав, и обязательное упоминание фитофлорана. Интервью не оставляет чувства искренности, важное в наше время. Ирина словно рассказала выученный текст интервьюеру.

Вывод: компании обязаны правильно выбирать аудиторию, на которую они хотят направить рекламное сообщение, в данном случае это получилось. Также важно выбирать правильных амбассадоров, чтобы избежать недопонимания с потенциальными потребителями.

Список литературы:

1. Cosmopolitan. 2022. №71.
2. «Какая разница, как он называется»: первый главред Cosmopolitan о ребрендинге журнала // Газета.ru. [Электронный источник]. URL: <https://www.gazeta.ru/style/2022/05/11/14840552.shtml?updated> (дата обращения: 15.10.2023)
3. Хейг П. Управленческие концепции и бизнес-модели : полное руководство / Пол Хейг ; пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 370 с. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078477> (дата обращения: 01.11.2023)

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ТЕХНОЛОГИЙ СОЗДАНИЯ ИМИДЖЕВОЙ РЕКЛАМЫ «BEFREE»

Молчанова Мария Сергеевна

*студент,
кафедра маркетинга, рекламы
и связей с общественностью,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: masha_m2003@mail.ru*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук, доц.,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск*

ANALYSIS OF THE TECHNOLOGIES USED TO CREATE IMAGE ADVERTISING "BEFREE"

Maria Molchanova

*Student,
department of marketing,
advertising and public relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

Lyubov Shadrina

*Scientific supervisor,
candidate of Sociological Sciences,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается использование «befree» различных форматов имиджевой рекламы, таких как: имиджевая реклама в Интернете, рекламные ролики на телевизоре, наружная реклама, реклама в газетах и журналах, участие в бла-

готовительных акциях с освещением участия фирмы в СМИ. Также были рассмотрены инструменты, используемые «befree» для создания имиджевой рекламы и проанализированы рекламные ролики и пресс-релизы «befree».

ABSTRACT

The article discusses the use of "befree" various formats of image advertising, such as image advertising on the Internet, commercials on TV, outdoor advertising, advertising in newspapers and magazines, participation in charity events with coverage of the company's participation in the media. The tools used by befree to create image advertising were also reviewed and the commercials and press releases of befree were analyzed.

Ключевые слова: имиджевая реклама, бренд "befree", форматы имиджевой, инструменты имиджевой рекламы, виды имиджевой рекламы, анализ.

Keywords: image advertising, befree brand, image advertising formats, image advertising tools, types of image advertising, analysis.

Рассмотрим основные виды и инструменты, используемые "befree" для создания имиджевой рекламы.

Начнем с рассмотрения использования "befree" различных форматов имиджевой рекламы.

1. Имиджевая реклама в Интернете

"befree" используют размещение баннеров на различных сайтах. Обычно, они связаны с выходом новой коллекции и содержат изображение её представителей. Также всегда изображен логотип бренда.

Контекстная реклама присутствует только при непосредственном запросе в поисковой строке о компании, по другим запросом её не наблюдается.

Пресс-релизы не только о бренде "befree", но и о других брендах компании Melon Fashion Group размещаются на их сайте [3]. Рассмотрим один из них под названием «befree открыл тысячник в Петербурге». С точки зрения составления

текста, пресс-релиз соответствует критериям: в нем содержится новая информация, она актуальна так как событие произошло недавно (к тому же, сейчас люди заинтересованы в открытии новых магазинов одежды в связи с уходом многих брендов) и достаточно информативно и подробно расписано.

"befree" регулярно проводит стандартные акции по снижению цен на часть ассортимента. Также иногда проводятся такие акции, как: "3=6 – бери шесть, плати за три", "черная пятница", система промокодов для онлайн-заказов. Конкурсы также проводятся. Например, "befree" проводил конкурс, где призом была путевка во Вьетнам. Для выигрыша необходимо было сделать фотографию и отметить бренд.

1. Рекламные ролики на телевизоре

Телевизионные ролики, которые можно отнести к имиджевым у "befree" похожи друг на друга. Для своих видеороликов "befree" снимают, в основном, людей молодого возраста. Они динамичные, кадры сменяются быстро. Люди одеты в вещи бренда, они стильные и яркие. В своих телевизионных роликах «befree» всегда отмечают свои ценности.

Например, рассмотрим ролик «мода значит разнообразие», приуроченный к новой коллекции 2020 года. В нем показаны немедийные люди и все они по-своему разные – представлены кадры с девушкой с альбинизмом, молодого парня с болезнью витилиго, а также девушку с протезом ноги. Все они одеты в вещи бренда. Таким образом, бренд не забывает об одной из самых важных их ценности: мода для всех – мода значит разнообразие.

2. Наружная реклама

Наружную рекламу «befree» не использует. Существует только Indoor-реклама, представленная в виде изображения на витринах оффлайн-магазинов и лайтбоксов в торговых центрах.

3. Реклама в газетах, журналах

Конкретно печатные СМИ также не используются «befree» для формирования имиджа организации, но они взаимодействуют с их интернет-изданиями.

Например, такими как, «Коммерсантъ» и «Ведомости». Там публикуются новости об организации.

4. Участие в благотворительных акциях с освещением участия фирмы в СМИ.

«befree» активно принимают участие в социальной жизни общества и устраивают благотворительные акции.

Например, рассмотрим публикацию российского информационно-развлекательного интернет-портала «KudaGo» [1].

Данная публикация просто информирует граждан Санкт-Петербурга о том, что в их городе будет проходить акция от «befree» по уборке мусора. В нем не дана позитивная оценка бренду за его проведение, а просто оповещение о событии, но тем не менее когда читатели понимают, кто организатор данной акции – уважение к ней возрастает.

Далее рассмотрим публикацию интернет-портал журнала «PROfashion». В ней написано о рекламной кампании «befree» под названием «Meow Woof_befree интерны», героями которой стали сотрудники с их домашними питомцами [2]. Сначала в планах было сделать фотосъемку из наиболее базовых вещей бренда, но в итоге приняли решение помощи приюту для животных «Галкино подворье». Он был основан в 2014 году в Ленинградской области и содержит около 60 собак и 19 кошек. В рамках этой рекламной кампании «befree» пообещали закупить товары, необходимые приюту. Таким образом, компании удалось не только привлечь внимание покупателей к линейке одежды посредством «интеграции» с домашними животными, но и повысить имидж и репутацию в их глазах своей финансовой помощью приюту, а также помочь сохранить жизнь бездомным животным.

Также стоит упомянуть об амбассадорах бренда "befree". В большинстве своих рекламных кампаний и роликов они показывают не знаменитых, простых людей, но они также сотрудничают с селебрити. Например, певица Луна стала лицом коллекции осень-зима 2019-2020. Совместно с брендом был снят клип на её песню "Лунные гипнозы".

Таким образом, «befree» активно использует различные инструменты имиджевой рекламы для продвижения бренда и построения хорошей репутации. К негативным выводам можно отнести отсутствие профильных мероприятий и наружной рекламы непосредственно в городе. К положительным: разностороннее использование многих рекламных каналов, наличие четко выраженных ценностных ориентаций бренда.

Список литературы:

1. Акция befree по уборке природы от мусора [Электронный ресурс]//KudaGo. – URL: <https://kudago.com/spb/event/blagotvoritelnost-aktsiya-befree-po-uborke-prirodyi-ot-musora/> (дата обращения: 03.11.2023)
2. Героями рекламной кампании Befree стали сотрудники с их домашними питомцами [Электронный ресурс]//PROFashion. – URL: <https://profashion.ru/business/marketing/geroyami-reklamnoy-kampanii-befree-stali-sotrudniki-s-ikh-domashnimi-pitomtsami/> (дата обращения: 01.11.2023)
3. Официальный сайт компании «Melon Fashion Group» [Электронный ресурс] – URL: <https://www.melonfashion.ru/> (дата обращения: 30.10.2023)

АНАЛИЗ МАНИПУЛЯТИВНЫХ МЕТОДОВ РЕКЛАМЫ

Огнева Анастасия Алексеевна

*студент 3 курса,
факультет кооперативной
экономики и предпринимательства,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: anastasia.ogneva.95@mail.ru*

Шадрина Любовь Юрьевна

*научный руководитель, канд. социол. наук,
Новосибирский Государственный
университет экономики и управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: l.y.shadrina@nsuem.ru*

ANALYSING MANIPULATIVE METHODS OF ADVERTISING

Anastasia Ogneva

*Student 3 term,
Faculty of Cooperative
Economics and Entrepreneurship,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

Lubov Shadrina

*Scientific adviser,
Candidate of Sociological Sciences,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

Данная научно-исследовательская статья проводит анализ манипулятивных методов в современной рекламе. В ней рассматриваются примеры манипуляций, используемых в рекламных кампаниях, и предоставляются конкретные примеры разнообразных рекламных приемов. Целью исследования является выявление и оценка влияния этих методов на потребителей, а также обсуждение этических аспектов использования манипулятивных приемов в рекламе.

ABSTRACT

This research paper analyses manipulative techniques in modern advertising. It examines examples of manipulation used in advertising campaigns and provides specific examples of a variety of advertising techniques. The purpose of the study is to identify and evaluate the impact of these techniques on consumers and to discuss the ethical aspects of using manipulative techniques in advertising.

Ключевые слова: реклама, манипуляция, маркетинг, психология потребителя, эмоциональное воздействие, психологические приемы, имидж, эффективность рекламы, этика в рекламе, потребительское поведение, обман в рекламе, примеры рекламных кампаний.

Keywords: advertising, manipulation, marketing, consumer psychology, emotional impact, psychological techniques, image, advertising effectiveness, ethics in advertising, consumer behaviour, deception in advertising, examples of advertising campaigns.

Рассмотрим и проанализируем разные методы манипулирования на примерах рекламных компаний.

Обратимся к рекламе ополаскивателя для рта CB12, в ролике говорится о неприятном запахе изо рта и что многие люди не признают то, что он у них есть, поэтому окружающие могут заметить это первыми [6]. Реклама сразу давит на боль потребителя, человек сразу начинает переживать и думать: А вдруг у меня такая же проблема. Он начинает смущаться и переживать, что же ему делать и реклама CB12 подсказывает решение. Нужно всего лишь купить их товар и запах изо рта больше не будет никого беспокоить. Такая рекламная манипуляция вызывает потребительский страх и заставляет людей покупать товар. Многие рекламные кампании стараются раскрыть проблемы потребителя и надавить на них. Суть в том, что текущие проблемы могут иметь серьезные неприятные последствия. Но есть всегда чудодейственное средство! Вы можете приобрести предложенный товар или услугу, чтобы полностью решить проблему

Далее обратимся к рекламе «Fiat» 500 Abarth [1]. Здесь явно прослеживается манипуляция на фоне сексуальных образов. Сначала зритель видит идущего по тротуару мужчину, и затем главный герой рекламы замечает женщину, которая стоит в платье, нагнувшись к полу. Уже затем женщина подходит к мужчине и прижимает его спиной к столбу и начинает шептать и трогать его за лицо. В конце рекламы оказывается, что это всего лишь была фантазия мужчины и это была не женщина, а всего лишь его прекрасная машина «Fiat» 500 Abarth. Сразу заметно, что мужчина в рекламе выглядит как обычный среднестатистический взрослый человек, без каких-либо внешних особенностей, что почти каждый зритель может спокойно приравнять себя к нему. Когда как женщина в рекламе красивая высокая и стройная, которая сразу вызывает желание и обращает на себя взгляды мужчин. Рекламщик обращается к подсознанию потребителя и говорит: «Мы знаем, что вы хотите иметь сексуальный контакт со многими женщинами». Подобное можно сказать и о рекламе Bounty [7]. В ролике показана девушка в бикини на пляже, как та медленно ходит и лежит на белом песке. А на ухо зрителя шепчет нежный женский голос про райское наслаждение. Этот метод сексуальных образов уже давно используется, чтобы влиять на маркетологов, чтобы заставить людей покупать вещи, которые им не нужны. Мужчины ведут себя более импульсивно под влиянием сексуальных образов. Фаллические или другие эмоциональные изображения добавляются к рекламным изображениям, плакатам, фотографиям или коллажам (Рисунок 1). В настоящее время многие товары стали рекламировать с помощью обнаженной или полуобнаженной натуры.



Рисунок 1. Реклама мороженого

Метод персонификации бренда отслеживается в рекламе батареек Duracell [2]. Всем давно знаком и известен их знаменитый розовый зайчик, который появляется из рекламы в рекламу, являясь олицетворением скорости и долговечности батареек. Такой способ воплощения продукта в жизнь помогает повысить лояльность клиентов к конкретной компании. С помощью персонализации маркетологи вторгаются в личное пространство. На ум приходит стрелка, напоминающая улыбающееся лицо логотипа Amazon (Рисунок 2).



Рисунок 2. Логотип компании «amazon»

В рекламе минеральной воды Evian используется метод приятного образа [3]. В видеоролике прохожие люди видят в собственном отражении маленьких деток, потом они начинают танцевать и корчить рожицы под весёлую музыку. Доказано, что такие милые изображения работают, даже если они не имеют прямого отношения к бренду, который продвигают. Компании используют фотографии и видео маленьких детей, кошек и т.д. С одной стороны, такие визуализации привлекают внимание, а с другой – вызывают положительные и теплые чувства, связанные с брендом.

Метод ощущения причастности. Суть в том, чтобы убедить заказчика, что результат зависит от него. Возьмём в пример бренд Betty Crocker, которые одни из первых стали использовать этот метод. Изначально в состав их смесей входил яичный порошок, но затем они убрали его из состава и акцентировали внимание на том, что покупатель сам должен добавить яйцо в смесь (Рисунок 4). Можно предположить, что домохозяйки чувствовали себя некомфортно с этим продуктом, несмотря на его удобство. Он экономил очень много сил и времени по сравнению с приготовлением обычного пирога, поэтому казалось, что им приходится обманывать своих мужей и гостей. Женщины чувствовали себя виноватыми за незаслуженные комплименты. Поэтому они перестали использовать готовую

смесь. Но после того, как в этот продукт стало нужно добавлять яйцо, всё изменилось. Благодаря появлению дополнительного действия женщины перестали испытывать сильное чувство вины, но все же выиграли время. Так же можно предположить тот факт, что женщины думали, что готовая смесь для пирога наполнена различными добавками и химикатами. Но после того как из состава исключили яичный порошок, многие предположили, что продукт стал экологически чище.



Рисунок 3. Смесь для пирогов бренда Betty Crocker

Метод самопрограммирования используется в рекламе Gillette с Лионелем Месси и Роджером Федереро [5], а также в знаменитой рекламе Nike с Криштиану Роналду и многими знаменитыми футболистами [4]. Люди видят людей, добившихся успеха с определенным брендом, и подсознательно начинают позиционировать себя. На этом уровне вы сравниваете себя с рекламным успехом людей. Это также заставляет вас хотеть купить больше.

В этой статье были проанализированы различные рекламные кампании и как в них используются разнообразные методы манипуляции.

Список литературы:

1. «Fiat» 500 Abarth / "Seduction" / видео реклама автомобиля фиат // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AruLB09QjeQ&list=LL&index=4>
2. Duracell – Реклама // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RUzPx7y6i9Q>
3. Evian Baby Me Commercial 2013 // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ikuiByrF6rs>
4. Nike Football – Winner Stays // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eGUor824a74>
5. Лионель Месси и Роджер Федерер в новой компании Gillette // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uXxu5p1Qr40>
6. Реклама CB12: Ополаскиватель для полости рта CB12 // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RJunOElhSJY&list=LL&index=5>
7. Реклама Баунти – райское наслаждение // [Электронный источник] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tyIKTCwQaJA>

**ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ PR-ТЕХНОЛОГИЙ
(НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОГО ФИЛИАЛА
ФГАУ НМИЦ МНТК «МИКРОХИРУРГИЯ ГЛАЗА»)**

Рейнгард Дарья Александровна

студент,

кафедра Рекламы и связей с общественностью,

Новосибирский государственный

университет экономики и управления,

РФ, г. Новосибирск

E-mail: dariarein144@mail.ru

**FORMATION OF CORPORATE IMAGE USING PR TECHNOLOGIES
(BASED ON THE EXAMPLE OF THE NOVOSIBIRSK BRANCH
OF FGAU NMITS MNTK "EYE MICROSURGERY")**

Daria Reingard

Student,

Department of Advertising and PR,

Novosibirsk State University

of Economics and Management,

Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье приводятся результаты исследования формирования корпоративного имиджа с использованием PR-технологий на примере Новосибирского филиала ФГАУ НМИЦ МНТК «Микрохирургия глаза». Выявлены особенности осуществления данного процесса в данной клинике по отдельным составляющим корпоративное имиджа.

ABSTRACT

This article presents the results of a study of the formation of a corporate image using PR technologies using the example of the Novosibirsk branch of the Federal State Institution National Medical Research Center MNTK "Eye Microsurgery". The peculiarities of the implementation of this process in this clinic according to individual components of the corporate image have been identified.

Ключевые слова: корпоративный имидж, имидж товара, имидж потребителя товара (услуги), внутренний имидж, имидж руководителя, имидж персонала, визуальный имидж организации, социальный имидж, бизнес-имидж организации.

Keywords: corporate image, product image, consumer image of a product (service), internal image, manager's image, personnel image, visual image of the organization, social image, business image of the organization.

Корпоративный имидж представляет собой образ или представление об организации или компании, который формируется у общественности. Он отражает ценности, цели и культуру компании, а также влияет на восприятие ее продуктов, услуг и всего бренда [1].

Сейчас производителям довольно трудно выделяться на рынке, поскольку предполагаемая ими продукция уже имеет большое количество аналогов. Процесс создание уникального товара или предоставление исключительной услуги с каждым годом становится все сложнее и требует больших затрат. Однако, несмотря на эти трудности, существуют компании, которые успешно осуществляют свою деятельность на рынке уже много лет, не теряя своих позиций. Они пользуются широкой популярностью среди потребителей, благодаря тому, что грамотно создают и поддерживают положительный имидж своей компании [1].

Примером такой компании является Новосибирский филиал ФГАУ НМИЦ МНТК «Микрохирургия глаза».

Один из примеров такой компании является Новосибирский филиал ФГАУ НМИЦ МНТК "Микрохирургия глаза". Данная клиника представляет собой стационарное учреждение, которое предоставляет офтальмологическую помощь по новейшим технологиям на территории Западно-Сибирского федерального округа Российской Федерации и стран СНГ [3].

В ходе проведенного нами анализа был детально рассмотрен процесс формирования корпоративного имиджа Новосибирского филиала МНТК «Микрохирургия глаза», рассмотрим полученные результаты.

Имидж товара (услуги). Новосибирский филиал МНТК оказывает офтальмологическую помощь гражданам России по следующим направлениям: диагностика, лазерная коррекция зрения, лечение катаракты и глаукомы, косоглазия у взрослых и детей, детская офтальмология, подбор очков и контактных линз.

Филиал в Новосибирске предлагает медицинское обслуживание по конкурентоспособным ценам, которые покрываются средствами Фонда ОМС и ВМП. Это свидетельствует о том, что любой желающий с серьезными проблемами со зрением, может получить квоту, дающую возможность пройти лечение в клинике бесплатно [3].

Имидж потребителя товара (услуги). Услуги, предлагаемые клиникой актуальны с самого рождения до пожилого возраста. Большинство пациентов обращаются за услугами клиники по квоте, финансируемой Фондом ОМС и ВМП. Есть и те, кто пользуется платными медицинскими услугами, в связи с высоким уровнем достатка, однако чаще всего это происходит по причине срочности и неотложности лечения.

Внутренний имидж. Еще на начальных этапах развития этой организации ее основатель, Святослав Фёдоров, разработал специальный алгоритм, в основе которого была быстрая обучаемость сотрудников, коллективный разум и радость творчества [4]. В настоящее время сотрудники не забывают традиции, заложенные еще на стадии создания МНТК. Чтобы поддерживать единство и сплоченность в клинике, ежегодно проводятся празднования профессиональных и все-российских праздников, таких как Международный день офтальмолога, День медицинской сестры, День рождения организации, 23 февраля, 8 марта и другие.

Имидж руководителя. Директором и первым лицом Новосибирского филиала МНТК «Микрохирургия глаза» является Черных Валерий Вячеславович. В.В. Черных – врач-офтальмолог, ученый и организатор здравоохранения. Он успешно справляется с огромным объемом работы, связанной с организацией и лечением, и одновременно успешно занимается научной деятельностью (является автором более 300 научных работ). Он также активно участвует в общественной деятельности [3].

Визуальный образ – мужчина средних лет, с приятными, располагающими к общению внешними данными, уделяющий внимание своему образу и стилю жизни. Говоря об особенностях его поведения стоит отметить, что у В.В. Черныха приятная, грамотная речь, открытые жесты, эмоциональная уверенность, в процессе беседы присутствует уважительное отношение к собеседнику. Довольно ярко выделяется стремление быть лидером и руководителем во всем.

Внутри коллектива Валерий Вячеславович пользуется уважением со стороны сотрудников, является бесспорным лидером. Он находится в постоянном контакте с подчиненными и пациентами.

Имидж персонала. В Новосибирском филиале трудятся 412 сотрудников, которые включают 84 врача, большая часть их них имеет ученые степени. Данный факт подчеркивает, что в клинике работают профессиональные специалисты. Коллектив клиники представляет собой огромный, хорошо работающий механизм. Сплоченность в работе, позволяет оказывать услуги на высоком уровне. В подтверждение данному факту, можно отметить, что отзывы пациентов, прошедших лечение, содержат слова благодарности за качество оказанных услуг, за высокий профессионализм, клиентоориентированность и прекрасно организованную командную работу в филиале [3].

Визуальный имидж организации. Новосибирский филиал МНТК расположен в шестиэтажном здании с отдельной пристройкой, в которой находится операционный блок. Вся прилегающая к клинике территория огорожена, на ней имеется зеленая зона, предусмотренная для прогулки пациентов, внутри расположен фонтан, который работает все лето, а также спортивный корт, предназначенный для сотрудников клиники.

На самом здании филиала расположен фирменный знак клиники. Вход в клинику осуществляется через центральные двери, сверху которых имеется надпись медицинской организации. Внутри клиники все элементы навигации, такие как указатели по всему периметру, таблички на кабинетах, вывески оформлены с использованием фирменных цветов и шрифта, что делает внутренний вид филиала чистым, лаконичным и гармоничным.

Рассмотрим более детально элементы фирменного стиля Новосибирского филиала.

Логотип клиники состоит из двух частей: знака и названия, набранного специальным шрифтом. Поскольку официальное название клиники длинное и включает в себя множество сокращений, родовидовых связей, обязательных в одних материалах и необязательных в других, было разработано три версии логотипа для того, дальнейший выбор зависит исходя из конкретной ситуации использования логотипа. В фирменную цветовую палитру МНТК входят два цвета: темно-синий и голубой [3].

Фирменный шрифт – важный элемент стиля. Базовым шрифтом клиники является Din. Если нет возможности использовать фирменный шрифт, он заменяется системным шрифтом Myriad [3]. Перечисленные наборы шрифтов применяются для оформления различной полиграфии.

Фирменная продукция – то, чем пользуются сотрудники, что находится в ежедневном обороте. Примером такой продукции выступают бейджи, ручки, карандаши, блокноты, ежедневники, пакеты и др. Дизайн этой продукции отличается чистотой и минимализмом, чтобы он не забирал на себя слишком много внимания

Что качается официального сайта, то он также выполнен в фирменных цветах клиники. Дизайн сайта довольно интересный и привлекательный. С его помощью пациенты без труда могут узнать интересующую информацию об организации, а также с лёгкостью записаться на прием. Все это позволяет делать сайт более конкурентоспособным.

Социальные сети, в которых присутствует Новосибирский филиал – ВКонтакте и Telegram. Наиболее популярной социальной сетью филиала является ВКонтакте, так как там публикуется актуальная информация, касающаяся скидок и акции, последних офтальмологических разработок, оказываемых услуг. В Telegram публикуется идентичная информация, но позже с разницей в несколько дней.

Социальный имидж организации. Компания, которая активно участвует в благотворительных акциях, улучшает свой социального имиджа. Такое социально-ответственное поведение привлекает не только общее население, но и сотрудников компании [2].

Каждый год филиал МНТК "Микрохирургия глаза" в городе Новосибирске активно участвует во множестве благотворительных акций. Некоторыми из самых известных социальных проектов являются: ежегодная международная благотворительная акция "Прекрасные глаза каждому", которая проводится в день рождения основателя системы С.Н. Фёдорова – 8 августа; благотворительная акция "Дед Мороз в Дом" для детей с ограниченными возможностями и инвалидностью; благотворительная акция "Добрый волейбол".

Бизнес-имидж организации. Филиал МНТК "Микрохирургия глаза" в городе Новосибирске является ведущим центром офтальмологии на территории Западной Сибири. За всю историю работы клиники, врачи филиала провели более 810 тысяч обследований и консультаций, а также выполнено более 508 тысяч операций.

Партнерами клиники являются Kite Medical, Окулист, Окулист+, Евростиль, Офтальмологический центр [3].

Таким образом, проанализировав процесс формирования корпоративного имиджа Новосибирского филиала МНТК «Микрохирургия глаза» по его структурным компонентам, делаем вывод. Формирование корпоративного имиджа в Новосибирском филиале МНТК осуществляется комплексно и тщательно, это позволяет создать положительный образ организации. Данная клиника уделяет особое внимание построению и поддержанию положительного имиджа как внутреннего, так и внешнего. Все это в дальнейшем скажется на репутации данной организации.

Список литературы:

1. Горчакова Р.Р. Особенности формирования корпоративного имиджа // Известия ВУЗов. – 2012. – №2. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-korporativnogo-imidzha> (дата обращения: 08.11.2023)
2. Лучко В.В. Особенности применения PR-технологий в формировании имиджа организации // Потенциал Российской экономики и инновационные пути его реализации. – 2015. – №5. [Электронный ресурс]. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_26444782_45625588.pdf (дата обращения: 09.11.2023)
3. Официальный сайт Новосибирского филиала ФГАУ НМИЦ МНТК «Микрохирургия глаза» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mntk-nsk.ru/> (дата обращения: 10.11.2023)
4. Официальный сайт ФГАУ НМИЦ МНТК «Микрохирургия глаза» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mntk.ru/> (дата обращения: 11.11.2023)

СЕКЦИЯ
«СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ»

БОЛЕЗНИ ЯРОВОГО ЯЧМЕНЯ

Лисина Анастасия Сергеевна
магистрант,
кафедра растениеводства, земледелия и агрохимии
Вологодская государственная молочнохозяйственная
академия имени Н.В. Верещагина,
РФ, г. Вологда, с. Молочное
E-mail: nastya.lisina.2002@mail.ru

DISEASES OF SPRING BARLEY

Anastasia Lisina
Master's Student,
Faculty of Agronomy and Forestry,
Vologda State Dairy Academy
named after N.V. Vereshchagina,
Russia, Vologda, Molochnoye village

АННОТАЦИЯ

В статье описаны самые распространенные заболевания ячменя, о наносимом ими вреде и методах борьбы. Несмотря на то, что большая часть сортов ячменя обладает устойчивостью, всегда существует вероятность поражения посевов болезнями.

ABSTRACT

The article describes the most common diseases of barley, the harm they cause and methods of control. Despite the fact that most of the barley varieties are resistant, there is always a possibility of damage to crops by diseases.

Ключевые слова: болезни ячменя, корневая гниль, ржавчина, признаки заболевания, возбудитель.

Keywords: barley diseases, root rot, rust, signs of the disease, pathogen.

Большинство сортов ячменя отличаются устойчивостью к болезням и вредителям. Но из-за нарушений севооборота или технологии выращивания на посевах могут появиться признаки заболеваний.

Бурая ржавчина

Данное заболевание провоцирует базидиальный гриб. Заражение злаков можно наблюдать в течение всего вегетационного периода. Симптомы проявляются на верхней стороне листьев и влагалищ ячменя и выглядят следующим образом: одиночные, овальные, светло-коричневые урединии; черные пустулы – телии.

Это вредоносная болезнь, приводящая к нарушению жизненно важных физиологических и химических процессов – пораженные листья отмирают, зерна формируются щуплыми и обладают пониженной всхожестью [1].

Гельминтоспориозная корневая гниль

Возбудителем данного заболевания является гриб, который сохраняется в почве на инфицированных растительных остатках, на поверхности и внутри семян.

Визуальные признаки заражения почвенной инфекцией проявляются в фазу кущения. На coleoptиле, первичных и вторичных корнях, узле кущения, основании стебля и влагалищах листьев образуются светло-бурые некрозы. В фазы выхода в трубку и позднее поражаются подземное и первое надземное междоузлие, первый узел и нарушается связь надземной части с корневой системой. На листьях образуются светло-бурые пятна, вытянутые вдоль пластинки, часто окруженные хлорозом, сливающиеся. Гриб заражает колоски, которые во влажную погоду покрываются черным бархатистым спороношением. Зараженное зерно чернеет, происходит пигментация тканей зародышевой зоны и снижение посевных качеств.

Растения отстают в росте, наблюдается белоколосость и гибель продуктивных стеблей. Иногда зерна в колосе буреют, сморщиваются. При 28 – 35 % развитии болезни возможна потеря половины урожая [2].

Пыльная головня

При поражении пыльной головней все элементы колоса разрушаются и превращаются в оливково-коричневую споровую массу. Неповрежденным остается только стержень колоса, а иногда часть остей. В редких случаях поражаются листья.

Внешние признаки заболевания проявляются обычно в период выколашивания растений. В это время пораженный колос выходит из влагалища листа сначала прикрытый тонкой прозрачной пленкой, сквозь которую хорошо просвечивается споровая масса. Затем пленка быстро растрескивается, а споры распыляются. Иногда встречаются колосья, пораженные только в верхней или нижней частях. Пораженные растения резко выделяются на фоне здоровых [3].

Несмотря на большое количество существующих болезней, способных уничтожить урожай, при грамотном соблюдении агротехнических правил выращивания есть возможность этого избежать.

Список литературы:

1. Основные болезни и вредители ячменя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ferma.expert/rasteniya/kultury/yachmen/bolezni-i-vreditelyu/> (дата обращения: 20.11.23)
2. Болезни ячменя ярового [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://direct.farm/knowledge/plant/cultures/yachmen-yarovoj/disease?view=article__plant__barley_disease_mycota__74 (дата обращения: 20.11.23)
3. Болезни ячменя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://agroklass.com/bolezni-jachmenja/> (дата обращения: 20.11.23)

СЕКЦИЯ
«СОЦИОЛОГИЯ»

**НАУЧНО-ФИЛОСОФСКОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ:
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ**

Гниляк Екатерина Андреевна

*студент,
Институт наукоёмких технологий
и передовых материалов,
Дальневосточный федеральный университет,
РФ, г. Владивосток
E-mail: gnilyak.ean@students.dvfu.ru*

Булах Евгений Васильевич

*научный руководитель,
канд. полит. наук, доц. кафедры политологии,
Восточный институт – Школа региональных
и международных исследований,
Дальневосточный федеральный университет,
РФ, г. Владивосток
E-mail: bulakh.ev@dvfu.ru*

**SCIENTIFIC AND PHILOSOPHICAL WORLDVIEW:
ANALYSIS OF MODERN APPROACHES**

Ekaterina A. Gnilyak

*student,
Institute of High – Tech
Technologies and Advanced Materials,
Far Eastern Federal University,
Russia, Vladivostok*

Evgeny V. Bulakh

*Scientific supervisor, Ph.D. watered Sciences,
Associate Professor Department of Political Science,
Oriental Institute – School of Regional
and International Studies,
Far Eastern Federal University,
Russia, Vladivostok*

АННОТАЦИЯ

Многочисленные подходы к феномену мировоззрения объединяют в два основных направления – антропологическое (сюда входят психологический и лингвистический подходы) и педагогическое (философский и богословский). Гносеологический анализ позволяет сделать вывод, что интерес к феномену мировоззрения связан, во-первых, с его эвристическим потенциалом, во-вторых, с его семантической универсальностью.

ABSTRACT

Numerous approaches to the phenomenon of worldview are combined into two main directions – anthropological (this includes psychological and linguistic approaches) and pedagogical (philosophical and theological). Epistemological analysis allows us to conclude that interest in the phenomenon of worldview is associated, firstly, with its heuristic potential, and secondly, with its semantic universality.

Ключевые слова: мировоззрение, антропологический подход, педагогический подход.

Keywords: worldview, anthropological approach, pedagogical approach.

Актуальность. Понятие мировоззрение в современных гуманитарных науках обретает второе рождение – им начинают активно интересоваться специалисты из самых разных областей знания. Такой интерес обусловлен тем, что мировоззрение начинает трактоваться именно как особый феномен, а не просто понятие, объем которого более или менее конвенционален. Анализ развития различных типов мировоззрения раскрывает истоки и основные этапы всемирно-исторического пути, который проделало человечество к философскому миропониманию. Стремление человека осмыслить окружающий мир и самого себя, выявить системность связей и определить свое место стало основным фактором цивилизационного развития человечества в целом. На основе способности

анализировать собственный и чужой опыт, человек пришел к способности абстрактно представлять элементы системы мироустройство, так складывалось определенное представление о мире, а именно философское мировоззрение.

Мировоззрение имеет особое значение для индивида, заключается оно в том, что оно является основой формирования интересов и потребностей человека, а значит и мотивов его деятельности. Уже к середине XX столетия, под давлением политических факторов, данное понятие было трансформировано, что позволило рассматривать его тождественно идеологии, а изначально заложенный смысл остался без внимания. Вместе с тем исследовательский интерес к мировоззрению, понятому как феномен, в современном гуманитарном дискурсе возвращается. [6] Актуальность исследования данной тематики обусловлена прежде всего тем, что даже на сегодня, в начале 21 века человечество не готово частично отказаться от традиционных ресурсов формирования мировоззрения. Превалирующие архаичные бытовые стереотипы и религиозные штампы блокируют способность к рациональному анализу. Попытка дать ответ на простой вопрос – «что такое хорошо, а что такое плохо?» зачастую приводит к социальным конфликтам межнационального и межконфессионального типа.

Структура мировоззрения. В основе мировоззрения присутствуют знания об окружающем мире полученные лично и информация о нем, передаваемая в форме различных сложившихся в социуме представлений, транслируемых устно или в закодированном виде на различных носителях (рисунки, изделия, тексты и т.д.). Мировоззрение базируется на закрепившихся социальных навыках, включает принятую индивидом методику ценностного анализа, происходящего и содержание коммуникационной технологии, обеспечивающей ему связь с окружающим миром. Важным элементом мировоззрения является представление о социальной иерархии и своем персональном статусе. Мировоззрение является целостным образованием со своей уникальной структурой.

Предлагаемая структура мировоззрения может включать три уровня:

- **Мироощущение** – эмоционально-психологическое основание мировоззрения. На этом уровне сознание человека отмечает проявления бытия как отдельные, зачастую разрозненные, внешние фрагменты мира явлений, но не сущностей, при этом возможна разная глубина и индивидуальность преломления получаемой информации, оценочный подход имеет ситуационный характер;

- **Мировосприятие** – пассивное созерцание человеком мира в форме эмоционально окрашенных ощущений, восприятий, представлений. Сознание человека отражает мир, на этом уровне очерчивается взаимосвязь процессов и явлений, при помощи чувственного опыта фиксируется их тождество и различия, наблюдается субъективный характер оценки происходящего;

- **Миропонимание** – интеллектуальный, понятийный аспект мировоззрения. На этом уровне человек осознает мир в системе сложившихся знаний, воспринимаемых обществом, как истинные в данный момент времени, что позволяет ему разумно объяснять происходящее, а система оценки основана на критериях, принятых в обществе.

Мировоззрение – система взглядов человека на мир, выражающая отношение человека к миру и систему его ценностей.

На уровне соприкосновения мировосприятия и мироощущения возникают следующие типы мировоззрения: *мифологическое и религиозное.*

На уровне миропонимания: *научное и философское.*

На стыке мировосприятия и миропонимания, на основе житейского опыта и здравого смысла, формируется *обыденное мировоззрение.*

Философское является высшим уровнем мировоззрения и предстает в виде теоретически оформленного, системно-рационального мировоззрения. Данный уровень мировоззрения характеризуется теоретической формальной определенностью и системной рациональностью; на этом уровне оперируют категориями целостности, обусловленности, определенности. Таким образом, можно отметить, что философия влияет на формирование абстрактно-рациональную часть мировоззрения.

Антропологический и педагогический подходы формирования научно-философского мировоззрения. Основные современные подходы к переосмыслению мировоззрения можно разделить на две группы: *антропологические* и *педагогические*. Подходы, входящие в группу *антропологических*, базируются на психологическом или лингвистическом аспектах, что позволяет выстраивать психологическую или языковую картину мира. Подходы же, входящие в группу *педагогических*, традиционны, при этом такая интерпретация ложится в основу разрабатываемых их представителями педагогических проектов. [6]

Антропология – наука, изучающая происхождение человека, его жизнь, культуру и место в естественной среде, способность к адаптации. Антропологический подход представляет собой совокупность методов получения, обработки, систематизации, знаний из области естественных и гуманитарных наук. Научным основанием антропологического подхода выступает философская антропология – совокупность идей, принципов, составляющих фундамент неклассической философии. Поэтому антропологический подход обладает высокой степенью всеобщности по отношению к частным наукам и затрагивает философские и мировоззренческие основания наук. [9] Показательных результатов в разработке феномена мировоззрения в контексте психологии достигла исследовательская группа из ВШЭ, Москва, под руководством Д.А. Леонтьева. Мировоззрение ими определяется как более или менее связная система обобщенных представлений человека об общих закономерностях, которым подчиняются мир, общество и человек, а также о характеристиках идеального, совершенного мира, общества и человека. Д.А. Леонтьев считает, что на развитие мировоззрения влияют как знания его субъекта об окружающем мире, так и «социокультурные схематизмы», особенности используемого им языка, иные смыслопорождающие знаковые системы; личностные смыслы субъекта, а потому реальное положение вещей может искажаться. Следовательно, мировоззрение всегда несет на себе своеобразный отпечаток индивидуально-личностных особенностей, знания о мире образуют в нем сплав с убеждениями, не всегда отчетливыми представлениями и бессознательными схематизмами и стереотипами [7].

Необходимо обратить внимание на то, что в психологии выделяются две основных формы мировоззрения: *миф и внутренняя деятельность*. В зависимости от того, насколько активную позицию занимает индивид по отношению к выработке мировоззрения, он или пассивно усваивает его в готовом виде, аксиоматически (как миф), или же активно перерабатывает свой собственный опыт с помощью рефлексии, как внутренняя деятельность. Действуя в рамках своего представления о мире и критически относясь к собственным постулатам. Продуктом мировоззренческой активности оказывается субъективная определенность по отношению к картине мира. [8]

Говоря о лингвистическом аспекте антропологического подхода научно-философского мировоззрения, можно отметить, что как и в русскоязычной литературе, так и в западноевропейских языках, включая немецкий, представления о содержании понятия «мировоззрение» достаточны вариативны. В немецкой языковой практике понятие «Weltanschauung» встречается редко, но довольно часто употребляется «Weltansicht», что позволило современным исследователям сформулировать различия между указанными понятиями. «Weltanschauung» можно перевести как мировосприятие или мирозерцание. Что же касается «Weltansicht», то данное слово переводится как мировоззрение. «Weltansicht» представляет собой способность формировать понятия, с помощью которых мы мыслим и которые необходимы нам для общения [13, 282-283] Лингвисты в связи с мировоззрением также обращают внимание на субъект языка. Язык, на котором базируется идеология, является культурным отражением носителя (индивида, группы, народа), поскольку сама идея не имеет смысла вне информационного пространства с единым языковым «кодом доступа». [3, с. 99] Поэтому лингвисты и психологи замечают взаимосвязь понятий «мировоззрение» и «картина мира». Диалогический способ восприятия и артикуляции представлений человека о мире трактуется как языковая способность, а значит обладает эвристическим потенциалом для изучения природы языка.

В работах В. Гумбольдта отмечена связь мышления индивидуального и мышления общественного. [5] Одно из наиболее содержательных исследований

данной тематики было предложено М.П. Арутюнян. В его работах представлены результаты исследования педагогического аспекта феномена научно-философского мировоззрения, где он интерпретируется в онтологическом (субъективно-феноменологическом) и образовательном (объективно-социальном) ключе, что позволяет говорить о концептуальной симметрии исследования. Позиция М.П. Арутюнян основывается на том, что мировоззрение как духовно-практический конструкт позволяет эффективно ориентироваться в мире с помощью многообразных форм своего выражения. [1, с. 98-99], и вместе с тем находить не только личностную гармонию, но и адаптироваться к внешним условиям социальных практик. Применяя феноменологический метод, М.П. Арутюнян выявляет следующие существенные характеристики мировоззрения:

1) оно онтологически представляет собой формирующееся и самовоспроизводящееся единство духовного и практического аспектов жизни и деятельности человека;

2) оно оказывается эффективным инструментом адаптации человека к внешнему миру;

3) его онтологическая природа амбивалентна и позволяет охватить целостности в их противоположностях (например, ментальное – визуальное)

4) его природа полифонична по своим типам и формам и характеризуется многообразием взглядов, которое эффективно проявляется в диалоге культур.

5) оно аксиологично – мировоззренческое познание никогда не бывает завершенным, всегда динамично, подвержено интерпретации и творческому переосмыслению;

6) в нем сталкиваются и сочетаются трансцендентные и повседневные «реалии бытия и мысли», что позволяет ему осуществлять саморегулятивную и самоорганизационную функцию субъекта к обществу;

7) в нем находится единство практических и теоретических установок жизнедеятельности, познания и упорядочивания человеком мира. [2, с. 20-21]

Какими бы различными ни были подходы к изучению феномена мировоззрения, главным фактором является его носитель – субъективный фактор, с этим

согласны все исследователи. Поэтому, различные интерпретации феномена согласуются в том, что наиболее плодотворным подходом к его рассмотрению является подход практический. Действительно, и для антропологического, и для педагогического направления исследований важно, что сам феномен мировоззрения реализуется на практике, что сложно отметить при богословском подходе к изучению мировоззрения. В своем исследовании Д. Ногель констатирует: вопрос о том, является ли мировоззрением христианство, не умаляет ли, не обедняет ли такое понятие, как христианское мировоззрение, сущность евангельского вероучения, по-прежнему остается дискуссионным. Европейские философские теории дирижизма и солидаризма, ищущие мировоззренческие компромиссы между индивидуализмом и коллективизмом, находят проявление, как в экономической практике, так и в реальной политике ряда государств социальной ориентированной экономикой. [4, с. 48] Д. Ногель настоятельно предлагает «натурализовать» понятие мировоззрения на почве евангельской истины, вне экономических и бытовых практик, для этого, он вводит основополагающий концепт сердца, которое следует понимать, как «необходимую способность сознания человека к основной духовной ориентации и взгляду на реальность, определяющую способ существования человека в мире» [12, с. 290].

Антропологам хорошо известно, что фундаментальные смыслопорождающие структуры того или иного социума не могут быть безапелляционно или автоматически приняты и усвоены другим сообществом, отличным от экспортера. В этом смысле можно говорить о раскрытии мировоззренческого феномена в научном жанре или концепции диалога культур, при которой тематика общего представления о мироустройстве для вступающих в коммуникацию субъектов является основной.

Список литературы:

1. Арутюнян М.П. Феномен мировоззрения. – Хабаровск: Изд-во ДВГГУ, 2006.
2. Арутюнян М.П. Понятие мировоззрения: феноменологический подход // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2008. – № 3 (19). – С. 11–21.

3. Булах, Е.В. Идеологема "Русский мир": из арсенала политического инструментария российского центра притяжения в Азиатско-Тихоокеанском регионе / Е.В. Булах, В.Г. Цой, А. Князева // Азиатско-тихоокеанские исследования: социум, культура, политика : сборник материалов, Владивосток, 06 марта 2019 года. – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2019. – С. 99-103.
4. Булах, Е.В. Политическая и мировоззренческая направленность экономического анализа / Е.В. Булах, Н.А. Коломейцева, И.В. Романова // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2016. – Т. 22, № 6. – С. 47-54.
5. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человечества // Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию / под ред. Г.В. Рамишвили. – М.: Прогресс, 2000.
6. Львов Александр Александрович (2020). Современные концепции феномена мировоззрения. Вестник Русской христианской гуманитарной академии, 21 (2), 11-23.
7. Леонтьев Дмитрий Алексеевич (2003). Мировоззрение. Сибирский психологический журнал, (18), 152-152. / Леонтьев Дмитрий Алексеевич Мировоззрение // СПЖ. 2003. №18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovozzrenie-1> (дата обращения: 08.10.2023).
8. Леонтьев Д.А., Моспан А.Н. Картина мира, мировоззрение и определение неопределенного // Мир психологии. – 2017. – № 2 (90). – С. 12–19.
9. Сергейчик Елена Михайловна (2018). Философские основания антропологического подхода в постклассической науке. Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, (3), 70-82.
10. Шмонин Д.В. Мудрость философа и христианская идея образования // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2019. – № 3. – С. 7–17.т
11. Leontiev D. Approaching Worldview Structure with Ultimate Meanings Technique // Journal of Humanistic Psychology. – 2007. – Vol. 47(2). – P. 243–266.
12. Naugle D.K. Worldview: the History of a Concept. – Grand Rapids: W.B. Eerdmans, 2002.
13. Underhill J.W. Creating Worldviews: Metaphor, Ideology and Language. – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.

СЕКЦИЯ
«ТЕХНОЛОГИИ»

**АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ И ПРИНЦИП РАБОТЫ ТЕПЛОВИЗОРОВ НА
ПРИМЕРЕ TESTO-890**

Мочалов Георгий Петрович

*студент,
кафедра "Приборостроение и Мехатроника",
Институт Цифровых технологий и Экономики,
Казанский Государственный Энергетический Университет,
РФ, г. Казань
E-mail: mochalov.georgiy@gmail.com*

Козелков Олег Владимирович

*научный руководитель, канд. техн. наук,
доц. кафедры "Приборостроение и Мехатроника",
Институт Цифровых технологий и Экономики,
Казанский Государственный Энергетический Университет,
РФ, г. Казань*

**APPLICATION ANALYSIS AND OPERATING PRINCIPLE OF THERMAL
IMAGERS USING THE EXAMPLE OF TESTO-890**

Georgiy Mochalov

*student,
Department of Instrument Engineering and Mechatronics,
Institute of Digital Technologies and Economics,
Kazan State Energy University,
Russia, Kazan*

Oleg Kozelkov

*Scientific supervisor,
Ph.D. tech. Sciences, Associate Professor,
Department of Instrument Engineering
and Mechatronics, Institute of Digital
Technologies and Economics,
Kazan State Energy University,
Russia, Kazan*

АННОТАЦИЯ

Анализ применения и принцип работы тепловизоров в статье основывается на примере модели Testo-890. Рассматривается широкий спектр применения тепловизоров в промышленности, строительстве, автомобильной отрасли, медицине, пожарной безопасности и других областях. Выделяются основные особенности и преимущества использования тепловизоров.

ABSTRACT

The analysis of the application and operating principle of thermal imagers in the article is based on the example of the Testo-890 model. A wide range of applications of thermal imagers in industry, construction, automotive, medicine, fire safety and other areas is considered. The main features and advantages of using thermal imagers.

Ключевые слова: анализ, тепловизор.

Keywords: analysis, thermal imager.

Первые идеи о использовании инфракрасных лучей для наблюдения за тепловыделением появились еще в XIX веке. Однако реальное развитие тепловизионной технологии началось после Второй мировой войны, когда активизировались исследования в области инфракрасной оптики и электроники. Однако за последние десятилетия инфракрасные технологии претерпели значительное развитие, и теперь тепловизоры доступны в более компактных и легких вариантах, что сделало их широко применимыми в различных сферах, включая промышленность, медицину, безопасность и оборону. Сегодня тепловизоры используются для различных целей, таких как обнаружение тепловых утечек, контроль электрооборудования, поиск людей в условиях низкой видимости, медицинская диагностика и многое другое. Таким образом, история тепловизоров отражает удивительное развитие технологий и их важную роль в современном мире.

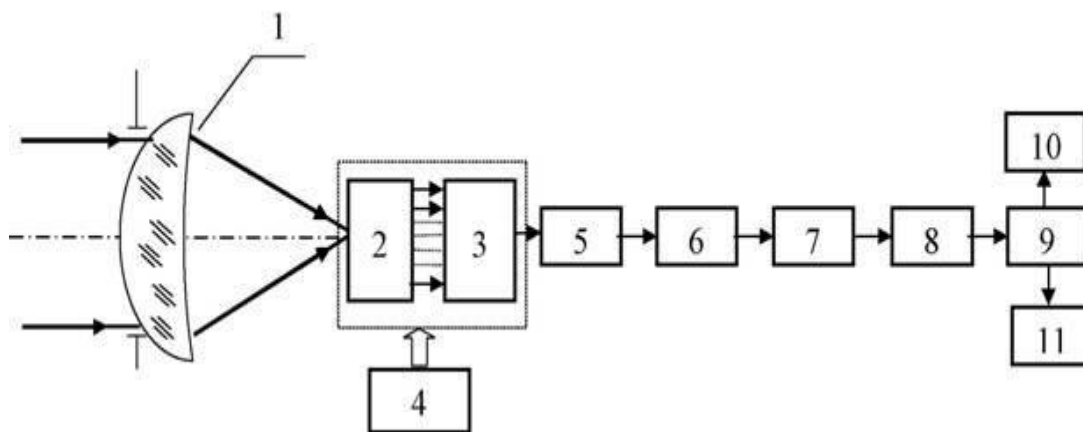


Рисунок 1. Структурная схема тепловизора: 1 – оптическая система; 2 – фокальная матрица с предусилителями; 3 – мультиплексор; 4 – система охлаждения; 5 – корректор неоднородности характеристик чувствительных элементов; 6 – аналого-цифровой преобразователь; 7 – цифровой корректор неоднородности; 8 – корректор неработающих ячеек; 9 – формирователь изображения; 10 – дисплей; 11 – цифровой выход

Одним из популярных тепловизоров, широко применяемых в различных отраслях, является Testo-890. В данной статье мы рассмотрим принцип работы этого устройства, а также его применение в различных областях. Testo-890 – это тепловизор высокого класса, обладающий широким спектром функций и возможностей. Принцип его работы основан на преобразовании инфракрасного излучения, излучаемого объектами, в изображение, которое отображается на экране устройства. Testo-890 обладает высоким разрешением и чувствительностью, что позволяет обнаруживать даже мельчайшие тепловые различия. Применение тепловизора Testo-890 включает множество областей. Например, в области строительства и обследования зданий, он может использоваться для поиска утечек тепла и изоляционных дефектов. В электрических измерениях тепловизор Testo-890 позволяет обнаруживать перегретые соединения и электрические аномалии. Тепловизор Testo-890 представляет собой надежный и мощный инструмент, обладающий широким спектром применения в различных областях. Его высокая чувствительность, разрешение и возможности анализа данных делают его ценным помощником для специалистов, занимающихся обследованием и контролем различных объектов и процессов.

Testo-890 является одним из ведущих промышленных тепловизоров на рынке. В сравнении с другими популярными промышленными тепловизорами такими как: ADA instruments TemPro VISION, CEM DT-9868, Testo-890 имеет ряд преимуществ.

1. Разрешение: Testo-890 обладает высоким разрешением изображения в 640x480 пикселей, что существенно превосходит многие другие промышленные тепловизоры. Это обеспечивает более детальную и точную термографическую картину, что может быть важно для многих применений, в том числе для работы в инженерных системах, строительстве и техническом обслуживании.

2. Диапазон измерений: прибор обладает широким диапазоном измерений температуры от -30°C до $+1000^{\circ}\text{C}$, что делает его универсальным и пригодным для работы в различных условиях и отраслях – от контроля электрооборудования до исследований теплоизоляции зданий.

3. Программное обеспечение: устройство поставляется с продвинутым программным обеспечением, которое обеспечивает расширенные возможности анализа данных, интеграцию с компьютером и создание отчетов. Это делает его более гибким и эффективным инструментом для профессионального использования.

4. Удобство использования: Эргономичный дизайн Testo-890 делает его удобным для продолжительного использования, что особенно важно при проведении обширных работ, включая инспекции и обследования объектов.

5. Прочность и надежность: Testo-890 изготовлен из качественных материалов и обладает высокой степенью защиты от негативных воздействий окружающей среды, что подтверждает его долговечность и надежность в различных условиях эксплуатации.

Таким образом, Testo-890 представляет собой высокотехнологичный и многофункциональный тепловизор, который сочетает в себе высокое разрешение изображения, широкий диапазон измерений, продвинутое программное обеспечение, удобство использования и надежность, что делает его конкурентоспособным на рынке промышленных тепловизоров.

Список литературы:

1. 11 лучших тепловизоров в 2023 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kp.ru/expert/turizm/luchshie-teplovizory/> (дата обращения 05.11.2023)
2. Тепловизор Testo-890 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.testo.ru/ru-RU/testo-890/p/0563-0890-X4> (дата обращения 05.11.2023)

**ВЛИЯНИЕ ДЛИНЫ ГОРИЗОНТАЛЬНЫХ СТВОЛОВ
И ИХ КОНФИГУРАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ЭКСПЛУАТАЦИИ СКВАЖИН**

Рустамов Тимур Джахангирович

*магистрант,
Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень
E-mail: darenok@bk.ru*

Рожкова Дарья Сергеевна

*студент,
Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень*

**INFLUENCE OF THE LENGTH OF HORIZONTAL WELLS AND THEIR
CONFIGURATION ON THE EFFICIENCY OF WELL OPERATION**

Timur Rustamov

*Master's student,
Tyumen Industrial University,
Russia, Tyumen*

Daria Rozhkova

*Student,
Tyumen Industrial University,
Russia, Tyumen*

АННОТАЦИЯ

В статье проведена аналитическая оценка производительности горизонтального, пологого и синусоидального профилей ствола для геолого-гидродинамической модели пласта АВ₁¹⁻² («рябчик») Самотлорского месторождения.

ABSTRACT

The article provides an analytical assessment of the performance of horizontal, flat and sinusoidal wellbore profiles for the geological and hydrodynamic model of the АВ₁¹⁻² formation (“grouse”) of the Samotlor field.

Ключевые слова: горизонтальный участок, скважина, режим работы, забой скважины.

Keywords: horizontal section, well, operating mode, bottom of the well.

С использованием метода определения области дренирования скважины в пластах с высокой анизотропией по вертикали расчетами на секторной геолого-гидродинамической модели установлено, что приток жидкости к скважине с горизонтальным профилем осуществляется только из первого слоя, по которому этот горизонтальный ствол проходит, с пологим профилем – приток происходит из всех слоев, которые он пересекает, поэтому по расчетам дебит жидкости выше в 2,2 раза. Дебит скважины с синусоидальным профилем, который является совокупностью нескольких пологих участков, по расчетам выше в 1,4 раза, чем у скважины с пологим профилем. Накопленная добыча нефти по скважинам с таким профилем и длиной ствола 500 м превысила данный показатель для скважин с горизонтальным стволом аналогичной длины на 65%, добыча жидкости – на 141%. Последнее говорит о том, что синусоидальный профиль еще и собирает воду со всей вскрываемой толщи пласта.

Таблица 1.

Сравнение показателей эксплуатации скважин с различными профилями участков в продуктивном пласте

Профиль ствола скважины	Длина ствола, м	Начальный дебит, т/сут		Начальная обводненность, %	Накопленная за 15 лет добыча, тыс. т	
		нефти	жидкости		нефти	жидкости
Горизонтальный	500	12,6	26,7	52,8	41,2	176,6
	750	17,7	41,4	57,3	52,9	244,6
Пологий	500	28,5	56,1	49,3	57,8	310,9
	750	38,1	87,0	56,2	70,4	386,0
Синусоидальный	500	36,7	80,2	54,2	68,1	426,0
	750	50,1	122,7	59,2	83,7	522,9

Проведен анализ эксплуатации горизонтальных скважин на Самотлорском, Ем-Еговском и Кошильском месторождениях [1, с 45]. Установлено, что для выработки запасов важна длина горизонтального участка в продуктивном пласте, но с увеличением длины фильтровой части (суммарная длина фильтров, установленных в хвостовике) удельный дебит жидкости снижается.

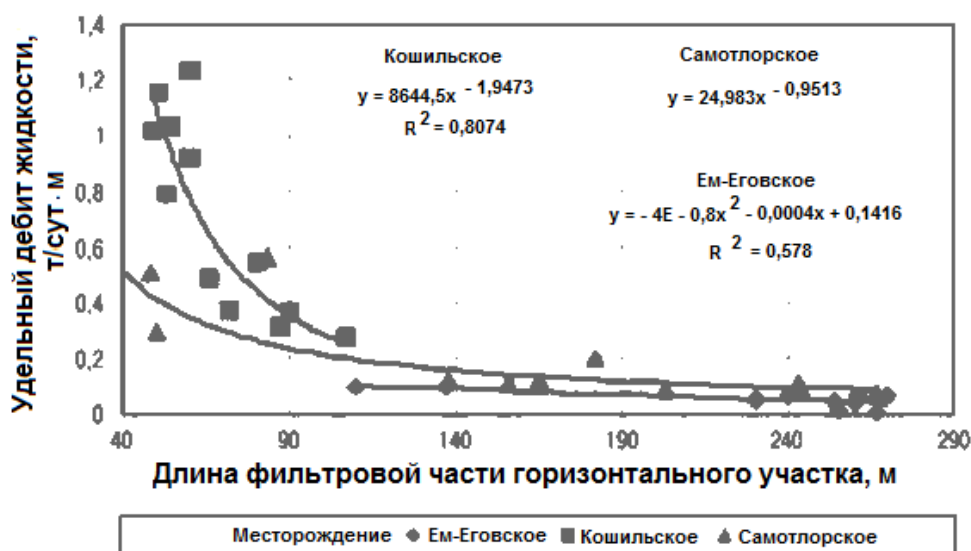


Рисунок 1. Влияние длины фильтровой части на удельный дебит жидкости

Это указывает на то, что запасы, вскрытые удаленными участками ствола, слабо вовлекаются в разработку за счет неравномерного распределения депрессии по стволу. В ряде случаев работает только 15% длины горизонтального ствола, либо 75% притока приходится на первые 30% длины горизонтального ствола [2, с. 48].

Интерес представляют исследования по определению работающих участков горизонтальных стволов примерно одинаковой протяженности в следующих четырех скважинах.

1. Скважина №2846л/58 Вать-Еганского месторождения. Длина горизонтального участка (пологая прямая от кровли до подошвы) – 130м; интервал притока – 2,4м у забоя скважины

2. Скважина №174л Южно-Выинтойского месторождения. Длина горизонтального участка – 200м; интервал притока – 4м в средней части ствола.

3. Скважина № 8462л Тевлинско-Русскинского месторождения. Длина горизонтального участка – 150м; приток идет из участка длиной 14,5м.

4. Скважина №643л Нонг-Еганского месторождения. Длина горизонтального участка – 150м; предположительно работают 2-5 м ствола. Сделан вывод, что на месторождениях с терригенным неоднородным коллектором строительство скважин с горизонтальным окончанием следует проектировать не как систему разработки, а как средство интенсификации добычи. Если при обычной

сетке разбуривания месторождения предусмотреть длины ГУ 100-150м, это приведет к увеличению капитальных вложений на строительство скважин, но суммарный дебит с куста скважин увеличится, как минимум, в 2-2,5 раза(в зависимости от объекта разработки), а это резко сократит сроки окупаемости проекта.

Таблица 2.

Режимы работы скважин с различной длиной горизонтальных стволов

Месторождение	Куст	Номер скважины	Пласт	Длина горизонтального участка, м	Режим работы			
					Q _ж , м ³ /сут.	Q _п , т/сут	Обводненность, %	Депрессия на пласт, МПа
Тевлинско-Русскинское	204	7040	БС _{10/2+3}	350	159	134	2	6,3
		7041		190	192	158	4	6,1
Северо-Покачевское	23	1346	ЮВ ₁	373	240	173	14	12,0
		1350		123	205	130	21	3,0
Нивагальское	941	6542	АВ _{1/2}	532	36	22	29	10,0
		5125		270	39	16	52	10,0
Повховское	440	7102	ЮВ ₁	503	304	249	1	1,0
		7104		231	459	376	1	1,0
	439	7077	240	235	192	1	2,0	

По результатам исследования зависимости дебитов жидкости от длины горизонтального ствола и эффективной нефтенасыщенной толщины в карбонатных коллекторах турнейского яруса Мишкинского месторождения (Удмуртская Республика) установлено, что при увеличении длины горизонтального участка до 100...150 м дебит жидкости повышается, но при дальнейшем ее увеличении интенсивность роста дебита значительно снижается[3, с. 28]. Суммарная нефтенасыщенная толща должна быть не менее 13м, а удаление горизонтального участка от поверхности ВНК на 12 м и более гарантирует низкую вероятность обводненности продукции.

Технология бурения горизонтального участка с использованием управляемого винтового забойного двигателя имеет недостаток, заключающийся в том, что ствол скважины имеет повышенную извилистость, характеризуемую высоким значением коэффициента плавности, возможно образование уступов на

стенках скважины. Эти явления могут вызвать обводнение скважины при ее эксплуатации и выход за пределы продуктивного пласта. Кроме того, возникают трудности с управлением компоновкой, не позволяющие иногда реализовать проектный профиль.

Требуемое качество ствола скважины в пласте можно получить только с непрерывным вращением бурильной колонны, например, с использованием роторной управляемой системы. Однако, если речь идет об участках длиной 150-250 м, их применение ввиду высокой стоимости становится неоправданным.

Предлагается для указанной цели использовать не ориентируемые компоновки, которые могут обеспечить высокое качество ствола скважины, являющиеся простыми и экономичными. Это возможно только в том случае, если компоновка спроектирована с учетом расчетных характеристик применительно к условиям бурения в продуктивном пласте. Необходимо выбрать метод расчета, критерии оценки качества компоновки и ее работоспособности, рассчитать конкретные значения геометрических параметров.

Список литературы:

1. Овчарова, Л.П. Анализ опыта применения горизонтальных скважин с многостадийным ГПП для разработки низкопроницаемых коллекторов нефтяных залежей / Л.П. Овчарова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 8 (298). – С. 44-48. – URL: <https://moluch.ru/archive/298/67524/> (дата обращения: 22.11.2023).
2. Аль-хамати, Амин Хамид Мохаммед Абдулла. Оценка эффективности применения технологии зарезки боковых стволов при разработке нефтяных месторождений Западной Сибири / Амин Хамид Мохаммед Абдулла Аль-хамати, Абдул Азиз Мохаммед Мохаммед Ахмед Аль Малави. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 28 (423). – С. 42-46. – URL: <https://moluch.ru/archive/423/93954/> (дата обращения: 22.11.2023).
3. Тюрин В.В., Мухаметвалеев И.М., Ганиев Б.Г., Подавалов В.Б. Опыт применения горизонтальной технологии нефтеизвлечения на объектах НГДУ «Бавлынефть». Георесурсы. № 3(20). 2006. С. 27-30.

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ВАЖНЫХ КАЧЕСТВ
ОПЕРАТОРОВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК С ПОМОЩЬЮ
АППАРАТНО-ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА УПДК-МК**

Штукатурова Екатерина Сергеевна

*магистрант,
кафедра машин и аппаратов
химических и пищевых производств,
Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург
E-mail: katerinkarinka7@gmail.com*

Василевская Светлана Петровна

*канд. техн. наук, доц.,
Оренбургский государственный университет,
РФ, г. Оренбург*

**RESEARCH OF PROFESSIONALLY IMPORTANT QUALITIES
OF OPERATORS OF TECHNOLOGICAL INSTALLATIONS
WITH THE HELP OF HARDWARE-SOFTWARE COMPLEX UPDK-MK**

Ekaterina Shtukaturova

*Master's student,
Department of Machinery and Apparatus
of Chemical and Food Production,
Orenburg State University,
Russia, Orenburg*

Svetlana Vasilevskaya

*Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor,
Orenburg State University,
Russia, Orenburg*

АННОТАЦИЯ

С развитием технологий все больше функций автоматизируется, и оператор становится скорее наблюдателем и координатором работы системы, чем активным участником процесса. Поэтому операторы также должны быть готовы к работе с новыми технологиями и обучаться постоянно, чтобы эффективно выполнять свои обязанности. В итоге, деятельность оператора сложных технологических установок требует не только технических знаний, но и определенных психофизиологических и личностных качеств. Профессиональный психофизиологический отбор

и специальная подготовка операторов являются важными шагами для обеспечения эффективности и надежности работы автоматизированных систем.

ABSTRACT

With the development of technology, more and more functions are being automated, and the operator becomes an observer and coordinator of the system rather than an active participant of the process. Therefore, operators must also be prepared to work with new technologies and learn continuously in order to fulfill their duties effectively. As a result, the activity of the operator of complex technological installations requires not only technical knowledge, but also certain psychophysiological and personal qualities. Professional psychophysiological selection and special training of operators are important steps to ensure the efficiency and reliability of automated systems.

Ключевые слова: оператор, профессионально важные качества, психофизиологический отбор, тренажер, аппаратно-программный комплекс.

Keywords: operator, professionally important qualities, psychophysiological selection, simulator, hardware-software complex.

Работа оператора сложных технологических установок требует высокой концентрации и внимания. Поэтому важно, чтобы оператор обладал определенными психофизиологическими и личностными качествами.

Если оператор не обладает необходимыми профессионально важными качествами, это может привести к большему количеству ошибок и негативно сказаться на качестве работы и результате задач, а также привести к серьезным материальным потерям.

Для обеспечения эффективности и надежности работы автоматизированных систем необходимо проводить профессиональный психофизиологический отбор и специальную подготовку операторов. Психофизиологический отбор позволяет определить, насколько оператор готов к работе в таких условиях, и выявить его индивидуальные особенности. Это помогает выбрать наиболее подходящих кандидатов для работы с сложными технологическими установками.

Подготовка операторов также играет важную роль. Операторы должны освоить не только технические аспекты работы с системой, но и научиться эффективно управлять ею. Это включает в себя обучение различным стратегиям и тактикам работы, адаптацию к различным ситуациям, тренировку реакций на возможные проблемы и аварийные ситуации. Кроме того, операторы должны быть готовы к работе в условиях высокого стресса. В таких ситуациях оператор должен сохранять спокойствие и принимать решения быстро и точно. Поэтому в процессе подготовки проводятся тренировки по развитию стрессоустойчивости и принятию решений в экстремальных условиях.

Важно отметить, что роль оператора в автоматизированных системах постепенно меняется. С развитием технологий все больше функций автоматизируется, и оператор становится скорее наблюдателем и координатором работы системы, чем активным участником процесса. Поэтому операторы также должны быть готовы к работе с новыми технологиями и обучаться постоянно, чтобы эффективно выполнять свои обязанности. В итоге, деятельность оператора сложных технологических установок требует не только технических знаний, но и определенных психофизиологических и личностных качеств.

Профессиональный психофизиологический отбор и специальная подготовка операторов являются важными шагами для обеспечения эффективности и надежности работы автоматизированных систем.

Внедрение имитационных тренажерных комплексов в процесс обучения операторов технологических установок имеет ряд преимуществ.

Это позволяет достичь высокого профессионального уровня у специалистов в данной отрасли. Современная отечественная промышленность производит множество психодиагностических приборов, которые предназначены для профессионального отбора операторов технических систем. Один из примеров таких приборов – комплекс УПДК-МК (рис.1).



Рисунок 1. Аппаратно-программный комплекс УПДК-МК

Универсальный психодиагностический комплекс УПДК-МК «...предназначен для оценки уровня психофизиологических качеств, необходимых для безопасной работы, а также тренировки профессионально важных качеств. Оценка уровня развития профессионально важных качеств у испытуемых производится при помощи компьютерных психодиагностических методик. Результаты тестов формируются в сводной таблице испытуемого, а также графическими диаграммами. Комплекс обеспечивает выполнение процедур регистрации, тестирования и автоматической интерпретации психофизиологических показателей и психологических характеристик испытуемых» [1, с. 3]

Упрощённая автоматизированная форма представления результатов психофизиологического тестирования позволяет, с одной стороны, избежать психологического травмирования испытуемого и, с другой стороны, дать мастерам производственного обучения инструмент для использования этих результатов в

практике работы с операторами технологических установок. Технология формирования автоматизированных компьютерных психодиагностических заключений разработана и с успехом используется в различных областях компьютерной проверки знаний и психодиагностики, в частности, в лаборатории клинической психологии Психоневрологического института им. В.М. Бехтерева.

Таким образом, комплекс УПДК-МК помогает предотвратить возможные ошибки и неполадки в работе операторов и технологов, а также обеспечивает более эффективное функционирование производственного процесса в области работы операторов технологических установок. Важно отметить, что с развитием технологий и появлением новых требований в отрасли, появляются и новые психодиагностические приборы. Они становятся более точными и адаптированными под конкретные нужды предприятий. Это позволяет сократить время и затраты на обучение персонала, а также повысить качество работы и безопасность в процессе добычи и переработки нефти и газа. Таким образом, использование имитационных тренажерных комплексов и психодиагностических приборов в процессе обучения и отбора персонала является важным фактором для достижения высокого профессионального уровня и обеспечения эффективности работы в области работы операторов технологических установок. Эти инновационные инструменты помогают предотвратить возможные проблемы и неполадки, а также обеспечивают оптимальное функционирование производственного процесса.

Методики, входящие в комплектацию УПДК-МК можно разделить на 2 группы, представленные в таблице 1

Таблица 1.

Тесты оценки уровня ПВК

Основные тесты	Дополнительные тесты
Оценка готовности к психофизиологическому тестированию	оперативная память;
эмоциональная устойчивость	скорость формирования психомоторных навыков;
переключаемость и распределение внимания	оценка моторной согласованности действий рук;

Основные тесты	Дополнительные тесты
оценка устойчивости внимания и динамики работоспособности	свойства темперамента;
концентрация внимания	конфликтность;
глазомер	нервно-психическая устойчивость
восприятие пространственных отношений и времени	
психомоторика	
склонность к риску	
монотонустойчивость	

Для каждого из испытуемых вы имеете возможность сформировать индивидуальный набор тестов. При этом по умолчанию выбран блок тестов ПВК, соответствующий заданной категории водительского удостоверения испытуемого.

Для каждого из испытуемых во вкладке «Рабочие место» показан ход выполнения группы тестов и текущего теста, название следующего теста.

После прохождения тестирования предусмотрен отчет для испытуемого

Отчёт содержит:

- таблицу оценок по выполненным психофизиологическим тестам («Тестирование по категории водительских удостоверений»), в таблице имеется цветовая индикация показанных результатов («ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ» – зелёный цвет, «СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ» – жёлтый, «НИЗКИЙ УРОВЕНЬ» – красный);

- если имеются результаты с оценкой «НИЗКИЙ» и/или «СРЕДНИЙ» уровень ПВК, то под таблицей выводится текст: «Обратите внимание на результаты тестов с оценкой «НИЗКИЙ УРОВЕНЬ» и «СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ». Недостаток уровня развития указанных профессионально важных психологических качеств может негативно сказаться на безопасности дорожного движения».

- краткие тексты-интерпретации к результатам тестов с уровнем: «НИЗКИЙ УРОВЕНЬ», «СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ»,

- краткий резюмирующий текст по результатам тестирования на категорию водительских удостоверений,

- рекомендации по тренажёрной психологической подготовке, если показаны «НИЗКИЙ УРОВЕНЬ» и/или «СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ» по отдельным тестам на категорию водительских прав. [2, с.15,16]

ОГУ
ПРОТОКОЛ РЕЗУЛЬТАТОВ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКОГО
ТЕСТИРОВАНИЯ

Группа № Дипломная работа

Результаты тестирования по категории В/У (В)

Восприятие пространственных отношений и времени		Высокий уровень
Склонность к риску		Средний уровень
Переключаемость и распределение внимания		Высокий уровень
Эмоциональная устойчивость		Высокий уровень
Психомоторика		Низкий уровень

Состояние готовности к тестированию: **удовлетворительное**

Тест «Восприятие пространственных отношений и времени»: показан высокий уровень способности верно оценивать скорость и расстояние до объектов во время движения.

Тест «Склонность к риску»: выявлен средний уровень склонности к совершению неоправданно рискованных действий при управлении автомобилем. Возможно совершение действий, неблагоприятно влияющих на безопасность дорожного движения.

Тест «Переключаемость и распределение внимания»: показан высокий уровень способности одновременно контролировать и при необходимости быстро и точно выполнять наиболее важные действия при управлении автомобилем без потери контроля над другими значимыми аспектами дорожной ситуации (манипулирование органами управления, оценка изменения дорожной ситуации, общение с пассажирами и т.д.).

Рисунок 2. пример протокола результатов

Список литературы:

1. Штукатурова, Е.С. Диагностика психофизических особенностей водителя с помощью аппаратно-программного комплекса УПДК-МК автомобильный [Электронный ресурс] / Е.С. Штукатурова, М.Р. Янучков, О.Е. Янучкова // Прогрессивные технологии в транспортных системах : материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф., 11-13 нояб. 2021 г., Оренбург / М-во науки и высш. образования Рос. Федерации [и др.] ; отв. ред. В.И. Рассоха, И.Х. Хасанов. – Электрон. дан. – Оренбург : ОГУ, 2021. – . – С. 581-588. . – 8 с.
2. Руководство по эксплуатации Универсальный психодиагностический комплекс УПДК-МК Автошкола, 35 с.

СЕКЦИЯ
«ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»

**ФИЗИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ
УМСТВЕННОЙ АКТИВНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ**

Кардашова Тамара Александровна
студент,
кафедра Педагогики
и социально-экономических дисциплин,
Южно-Уральский государственный
аграрный университет,
РФ, г. Троицк
E-mail: Kfizvugavm@inbox.ru

**PHYSICAL ACTIVITY AS A METHOD OF INCREASING THE MENTAL
ACTIVITY OF SCHOOLCHILDREN**

Tamara Kartashova
Student,
Department of Pedagogy
and Socio-Economic Disciplines,
South Ural State Agrarian University,
Russia, Troitsk

АННОТАЦИЯ

В данной работе проведён анализ влияния физических упражнений на умственную активность школьников. Установлена зависимость между физической активностью и умственной работой школьников, являющихся группой людей, наиболее подверженной умственной деятельности в состоянии стресса.

ABSTRACT

In this paper, the analysis of the effect of physical exercises on the mental activity of schoolchildren is carried out. The relationship between physical activity and mental work of schoolchildren, who are the group of people most susceptible to mental activity under stress, has been established.

Ключевые слова: физические упражнения, физическая культура, умственная активность, школьники.

Keywords: physical exercises, physical culture, mental activity, schoolchildren.

Актуальность физического развития и непрерывного занятия физическими упражнениями связана с необходимостью разработки качественно нового подхода к вопросу влияния данного вида активности на умственную работу современного человека. Так, процессы усложнения общественной жизни негативно сказываются на физическом развитии общества, возрастают риски техногенного и экологического характера. Всё это негативно влияет на общее состояние здоровья людей.

Вопрос влияния физических упражнений на интеллектуальную деятельность людей действительно является актуальным и перспективным для исследований, поскольку в эпоху повсеместного распространения Интернет-технологий и цифровизации общества наблюдается тенденция снижения двигательной активности в социуме [3].

Что касается школьников, отметим, что данная категория людей характеризуется повышенным уровнем умственной деятельности. При этом зачастую ввиду нехватки времени это ограничивает их двигательную активность, что, в свою очередь, повышает утомляемость, снижает общую работоспособность и в целом сказывается негативно на состоянии организма. Как следствие, интеллектуальная деятельность школьников непосредственно связана с психическими перенапряжениями. Соответствующие выводы нашли своё отражение в трудах отечественных и зарубежных исследователей. В частности, к вопросу зависимости интеллектуальной деятельности от физической работы обращался в своих трудах в XIX веке известный русский биолог П.Ф. Лесгафт [5, с. 137]. Другой не менее известный отечественный исследователь И.М. Сеченов разработал ключевые принципы организации отдыха в процессе осуществления умственной деятельности. При этом он отмечал значимость в данных процессах именно активной

физической деятельности. Сегодня также проводятся соответствующие исследования по данному вопросу, которые действительно доказывают эффективность физических упражнений в процессе развития умственных способностей школьников. Подтверждением этого являются следующие факты [4]:

1. Для работы мозга человека необходимы непрерывные импульсы от различных систем организма в целях поддержания достаточного уровня его работоспособности.

2. В процессе осуществления физических упражнений происходит непрерывное развитие нейронных связей в различных участках головного мозга, в числе которых и ответственные за такие процессы, как: обучение, память и концентрация внимания.

3. Как следствие, при регулярной физической активности объём памяти возрастает, концентрация внимания усиливается, интеллектуальные задачи решаются быстрее, также, как и зрительно-двигательные реакции.

Ряд исследователей также говорят и о том, что при достаточных физических нагрузках у школьников в кровь выбрасываются адреналин и эндорфины. Это, в свою очередь, также положительно влияет и на общее эмоциональное состояние школьников, решает различные проблемы психологического характера, вопросы периода адаптации и пр.

Учитывая изложенное, целесообразно в учебных заведениях различных уровней на постоянной основе реализуются физические занятия. Так, школьники занимаются в группах и благодаря этому не только улучшают моральное состояние, но и также налаживают отношения с одноклассниками. Благодаря спортивным занятиям и различным подвижным играм тренируется выносливость, терпение, а также силовые качества и др.

Взаимосвязь показателей физического состояния и умственного развития школьников представлена в табл. 1 [2, с. 203].

Таблица 1.

**Взаимосвязь показателей физического состояния
и умственного развития школьников**

Показатели физического состояния				Показатели умственного развития	
Физическое развитие	Морфофункциональное состояние	Состояние внутренних органов	↔	Умственная работоспособность	
		Физическая работоспособность			
Физическая подготовленность	Уровень развития физических качеств	Выносливость	↔	Ощущение	Уровень сформированности познавательных процессов
		Скорость		Восприятие	
		Гибкость		Память	
		Сила		Мышление	
		ОКС (общие координационные способности)		Воображение	
	Уровень сформированности основных видов движений			Внимание	

Таким образом, среди показателей умственного развития, на которые влияет физическое состояние организма, выделены: ощущение, восприятие, память, мышление, воображение, внимание. Все они в совокупности формируют и отражаются на умственной работоспособности людей, отвечают за тот или иной уровень сформированности познавательных процессов.

Учебная деятельность школьников направлена на развитие умственной работоспособности. В процессе учебы школьники встречают колоссальный объём информации, ежедневно – перерабатывают множество нового материала. При этом происходит возбуждение головного мозга по части нервных центров, происходит утомление организма [6, с. 173]. В случае продолжительной деятельности в подобных условиях происходит моральное истощение организма. Именно спорт позволяет снять нервное напряжение, снизить влияние стрессовых состояний, повысить уровень работоспособности, как следствие, повысить и в целом общий уровень здоровья.

Некоторые исследователи считают, что умственные нагрузки без физической активности ухудшают общее состояние здоровья организма. Взаимосвязь

между умственным и физическим состоянием и развитием школьников показана на рис. 1 [7, с. 274].



Рисунок 1. Взаимосвязь между умственным и физическим состоянием и развитием школьников

Итак, для каждого учебного заведения необходимо наращивать уровень как индивидуального, так и коллективного опыта по направлению физкультурно-спортивной деятельности. Данные занятия позволяют развивать двигательную активность школьников, поддерживать достаточный уровень физической и функциональной подготовки и пр.

При этом отметим, что физическая культура школьников развивается также и благодаря следующим сферам, непосредственно связанным с умственной деятельностью [1, с. 77]:

- 1) мотивационная сфера;
- 2) уровень глубины теоретических знаний в области физической культуры;
- 3) уровень глубины практических знаний и навыков в области физической культуры.

Всё это в совокупности способствует формированию качественно новой системе знаний, являющейся стрессоустойчивой и способствующей развитию в школьниках воли к победе и целеустремленности.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, отметим, что физическая активность и рационально подобранный комплекс физических упражнений положительно сказываются на умственной работе школьников. Как следствие, учебные заведения на постоянной основе должны внедрять в образовательный процесс различные и качественно новые методы по повышению уровня физической активности в учебной деятельности школьников.

Список литературы:

1. Алдошина Е.А. Влияние физической культуры на мозговую деятельность школьников образовательных организаций // Наука-2020, 2020. С. 76-80.
2. Ермакова Е.Г. Влияние физических упражнений на умственную деятельность человека и их взаимосвязь // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2019. С. 203-207.
3. Захарова, Л.В. Физическая культура: учебник [Электронный ресурс]. / Л.В. Захарова, Н.В. Люлина, М.Д. Кудрявцев и др.; – Красноярск: СФУ, 2017. – 612 с.
4. Лучинина И.Г., Сулохин Т.Э., Попов Д.Д. Влияние физических упражнений на умственную производительность студентов // E-Scio. 2019. №6 (33).
5. Сбитнева О.А. Работоспособность в учебно-образовательном процессе студентов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2018. С. 137-139.
6. Челнокова Е.А., Слюзнева К.В., Агаев Н.Ф. Влияние двигательной активности, занятий физической культурой или спортом на умственную деятельность студента и его успеваемость // Проблемы современного педагогического образования, 2019. С. 168-174.
7. Улитин, Е.В. Адаптивная физическая культура со студентами, имеющими хронические заболевания / Е.В. Улитин // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – № 74-1. – С. 274-277. – EDN SKRXQW
8. Эрдонов О.Л. Массовая физическая культура и спорт как базис здорового образа жизни учащейся молодёжи // Молодой учёный. 2018. №6 (86). С.753-757.

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ РУКОПАШНЫМ БОЕМ НА РАЗВИТИЕ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Печерица Галина Юрьевна

*студент магистратуры,
кафедра физического воспитания и спорта,
Благовещенский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Благовещенск
E-mail: galina_zhogova@inbox.ru*

Горбунов Михаил Михайлович

*научный руководитель, канд. биол. наук, доц.,
Благовещенский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Благовещенск*

INFLUENCE OF HAND-HAND COMBAT PRACTICES ON THE DEVELOPMENT OF PHYSICAL QUALITIES OF CHILDREN OF PRIMARY SCHOOL AGE

Galina Pecheritsa

*Master's student,
Department of Physical Education and Sports,
Blagoveshchensk State Pedagogical University,
Russia, Blagoveshchensk*

Mikhail Gorbunov

*Scientific supervisor, PhD. Biol. sciences, Assoc.,
Blagoveshchensk State Pedagogical University,
Russia, Blagoveshchensk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено влияние занятий рукопашным боем на развитие физических качеств детей младшего школьного возраста. Автор проводит эксперимент, результаты которого подтверждают, что занятия рукопашным боем в лучшую сторону влияют на развитие физических качеств детей младшего школьного возраста, если в программу тренировок будут включены комплексы упражнений, направленных на развитие физических качеств.

ABSTRACT

The article examines the influence of hand-to-hand combat on the development of physical qualities of children of primary school age. The author conducts an experiment, the results of which confirm that hand-to-hand combat classes have a better effect on the development of physical qualities of children of primary school age if the training program includes sets of exercises aimed at developing physical qualities.

Ключевые слова: рукопашный бой, физические качества, общая физическая подготовка.

Keywords: hand-to-hand combat, physical qualities, general physical preparation.

Человеку всегда приходилось бороться за свое существование, противостоять трудностям, чтобы выжить. Героические сражения и жестокие битвы были неотъемлемой частью истории человечества. Боевое искусство и рукопашные бои стали результатом естественных охотничьих инстинктов и военных запросов. Путем накопления новых знаний и опыта, жизнь воина неразрывно связывалась с мечом. В таких условиях, с поколениями, в разных странах развивалось военное искусство: фехтование, метание копий, верховая езда, безоружные техники [1, с. 62].

Развитие физической выносливости и достижения высоких спортивных результатов являются постоянным предметом исследования в области массового спорта и физической культуры. Улучшение спортивной подготовки тех, кто занимается спортом, является ключевой задачей в этой области. Физические тренировки способствуют развитию технических и тактических навыков, которые формируют способности каждого спортсмена. Особенно важным вопросом является эффективное развитие физических качеств младших школьников перед соревнованиями. Поэтому изучение этой темы имеет важное значение для теории и методологии рукопашного боя.

Рукопашный бой привлекает внимание младших школьников и подростков благодаря своей привлекательности, доступности и важности для формирования гармоничной и патриотической личности, а также противодействию негативным

явлениям в обществе. Главной целью развития современных школ должно стать создание условий, способствующих формированию гармонично развитых личностей у детей. Исходя из этого, мы пришли к выводу о необходимости проведения исследования на эту тему [3, с. 101].

Для практического обоснования проблемы исследования на констатирующем и контрольном этапах было проведено тестирования с целью выявления уровня развития физических качеств у детей младшего школьного возраста, занимающихся рукопашным боем до и после эксперимента. На констатирующем этапе исследования с целью выявления уровня развития физических качеств у детей младшего школьного возраста, занимающихся рукопашным боем, проводилось с помощью следующих контрольных тестов: «Бег 30 м», «Челночный бег», «Шестиминутный бег», «Сгибание рук в упоре лежа», «Поднимание туловища в положении лежа на спине».

Исследование проводилось с сентября 2022 года по февраль 2023 года на базе Физкультурно-спортивного клуба филиал Муниципального бюджетного учреждения культуры «Центр по обеспечению деятельности учреждений культуры Серышевского муниципального округа» в спортивном клубе «Гадиатор» (ФСК с.Поляна). База исследования расположена по адресу: Амурская область, Серышевский муниципальный округ, с.Поляна, ул.Школьная 21А., и в МАОУ СОШ №1 имени Сергея Бондарева, по адресу: Амурская область, поселок городского типа Серышево, ул.Горького 1.

В эксперименте приняли участие 20 детей младшего школьного возраста занимающиеся рукопашным боем и дети, обучающиеся по программе общей физической подготовке.

Перед началом педагогического эксперимента, нами было проведено тестирование, целью которого было выявление уровня влияния занятий рукопашным боем на развитие физических качеств у детей младшего школьного возраста. Данные педагогических наблюдений заносились в протоколы и анализировались.

После проведения тестов, дети были разделены на две группы: контрольную и экспериментальную. В общей сложности включено 20 человек, с 10 человек в экспериментальной группе и 10 человек в контрольной группе. Контрольная

группа продолжала заниматься по стандартной методике подготовки, в то время как экспериментальная группа занималась по той же программе, но с использованием уникальных комплексов упражнений, специально созданных нами для развития физических качеств. Занятия проводились каждый понедельник, среду и пятницу.

В начале эксперимента при первичном тестировании, сравнение полученных данных при тестировании физических качеств детей младшего школьного возраста, занимающихся рукопашным боем, и обучающихся образовательного учреждения по программе общей физической подготовке, выявляет лишь незначительные различия между средними показателями экспериментальной группы и контрольной группы. Результаты первичного тестирования представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Сравнительный анализ исходных показателей развития физических качеств детей младшего школьного возраста контрольной и экспериментальной групп до эксперимента

№	Вид теста	Контрольная	Экспериментальная	Разница <i>M1 – M2</i>		P
		<i>M1±m</i>	<i>M2±m</i>	В ед.	В %	
1	Бег 30 м.	6,2±0,86	6,3±0,55	0,1	1,61	>0,05
2	Челночный бег 3*10	9,2±0,65	9,1±0,66	0,1	1,09	>0,05
3	6-ти минутный бег	0,97±0,42	0,98±0,40	0,1	1,03	>0,05
4	Сгибание рук в упоре лежа	9,0±0,12	8,9±0,13	0,1	1,11	>0,05
5	Поднимание туловища из положения лежа	26,0±0,12	27,0±0,13	1,0	3,85	>0,05

После определения уровня развития физических качеств у детей младшего школьного возраста проводился педагогический эксперимент, в ходе которого с детьми экспериментальной группы проводились тренировки с разработанными комплексами упражнений для развития двигательных качеств. Дети контрольной группы продолжали тренировки по плану.

Тренировочное занятие состояло из трех частей:

Подготовительная часть. Начало тренировочного занятия призвано вовлечь участников и организовать их работу. Тело участников готовится к предстоящей физической нагрузке, подготавливаясь к выполнению более сложных упражнений в основной части занятия.

Основная часть. Главная задача основной части занятия заключается в овладении основными и специальными навыками, которые способствуют развитию спортивной дисциплины. Она также предполагает развитие ориентировки во времени и пространстве, координации движений, силы, быстроты, устойчивости, самостоятельности и других психофизических качеств.

Заключительный этап занятия направлен на постепенное снижение нагрузки на организм и перевод участников в более спокойное состояние. Для достижения этой цели используются медленная ходьба и упражнения на восстановление дыхания.

После комплекса упражнений необходимо восстановление дыхания, для этого мы на тренировке проводили дыхательные упражнения, направленные на синхронное чередование акцентированного короткого и энергичного вдоха с выдохом. Также включаются повороты головы и движения рук и туловища, сопровождающиеся вдохом и различными движениями. Кроме упражнений на дыхание проводили упражнения на расслабление, включающие полное расслабление плеч, покачивание и встряхивание рук, а также движения согнутых в локтях рук и туловища. Они помогают снять напряжение и создать ощущение расслабления.

Использование данного комплекса упражнений на заключительной части занятия поможет достичь желаемых результатов и положительно сказаться на физической форме и благополучии участников.

Чтобы проверить, насколько эффективны разработанные комплексы упражнений с учетом новых разработок, нам необходимо было отследить динамику развития технической подготовки в контрольной и экспериментальной группе. Для этого нами было приведено контрольное тестирование. Результаты контрольного тестирования представлены в таблице 2.

Таблица 2.

**Сравнительный анализ показателей развития физических качеств
у детей младшего школьного возраста в конце эксперимента**

№	Вид теста	Контрольная	Экспериментальная	Разница <i>M1 – M2</i>		Р
		<i>M1±m</i>	<i>M2±m</i>	В ед.	В %	
1	Бег 30 м.	6,2±0,88	5,6±0,89	0,6	9,68	>0,05
2	Челночный бег 3*10	9,2±0,66	8,2±0,54	1,0	10,87	>0,05
3	6-ти минутный бег	1,0±0,32	1,6±0,89	0,6	60,0	>0,05
4	Сгибание рук в упоре лежа	10,2±0,13	12,8±0,13	2,6	25,49	>0,05
5	Поднимание ту- ловища из поло- жения лежа	31,3±0,13	38,7±0,13	7,4	23,64	>0,05

Анализируя результаты итогового тестирования, важно отметить, что после применения комплекса упражнений для развития физических качеств детей младшего школьного возраста, которые занимаются рукопашным боем, наблюдалось значительное улучшение показателей. Физические способности этих детей превосходят качества других детей, занимающихся в других секциях. Это подтверждает, что комплексы упражнений включенный в заключительной части занятия является эффективным и может быть включен в тренировочную программу для детей данного возраста.

Список литературы:

1. Абдулхаков, М.Р. Бороться, чтобы побеждать: учебное пособие / М.Р. Абдулханов, А.А. Трапезников. – Москва: Просвещение, 1990. – 254 с. ISBN: 978-5-16-014085-8
2. Железняк, Ю.Д. Основы научно-методической деятельности в физической культуре и спорте: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. / Ю.Д. Железняк, П.К. Петров – Москва, 2011. – 264 с. – ISBN: 978-985-514-434-3
3. Лях, В.И., Комплексная программа физического воспитания учащихся. 1-11 классы, учебное пособие / В.И. Лях, А.А. Зданевич – Москва, “Просвещение”, 2011. – ISBN: 5-09-014174-6
4. Хацкевич, Ю.Г./ Рукопашный бой / Ю.Г. Хацкевич- Мн.: Харвест, М.: ООО «Издательство АСТ»2002-144с. – (Самоучитель) – ISBN: 5-9718-0093

ХАРАКТЕРИСТИКА РУКОПАШНОГО БОЯ КАК ВИД СПОРТА

Печерица Галина Юрьевна

*студент магистратуры,
кафедра физического воспитания и спорта,
Благовещенский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Благовещенск
E-mail: galina_zhogova@inbox.ru*

Горбунов Михаил Михайлович

*научный руководитель, канд. биол. наук, доц.,
Благовещенский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Благовещенск*

CHARACTERISTICS OF HAND-TO-HAND COMBAT AS A SPORT

Galina Pecheritsa

*Master's student,
Department of Physical Education and Sports,
Blagoveshchensk State Pedagogical University,
Russia, Blagoveshchensk*

Mikhail Gorbunov

*Scientific supervisor, PhD. Biol. sciences, Assoc.,
Blagoveshchensk State Pedagogical University,
Russia, Blagoveshchensk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрен вид спорта как рукопашный бой – спорт, где используются различного рода предметы, в том числе холодное оружие. Он является обязательным способом подготовки для военнослужащих. Таким образом, составляет для них своеобразную подготовительную программу.

ABSTRACT

The article examines the sport as hand-to-hand combat – a sport where various kinds of objects are used, including edged weapons. It is a mandatory method of training for military personnel. Thus, it creates a kind of preparatory program for them.

Ключевые слова: рукопашный бой, техническая подготовка, физическая подготовка.

Keywords: hand-to-hand combat, technical training, physical training.

Рукопашный бой – универсальная система обучения приемам защиты и атаки, объединяющая в себе разнообразные функциональные элементы из различных видов единоборств по всему миру, такие как ударные техники руками и ногами, борцовская техника и болевые приемы. Эта система была испытана в реальных боевых ситуациях и является современным, быстро развивающимся видом единоборств, которому пришла популярность благодаря полноконтakтным поединкам.

Искусство рукопашного боя имеет глубокие корни, уходящие в далекое прошлое, когда наши предки боролись с вызовами окружающей природы, сражаясь за свою выживаемость. Человек тех времен опирался на свою физическую силу, подвижность и выносливость, чтобы преодолеть трудности.

Исторически говоря, рукопашный бой всегда занимал особое место в жизни воинов всех народов. Он служил неотъемлемой частью их физической подготовки, ведь благодаря ему они развивали силу, выносливость, ловкость и другие необходимые для успешной борьбы навыки.

Рукопашный бой как вид спорта обладает своими характерными особенностями:

- требует от спортсменов особых физической, технической и тактической подготовки;
- предлагает разнообразие тактических решений в ходе поединка;
- требует высокой уровня психики и психологической готовности у участников.

Из-за разнообразия элементов, включающих практически все виды единоборств, рукопашный бой заслуженно считается одним из самых сложных видов борьбы.

Соревнования по рукопашному бою включают несколько этапов, на каждом из которых участники демонстрируют свои навыки в обращении со стратегиями боя как с при отсутствии оружия, так и с использованием разнообразного вооружения [1, с. 45].

Участникам представляются различные задачи, требующие применения разнообразных техник рукопашного боя. В рамках этих задач они должны защищаться от атак при помощи рук, ног, от хваток, а также ударов палками, ножами, штыками и стрелкового оружия.

На следующем этапе рукопашники соревнуются, придерживаясь определенных правил боя, которые позволяют применять броски, удержания, удары руками и ногами, а также разнообразные захваты и приемы. В рамках этих правил важными элементами являются подавление и приведение противника к болевой точке.

В экипировке рукопашника входят куртка, длинный пояс, брюки, шлем для защиты головы, перчатки, защитная ракушка (для мужчин), защитный протектор для груди (для женщин), а также капа и защитные пластины для голеней. Куртка и брюки обычно изготавливаются из износостойкого и прочного материала, а рукава куртки достигают уровня запястий [1, с. 129].

Участники поединка в зависимости от пола имеют ограниченное время на сражение – 5 минут для мужчин и женщин, и 3 минуты для юношей и девушек. Если кто-то покидает пределы боевого поля, получает повреждение в экипировке, нарушает правила, одерживает победу или получает травму, бой прекращается. Победа присуждается, когда один из участников превосходит другого явным образом (через болевые или удушающие приемы или нокаут).

Если разница в счете превышает 5 очков, поединок также может быть прекращен досрочно. Если матч не имеет явного превосходства или технического превосходства, победитель определяется по общему количеству набранных очков. Если количество очков у обоих участников одинаковое, победителем считается тот, кто проявил большую активность, по мнению судей.

В рукопашном бою запрещены такие действия как загибание руки соперника за спину, применение болевого приема находясь в положении стоя, применение болевых приемов на спину и шею, броски на голову, удары ниже пояса, удары головой, коленями или локтями, удары ногами в шею и голову, а также удары в затылок, горло и позвоночник. Запрещены также удары пальцами и ладонями, скручивание головы, нанесение пней и удары в глаза, а также кусание и царапание [2, с. 10].

Технические действия, которые оцениваются баллами, включают: контроль ударов бойца. Контролируемый удар – это удар, который соответствует следующим критериям: он выполняется с правильной техникой, попадает в разрешенную область, имеет разрешенную степень контакта, совершается из устойчивого положения и выполняется, находясь в вертикальной позиции.

Бросок является целенаправленным действием спортсмена, результатом которого его противник теряет равновесие и падает на ковер. В случае болевых или удушающих приемов, соперник может подать сигнал сдачи (голосом или двойным хлопком по коврику), однако такие приемы разрешены только в положении лежа. Если спортсмен успешно выполнит данный прием, ему будет засчитана чистая победа.

Удержание, с другой стороны, представляет собой действие, в результате которого спортсмен удерживает своего противника на спине. Если спортсмен удерживает противника в течение одиннадцати секунд, ему присуждается одно очко, а если он удерживает противника в течение двадцати одной секунды, ему присуждаются два очка. Однако, за удержание в течение всего поединка можно получить только два очка.

В XX веке искусство рукопашного боя было неотъемлемой частью физической подготовки вооруженных сил Советского Союза и Российской Федерации, а также специальных служб, отвечающих за обеспечение безопасности и поддержание правопорядка. Современное понимание рукопашного боя включает несколько взаимосвязанных аспектов, таких как ближний бой с использованием разнообразного оружия и приемы единоборств, исключая фехтовальное оружие.

Как предмет обучения, рукопашный бой развивает необходимые навыки для преодоления противника в ближнем бою, способствуя развитию специальной выносливости, скорости, гибкости, а также формируя неотъемлемые моральные и волевые качества у практикующих рукопашный бой. Кроме того, рукопашный бой представляет собой вид спортивных единоборств, в котором применяются определенные правила соревнований.

В современной эпохе, с целью усовершенствования военных сил, все более популярными становятся внедрение методов и принципов физического воспитания. В дополнение к этому, спортивные соревнования между военнослужащими различных видов спорта становятся обыденностью. Для обеспечения качественного обучения спортивным техникам, были основаны специализированные учебные заведения, вроде главной военной фехтовально-гимнастической школы в России и института Кодокан-дзюдо на Японских островах.

Традиции и принципы физической готовности в русской армии получили значительное развитие благодаря генералам М.И. Драгомирову и А.Д. Бутовскому, которые заложили основы военно-педагогической практики.

В 1918 году был основан Военный институт физической культуры в Санкт-Петербурге. Этот учебный заведение готовит квалифицированных специалистов, из которых девять занимаются организацией и руководством физической подготовкой военных сил. Особую значимость имеет кафедра рукопашного боя, которая является уникальной не только в России, но и на всей планете.

Рукопашный бой является отличным выбором для тех, кто стремится совершенствовать свои навыки самообороны. После лишь нескольких месяцев интенсивных тренировок рукопашный бой способен принести заметные результаты. Человек становится физически сильнее, выносливее и находит уверенность в применении различных боевых техник в случаях, когда это необходимо. В результате такой подготовки развивается внутренняя уверенность и умение предугадывать тактику соперника.

Список литературы:

1. Ашкинази, С.М. Базовая техника рукопашного боя как синтез техники спортивных единоборств: учебно-методическое пособие / С.М. Ашкинази, К.В. Климов; С.-Петерб. гос. ун-т физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. – Санкт-Петербург: [б. и.], 2016. – ISBN 978-5-90363-341-8. – Текст: непосредственный.
2. Кадочников А.А. Рукопашный бой для начинающих. – Москва: Изд-во Феникс, 2005. – ISBN 978-5-85156-357-2. – Текст: непосредственный
3. Ломейко, Р.Ф. Студенту о физическом воспитании / Р.Ф. Ломейко, А.С. Ищенко. – Минск: Высшая школа, 2020. – ISBN 978-5-85117-348-1. – Текст: непосредственный.

ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА НА УМСТВЕННЫЕ СПОСОБНОСТИ СТУДЕНТА В ВУЗЕ

Тихая Александра Вадимовна

*студент,
факультет промышленного
и гражданского строительства,
Тольяттинский государственный университет,
РФ, г.Тольятти
E-mail: tixaya.asya@mail.ru*

Воронкова Елена Валерьевна

*научный руководитель, старший преподаватель,
кафедра физическое воспитание,
Тольяттинский государственный университет,
РФ, г.Тольятти*

THE INFLUENCE OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS ON THE MENTAL ABILITIES OF A STUDENT AT A UNIVERSITY

Alexandra Tihaya

*Student,
Faculty of Industrial and Civil Engineering,
Togliatti State University,
Russia, Togliatti*

Elena Voronkova

*Scientific supervisor, senior lecturer,
Department of Physical Education,
Togliatti State University,
Russia, Togliatti*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрено влияние физической культуры и спорта на умственные способности студентов в вузе. В последнее время все больше исследований подтверждают положительное воздействие физической активности на когнитивные функции и умственные способности. В статье рассматриваются различные аспекты взаимосвязи между физической активностью и умственными способностями студентов.

ABSTRACT

This article explores the influence of physical culture and sports on the mental abilities of students at the university. Recently, more and more studies have confirmed the positive effects of physical activity on cognitive functions and mental abilities. The article discusses various aspects of the relationship between physical activity and mental abilities of students.

Ключевые слова: студент, физическая активность, мозг, умственные способности, физическая культура, спорт.

Keywords: student, physical activity, brain, mental abilities, physical culture, sports.

Студенческая жизнь в вузе – это время, когда академические обязанности и стрессы могут достигать высокого уровня. Однако, помимо интеллектуального развития, физическая культура и спорт играют важную роль в формировании и улучшении умственных способностей студента.

Первоначально следует отметить, что физическая активность способствует улучшению кровоснабжения мозга. Во время физических упражнений происходит увеличение кровотока, благодаря чему мозг получает больше кислорода и питательных веществ. Исследования показывают, что студенты, занимающиеся регулярной физической активностью, имеют повышенную концентрацию внимания, улучшенную память и способность быстрее усваивать информацию [1]. Это позволяет студентам лучше справляться с учебным материалом и повышает их успеваемость.

Кроме того, физическая активность способствует выработке гормонов счастья – эндорфинов. Эти гормоны помогают снизить уровень стресса и улучшают эмоциональное состояние студента. Положительное эмоциональное состояние, в свою очередь, способствует повышению мотивации и эффективности учебной деятельности. Студенты, занимающиеся спортом или физической активностью,

испытывают меньше тревоги и депрессии, что позволяет им лучше сосредоточиться на учебе и достичь высоких результатов [5].

Физическая культура и спорт также способствуют развитию дисциплины и самоконтроля. Регулярные тренировки требуют от студента планирования своего времени и соблюдения режима. Это помогает развить навыки самоорганизации, которые являются неотъемлемой частью успешной учебной деятельности. Умение планировать время и придерживаться расписания позволяет студентам более эффективно управлять своими учебными и личными делами [3, с. 16-17].

Нельзя не отметить и социальные аспекты занятий физической культурой и спортом в вузе. Учебно-тренировочные занятия и спортивные секции предоставляют студентам возможность контактировать с другими обучающимися, расширять круг общения и учиться работать в коллективе. Также совместные учебно-тренировочные занятия и соревнования развивают навыки командной работы, лидерства и способность к сотрудничеству. Эти навыки оказываются полезными не только в учебе, но и в будущей профессиональной деятельности студентов.

Физическая активность в ВУЗе также способствует укреплению иммунной системы студента. Регулярные тренировки повышают уровень антиоксидантов в организме, что помогает бороться с вирусами и инфекциями. Это особенно актуально в период экзаменов, когда студенты подвержены повышенному уровню стресса, который может ослабить их иммунитет. Проведение времени на свежем воздухе во время занятий физической активностью также способствует воздействию солнечного света на организм, улучшает синтез витамина D и повышает общую защиту организма.

Кроме того, занятия спортом и участие в спортивных соревнованиях помогают студентам развить волю к победе и настойчивость. В спорте часто требуется преодолевать трудности, достигать поставленных целей и преодолевать себя. Эти навыки также пригодятся студентам в учебе и в жизни в целом. Спортивные достижения могут стать дополнительным мотивом для студентов, повышая их самооценку и уверенность в себе [2, с. 277].

Не следует забывать и о физическом здоровье. Регулярные физические нагрузки помогают снизить риск развития сердечно-сосудистых заболеваний, диабета и ожирения, которые часто связаны с сидячим образом жизни и недостатком движения. Физическая активность способствует укреплению мышц и костей, улучшению осанки и гибкости. Более здоровое тело дает студентам энергию и улучшает их общую физическую выносливость, что положительно сказывается на их образе жизни и работоспособности.

Таким образом, физическая активность и спорт играют важную роль в студенческой жизни, помогая студентам решать множество проблем, связанных с учебой, стрессом, здоровьем и социальной адаптацией. Они помогают улучшить умственные способности, поднять уровень мотивации, развить дисциплину и самоконтроль, получить новые навыки и укрепить здоровье. Студентам важно осознавать, что физическая активность не только способствует физическому развитию, но оказывают положительное влияние на умственные способности. Поэтому они должны внедрять ее в свою жизнь наравне с академическими исследованиями и другими аспектами студенческой жизни.

Список литературы:

1. Витер М.А., Блохина Н.В. Влияние физической активности на когнитивные функции и успеваемость студентов // Материалы XV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» ». – Москва, 2021. – С. 17-20.
2. Карабаева Ф.К. Влияние спорта на формирование личности / Ф.К. Карабаева. – Текст : электронный // NovaInfo, 2017. – № 67 – С. 276-279.
3. Коломейцева Е.Б. Физическая культура. Организация самостоятельных занятий студентов физическими упражнениями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Е.Б. Коломейцева, Н.Х. Гоберман; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2020. – 146 с.
4. Малышев Р.А., Букланова Ю.Э. Влияние занятий физической культурой на психологическое состояние студентов // Материалы XV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – Москва, 2021. – С. 51-55.

СЕКЦИЯ
«ФИЛОСОФИЯ»

МЕТОД «ШЕСТИ ШЛЯП МЫШЛЕНИЯ» В ПРИНЯТИИ
ОПТИМАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ

Федотова Екатерина Андреевна

*студент,
кафедра управление качеством и ТСП,
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства,
РФ, г. Пенза
E-mail: fedotova_9292@mail.ru*

Жегера Кристина Владимировна

*научный руководитель, канд. техн. наук, доц.,
Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства,
РФ, г. Пенза*

THE METHOD OF «SIX HATS OF THINKING» IN MAKING
THE OPTIMAL DECISION

Ekaterina Fedotova

*Student,
Department of Quality
Management and TSP,
Penza State University
of Architecture and Construction,
Russia, Penza*

Kristina Zhegera

*Scientific supervisor, candidate
of Technical Sciences, associate professor,
Penza State University
of Architecture and Construction,
Russia, Penza*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена методика принятия оптимального решения с помощью шести шляп Эдвард де Боно. Подробно предоставлен процесс принятия решения с применением этого метода на примере строительной индустрии.

ABSTRACT

The article discusses the method of making an optimal decision with the help of six Edward de Bono hats. The decision-making process using this method is presented in detail on the example of the construction industry.

Ключевые слова: оптимальные решения, методика, шесть шляп мышления; тип мышления.

Keywords: optimal solutions, methodology, six hats of thinking; type of thinking.

В настоящее время люди, не работающие в найме, подвергаются раздвоению мышления перед принятием какого-либо важного решения, как в монологе у Гамлета «Быть или не быть, вот в чем вопрос» [1], так и перед каждым руководителем встают такие сложные задачи, как: получится ли, прибыльно ли, затратно ли, стабильно ли, востребовано ли и множество других «ли».

Что может быть сложного в принятии верного решения? Ответ прост: весь сам путь процесса от мысли до её реализации. Поэтому чтобы идея была реалистичной и реализованной необходимо посмотреть на эту ситуацию с разных сторон.

С этой не простой задачей справится Метод «Шести шляп мышления» Эдварда де Боно [2]. Данный метод является так называемой игрой по ролям, которая позволяет навести порядок в голове при решении какой-либо задачи.

Метод Эдварда де Боно "Шесть шляп мышления" самый простой и удобный, чтобы научиться:

- работать с поступающей информацией;
- находить удобные возможности;
- прислушаться к интуиции;
- строго и адекватно анализировать проблемы;

- разрабатывать творческие идеи;
- организовывать свое мышление.

Как только мы берём шляпу определённого цвета, мы как-бы примеряем на себя соответствующий тип мышления. Именно поэтому мы видим задачу с разных сторон. В связи с этим и получается определиться и найти более выгодное и оптимальное решение задачи.

Так давайте разберём ситуацию на примере строительной индустрии:

Строительная компания приняла решение построить с нуля офисное здание. Решение от «за» и «нет» под сомнением, в связи с этим было решено провести всеобщий мозговой штурм методом Эдварда де Боно «Шесть шляп мышления».

Белая шляпа-факты. Примеряя белую шляпу, участниками был произведён анализ рынка, изучены статистические отчеты, экономические прогнозы и определены современные тенденции. В результате полученных данных участники пришли к выводу, что на рынке сейчас происходит нехватка офисных помещений. В связи с этим логика доверилась фактам и приняла решение-надо строить [3].

Красная шляпа-чувства и интуиция. Надев красную шляпу, участники ощутили и выразили свои сомнения в территориальном расположении самого объекта и современности предложенного дизайна, посчитав месторасположение не удобным, а дизайн обыденным, и не современным.

Чёрная шляпа-критика. Черная шляпа заставила участников обратить внимание на то, что имеются процентные соотношения, что план не сработает и придётся потерпеть неудачу. Так же черная шляпа заставила просчитать непредвиденные убытки в случае отсутствия арендаторов – ради чего всё это делается.

Жёлтая шляпа- оптимизм. Желтая шляпа участникам помогла внимательно рассчитать и рассмотреть прогнозы и прийти к выводу, что вероятность негативных факторов и рисков минимальна, так как сбор информации основан на реальных всеобщих экономических показателях и данных. Что касается

именно дизайна здания – то его можно изменить на более современный европейский стиль, что сейчас всё больше и больше приветствуется, а месторасположение выбрать более удобным и комфортабельным.

Зелёная шляпа-творчество. Зеленая шляпа участников обеспечила новыми идеями по поводу дизайна и архитектуры, а также придала правильную мысль, где будет более удобным месторасположение объекта, как для арендаторов, так и для их клиентов.

Синяя шляпа- управление. В результате всех мыслей и рассуждений специалист, которому досталась синяя шляпа, следил, чтобы фантазии не вышли за пределы чего-то нереально масштабного, что поведёт за собой весь выделенный бюджет, и все новые идеи выполнялись по конечному подтверждённому решению и не подвергались критике.

Вот именно так и работает популярный метод «Шесть шляп». На сегодняшний день это реальный пример многих строительных и не только компаний, которые многократно использовали этот метод в принятии сложных на первый взгляд не осуществимых и провальных задач, которые в итоге пройдя путь от размышлений до реализации приносят спрос, доход и стабильность.

Список литературы:

1. Шекспир У. Гамлет: антология русских переводов: 1883 – 1917 / сост. В.Р. Поплавского. М.: Совпадение, 2006. – 326 с.
2. Боно, Э. де. Шесть шляп мышления. // СПб: Питер, 1997. – 256 с.
3. Арустамов Э.А. Основы бизнеса: Учебник. – 3-е изд., перер. и доп. // М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2015 – 232 с.

СЕКЦИЯ

«ХИМИЯ»

ТЕХНОЛОГИЯ ПОЛУЧЕНИЯ СТЕРИНОВ И ЖИРНЫХ КИСЛОТ ИЗ РАСТЕНИЙ И ИХ ЗАВИСИМОСТЬ ОТ КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

Магомедова Саида Курбановна

*ученица 10 класса,
Многопрофильный лицей №39 им. Б. Астемирова,
РФ, г. Махачкала
E-mail: Say.saida@yandex.ru*

Алиев Аслан Мурадалиевич

*и.о. зав. лаб. фитохимии и медицинской ботаники,
Горный ботанический сад Дагестанского
федерального исследовательского
центра Российской академии наук,
РФ, г. Махачкала
E-mail: aslan4848@yahoo.com*

Расулов Абутдин Исамутдинович

*канд. хим. наук, доц. кафедры химии,
Дагестанского государственного педагогического
университета им. Р. Гамзатова,
учитель химии МБОУ
«Лицей №39 им. Б. Астемирова»,
РФ, г. Махачкала
E-mail: Abutdin.rasulov@mail.ru*

TECHNOLOGY OF OBTAINING STEROLS AND FATTY ACIDS FROM PLANTS AND THEIR DEPENDENCE ON CLIMATIC CONDITIONS

Saida Magomedova

*10th grade student,
B. Astemirov Multidisciplinary Lyceum No. 39,
Russia, Makhachkala*

Aslan Aliev
Acting Head of the lab.
phytochemistry and medical botany,
Mountain Botanical Garden of the Dagestan Federal
Research Center of the Russian Academy of Sciences,
Russia, Makhachkala,

Abutdin Rasulov
Candidate of Chemical Sciences,
Associate Professor of the Department of Chemistry,
Dagestan State Pedagogical University named after R. Gamzatov,
chemistry teacher, Lyceum No. 39 named after B. Astemirov,
Russia, Makhachkala

АННОТАЦИЯ

Цель: Реализация технологии сверхкритической флюидной экстракции химических соединений из дикой моркови (*Daucus carota* subsp. *Maritimus*) и выявление закономерностей их накопления в зависимости от климатических условий произрастания.

Методы и приемы исследования: Реализация технологии сверхкритической флюидной экстракции химических соединений из дикой моркови (*Daucus carota* subsp. *Maritimus*) производили на приборе СКФЭ-400 образцов, собранных в 3-х разных климатических условиях. Состав выделенных веществ определяли методом хромато-масс-спектрометрии на приборах Shimadzu GCMS-QP2010plus, Agilent 6890N – JMS GCmate II.

Основные результаты исследования: Максимальный выход липофильных веществ методом сверхкритической углекислотной экстракции был в Монастирском образце (4,153%). Анализ компонентного состава летучих органических веществ полученных экстрактов показал в образцах из Монастыря и Ушниг по 36, а в Дербентском 30 веществ.

Выводы и рекомендации: Наша работа показала, что сверхкритическая CO₂ экстракции является эффективной технологией извлечения стеринов, жирных кислот и органических веществ из растительного сырья за одну экспериментальную процедуру.

Нам впервые удалось обнаружить в надземной части дикой моркови нонакозановую кислоту.

ABSTRACT

Objective: To implement the technology of supercritical fluid extraction of chemical compounds from wild carrots (*Daucus carota* subsp. *Maritimus*) and identification of patterns of their accumulation depending on the climatic conditions of growth.

Research methods and techniques: Implementation of the technology of supercritical fluid extraction of chemical compounds from wild carrots (*Daucus carota* subsp. *Maritimus*) was produced on the device SKFE-400 samples collected in 3 different climatic conditions. The composition of the isolated substances was determined by chromatography-mass-spectrometry on Shimadzu GCMS-QP2010plus, Agilent 6890N – JMS GCmate II devices.

The main results of the study: The maximum yield of lipophilic substances by supercritical carbon dioxide extraction was in the Monastir sample (4,153%). The analysis of the component composition of volatile organic substances of the extracts obtained showed 36 substances in samples from Monastir and Ushnig, and 30 substances in Derbent.

Conclusions and recommendations: Our work has shown that supercritical CO₂ extraction is an effective technology for extracting sterols, fatty acids and organic substances from plant raw materials in one experimental procedure. For the first time, we were able to detect nonacosanic acid in the aboveground part of wild carrots.

Ключевые слова: сверхкритическая флюидная экстракция; хромато-масс-спектрометрия; анализ; дикая морковь; компонентный состав.

Keywords: supercritical fluid extraction; chromatography-mass-spectrometry; analysis; wild carrots; component composition.

Факторами, существенно влияющими на биосинтез вторичных метаболитов, является температура, осадки, влажность, засуха, солнечная радиация и т.д.

[12, 14]. Солнечная радиация или тепловой стресс могут способствовать специфическому или нестандартному их формированию за счет реакции защитных механизмов растения [13].

Выход экстрактивных веществ методом сверхкритической экстракции более чем 10 раз выше, чем выход эфирного масла методом гидродистилляции, что дает дополнительные возможности для исследований растений. [10, 11].

В качестве объекта исследований нами выбрана широко распространённая во всех регионах мира с умеренным климатом морковь дикая (*Daucus carota* subsp. *Maritimus*). Интерес к растениям семейства *Apiaceae* вызван их применением в коммерческих целях в качестве овощей, специй или лекарств из-за их богатого химического состава [2-9].

Для исследований надземная часть трех образцов дикой моркови была собрана во время цветения/ плодоношения в разных климатических условиях: первый образец в пригороде Монастир (Тунис), второй образец был собран на расстоянии 3301 метров севернее в пригороде Дербента (Россия) и третий образец был собран на расстоянии 3275 километров и располагался на высоте над уровнем моря 864 м. в окрестности села Ушниг (Россия).

Сверхкритическую углекислотную экстракцию проводили на установке, подробно описанной в нашей предыдущей работе [1].

Компонентный состав летучих органических веществ определяли методом хромато-масс-спектрометрии на приборе Shimadzu GCMS-QP2010plus на колонке Supelco SLB7M-5ms (30m x 0,25mm x 0,25µm) в режиме «split». Скорость газ-носителя (гелий чистотой 99,9999%) через колонку была 1 мл/мин. Температуру колонки поднимали от 60 °C (выдержка 4 мин) до 150 °C со скоростью 10 °C/мин, далее до 280 °C со скоростью 5 °C/мин и выдерживали в течении 10 минут. Температура инжектора была 280 °C, а интерфейса и детектора 250 °C. Ионизация электронным ударом с энергией электронов 70 эВ. Ток эмиссии катода 150 мкА, диапазон регистрируемых ионов с m/z 45-500. Идентификация компонентов проводилась с использованием библиотек масс-спектров NIST08 и FFNSC. Экстракт

перед анализом разводился в н-гексане в 500 раз. 1 мкл разведенной пробы вводился в прибор с делением потока 1:40.

Максимальный выход липофильных веществ методом сверхкритической углекислотной экстракции был в Монастирском образце (4,153%), тогда как в образце, собранном в пригороде Дербента, выход составил почти в 2 раза меньше (2,318%), в образце, собранном на высоте 864 м. над уровнем моря (Ушниг, Россия) содержалось 3,222 % экстрактивных веществ. Как мы видим, содержание липофильной фракции существенно зависит от условий произрастания (Рисунок 1).

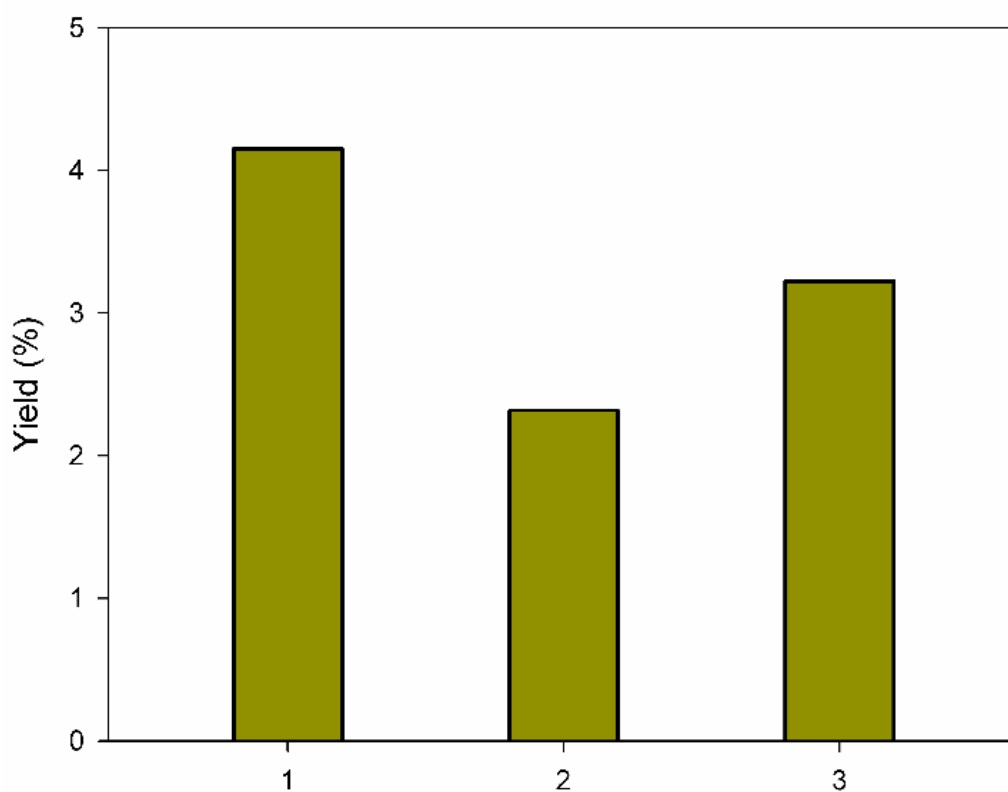


Рисунок 1. Выход экстрактивных веществ из надземной части дикой моркови методом СК CO₂ экстракции при давлении 30 МПа и t 50°C: 1 – Монастир (Тунис), 2 – Дербент (Россия), 3- Ушниг (Россия)

Таким образом, мы установили, что в зависимости от экологических условий произрастания растение синтезирует разное количество стеринов (Рисунок 2).

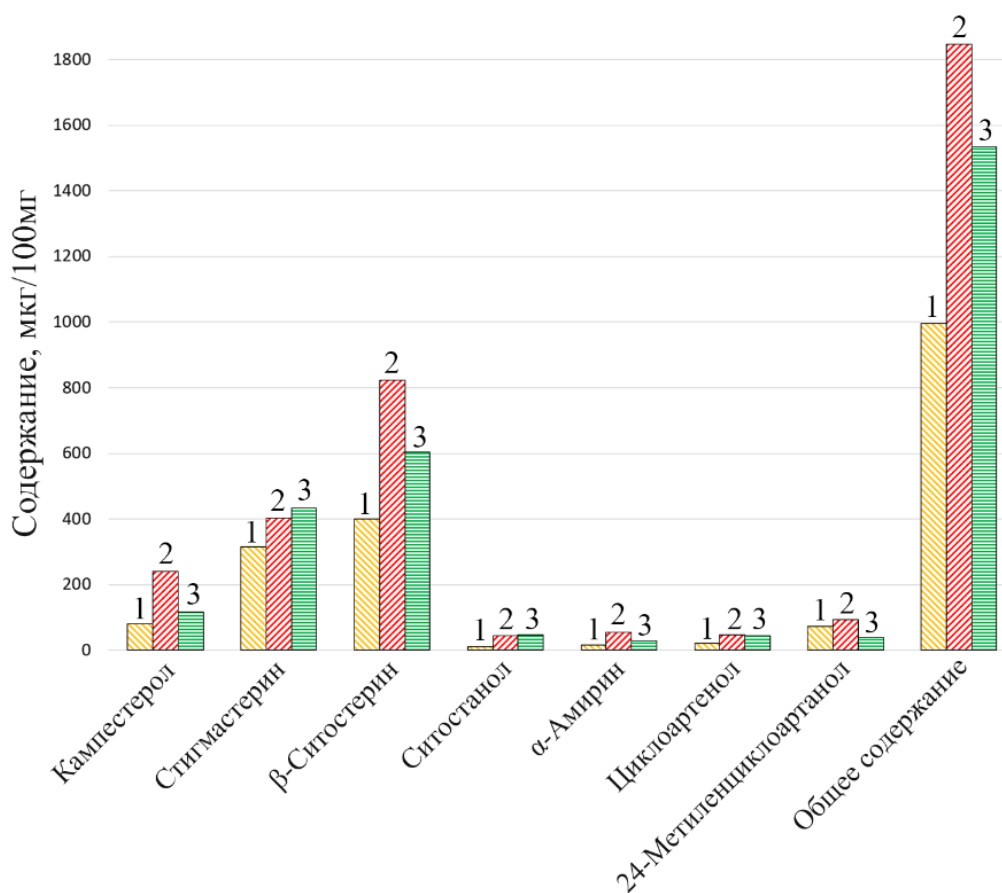


Рисунок 2. Содержание основных фитостеринов в моркови дикой в зависимости от места произрастания: 1 – Монастир (Тунис); 2 – Дербент (Россия); 3 – Ушниг (Россия)

Наша работа показала, что сверхкритическая CO_2 экстракции является эффективной технологией извлечения широкого комплекса липофильной фракции из растительного сырья за одну экспериментальную процедуру.

В зависимости от места произрастания дикая морковь имеет значительную вариабельность состава летучих органических веществ, когда как жирнокислотный и стериновый составы сохраняют качественный состав, но меняется количественное содержание веществ. При этом общее содержание липофильной фракции имеет положительную корреляцию, а общее содержание фитостеринов отрицательную корреляцию от среднесуточной солнечной энергией на m^2 места произрастания растения.

Нам впервые удалось обнаружить в надземной части дикой моркови нонакозановую кислоту.

Список литературы:

1. Aliev A.M., Abdulagatov I.M. // *Journal of Molecular Liquids*. 2017. Vol. 239 P. 96
2. Dutta P.C., Appelqvist L.A. // *Plant Science*. 1989. Vol. 64. P. 167
3. Dutta P.C., Appelqvist L.A. // *Plant Science*. 1991. Vol. 75. P. 177
4. De Stefani E., Boffetta P., Ronco A.L., Brennan P., Deneo-Pellegrini H., Carzoglio J.C., Mendilaharsu M. // *Nutrition and cancer*. 2000. Vol. 37. P. 140
5. El Amine Dib M., Djabou N., Desjobert J.M., Allali H., Tabti B., Muselli A., Costa J. // *Chemistry Central Journal*. 2010. Vol. 4. P. 1.
6. Gonny M., Bradesi P., Casanova J. // *Flavour and fragrance journal*. 2004. Vol. 19. P. 424
7. Gobbo-Neto L., Lopes N.P. // *Química nova*. 2007. Vol. 30. P. 374-381.
8. Hess J.L. Vitamin E, α -tocopherol. In *Antioxidants in higher plants*, 1st Edition; Alscher, R.G., Hess, J.L. Eds; CRC press. USA. 2017. P 111
9. Jabrane A., Jannet H.B., Harzallah-Skhiri F., Mastouri M., Casanova J., Mighri Z. // *Chemistry & biodiversity*. 2009. Vol. 6. P. 881
10. Majdoub S., El Mokni R., Muradalievich A.A., Piras A., Porcedda S., Hammami S. // *Journal of Chromatography B*. 2019. Vol. 1125. P. 121713.
11. Miekus N., Iqbal A., Marszalek K., Puchalski C., Swiergiel A. // *Molecules*. 2019. Vol. 24. P. 4339.
12. Sampaio B.L., Edrada-Ebel R.A., Da Costa F.B. // *Scientific reports*. 2016. Vol. 6. No 1. P. 29265.
13. Zobayed S.M.A., Afreen F., Kozai T. // *Plant Physiology and Biochemistry*. 2005. Vol. 43. P. 977
14. Zhou R., Yu X., Ottosen C., Rosenqvist E., Zhao L., Wang Y., Yu W., Zhao T., Wu Z. // *BMC plant biology*. 2017. Vol. 17. No 1. P. 1.

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

**НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ЦЕЛЯХ ОПТИМИЗАЦИИ
КОРПОРАТИВНОГО ПОДОХОДНОГО НАЛОГА**

Алибаева Алтынай Жасұланқызы
магистрант,
ОП «Учет и аудит»,
Школу Экономика и Менеджмента,
НАО Унивеоситет Нархоз,
РК, г. Алматы
E-mail: altynay.alibaeva@narhoz.kz

Каипова Гульнара Салимовна
научный руководитель,
канд. экон. наук, асс. Проф.,
НАО Университет Нархоз,
РК, г. Алматы

TAX PLANNING FOR CORPORATE INCOME TAX OPTIMIZATION

Altynai Alibaeva
Master's student,
EP Accounting and Audit, School
of Economics and Management,
NAO University Narhoz,
Kazakhstan, Almaty

Gulnara Kaipova
Scientific supervisor,
candidate of Sciences in Economics,
NAO University Narhoz,
Kazakhstan, Almaty

АННОТАЦИЯ

Статья рассматривает важную стратегическую практику для бизнеса – налоговое планирование в целях оптимизации корпоративного подоходного налога. Автор исследует основные принципы и методы налогового планирования,

особое внимание уделяется инструментам, используемым для снижения налоговой нагрузки и повышения эффективности уплаты налогов.

Подробно рассматриваются стратегии налоговой оптимизации, такие как, выбор оптимальной формы организации, учетной политики, использование налоговых льгот и снижение налоговых ставок. Также подчеркивается важность балансировки между налоговыми преимуществами и соответствием законодательству, чтобы избежать возможных рисков и противоречий, таких как уклонение от налогов.

Актуальность статьи состоит в том, что предлагает полезные рекомендации для организаций, стремящихся повысить свою финансовую эффективность, адаптироваться к постоянным изменениям и сложностям понимания налогового законодательства, при этом учитывая принципы этичности и прозрачности при разработке налоговых стратегий. Обсуждение различных стратегий и рисков, связанных с этой практикой, предлагает читателям ценную информацию для принятия обоснованных решений и эффективного управления налоговыми обязательствами своих компаний.

ABSTRACT

The article discusses an important strategic practice for business – tax planning in order to optimize corporate income tax. The author explores the basic principles and methods of tax planning, paying special attention to the tools used to reduce the tax burden and increase the efficiency of tax payment.

Tax optimization strategies are considered in detail, such as choosing the optimal form of organization, accounting policy, use of tax benefits and reduction of tax rates. The importance of balancing tax advantages and compliance with legislation is also emphasized in order to avoid possible risks and contradictions, such as tax evasion.

The relevance of the article is that it offers useful recommendations for organizations seeking to improve their financial efficiency, adapt to constant changes and difficulties in understanding tax legislation, while taking into account the principles of ethics and transparency in the development of tax strategies. Discussing the various strategies and risks associated with this practice offers readers valuable

information for making informed decisions and effectively managing their companies' tax liabilities.

Ключевые слова: налоговая оптимизация, процесс налогового планирования, корпоративный подоходный налог, налоговое бремя, специальные экономические зоны, специальный налоговый режим, учетная политика.

Keywords: tax optimization, tax planning process, corporate income tax, tax burden, special economic zones, special tax regime, accounting policy.

Одним из способов рационализации налоговых платежей в бюджет является налоговое планирование. Налоговое планирование являясь элементом финансового менеджмента, выполняет функции управления, направленные на увеличение прибыли, а также разработку стратегии законной минимизации налогового обязательства компании. Однако поставленные задачи противоречивы, ведь теоретически налоговое обязательство компании напрямую связано с его прибыльностью. Достижение цели максимизации благосостояния через различные средства повышения прибыльности приводят к тому, что фирмы сталкиваются с проблемами, связанными с сокращением налоговых отчислений.

Цель данного исследования – определение факторов налогового планирования, применяемых в целях оптимизации налогообложения предприятия корпоративным подоходным налогом.

Для достижения поставленной цели, были обозначены следующие задачи исследования:

- определить разницу между понятиями «налоговая минимизация» и «налоговая оптимизация»;
- дать точное определение понятию «налоговое планирование», выделить стадии процесса налогового планирования;
- выявить и описать механизмы реализации методов налогового планирования под действующее законодательство Республики Казахстан.

Рассматривая экономическую литературу, можно сделать вывод, что у ученых не сложилось единое понятие налогового планирования. В научных работах смешиваются такие понятия как налоговое обязательство, налоговое бремя, налоговая минимизация и налоговая оптимизация, финансовый менеджмент и т.д. Все это целесообразно объединить в две основные группы: первая группа – понятие налогового планирования основано по принципу налоговой минимизации; вторая группа – на подходе налоговой оптимизации [1, с. 93]. Большинство авторов придерживаются взглядов первой группы. Однако стоит различать понятия налоговой минимизации и налоговой оптимизации.

Налоговая минимизация предполагает целенаправленные действия налогоплательщика по снижению своих налогов. В то время как налоговая оптимизация – это процесс, связанные с достижением определенных пропорций всех финансовых аспектов сделки или проекта, а также приобретение имиджа добросовестного налогоплательщика [2, 3]. Кроме того, стремление минимизировать налоговое обязательство, чаще всего носит незаконный характер, а иногда и вовсе отклонение от уплаты налогов, что противоречит принципу добросовестности налогоплательщика, определенному Налоговым Кодексом Республики Казахстан [4].

Таким образом, из всех имеющихся трактовок данного понятия, наиболее точным является следующее определение: «Налоговое планирование на уровне хозяйствующего субъекта – это неотъемлемая часть управления его финансово-хозяйственной деятельностью в рамках единой стратегии его экономического развития, представляющая собой процесс системного использования оптимальных законных налоговых способов и методов для установления желаемого будущего финансового состояния объекта в условиях ограниченности ресурсов и возможности их альтернативного использования» [1, с. 93].

Процесс налогового планирования принято разделять на 4 стадии, представленный на рисунке 1.



Рисунок 1. Стадии процесса налогового планирования

На практике этапы налогового планирования можно использовать в совокупности или в отдельности в зависимости от того, создается ли предприятие или уже действует.

В ходе исследования применялись следующие общенаучные методы, такие как дедуктивный метод для познания общих теоретических положений, сущности и значения налогового планирования. Метод анализа был использован для выявления факторов, влияющих на налоговую оптимизацию. Метод синтеза, применяется с целью получения обобщенных результатов исследования, формулировки выводов и заключения. А также метод сравнения, с целью определения наиболее значимых компонентов учетной и договорной политики предприятия.

В основу данного исследования легли труды зарубежных и отечественных авторов, законодательные и правовые акты, а также литература в области бухгалтерского учета, планирования, финансового менеджмента и налогообложения.

Налоговое планирование наиболее эффективно на первых двух стадиях, обозначенных на Рисунке 1, так как необходимо с самого начала организации

бизнеса ответственно отнестись к выбору места нахождения юридического лица и системы налогообложения.

Выбор места нахождения. В Республике Казахстан используются специальные экономические зоны, где происходит снижение налогового бремени, в соответствии с Законом «О специальных экономических и индустриальных зонах» от 3 апреля 2019 года №242-VI, налоговым, таможенным, земельным законодательством РК.

Согласно Закону, специальная экономическая зона (далее – СЭЗ) – часть территории Республики Казахстан с точно обозначенными границами, на которой действует специальный правовой режим специальной экономической зоны для осуществления деятельности [5].

В Таблице 1 представлен список СЭЗ созданных на территории РК.

Таблица 1.

Специальные экономические зоны Республики Казахстан

№	СЭЗ	Срок функция	Приоритетные виды деятельности	Место расположения
1	Астана – новый город	2001-2027	смешанная	г. Астана
2	Морпорт Актау	2002-2028	логистика, нефтяное оборудование	Г. Актау
3	Парк инновационных технологий	2003-2028	ИКТ и НИОКР	Г. Алматы
4	Оңтүстік	2005-2030	текстиль, нефтехимия	Южно-Казахстанская область
5	Национальный индустриальный нефтехимический технопарк	2007-2032	химия, нефтехимия	Атырауская область
6	Сарыарка	2011-2036	металлургия, тяжелое машиностроение	Карагандинская область
7	Павлодар	2011-2036	химия, нефтехимия, металлургия	Г. Павлодар
8	Хоргос – Восточные Ворота	2011-2035	смешанная	Алматинская область
9	Химический Парк Тараз	2012-2037	химия	Жамбылская область
10	МЦПС «Хоргос»	2017-2041	смешанная, торговля	Алматинская область
11	Астана – Технополис	2017-2042	смешанная	г. Астана
12	Turkistan	2018-2043	смешанная	г. Туркестан
13	Qyzyljar	2019-2044	смешанная	г. Петропавловск

Примечание: составлено автором на основе источника [6]

Одной из отличительных особенностей СЭЗ является создание благоприятной инвестиционной среды, которая включает в себя возможность получения таможенных и налоговых льготы:

- освобождение от КПП;
- освобождение от земельного налога;
- освобождение от налога на имущество.

Выбор формы деятельности и налогового режима. Физическое лицо для осуществления коммерческой деятельности должен зарегистрироваться как юридическое лицо, индивидуальный предприниматель или выбрать форму самозанятости. От выбора формы деятельности на начальном этапе зависит возможность использования специальных налоговых режимов или налоговых льгот при исчислении КПП.

Налоговая оптимизация для субъектов малого и среднего бизнеса осуществляется путем применения специального налогового режима.

Специальный налоговый режим (далее – СНР) – особый порядок исчисления, уплаты отдельных видов налогов и других обязательных платежей в бюджет, а также представления налоговой отчетности по ним для отдельных категорий налогоплательщиков, определенных разделом 20 Налогового кодекса [4] (рисунок 2).

Применение специальных налоговых режимов предполагает снижение налоговой ставки для налогообложения полученных доходов компании. Так, например, для СНР на основе упрощенной декларации налог исчисляется по ставке 3% к объекту налогообложения, вместо 20%. Однако необходимо учитывать ряд условий, позволяющих применять данный налоговый режим.

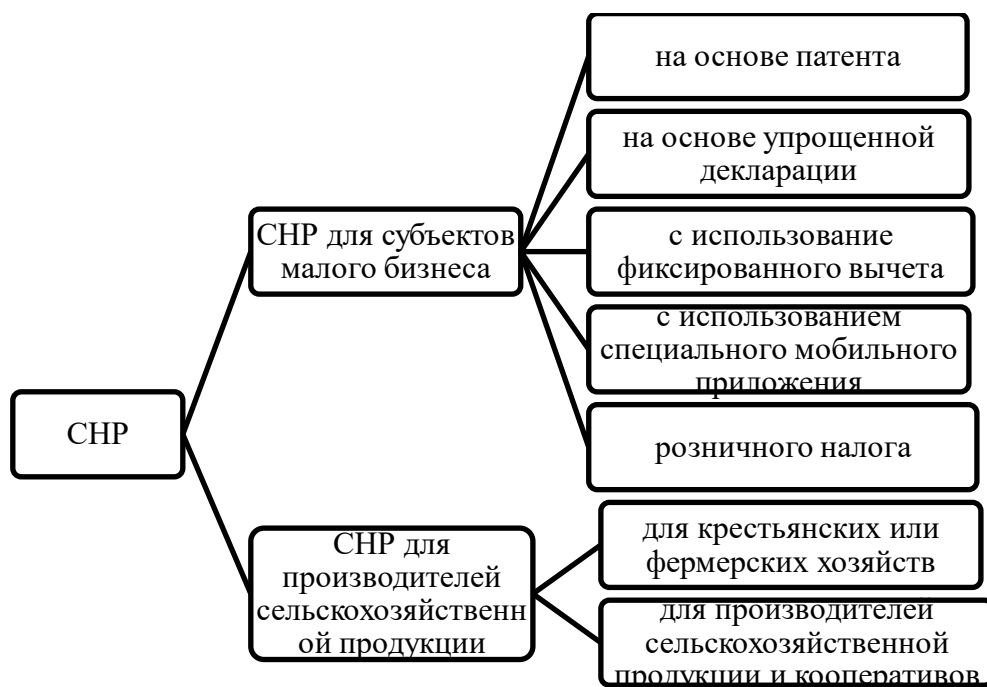


Рисунок 2. Специальные налоговые режимы

Текущее налоговое планирование предполагает:

- использование налоговых освобождений и льгот с учетом изменений в налоговом законодательстве;
- разработка учетной политики для целей оптимизации налогообложения;
- использование оптимальных форм договоров, планирование сделок при прогнозировании доходов.

Разработка оптимальной учетной политики. Учетная политика входит в список бухгалтерской документации предприятия согласно пункту 1 статьи 7 Закона РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 года № 234-III [7]. Под учетной политикой понимают конкретные принципы, основы, положения, правила и практику к применению индивидуальным предпринимателем или организацией для ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности [8].

Оно включает в себя такие элементы как признание доходов и расходов, порядок амортизации основных средств, создания резервов и т.д. Так как упомянутые элементы оказывают прямое влияние на уровень налоговой базы для

исчисления КПП, то можно сделать заключение, что учетная политика играет важную роль в налоговом планировании.

Самыми важными, с точки зрения налогового планирования, являются следующие пункты:

- выбор методов оценки материальных ресурсов и расчета фактической себестоимости (ФИФО, ЛИФО, метод средневзвешенной стоимости, метод специфической идентификации);
- выбор сроков эксплуатации объекта и интенсивности амортизационных отчислений;
- выбор методов амортизации (линейный и нелинейные методы);
- порядок признания доходов и расходов (метод начисления и кассовый метод).

Грамотно составленная учетная политика позволяет предприятию заниматься текущим налоговым планированием, а также оказывает влияние на финансовые результаты и показатели эффективности финансовой деятельности хозяйствующего субъекта.

Формирование договорной политики. Договорной политикой целесообразно считать использование возможностей выбора типа договора, партнера сделки, условий хозяйственных договоров с целью достижения желаемого финансового результата или определенной структуры активов организации [1, с. 266].

К основным инструментам договорной политики относят:

- выбор контрагента, в части юридическое или физическое лицо, резидент или нерезидент, плательщик НДС или не состоящий на учете, нерезидентом, со страной которого подписано соглашение об избежании двойного налогообложения, или нерезидентом из страны, с которой такого соглашения нет;
- выбор вида договора;
- определение отдельных условий договора, например, порядок расчетов по договору, способу оплаты, срока договора и др.

Таким образом, различное юридическое оформление хозяйственных операций с одинаковыми финансовыми и материальными потоками может значительно

изменить их последствия как для целей бухгалтерского учета, так и для целей налогообложения, а, следовательно, и общее финансовое состояние организации.

Изменение сроков уплаты налога. В налоговом законодательстве Казахстана представлена возможность изменения срока уплаты налога, которое осуществляется в форме отсрочки, рассрочки под залог имущества налогоплательщика и под банковскую гарантию [4]. Это позволяет хозяйствующему субъекту оптимизировать денежные потоки и осуществить экономию оборотного капитала. Даже в тех случаях, когда предприятие не может избежать налогообложения штрафных санкций, необходимо не спешить с выплатой штрафов и налогов, а провести детальный анализ и найти наиболее оптимальное решение для развития событий.

Применение вышеуказанных методов налогового планирования в целях оптимизации налогообложения КППН и прогнозирование возможных рисков позволяют обеспечить устойчивое развитие и положение организации на рынке, его конкурентоспособность, и производительность, поскольку происходит снижение налогового бремени, что в свою очередь приводит к избежанию крупных убытков в процессе хозяйственной деятельности.

Оптимизация корпоративного подоходного налога благоприятно влияет на бизнес-среду и экономический рост. Снижение налоговой нагрузки позволяет компаниям инвестировать больше средств в развитие, создание рабочих мест и стимулирование экономики.

Таким образом, налоговое планирование в целях оптимизации корпоративного подоходного налога играет решающую роль в финансовом успехе компаний. Разумное использование налоговых стратегий и методов позволяет компаниям снизить налоговую нагрузку, освободить ресурсы и повысить свою конкурентоспособность.

Однако, необходимо помнить, что налоговое планирование должно основываться на строгом соблюдении законодательства и этических норм. Следует

избегать агрессивных налоговых схем и стремиться к балансу между легитимным использованием налоговых льгот и соблюдением требований налоговых органов.

Важно понимать, что налоговое планирование не является статичным процессом. Налоговые законы и правила постоянно изменяются, поэтому компаниям следует быть гибкими и готовыми адаптироваться к новым требованиям. Регулярное обновление налоговой стратегии и мониторинг изменений в законодательстве поможет компаниям сохранять свою налоговую эффективность и избегать возможных рисков и штрафов.

Осознанное и эффективное налоговое планирование является важным фактором успешного управления корпоративными финансами. Правильное использование налоговых преимуществ помогает компаниям достичь оптимальной налоговой эффективности, улучшить свою финансовую позицию и укрепить свою позицию на рынке.

Также, хотелось бы отметить, что в налоговом законодательстве РК необходимо определить пределы налогового планирования, для ограничения сферы налогового планирования и предотвращения перехода к уклонению от налогов.

Список литературы:

1. Е. Вылкова, М. Романовский. Налоговое планирование – СПб.: Питер, 2004. – 634 с: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
2. Пименов, Н.А. Налоговый менеджмент: учебник для вузов / Н.А. Пименов. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.
3. Шаяхметова К.Т. Налоговое планирование как инструмент оптимизации налогообложения // Вестник Инновационного Евразийского Университета. Серия Экономическая. – 2013. – Доступно на: <https://articlekz.com/article/13206>
4. Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» от 25 декабря 2017 года № 120-VI (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.04.2022 г.) [Электронный ресурс]. // Әділет [web-портал]. – 2023. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120>

5. Закон Республики Казахстан от 3 апреля 2019 года № 242-VI «О специальных экономических и индустриальных зонах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.05.2023 г.) [Электронный ресурс]. // Эділет [web-портал]. – 2023. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1900000242>
6. Официальный сайт Комитета индустриального развития Министерства индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/comprom?lang=ru>
7. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года №234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 12.09.2022 г.) [Электронный ресурс]. // Эділет [web-портал]. – 2023. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z070000234>
8. МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки» [Электронный ресурс] – URL: <https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/standart/mezhdunarodnyy-standart-finansovoy-otchetnosti-ias-8-laquo-uchetnaya-politika-izmeneniya-v-bukhgalterskikh-otsenkakh-i-oshibki-raquo/>

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ
НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ
ПРЕПАРАТОВ, БАД, ИЗДЕЛИЙ МЕДИЦИНСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

Васильева Анастасия Алексеевна

*студент,
кафедра экономики и менеджмента,
Волгоградский государственный
медицинский университет,
РФ, г. Волгоград
E-mail: ivanova.ananstasiya@mail.ru*

Кукуджанова Анна Витальевна

*студент,
кафедра экономики и менеджмента,
Волгоградский государственный
медицинский университет,
РФ, г. Волгоград
E-mail: nyuta.kukudzhanova@mail.ru*

Даниленко Евгений Евгеньевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Волгоградский государственный
медицинский университет,
РФ, г. Волгоград*

**SOCIO-ECONOMIC FACTORS INFLUENCING THE PRICING
OF MEDICINES, DIETARY SUPPLEMENTS, AND MEDICAL PRODUCTS**

Anastasia Vasileva

*Student,
Department of Economics and Management,
Volgograd State Medical University,
Russia, Volgograd*

Anna Kukudzhanova

*Student,
Department of Economics and Management,
Volgograd State Medical University,
Russia, Volgograd*

Evgeny Danilenko

*Scientific Supervisor, Candidate
of Economic Sciences, Associate Professor,
Volgograd State Medical University,
Russia, Volgograd*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные социально – экономические факторы, влияющие на ценообразование лекарственных препаратов. Авторы рассматривают такие аспекты, как затраты на исследования и разработку, патентные права, государственное регулирование, стоимость производства и логистики, а также спрос и предложение. Статья обращает внимание на то, что ценообразование является сложным процессом, зависящим от множества переменных, и может учитывать как экономические, так и социальные факторы. Данная статья поможет лучше понять факторы, влияющие на ценообразование в сфере медицинской продукции.

ABSTRACT

The article discusses the main socio-economic factors influencing the pricing of medicines. The authors consider aspects such as research and development costs, patent rights, government regulation, production and logistics costs, and supply and demand. The article draws attention to the fact that pricing is a complex process that depends on many variables, and can take into account both economic and social factors. This article will help you better understand the factors influencing pricing in the medical products industry.

Ключевые слова: фармацевтическая экономика, здравоохранение, ценовая политика.

Keywords: pharmaceutical economics, healthcare, pricing policy.

Здравоохранение – это одна из важнейших сфер человеческой деятельности, и доступ к качественным медицинским продуктам, таким как лекарственные препараты, биологически активные добавки (БАД) и изделия медицинского назначения, имеет огромное значение для общества. Однако стоимость этих продуктов может значительно варьироваться, и на нее влияют различные экономические факторы. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты, определяющие цену медицинских продуктов.

В начале статьи мы раскроем, что такое «Цена» и какие её основные функции, и задачи.

К основным задачам ценообразования относятся:

- Покрытие затрат на производство продукции при формировании цены;
- Решение социальных вопросов;
- Реализацию экологической политики;
- Решение внешнеполитических вопросов [2, с. 5].

Экономическая сущность цены активно проявляется в её специфических функциях, связанных с действием объективных экономических законов.

Функции цены представляют собой внешний результат внутреннего содержания, они характеризуют совокупность общих свойств, которые присущи ей как экономической категории. Можно выделить пять основных функций цены:

- учетно-измерительная;
- средство рационального размещения ресурсов;
- перераспределительная;
- стимулирующая;
- регулирующая [2, с. 9].

Социальные факторы, оказывающие влияние на ценообразование:

1) Законодательство и регулирование: законы и правила, устанавливающие максимальные и минимальные цены, скидки, налоги и требования к маркировке, могут ограничивать спрос и предложение на определенные лекарства.

2) Социальное страхование и обеспечение: высокий уровень страхования может способствовать более высоким ценам, поскольку пациенты могут быть менее чувствительны к ценам, и компании-производители могут взимать более высокие цены.

3) Доступность: доступность ЛП выражается в том, что в некоторых районах могут отсутствовать аптеки, и это может повысить цены на лекарства для местных жителей.

4) Спрос и потребительские предпочтения: социальные предпочтения и восприятия могут влиять на спрос на определенные лекарства. Например, популярность натуральных и органических лекарств может привести к изменению цен на данные группы препаратов [1. с. 126].

5) Культурные и этнические факторы: Культурные различия и представления о здоровье могут также оказывать влияние на ценообразование в аптеке. Некоторые культуры могут предпочитать определенные виды лекарств или традиционные методы лечения, что может повлиять на спрос и предложение.

6) Инфраструктурные: наличие и уровень развития инфраструктуры региона, уровень развития региональной банковской системы.

Экономические факторы, оказывающие влияние на ценообразование.

1) Исследования и разработка: разработка новых лекарственных препаратов или медицинских изделий требует огромных финансовых, научных инвестиций в исследования, клинические испытания и получение разрешений на использование. Эти расходы часто отражаются в цене продукта.

2) Затраты на производство: сюда включаются расходы на сырье, оборудование, трудовые ресурсы и соблюдение стандартов качества и безопасности. Производители вынуждены учесть все эти факторы, что может повысить конечную цену продукции.

3) Патенты и монополии: защита интеллектуальной собственности, такая как патенты, может давать компаниям монопольное право на продажу определенных медицинских продуктов в течение определенного периода времени. Это позволяет им установить более высокие цены, чтобы окупить затраты на исследования и разработку. По истечении срока действия патента конкуренция может снизить цены [1. с. 110].

4) Регулирование государством: Разные страны могут иметь разные подходы к регулированию цен на лекарства и медицинские изделия. Например, некоторые страны могут устанавливать максимальные цены, тогда как другие могут полагаться на рыночные силы. Регулирование может повлиять на доступность продуктов для пациентов [3. с. 14].

5) Объем производства: Большой объем производства может снизить себестоимость и позволить устанавливать более низкие цены. Это объясняет, почему генерические версии лекарственных препаратов, которые производятся массово, часто более доступны для пациентов.

Заключение

Таким образом, особенность ценообразования на лекарственные препараты очень многогранна, поэтому должны рассматриваться не только классические методы ценообразования товаров, но также должны всесторонне изучаться фармако-экономические и социологические составляющие цены товара.

Экономические и социальные факторы играют значительную роль в определении стоимости лекарственных препаратов, БАД и изделий медицинского назначения. Понимание этих факторов важно, как для потребителей, так и для производителей, чтобы обеспечивать доступность качественных медицинских продуктов при разумных ценах.

Гармонизация интересов общества и индустрии является ключевой задачей в этой области и может способствовать более справедливому доступу к медицинской помощи.

Список литературы:

1. В.В. Янова. Курс лекций “Экономика”. – Режим доступа. – URL: <https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/micro-economics/843378.pdf> (дата обращения 31.10.2023)
2. Кочетков, И.И., Чистякова, Г.Б. Ценообразование [Текст]: учебн. пос. для вузов / И.И. Кочетков, Г.Б. Чистякова; Нижегород. гос. архитектур.- строит. ун – т. – Нижний Новгород: ННГАСУ, 2012. – 87 с.
3. Тельнова Е.А. Ценообразование – зарубежный опыт // Фармакоэкономика. 2009. – №4. – с. 14

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-БЮДЖЕТНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
УБИНСКОГО РАЙОНА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ
ЗА ПЕРИОД 2018–2022 ГГ.**

Голыбина Виктория Александровна

*магистрант,
кафедра учета и финансовых технологий,
Новосибирский государственный
аграрный университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: sibpismo@mail.ru*

**ANALYSIS AND ASSESSMENT OF FINANCIAL AND BUDGETARY
STABILITY OF THE UBINSKY DISTRICT OF THE NOVOSIBIRSK
REGION FOR THE PERIOD 2018–2022**

Victoria Golybina

*Master's student,
Department of Accounting
and Financial Technologies,
Novosibirsk State Agrarian University,
Russia, Novosibirsk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются состав и структура доходной и расходной составляющих бюджета муниципального образования; проведен горизонтальный и вертикальный анализ статей бюджета и его исполнение за пять лет. Главное внимание уделено оценке реального финансового состояния бюджета и финансово-бюджетной устойчивости муниципалитета по методикам А.А. Айвазова и Т.В. Сорокиной.

ABSTRACT

The article examines the composition and structure of the revenue and expenditure components of the municipal budget; a horizontal and vertical analysis of budget items and its implementation for five years was carried out. The main attention is paid to assessing the real financial state of the budget and the financial and budgetary sustainability of the municipality using the methods of A.A. Aivazov and T.V. Sorokina.

Ключевые слова: доходы бюджета, расходы бюджета, сбалансированность бюджета, финансовая независимость, финансово-бюджетная устойчивость.

Keywords: budget revenues, budget expenditures, budget balance, financial independence, financial and budgetary stability.

Местные бюджеты представляют собой базовое звено бюджетной системы государства, с которым связано функционирование органов местного самоуправления и финансовое обеспечение социальных, экономических, политических и иных процессов на территории муниципалитета [1, с. 369].

Бюджет муниципального образования имеет доходную и расходную части. Доходная составляющая выступает финансовой основой деятельности муниципалитета, а расходная – направлена на удовлетворение общественно значимых потребностей населения [2, с. 76].

Для проведения финансового анализа бюджета муниципалитета следует использовать данные, содержащиеся в Отчетах об исполнении бюджета муниципального образования за соответствующий период [3].

Доходная часть местного бюджета представлена налоговыми и неналоговыми доходами, а также безвозмездными поступлениями (таблица 1).

Таблица 1.

**Доходы бюджета Убинского района Новосибирской области
за период 2018 – 2022гг. (тыс. руб.)**

Виды доходов	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Налоговые доходы	76610,0	74140,0	83868,2	88527,6	101166,1
Неналоговые доходы	9173,0	10479,6	9670,0	6135,8	7913,8
Безвозмездные поступления	711800,0	729850,0	756975,2	813314,5	904559,6
Итого доходов	797582,0	814470,0	850513,2	907977,8	1013639,6

Убинский район не располагает реальными возможностями формирования за счет собственных средств финансовой базы, способной обеспечить выполнение возложенных на местные органы власти полномочий в полном объеме.

Наибольшая доля в доходах бюджета района за весь анализируемый период приходится на безвозмездные поступления: их доля составила 89,3% в 2022 году.

На долю налоговых доходов приходится 9,9%. В сравнении с 2018 годом доля налоговых поступлений увеличилась на 0,3%. Высокий уровень безвозмездных поступлений характеризует сильную зависимость бюджета муниципального района от финансовой помощи области.

Общая структура источников доходов бюджета района представлена в таблице 2.

Таблица 2.

**Структура собственных доходов бюджета Убинского района
Новосибирской области за период 2018 – 2022гг. (%)**

Виды доходов	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Налоговые доходы	89,4	87,62	89,66	93,52	92,75
НДФЛ	82,74	78,84	78,46	79,58	79,08
Акцизы по подакцизным товарам (продукции)	2,15	2,39	1,87	2,15	2,23
Единый налог на вмененный доход	3,83	3,30	2,74	0,73	-0,002
Единый сельскохозяйственный налог	0,11	0,12	0,15	0,13	0,29
Государственная пошлина	0,57	0,71	0,75	0,72	0,90
Налог, взимаемый при УСН	X	2,26	2,47	6,39	7,04
Налог, взимаемый при использовании патентной системы	X	0,0	0,04	0,61	0,60
Транспортный налог	X	X	3,18	3,21	2,61
Неналоговые доходы	10,69	12,38	10,34	6,48	7,25
Доходы от использования имущества	2,18	1,72	1,92	1,95	2,64
Платежи при пользовании природными ресурсами	0,37	0,28	0,14	0,19	0,26
Доходы от оказания платных услуг	6,42	6,48	4,25	3,85	3,78
Доходы от продажи активов	0,30	0,27	2,19	1,48	0,18
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	1,29	3,61	1,76	-1,02	0,38
Прочие неналоговые доходы	0,13	0,02	0,08	0,03	0,01
Итого доходов	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Наибольший объем собственных доходов муниципального образования поступает от налоговых вносов и платежей: от 89,40% в 2013г. до 92,75% в 2022г. Наибольший объем среди налоговых доходов занимает налог на доходы физических лиц. Доля неналоговых доходов бюджета сократилась на 3,44%.

Таблица 3.

**Расходы бюджета Убинского района Новосибирской области
за период 2018 – 2022гг. (тыс. руб.)**

Значение показателя	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Общегосударственные вопросы	48237,0	50780,0	58462,5	80164,0	90687,7
Национальная оборона	1540,0	1623,0	1848,4	1924,3	2123,1
Национальная безопасность	2942,0	3635,0	3261,4	3293,2	4276,7
Национальная экономика	35679,0	58041,0	44885,3	54320,2	61235,0
ЖКХ	35989,0	43484,0	25252,7	56943,2	60492,7
Охрана окружающей среды	2057,0	231,0	220,1	139,5	160,0
Образование	372347,0	442401,0	402499,0	432185,8	455949,8
Культура	34281,0	39820,0	43830,4	50677,0	52221,0
Социальная политика	58348,0	56294,0	70686,5	64837,7	69493,5
Физическая культура и спорт	440,0	686,0	416,7	798,9	826,2
Межбюджетные трансферты	162485,0	176733,0	172748,5	157829,6	196924,3
Итого расходов	754345,0	873727,0	824111,5	903113,4	994390,1

Структура фактически исполненных расходов муниципалитета в таблице 4.

Таблица 4.

**Структура фактически исполненных расходов бюджета Убинского района
Новосибирской области за период 2018 – 2022гг. (%)**

Виды расходов	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Общегосударственные вопросы	6,37	5,81	7,09	8,87	9,11
Национальная оборона	0,20	0,18	0,23	0,21	0,22
Национальная безопасность и право- охранительная деятельность	0,39	0,42	0,39	0,36	0,44
Национальная экономика	4,75	6,65	5,45	6,01	6,16
Жилищно – коммунальное хозяйство	4,80	4,98	3,06	6,31	6,08
Охрана окружающей среды	0,26	0,02	0,02	0,02	0,02
Образование	49,32	50,63	48,85	47,86	45,86
Культура	4,60	4,56	5,32	5,61	5,25
Социальная политика	7,72	6,45	8,57	7,18	6,98
Физическая культура и спорт	0,07	0,08	0,05	0,09	0,08
Межбюджетные трансферты	21,53	20,22	20,97	17,48	19,80
Итого расходов	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

В целом, общая структура бюджетных расходов за анализируемый период не претерпела существенных изменений. Наибольший объем бюджетных средств направлен на поддержание и развитие социальной сферы, в частности, на образование (45,86% в отчетном периоде), дотации населению (6,98%), межбюджетные трансферты (19,80%), на общегосударственные вопросы (9,11%).

Как правило, для муниципальных образований не характерно исполнение доходных и расходных обязательств бюджета в полном объеме. Вместе с тем, муниципальный бюджет оказался дефицитным только в 2019 году (дефицит составил 59257 тыс. руб.). Финансирование дефицита бюджета осуществлялось за счет внутренних источников.

Показатели сбалансированности и финансовой независимости позволяют оценить финансово-бюджетную устойчивость муниципалитета и не затрагивают вопросов эффективности, результативности и целевого использования средств [4, с. 65].

Сбалансированность муниципального бюджета характеризуют коэффициенты [5, с. 71], представленные в таблице 5.

Таблица 5.

**Показатели сбалансированности бюджета Убинского района
Новосибирской области за 2018 – 2022 гг.**

Показатель	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Коэффициент общего покрытия расходов муниципального бюджета	1,057	0,932	1,032	1,005	1,019
Коэффициент собственной сбалансированности	0,172	0,141	0,170	0,155	0,164
Коэффициент исполняемости бюджета по доходам (собственным)	1,051	1,022	1,048	1,055	1,063
Коэффициент исполняемости бюджета по доходам (общим)	0,948	0,973	0,987	0,973	0,930
Коэффициент активности региональных органов власти	0,106	0,123	0,103	0,064	0,072
Коэффициент бюджетной результативности (степень обеспеченности населения)	55,40	64,17	60,52	66,33	73,03
Коэффициент относительной стоимости содержания органов местного самоуправления	0,061	0,056	0,063	0,062	0,064
Коэффициент социальной ориентированности бюджета	0,667	0,667	0,658	0,670	0,642
Уровень доходов на душу населения (тыс. руб./чел.)	58,58	59,82	62,46	66,68	74,45

Исходя из анализа коэффициентов сбалансированности бюджета можно сделать вывод, что риск возникновения проблемы финансового обеспечения расходов незначителен. Более 60% расходов бюджета муниципалитета направлено

на предоставление гражданам социальных услуг. Вместе с тем, за пять лет социальные расходы сократились на 2,5%. В отчетный период 16,4% собственных доходов бюджета направлено на содержание реализацию собственных полномочий муниципального образования.

Степень финансовой независимости муниципального образования от соответствующего субъекта отдельная группа показателей [6, с. 227], представленных в таблице 6.

Таблица 6.

Коэффициенты финансовой независимости муниципального образования за 2018 – 2022 гг.

Показатель	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Коэффициент финансовой независимости	0,117	0,113	0,119	0,114	0,117
Коэффициент налоговой независимости	0,096	0,091	0,098	0,097	0,099
Коэффициент чистой налоговой независимости	0,049	0,045	0,039	0,021	0,016
Коэффициент общей финансовой зависимости	0,892	0,896	0,890	0,895	0,892
Коэффициент прямой финансовой зависимости	0,596	0,585	0,570	0,572	0,569
Коэффициент качества финансовой помощи	0,809	0,787	0,776	0,795	0,796

Общая сумма доходов бюджета муниципального образования на 11% состоит из собственных доходов. В целом, местный бюджет сформирован из налоговых отчислений на 10%. Налоговые доходы бюджета муниципалитета сформированы за счет местных налоговых поступлений в базовом году на 4,9%, в отчетном году на 1,6%. За рассматриваемый период данный показатель сократился на 3,3%.

Большая часть местных доходов сформирована за счет поступлений из регионального бюджета, – муниципалитет в своих доходах зависим от субъекта на 89%. Доля финансовой помощи из бюджета субъекта на выравнивание бюджетной обеспеченности и софинансирование социально значимых расходов в общем объеме доходов бюджета составляет более 50%.

Возможно оценить финансовую устойчивость бюджета по методике, предложенной А.А. Айвазовым и М.С. Ишиной [7, с. 10].

Таблица 7.

Тип финансовой устойчивости бюджета Убинского района Новосибирской области за 2018–2022гг. (по методике А. Айвазова и М. Ишиной)

Показатели	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Коэффициент бюджетной автономии	0,117	0,113	0,119	0,114	0,117
Коэффициент дефицита бюджета	0,00	0,07	0,00	0,00	0,00

За каждый год анализируемого периода финансово-бюджетной устойчивости муниципалитета присуще нормальное состояние.

Т.В. Сорокина предлагает представить показатель финансовой устойчивости муниципального бюджета в виде матрицы коэффициентов [8, с. 84-85].

Таблица 8.

Расчетные коэффициенты для построения матрицы оценки финансовой устойчивости бюджета муниципального района

Показатель	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Уровень бюджетной сбалансированности	0,23	0,17	0,20	0,18	0,92
Уровень финансовой устойчивости	82,97	86,25	80,92	85,91	82,92
Коэффициент бюджетного покрытия	1,05	0,93	1,03	1,00	1,01
Коэффициент бюджетной задолженности	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Коэффициент автономии	1,11	0,11	0,11	0,11	0,11

Используя приведенные выше показатели построим матрицу (таблица 9).

Таблица 9.

Матрица оценки финансовой устойчивости бюджета Убинского района Новосибирской области за 2018 – 2022гг. (по методике Т.В. Сорокиной)

Показатель	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год
Уровень бюджетной сбалансированности	0	0	0	0	0
Уровень финансовой устойчивости	0	0	0	0	0
Коэффициент бюджетного покрытия	1	1	1	1	1
Коэффициент бюджетной задолженности	0	0	0	0	0
Коэффициент автономии	0	0	0	0	0

Согласно методике Т.В. Сорокиной, состояние финансово-бюджетной устойчивости района является кризисным в течение всего анализируемого периода.

За 2018 – 2022гг. для доходной части муниципального бюджета характерно превалирование безвозмездных поступлений 89,3% (в 2022г.), налоговые поступления занимают не более 9,9%, неналоговые доходы 1,2%. Сложившаяся ситуация отражает сильную зависимость местного бюджета от финансовой помощи бюджетов вышестоящих уровней.

Финансовое состояние муниципального бюджета можно охарактеризовать как неустойчивое. Доходы бюджета превышают его расходы, – дефицит отмечен только в 2019г. Вместе с тем, муниципалитет способен покрыть свои обязательства исключительно за счет привлечения безвозмездных поступлений. В связи с вышеизложенным необходимо проводить работу по повышению собственной финансово-бюджетной устойчивости муниципального образования.

Список литературы:

1. Троянская М.А. К вопросу о формировании доходов бюджета муниципального образования районного типа [Текст] / М.А. Троянская // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2020. – Т. 9, №4(33). – С. 369-373.
2. Тихонькова Е.А. Экономические основы формирования местного бюджета [Текст] / Е.А. Тихонькова, Е.Б. Дворядкина // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2022. – Т.3, №3(48). – С. 75-79.
3. Финансовая отчетность Убинского района Новосибирской области за 2018-2022 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ubinadm.nso.ru/page/1934> (дата обращения: 10.10.2023).
4. Плотников С.Н. Основные показатели, применяемые для оценки устойчивости бюджета муниципального образования [Текст] / С.Н. Плотников, Д.С. Труханович // Контентус. – 2020. – №5. – С. 63-70.
5. Лебедева А.В. Сбалансированность регионального бюджета и методика оценки его финансовой устойчивости [Текст] / А.В. Лебедева, Г.В. Лебедева // Стратегии адаптации ESG модели к меняющейся экономической реальности. – 2022. – №1. – С. 66-73.

6. Федякин Д.В. Показатели финансовой независимости местного бюджета Гайдук [Текст] / Д.В. Федякин // Модернизационные процессы в современной России. – 2021. – №1. – С. 226-229.
7. Айвазов А.А. Методические подходы к оценке бюджетно – налогового потенциала региона / А.А. Айвазов, М.С. Ишина // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – №4. – С. 10-12.
8. Сорокина Т.В. Оценка финансово-бюджетной устойчивости муниципальных образований / Т.В. Сорокина // Вестник Байкальского государственного университета экономика и права. – 2013. – №5 – С. 83-87.

**ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ
«СОХРАНЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ, ЗДОРОВЬЕ
И БЛАГОПОЛУЧИЕ ЛЮДЕЙ»**

Киласова Диана Мурадовна

*магистрант,
факультет Высшей школы государственного аудита,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва
E-mail: kilasovadi@mail.ru*

**PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF THE STATE
PROGRAM "PRESERVATION OF THE POPULATION,
HEALTH AND WELL-BEING OF PEOPLE"**

Diana Kilasova

*Master's student,
Faculty of the Higher School of Public Audit,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Здоровый образ жизни необходим для полноценного развития индивида, реализации его потребностей и продуктивной деятельности на пользу общества. Для более полного понимания базовых компонентов здорового образа жизни, возможностей для его соблюдения, полезно знать какие меры и шаги предпринимаются на общероссийском уровне – правительством Российской Федерации.

ABSTRACT

A healthy lifestyle is necessary for the full development of the individual, the realization of his needs and productive activities for the benefit of society. For a more complete understanding of the basic components of a healthy lifestyle, the possibilities for its observance, it is useful to know what measures and steps are being taken at the all-Russian level – by the government of the Russian Federation.

Ключевые слова: национальные цели, продолжительность жизни, здоровье.

Keywords: national goals, life expectancy, health.

Единый план по достижению национальных целей РФ на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года не позволит достичь поставленной Президентом РФ В.В. Путиным цели по снижению смертности и, соответственно, увеличению ожидаемой продолжительности жизни до 75 лет к 2024 г. (78 лет к 2030 г.). Это связано с тем, что мероприятия не решают ключевых проблем системы здравоохранения, которые обеспечивают увеличение доступности и качества медицинской помощи, а также с тем, что не предусматривается увеличения государственных расходов на здравоохранение, необходимых для этого.

В ситуации продолжения эпидемии и выгорания медицинских работников, накопившегося потока пациентов, требующих лечения по другим показаниям, это приведет к дальнейшему снижению гарантированной бесплатной медицинской помощи и нарастанию критических проблем в отрасли. Как следствие, вырастет недовольство населения.

Дана оценка ожидаемой продолжительности жизни к 2020 г. – 73,3 года. Однако этот показатель, который рассчитывается на основании повозрастных коэффициентов смертности, достигнут не будет. В лучшем случае он останется на уровне 2018 г. – 72,9 лет. Это связано с тем, что в РФ в 2020 г. смертность возросла примерно на 120 тыс. чел. по сравнению с 2019 г.

Реализация комплекса мероприятий, предусмотренных Планом, не позволит достичь ожидаемого снижения смертности и увеличения ОПЖ. Это связано с тем, что мероприятия хоть и важны, однако не позволят решить главные, базовые проблемы, которые определяют доступность и качество медицинской помощи и которые сложились в системе здравоохранения еще до эпидемии. После начала эпидемии многие из этих проблем только обострились, так как значительно увеличился поток пациентов, соответственно, потребовались дополнительные мощности (медицинские кадры, стационарные койки, лекарства, расходные материалы) и, как следствие, дополнительное финансирование.

В Указе «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» Президент обозначил важнейшие аспекты. «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей» стоит на первом месте.

Значит, по идее, на эту цель должны быть ориентированы все национальные проекты, экономика РФ и в целом деятельность каждой организации и каждого человека, работающего в этой системе. Но на практике все иначе.

Да и в целом работоспособное население оказывается сегодня обделенным: практика медсанчастей на предприятиях уже давно не применяется, работодатель готов оплатить только профосмотр и нацелен только на соблюдение требований охраны труда. Это при условии, что современные медицинские технологии и новые подходы в профилактике заболеваний позволяют добиться большего: как минимум не довести до развития профзаболевания или осложнений, снизить риски потери трудоспособности и развития хронических заболеваний, а как максимум стать инструментом управления экономическими показателями. Но достижения мировой медицины почему-то не учитываются ни работодателем, ни органами власти.

Сегодня сотрудник, проводя практически половину жизни на работе, не имеет преференций, позволяющих продлить трудоспособный возраст и замотивировать на производительность труда. О сохранении здоровья, как и об укреплении здоровья на рабочем месте и ради рабочего места, он должен думать самостоятельно в тех условиях, что ему предложены для работы, и за свой счет.

Между тем, если целенаправленно вести работу в укреплении здоровья работоспособного населения, можно не только добиться успехов в здоровьесбережении трудящихся граждан, но и решить ряд глобальных экономических проблем, которые сегодня касаются каждой организации: например, нехватка кадров, технологическое отставание, низкая производительность труда и отсюда невозможность развить реальный экономический потенциал страны.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 21.07.2020 N 474 "О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года"
2. "Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года" (утв. распоряжением Правительства РФ от 01.10.2021 N 2765-р) (с изм. от 24.12.2021)

ТВОРЧЕСТВО В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Комарова Марина Алексеевна

*студент, продюсерский факультет,
Всероссийский государственный университет
кинематографии им. С.А. Герасимова» (ВГИК),
РФ, г. Москва
E-mail: productionvgik@mail.ru*

Ланина Лилия Анатольевна

*научный руководитель канд. экон. наук, доц.,
Всероссийский государственный университет
кинематографии им. С.А. Герасимова» (ВГИК),
РФ, г. Москва*

CREATIVITY IN THE POST-INDUSTRIAL ECONOMY

Marina Komarova

*Student, production faculty,
All-Russian State University of Cinematography
named after S.A. Gerasimov (VGIK),
Russia, Moscow*

Lilia Lanina

*Scientific supervisor
of the Candidate of Economics. Sciences, Assoc.,
All-Russian State University of Cinematography
named after S.A. Gerasimov (VGIK),
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются вопросы современной экономики, где креативная экономика становится ядром развития. Рассмотрены основные положения креативной экономики с позиции творчества. Проводится анализ значения творческого потенциала человека и его взаимосвязь с основными тенденциями современного общества. Представлены вопросы поддержки творчества со стороны государства и на уровне организаций.

ABSTRACT

This article examines the issues of the modern economy, where the creative economy becomes the core of development. The main provisions of the creative economy

from the position of creativity are considered. The analysis of the value of a person's creative potential and its relationship with the main trends of modern society is carried out. The issues of support for creativity from the state and at the level of organizations are presented.

Ключевые слова: креативная экономика; креативные индустрии; творчество; творческие идеи; творческое мышление.

Keywords: creative economy; creative industries; creativity; creative ideas; creative thinking.

Сегодня, обращая взгляд в прошлое, можно заметить, что развитие экономики разных стран на протяжении длительного времени обеспечивалось за счет промышленных индустрий. В настоящее время экономический фокус все больше смещается с производства на сферу услуг. Человечество переходит к экономике творческих идей.

С начала 70-х годов прошлого века, благодаря появлению Интернета, технологических инноваций, начинает постепенно меняться отношение к материальному производству, смещая спектр внимания к увеличению доли информационных, культурных и творческих продуктов в валовом национальном продукте. По сути, был запущен процесс экономической реструктуризации. Все больше уделяется внимание пониманию того, что интеллектуальные права позволяют коммерциализировать творческие идеи, а креативные услуги и продукты могут генерировать прибыль в конкурентной рыночной среде. Десятилетия, прошедшие после 1970-х годов, привели к масштабным экономическим изменениям, объясняемым такими концепциями, как глобализация и промышленная трансформация. Появление новых технологий способствовало развитию новой экономики (блокчейн, 3D-печать, виртуальная реальность, облачные технологии, дроны). На этом фоне творческая составляющая труда в создании современных продуктов (товаров, работ, услуг) вышла на передний план.

Поменялось и мировоззрение общества. Первостепенными потребностями личности стали потребности в самореализации и раскрытии потенциала личности как в проявлении индивидуальности. В обществе все больше ценится не только материальное богатство индивида, но и его личностные, творческие качества, способность порождать новые идеи, отличающиеся от традиционных схем мышления. Вопросы творчества повлекли за собой повышенные потребности к самореализации и раскрытию потенциала личности в условиях трудовой деятельности.

Увеличивающееся влияние креативной творческой составляющей на развитие человеческого общества спровоцировало появление понятия «креативная экономика». «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», принятая Правительством Российской Федерации дает определение «креативной экономике» как «тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности – научной, научно-технической, культурной и в целом творческой деятельности» [1].

Американский экономист Ричард Флорида, анализируя постиндустриальное экономическое развитие общества, подчеркивал мысль о том, что креативная экономика становится ядром развития, где главным составляющим являются представители творческих профессий, а вся деятельность в сфере креативных индустрий основывается на трех основных принципах: талант, технология и толерантность. В свою очередь, специалист в области креативной экономики Джон Хокинс утверждал, что важнейшим источником ценности креативной экономики является индивидуальное творчество, которое является движущей силой экономического роста [2]. А исследователь Д. Андриссен выявил взаимосвязь человеческого развития и социального капитала, определяя данную взаимосвязь как интеллектуальный капитал, т. е. знания, являющиеся основным производственным ресурсом и основой креативной экономики [3].

В современной экономике конкуренция между производителями связана не столько с ценой их товаров, сколько с их соответствующими способностями предлагать новые форматы продуктов и их продвижения. А современные потребители не принимают решение о покупке исключительно по цене нового продукта, они пытаются понять его возможные преимущества. Личности, основанные на креативности, такие как креативный производитель и креативный потребитель, наделенные творческими способностями, открывают все больший спектр видов деятельности как к имеющим потенциальное применение и значимость для постиндустриальной экономики.

Креативная экономика неотделима от творческих (креативных) индустрий: «сфер деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью» [1]. Творческие отрасли постиндустриальной экономики, включающие такие сферы, как видеопроизводство, фотография, музыка, мода, кино, литературное творчество, видеоигры, издательское дело, теле- и радиовещание, являются движущей силой креативной экономики. Эти отрасли также признаны жизненно важными как с экономической, так и с культурной точки зрения.

В современных условиях все сводится к тому, что высокая конкурентоспособность стран обеспечивается степенью и скоростью развития в них креативной экономики. Креативные индустрии прогрессивно развиваются в структурах экономики многих стран и занимают значительную долю ВВП. Развитые страны создают условия для привлечения талантливой и креативной части населения, осознавая важность человеческого развития как двигателя современной экономики. В рамках реализации «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» в России создаются разнообразные программы, реализующие развитие творческого потенциала, в т.ч. Федеральный проект «Создание целеориентированной системы поддержки развития

креативного сектора («Придумано в России»)). Благодаря этому проекту в регионах России создаются Школы креативных индустрий, мотивирующие развитие детского творчества и подготовку к дальнейшему выбору профессии в условиях креативной экономики.

Однако, следует отметить, что вопросы творчества в современном обществе не могут быть рассмотрены только через призму креативных индустрий. Творчество стало важнейшим навыком для профессионалов во всех областях. В современных организациях вопросы творчества могут реализовываться на уровне организационной структуры, рабочих процессов, корпоративной культуры. Одновременно с этим, сам процесс творчества может состоять из упорного труда, непрерывного образования и практики. Важным компонентом творческого мышления является готовность экспериментировать. Экспериментирование позволяет опробовать новые идеи, определить осуществимое решение. При этом творчество неразрывно связано с эмоциями и чувствами, реализацией эстетических способностей в работе (таких как эстетическое суждение, чувство ритма, стремление к красоте, импровизация, способность замечать и осознавать неосознаваемые вещи и выражать идеи, выходящие за рамки рациональности). Управление практическим процессом создания творческого продукта (товара, работы, услуги) реализуется через создание пространства для неформального взаимодействия между членами команды и появления идей. Вместе с тем, жесткие сроки для получения итогового результата не только объединяют разнообразные усилия, но и делают процесс более эффективным.

По мнению экономиста Джеймса Хекмана, креативная экономика основана на квалификации и навыках работников и их интеллектуальном капитале. Данные факторы позволяют адаптироваться к быстрым изменениям и генерировать новые знания и креативные идеи [4].

В креативной экономике наиболее эффективным методом трудоотдачи является такое состояние человека, когда стремление к созданию знания исходит от самого человека. Соответственно, к наиболее важным задачам управления коллективом в условиях креативной экономики следует отнести повышение

уровня знаний и творческого потенциала работников, формирования у них инновационного поведения. Этого можно добиться, мотивируя работников активно предлагать творческие идеи для повышения производительности труда, качества и достижения целей и решения проблем, побуждения их к постоянному поиску новых технологий, техник и концепций продуктов, содействие им в проявлении креативности на работе, а также повышения уровня их креативных идей и базы знаний.

Таким образом, для организаций, функционирующих в условиях постиндустриальной экономики важно быстро оценивать новые ситуации и разрабатывать стратегии, позволяющие справиться с меняющимися рынками и потребительскими тенденциями. Благодаря творческому подходу компании могут решать существующие проблемы и думать о будущем. Поддерживая процессы творческого мышления, организации могут реализовывать инновационные идеи, соответствующие текущим и будущим приоритетам и предпочтениям их рынков.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года».
2. Культурная политика-2020: взгляд субъектов Российской Федерации на основные проблемы и их решения. М.: Фонд «Институт экономики и социальной политики», 2021. 138 с. URL: https://heritage-institute.ru/wp-content/uploads/2021/03/2_5350649899211819506.pdf (дата обращения: 16.10.2023).
3. Амосова А.И., Кузнецова Е.А. Креативная экономика и ее значение. Текст: электронный // Бизнес-образование в экономике знаний. 2022. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-i-ee-znachenie> (дата обращения: 18.10.2023).
4. Королёва И.Б., Соколова И.Л. Креативные индустрии в России и мире: состояние, тенденции и проблемы управления развитием. Текст: электронный // Baikal Research Journal. 2022. Т. 13, № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-v-rossii-i-mire-sostoyanie-tendentsii-i-problemy-upravleniya-razvitiem/viewer> (дата обращения: 18.10.2023).

ВЛИЯНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Паритов Идар Ратмирович

*магистрант,
кафедра финансов и бизнес аналитики,
Российский государственный университет
имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
РФ, г. Москва
E-mail: idar1717@gmail.com*

Генералова Анна Владимировна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Российский государственный университет
имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)
РФ, г. Москва*

THE IMPACT OF CRYPTOCURRENCIES ON THE RUSSIAN ECONOMY

Idar Paritov

*Master's Student,
Department of Finance and Business Analytics,
Kosygin Russian State University
(Technologies. Design. Art)
Russia, Moscow*

Anna Generalova

*Scientific Supervisor,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Kosygin Russian State University (
Technologies. Design. Art),
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

Настоящая научная статья предназначена для анализа влияния криптовалюты на экономику России, оценки ее практической роли и выявления перспективных направлений для развития данного сектора.

ABSTRACT

This scientific article is intended to analyze the impact of cryptocurrency on the Russian economy, assess its practical role and identify promising directions for the development of this sector

Ключевые слова: криптовалюта, электронные деньги, экономика РФ.

Keywords: cryptocurrency, electronic money, Russian economy.

Введение

В современном мире криптовалюты стали одной из наиболее обсуждаемых и актуальных тем, привлекающих внимание широкой аудитории. В то время как первоначально они вызывали сомнения и существовали в сфере периферийного интереса, сегодня они уже значительно повлияли на экономику многих стран.

Целью данного исследования является изучение влияния криптовалюты на экономику государства России. Более конкретные задачи работы включают анализ воздействия криптовалюты на макроэкономические показатели такие, как ВВП и уровень инфляции, а также оценку влияния на финансовую систему, включая банковскую сферу.

Для достижения поставленных целей будут использованы различные методы исследования. В первую очередь будет проведен анализ существующих источников данных о криптовалютах и их влиянии на экономику. Будет осуществлена оценка статистических данных и моделирование экономических показателей с использованием соответствующих методов и инструментов.

Ожидается, что результаты исследования помогут лучше понять влияние криптовалюты на экономику государства России. Это может иметь практическое значение для принятия соответствующих решений и разработки рекомендаций в области регулирования криптовалютного рынка и использования криптовалютных технологий для развития финансовой системы.

Методы исследования

История развития криптовалют в России насчитывает несколько этапов, в которых происходили значительные изменения как в законодательстве, так и в использовании криптовалют в различных секторах экономики. Начиная с первых появлений криптовалют, особенно биткоина, в России и до настоящего времени,

государство претерпело ряд законодательных изменений для регулирования криптовалютного рынка. [6, с. 64]

Биткоин, как основная криптовалюта, стал все более популярным среди российских граждан и предпринимателей, что привело к развитию криптовалютного рынка в стране. Он начал использоваться в различных сферах экономики, включая финансы, электронную коммерцию и блокчейн-технологии. Российские биржи и платежные системы активно принимают участие в развитии криптовалютного рынка.

Влияние криптовалюты на экономику России не может быть недооценено. Криптовалюты имеют потенциал повлиять на денежную систему и финансовую стабильность страны. Появление криптовалюты вызывает изменения в сфере инвестиций и привлечении капитала, что может иметь как положительные, так и отрицательные последствия. [7, с. 88]

Криптовалюты также оказывают влияние на налоговую систему и бюджет России. Необходимо провести исследование и анализ, каким образом криптовалюты влияют на налоговые поступления и какое влияние они оказывают на бюджетную политику государства.

Практические аспекты использования криптовалют в России также являются важным аспектом анализа. Предприятия и предприниматели сталкиваются с реальными вызовами и преимуществами использования криптовалюты в своей деятельности. Важно изучить опыт российских компаний и оценить влияние правового регулирования на развитие криптовалютного рынка.

Также необходимо уделить внимание рискам и вызовам, с которыми сталкиваются компании и индивидуальные пользователи при использовании криптовалют. Регулирование криптовалютного рынка должно учитывать эти риски и обеспечивать безопасность и законность использования криптовалюты в России.

В целом, анализ влияния криптовалюты на экономику России является сложной задачей, требующей учета множества факторов и проведения деталь-

ного исследования. Однако, развитие криптовалютного рынка в России предоставляет перспективы для новых возможностей и инноваций, которые могут повлиять на развитие экономики страны в будущем.

Криптовалюты имеют потенциал стимулировать инновационные проекты и привлечь инвестиции, что может способствовать росту экономики. [2, с. 47] С развитием технологий блокчейн, криптовалюты могут играть важную роль в сфере цифровизации и улучшения эффективности бизнес-процессов.

Однако существуют и риски, которые необходимо учитывать. Криптовалюты могут быть использованы для незаконных операций, таких как отмывание денег или финансирование терроризма. Поэтому правовое регулирование криптовалютного рынка должно быть направлено на предотвращение таких негативных явлений.

Интересно отметить, что российский бизнес активно изучает применение блокчейн-технологий и криптовалют. Многие компании проводят пилотные проекты и внедряют блокчейн в свою деятельность, что позволяет снизить издержки и повысить эффективность бизнес-процессов.

Будущее криптовалютного рынка в России зависит от правильного баланса между регулированием и стимулированием инноваций. Необходимо создать условия для развития благоприятной экосистемы, где криптовалюты могут быть безопасно и эффективно использованы. Это требует сотрудничества между государственными органами, бизнесом и обществом, чтобы обеспечить развитие инноваций в соответствии с законами и нормами.

В целом, криптовалюты имеют потенциал изменить экономическую ситуацию в России и повлиять на различные отрасли. Однако важно учесть как положительные, так и отрицательные аспекты использования криптовалют и разработать эффективные механизмы регулирования и поддержки развития этого рынка.

Одной из проблем, с которыми сталкиваются криптовалюты, является волатильность. [5, с. 41] Их цены могут сильно колебаться, что создает риски для инвесторов. Это может вызывать нестабильность на финансовых рынках в России и повлечь за собой негативные последствия для экономики.

Однако, существуют также и преимущества использования криптовалют. Они позволяют проводить быстрые и недорогие транзакции, минуя промежуточные финансовые институты. Это особенно важно в условиях глобализации и роста электронной коммерции. Криптовалюты также могут стать основой для создания новых технологических решений и сервисов.

Развитие криптовалютного рынка в России зависит от нескольких факторов. Во-первых, необходимо разработать прозрачное и стабильное правовое регулирование. Это позволит снизить риски для инвесторов и обеспечить безопасность операций с криптовалютами. Второй важный фактор – обеспечение финансовой грамотности населения. [1, с. 83] Люди должны понимать риски и особенности использования криптовалют, чтобы эффективно ими пользоваться.

В целом, криптовалюты имеют потенциал стать важным инструментом развития экономики России. Однако, для этого необходимо создать условия, которые позволят использовать их преимущества, минимизируя риски. Только так можно достичь устойчивого и равновесного развития криптовалютного рынка в стране. [3, с. 94]

Заключение

Научные выводы статьи предлагают определенные рекомендации и рекомендуют принять во внимание регулирование и контроль криптовалютного рынка. Введение эффективных мер безопасности и правовых норм может помочь минимизировать риски и улучшить перспективы использования криптовалюты для экономического развития.

Однако, стоит отметить, что данная статья не рассматривает все аспекты влияния криптовалюты на экономику России и может требовать дальнейшего исследования и углубленного анализа. В то же время, она обеспечивает ценный

обзор существующих трендов и предоставляет основу для дальнейшего обсуждения и изучения данной темы.

Список литературы:

1. Назаров, В.А. Криптовалюты и их влияние на мировую экономику // Экономические исследования. 2018. Т. 24, № 1. С. 78-91.
2. Смирнов, А.Г. Криптовалюты: проблемы и перспективы // Вестник экономической науки. 2017. № 3. С. 45-60.
3. Иванова, Е.С., Петров, В.М. Криптовалюты и их влияние на финансовую систему // Финансовый журнал. 2019. Т. 11, № 2. С. 89-104.
4. Беляков, Д.А. Анализ влияния криптовалюты на макроэкономические показатели // Экономические проблемы. 2020. № 4. С. 112-125.
5. Грозев, И.Б. Криптовалюты и их роль в экономике. Москва: Издательство "Экономика", 2017. С. 34-49
6. Королев, В.Ю. Криптовалюты и их влияние на экономику России // Финансы. 2018. Т. 10, № 3. С. 56-70.
7. Попов, А.О. Влияние криптовалют на финансовую систему России и возможности их регулирования // Финансовый вестник. 2019. Т. 15, № 2. С. 78-94.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРЕСТУПНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Петрова Таисия Радиковна

*студент,
кафедра прикладной статистики
и цифровых технологий,
Марийский государственный университет,
РФ, г. Йошкар-Ола
E-mail: taya.petrova.1999@mail.ru*

ANALYSIS OF THE STATE OF CRIME IN THE RUSSIAN FEDERATION IN MODERN CONDITIONS

Taisiya Petrova

*Student,
Department of Applied Statistics
and Digital Technologies,
Mari State University,
Russia, Yoshkar-Ola*

АННОТАЦИЯ

Главным и неотъемлемым вопросом каждого социума является проблема борьбы с преступностью. Преступность выступает «зеркальным отображением» состояния любого государства, динамика которого непосредственно сказывается на развитии жизни общества. В данном исследовании была дана краткая характеристика уровню преступности в России и рассмотрены влияющие на рассматриваемый вопрос факторы.

ABSTRACT

The main and integral issue of every society is the problem of fighting crime. Crime is a “mirror image” of the state of any state, the dynamics of which directly affects the development of society. This study gave a brief description of the crime level in Russia and examined the factors influencing the issue under consideration.

Ключевые слова: преступления, анализ, уровень преступности, региональная преступность, динамика, темп роста, факторы.

Keywords: crimes, analysis, crime level, regional crime, dynamics, growth rate, factors.

Существует формально-правовая статистическая система, которая позволяет проводить различные многочисленные анализы. «Обработка электронных статистических данных, связанных с криминогенностью, позволяет выявить основные причины, различные социально-экономические факторы и др., которые оказывают воздействие на уровень преступности, а также толкует предложения по осуществлению рентабельных мер по борьбе» [2, с. 271].

Преступность является достаточно абстрактным термином в науке, как и другие многочисленные явления: безработица, заболеваемость, социальное положение населения и т.д. Необходимо отметить, что преступность всегда складывается из различных разновидностей совершаемых противоправных деяний, что еще немаловажно, из обособленных преступлений. Можно сказать: преступность и есть совокупность всех фактов противоправного поведения конкретных людей.

Эффективное исследование преступности подразумевает получение, обработку и анализ объемных статистических данных. «В свою очередь данные должны отвечать различным директивным требованиям: полнота, достоверность, своевременность, сопоставимость и др.». [5, с. 155]

На сегодняшний день, по данным правоохранительных органов [6], общее количество преступлений, зарегистрированных на территории Российской Федерации в 2022 году, составило 1 97 млн. преступлений и снизилось на 1,9% по сравнению с предшествующим 2021 годом. За предшествующие 10 лет мы можем наблюдать следующую динамику зарегистрированных преступлений в стране (рис. 1).

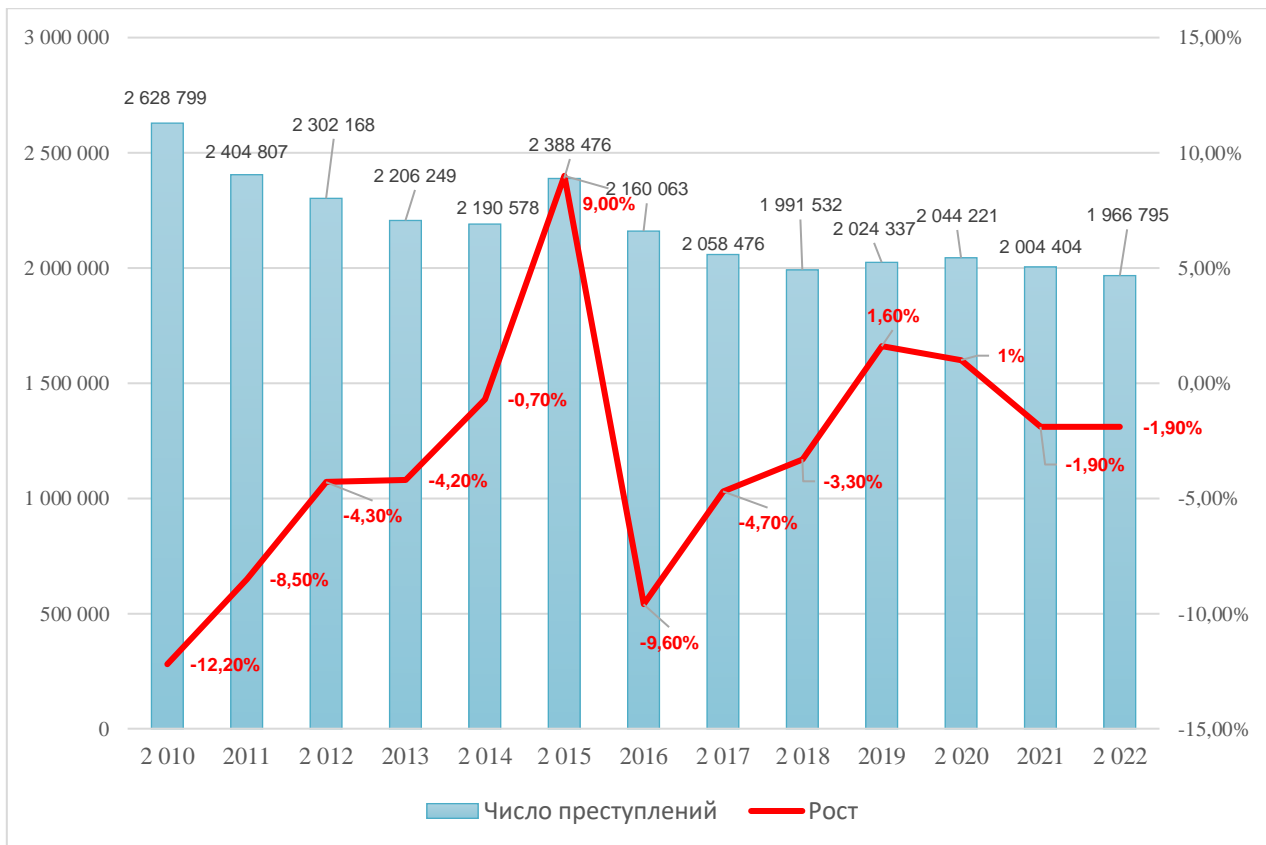


Рисунок 1. Динамика зарегистрированных преступлений в Российской Федерации 2010-2022 гг.

Таким образом, за 2010-2022 гг. число зарегистрированных в стране преступлений уменьшилось на 335 тысяч (14,6%) совершенных противоправных деяний. Максимальный всплеск зарегистрированных преступлений наблюдался в 2010 и 2015 годах, а минимальный в 2018 году. В современных реалиях за последние несколько лет видна тенденция к снижению уровня преступности, совершенных в Российской Федерации.

На уровень преступности влияют различные факторы, сопряженные совместно с социальной, демографической, экономической, психологической и другими сферами жизни. [1, с. 49]

Региональная противоправная деятельность также предполагает частную криминологическую концепцию, проведем анализ показателей за последние 10 лет.

Таблица 1.

**Количество совершенных преступлений по федеральным округам
с 2012-2022 гг., в тыс.**

Федеральный округ (ФО)	Годы										
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Центральный	548415	301587	517802	556490	505267	462824	450961	455741	461567	452031	450461
Северо-Западный	205557	200632	203681	227877	198645	188924	184139	186032	202659	198538	197119
Северо-Кавказский	73688	71542	69695	75969	75885	69820	69987	75497	74533	74145	72492
Южный	186107	177182	206147	238037	218875	213700	208898	219457	222794	222731	217597
Приволжский	466871	417329	401875	451206	405325	392114	380451	389913	396291	383654	378486
Уральский	228106	224229	216176	229510	205447	201747	192376	196304	190876	186457	178746
Сибирский	407660	403200	393383	422926	382167	364252	299661	299554	301129	287295	278840
Дальневосточный	128045	133578	130090	134418	122529	116225	155991	155092	150941	152252	145304

Исходя из представленных данных в таблице 1 сравним показатели и получим следующий результат: на 1 месте по количеству совершаемых преступлений находится Центральный ФО, далее идет Приволжский ФО и Сибирский, 4 место занимает Южный ФО, 5 – Северо-Западный ФО, далее Уральский ФО и наименьшее количество преступлений совершаются в Дальневосточном ФО (7 место) и Южный (8 место). По уровню преступности все территории, входящие в составы федеральных округов достаточно идентичны. Исключение составляют Северо-Западный, Северо-Кавказский и Дальневосточный федеральные округа.

На базе изученных данных рассмотрим динамику совершенных преступлений (таблица 2).

Таблица 2.

**Темпы прироста региональной преступности
по федеральным округам, в %**

Федеральный округ (ФО)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Центральный	-2,7	-4,1	-1,6	7,5	-9,2	-8,4	-2,6	1,1	1,3	-2,1	-0,3
Северо-Западный	-6,2	-2,4	1,5	11,9	-12,8	-4,9	-2,5	1	8,9	-2	-0,7
Северо-Кавказский	1,9	-2,9	-2,6	9	-2,7	-8	0,2	7,9	-1,3	-0,5	-2,2
Южный	-3,9	-4,8	2,8	10,8	-8,1	-2,4	-2,2	5,1	1,5	0	-2,3
Приволжский	-4,8	-10,6	-3,7	12,3	-10,2	-3,3	-3	2,5	1,6	-3,2	-1,3
Уральский	-9,4	-1,7	-3,6	6,2	-10,5	-1,8	-4,6	2	-2,8	-2,3	-4,1
Сибирский	-2,7	-1,1	-2,4	7,5	-9,6	-4,7	-17,7	0	0,5	-4,6	-2,9
Дальневосточный	-1	4,3	-2,6	3,3	-8,8	-5,1	34,2	-0,6	-2,7	0,9	-4,6

В соответствии с представленной динамикой преступности в Федеральных округах России темп прироста замечен в 2019 году, причем по всем округам, что обусловлено и ростом преступности в целом во всей стране. Данный аспект можно обосновать тяжелым положением всего мира в данный период времени в связи с распространением коронавирусной инфекции. На сегодняшний день обществу удалось адаптироваться к новым условиям жизни и наблюдается тенденция к снижению уровня преступности.

Выявим влияние на изменение коэффициента преступности (Y) по территории РФ за 2012–2022 гг.: Y1 – уровень преступности, Y2 – уровень преступности по категории тяжких и особо тяжких преступлений, Y3 – уровень преступности по категории средней и небольшой тяжести, X1 – уровень безработицы, X2 – розничная продажа алкогольной продукции на душу населения, X3 – коэффициент миграционного прироста, X4 – коэффициент Джини, X5 – коэффициент дифференциации по доходам.

Для выявления наиболее значимых факторов построим корреляционную матрицу (таблица 3).

Таблица 3.

Корреляционная матрица влияния факторов на уровень преступности

Показатель	Y1	Y2	Y3	X1	X2	X3	X4	X5
Y1	1							
Y2	0,932	1						
Y3	0,993	0,880	1					
X1	-0,316	-0,341	-0,298	1				
X2	0,564	0,598	0,536	-0,517	1			
X3	-0,274	-0,262	-0,272	-0,145	0,178	1		
X4	-0,102	0,042	-0,290	-0,228	0,114	0,243	1	
X5	-0,098	-0,030	-0,119	-0,209	0,125	0,246	0,994	1

Исходя из этого, возможно сделать следующий вывод, что «между уровнем преступности и миграционной ситуацией (имеется колоссальный прирост) имеет место быть обратная зависимость, т.е. миграционный отток, побужденный, как правило, неблагоприятными условиями проживания, показывает обратную зависимость с уровнем преступности». [4, с. 133].

Таким образом, на уровень преступности, будь то тяжесть совершенного противоправного действия или же отдельная квалификация преступления, на все данные категории помимо территориального фактора огромное значение играет уровень жизни населения, уровень безработицы, миграционная ситуация и др. Однако одной из основных проблем по борьбе с преступностью является нестабильная экономическая ситуация, большинство жителей нашей страны не имеют надлежащего правового воспитания. Но стоит также отметить, что за последние 4 года проскальзывает положительная динамика, количество совершаемых преступлений сокращается.

Список литературы:

1. Богданова М.В., Паршинцева Л.С. Методика информационно-статистического анализа преступности в Российской Федерации // Правовая информатика. 2018. № 3. С. 47 – 59.
2. Красикова, Е.М. Статистическое изучение уровня преступности в Российской Федерации // Молодой ученый. – 2017. – № 16 (150). – С. 269-272.
3. Ловцов Д.А., Богданова М.В., Паршинцева Л.С. Основы статистики / Под ред. Д.А. Ловцова. – М.: РГУП, 2017. – 160 с.
4. Ольков С.Г. Корреляционный анализ структуры преступности в ее объяснении и прогнозировании // Библиотека уголовного права и криминологии. – 2015. – № 3 (11). – С. 131 – 139.
5. Репецкая А.Л. Современное состояние, структура и тенденции российской преступности // Вестник Омского университета. Серия: Право. 2018. № 1 (54). С. 151 – 156.
6. Статистика и аналитика // Министерство внутренних дел Российской Федерации [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://мвд.рф/folder/101762/> (дата обращения: 10.07.2023).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПРОВЕРОК

Фадеева Анна Сергеевна

*студент,
кафедра экономики таможенного дела,
Российская таможенная академия,
РФ, г. Люберцы
E-mail: fadannet5@yandex.ru*

Терехова Екатерина Анатольевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доц.,
Российская таможенная академия,
РФ, г. Люберцы*

IMPROVING THE INNOVATIVE COMPONENT OF THE TECHNOLOGY FOR CONDUCTING CUSTOMS INSPECTIONS

Anna Fadeeva

*Student,
Department of Economics of Customs Affairs,
Russian Customs Academy,
Russia, Lyubertsy*

Ekaterina Terekhova

*Scientific supervisor, Candidate
of Economic Sciences, Associate Professor,
Russian Customs Academy,
Russia, Lyubertsy*

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено влияние цифровизации на проведение таможенного контроля после выпуска товаров, рассмотрены инновационные аспекты технологии проведения таможенных проверок, а также предложены мероприятия для совершенствования технологии проведения электронной камеральной таможенной проверки.

ABSTRACT

The article examines the impact of digitalization on the conduct of customs control after the release of goods, considers innovative aspects of the technology of customs inspections, and also suggests measures to improve the technology of electronic desk customs inspection.

Ключевые слова: цифровизация, таможенный контроль после выпуска товаров, таможенная проверка, электронная таможенная проверка.

Keywords: digitalization, customs control after the release of goods, customs inspection, electronic customs inspection.

В настоящее время на повестке – цифровизация деятельности таможенных органов, в том числе регулирование проведения таможенного контроля с использованием электронных документов и сведений предприятий-участников ВЭД.

На данный момент электронная проверка выступает одной из основных форм таможенного контроля, проведение которой стало одной из приоритетных задач таможенной службы. [1]

Переход к электронной форме таможенных проверок позволит осуществлять контроль с наименьшими временными затратами ввиду того, что базы данных в электронной проверке являются автоматизированными и делают необходимые данные легкодоступными для проведения таможенных электронных камеральных проверок.

Для анализа фактического времени проведения электронной камеральной таможенной проверки в подразделениях таможенного контроля после выпуска товаров (далее – ПТКПВТ) построим Бизнес-процесс: «Проведение электронной камеральной таможенной проверки» (далее – ЭКТП) (рис. 1).

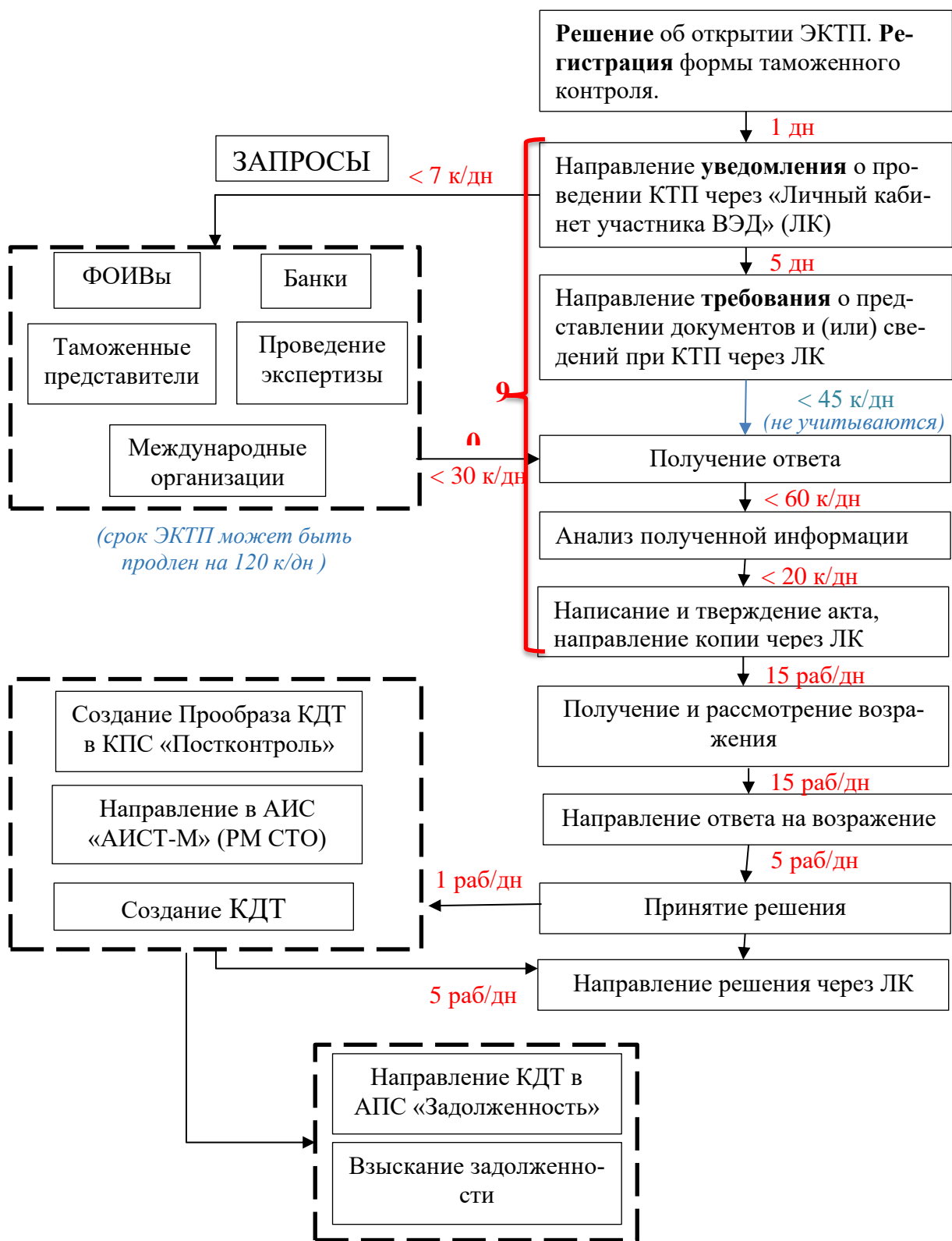


Рисунок 1. Бизнес-процесс «Проведение электронной камеральной таможенной проверки» (ЭКТП)

Таким образом, каждый этап проведения ЭКТП регламентируется определенным временем его совершения, которые могут быть четко установлены нормативными правовыми актами (например, период направления уведомления и

требования), а некоторые характеризуются особенностями, навыками, квалификацией должностного лица, проводящего проверку (например, период проведения анализа поступивших документов и (или) сведений на запросы и требования).

Также всегда необходимо делать поправку на время, отведенное почтовым пересылкам. Если уведомление или требование о проведении камеральной таможенной проверки направляется на бумажном носителе, то необходимо учитывать, что письма доходят до адресата с учетом времени пересылки, обычно это 6 дней между всеми этапами от направления уведомления до получения ответа на требование. При ЭКТП данные временные затраты минимизируются, так передача сведений осуществляется на моменте нажатия клавиши «Отправить» в КПС «Постконтроль» и одномоментное отражение направленных сведений в «Личном кабинете участника ВЭД».

То же касается и межведомственного взаимодействия с ФОИВами. В настоящее время в таможенных органах используются система межведомственного электронного взаимодействия (далее – СМЭВ), позволяющая быстро реагировать и получать ответы в запросно-ответной форме через ЕАИС ТО. Состав сведений и условия взаимодействия определяется соглашениями, заключаемыми между ФОИВами. Так между ФТС России и ФНС России заключено «Соглашение о сотрудничестве Федеральной таможенной службы и Федеральной налоговой службы» [3], которым определено, что сотрудничество основывается на взаимном представлении необходимых сведений из баз данных и оперативной информации. Участниками принимаются необходимые меры по защите от неправомерного распространения информации, затрагивающей интересы третьих лиц и отнесенной к коммерческой и налоговой тайне, а также состав сведений, необходимых и разрешенных к передаче между участниками.

Таким образом, полный переход в электронный формат позволит сократить время проведения электронной таможенной проверки, снизить нагрузку на должностное лицо таможенного органа, увеличить эффективность межведомственного взаимодействия, а также снизить ошибки в контрольной деятельности и работе с документами, возникающие вследствие ошибки человека.

Как мы уже отметили, использование информационного сервиса снижает нагрузку на проверяемое лицо в части исключения необходимости направления

в таможенные органы документов и сведений на бумажных носителях, сокращает время обмена документами и сведениями в ходе и по результатам таможенной проверки.

Рассчитаем эффективность от перехода на электронную форму проведения камеральных таможенных проверок.

В соответствии со ст. 228 Федерального закона от 03.08.2018 № 289-ФЗ при направлении уведомления о проведении камеральной таможенной проверки по почте заказным письмом оно считается полученным на 6 рабочий день со дня направления заказного письма в случае непоступления в указанный срок в таможенный орган почтового уведомления, содержащего дату вручения письма адресату.

1. Время направления уведомления и требования о проведении таможенных проверок [2] из суммарных 6 дней может сократиться до 1 дня благодаря единовременной передаче документов в Личный кабинет. Также сокращается время проведения таможенной проверки в количестве 12 дней (по 6 дней уведомления и требования) из-за отсутствия необходимости почтовой пересылки документов, которая может суммироваться к сроку, предоставленному таможенными органами проверяемым лицам для представления запрашиваемых сведений по требованию.

2. Срок межведомственного взаимодействия также может сократиться до 1 дня (направление запроса в ФОИВ) при условии взаимодействия через СМЭВ. Данная возможность способствует и ускорению получения ответа на запросы, необходимо лишь учитывать регламентный срок подготовки ответа на запрос таможенных органов в других ФОИВах, который может быть равен 120 дням (при необходимости использования международных запросов).

3. Процесс написания акта камеральной таможенной проверки должностным лицом таможенного органа, проводившего таможенную проверку, упрощается в связи с реализацией возможности автоматического формирования акта в КПС «Постконтроль» на основе ранее введенных сведений в карточку контроля, а также полученных сведений на основе требования о предоставлении сведений и запроса в ФОИВы. Тем самым можно уменьшить срок написания, утверждения и направления акта с 20 дней до 10.

4. Сокращается время проведения таможенного контроля и за счет автоматизации процесса получения и рассмотрение возражения на акт камеральной таможенной проверки, а также направление ответа таможенного органа на возражение на 12 дней в связи с отсутствием необходимости почтовой пересылки.

На данный момент не поддается автоматизации этап «Анализ полученной информации». Основой проведения данного этапа является совокупность личных качеств инспектора таможенного органа, заключающихся в уровне навыков, способностей, квалификации, опыта. Именно уровень данных качеств определяет скорость анализа сведений в рамках проводимой таможенной проверки.

Для решения данной задачи предлагаем разделять по разным уровням этапы проведения одной таможенной проверки и распределять их между разными должностными лицами таможенного органа. К этапам «простого уровня» отнесем:

- направление уведомления о проведении КТП через «Личный кабинет участника ВЭД»;
- направление уведомления о проведении КТП через «Личный кабинет участника ВЭД»;
- получение ответа;
- написание и утверждение акта, направление копии через ЛК.

К этапам «высокого уровня» отнесем:

- анализ полученной информации;
- получение и рассмотрение возражения;
- направление ответа на возражение;
- принятие решения.

Так, этапы «высокого уровня» распределять должностным лицам с высокой квалификацией и большим опытом проведения таможенных проверок, а этапы «низкого уровня» – среди менее квалифицированных. Таким образом, разделение этапов на два уровня может позволить сократить время проведения таможенных проверок, тем самым увеличить скорость ее проведения.

Итак, мы рассчитали, что при автоматизации этапов процесса проведения камеральной таможенной проверки, применении должностными лицами электронной камеральной таможенной проверки, мы можем сократить время проведения таможенной проверки на 28 дней (рис. 2).

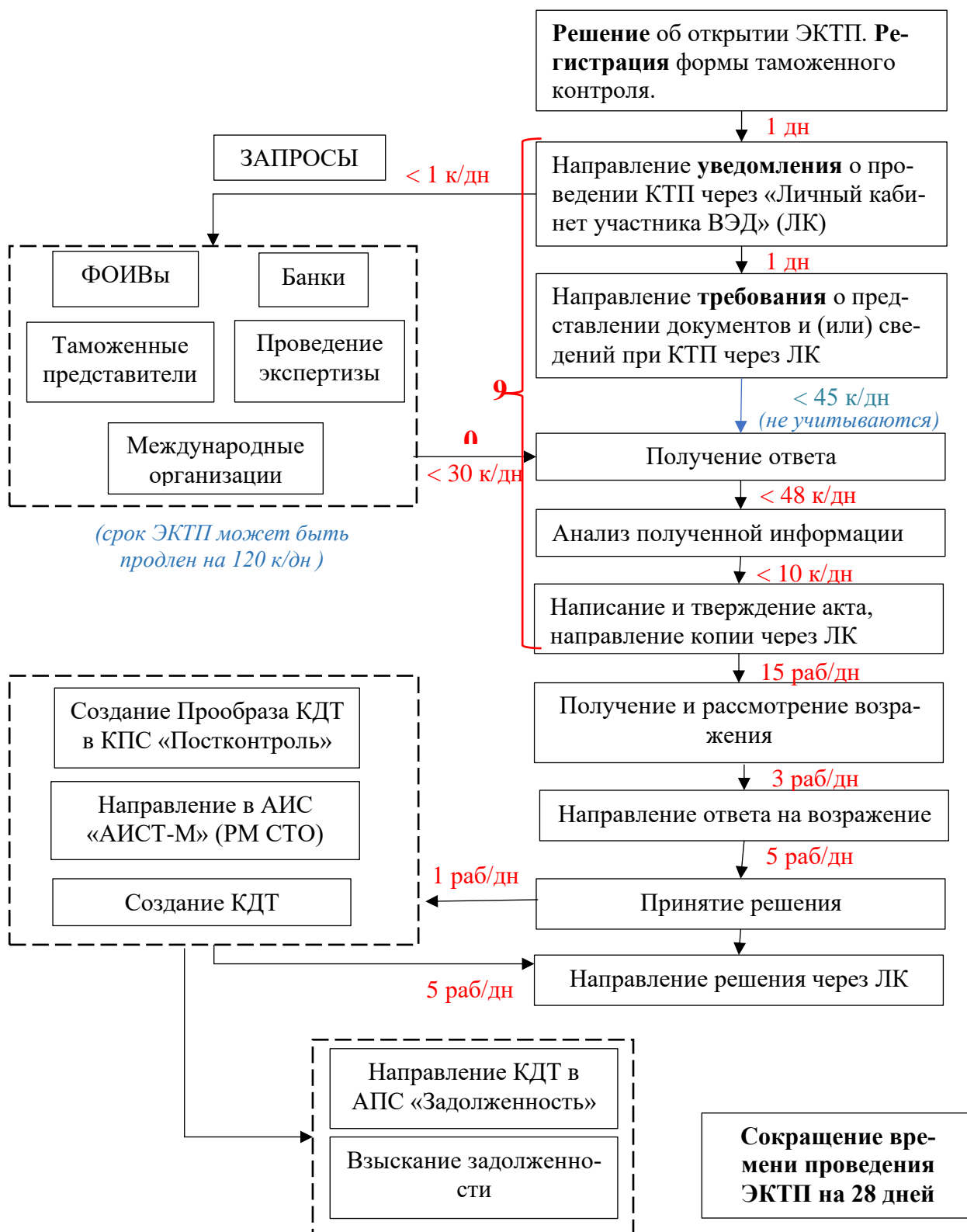


Рисунок 2. Бизнес-процесс «Проведение электронной камеральной таможенной проверки» (ЭКТП) после внесения изменений

В соответствии со ст. 288 Федерального закона от 03.08.2018 № 289-ФЗ срок проведения камеральной таможенной проверки не может превышать 90 календарных дней со дня направления проверяемому лицу уведомления о проведении

камеральной таможенной проверки. В указанный срок не включается период времени между датой направления проверяемому лицу (вручения руководителю (представителю) проверяемого лица должностным лицом, проводящим камеральную таможенную проверку) требования о представлении документов и (или) сведений и датой получения таких документов и (или) сведений.

Исходя из данной статьи максимальный срок таможенной проверки составляет 147 дней. Из них:

- 90 дней основного периода проведения проверки;
- 12 дней почтовых пересылок от таможенного органа проверяемому лицу и обратно;
- 45 дней срок представления сведений, указываемый в требовании, который не включается в основной срок проведения таможенной проверки.

При реализации всех изменений и перехода на электронную форму проведения проверок максимальный срок проведения таможенной проверки составит 119 дней (без учета возможности продления срока на 120 дн.).

Таким образом, автоматизация процессов, связанных с организацией и проведением таможенных проверок, позволит:

- снизить нагрузку на должностных лиц подразделений таможенного контроля после выпуска товаров;
- исключить нарушение и необоснованное затягивание сроков проведения проверки;
- исключить возможные коррупционные проявления со стороны должностных лиц;
- повысить уровень контроля за действиями должностных лиц, проводящими таможенную проверку, на уровне таможни, региональных таможенных управлений, таможен, непосредственно подчиненных ФТС России, и центрального аппарата.

Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ (2020) от 29.06.2012 № 1125-р (ред. от 28.11.2017) «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Совершенствование таможенного администрирования» // Режим доступа: <https://www.garant.ru> (дата обращения: 10.12.2022).
2. Приказ ФТС России от 14.02.2019 № 258 (ред. от 01.09.2021) «Об утверждении форм документов, составляемых таможенными органами при проведении таможенных проверок, порядков их заполнения и порядка внесения изменений в решение о проведении выездной таможенной проверки № (Зарегистрировано в Минюсте России 07.03.2019 № 53988).
3. «Соглашение о сотрудничестве Федеральной таможенной службы и Федеральной налоговой службы» (Заключено в г. Москве 21.01.2010 № 01-69/1, № ММ-27-2/1) (ред. от 06.10.2021)».

СЕКЦИЯ
«ЭЛЕКТРОТЕХНИКА»

**РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ АДАПТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
НАПРЯЖЕНИЯ (САРН) С ПРИМЕНЕНИЕМ ГИБРИДНОГО
ВЕТРО-СОЛНЕЧНОГО ВОЛЬТОДОБАВОЧНОГО
СТАБИЛИЗАТОРА (ГВСВС)**

Разиньков Дмитрий Владимирович
магистрант 2 курса,
факультет Агротехники и энергообеспечения,
Орловский Государственный Аграрный Университет
РФ, г. Орел
E-mail: Dmitr.kravs@mail.ru

Кононыхин Александр Борисович
магистрант 2 курса,
факультет Агротехники и энергообеспечения,
Орловский Государственный Аграрный Университет
РФ, г. Орел

Беликов Роман Павлович
научный руководитель, канд. тех. наук, доц.,
Орловский Государственный Аграрный Университет,
РФ, г. Орел

**DEVELOPMENT OF ADAPTIVE VOLTAGE REGULATION SYSTEM
(SARN) WITH THE USE OF A HYBRID WIND-SOLAR SURGE
STABILIZER (GVVS)**

Dmitry Razinkov
Master's student course 2,
Faculty of Agricultural
Engineering and Energy Supply,
Orel State Agrarian University,
Russia, Orel

Alexander Kononikhin
Master's student course 2,
Faculty of Agricultural
Engineering and Energy Supply,
Orel State Agrarian University,
Russia, Orel

Roman Belikov
Scientific supervisor,
Candidate of Technical Sciences, Assoc.,
Orel State Agrarian University,
Russia, Orel

АННОТАЦИЯ

Качество выпускаемой продукции, возникновение новых высокоэффективных сельскохозяйственных и промышленных предприятий и развитие существующих невозможно без обеспечения их электрической энергией соответствующего качества.

ABSTRACT

The quality of manufactured products, the emergence of new highly efficient agricultural and industrial enterprises and the development of existing ones is impossible without providing them with electric energy of appropriate quality.

Ключевые слова: ГВСУ, энергосбережение, контроль отклонения напряжения;

Keywords: DHW, energy saving, voltage deviation control.

Надежное и бесперебойное снабжение потребителей качественной электроэнергией, соответствующей требованиям ГОСТ 32144 – 2013, является одной из важнейших задач электроснабжающих организаций. В документах, регламентирующих техническую политику ПАО «Россети», подчеркнута актуальность разработки и внедрения мероприятий, направленных на контроль и повышение качества электроэнергии. По ГОСТ Р 32144 – 2013 изменились требования к КЭ и методы ее измерения. Потребители не всегда получают электроэнергию, соответствующую требованиям, по причине расхождений в КЭ с нормативными значениями, поэтому контроль ПКЭ является актуальной задачей.

Использование гибридной ветро – солнечной установки, позволит решить проблему «отклонения напряжения», в любой точке линии электропередач, где

оно наблюдается, позволит электросетевым компаниям, а также потребителю получать информацию об отклонениях напряжения, производить запись в базу данных с последующим регулированием напряжения.

Данная установка может устанавливаться в любой точке линий электропередач, а также на вводе у потребителя, что позволит эффективнее ее использовать. Работа ГВСВС предусматривает как контроль за отклонением напряжения и, так и отпуск экологически чистой «зеленой» энергии в сеть, посредством включения в алгоритм работы гибридного инвертора.

Работа данной установки производится за счет возобновляемых источников энергии, что является актуальной задачей в соответствии с программой фундаментальных научных исследований в Российской Федерации на долгосрочный период (2021 – 2030 годы) «Системные исследования перехода к экологически чистой, ресурсосберегающей и конкурентоспособной энергетике».

Реализация данного предложения позволит контролировать отклонения напряжения на вводе потребителей от нормативных значений, а также позволит осуществлять раздельное регулирование напряжений в фазах трёхфазной электрической сети посредством работы в сети гибридного ветро – солнечного вольтодобавочного стабилизатора (ГВСВС).

Список литературы:

1. Волгунов А.Д. Справочник для специалиста по электроснабжению. – М.: УДК 621.3, 2018. – 141 с.
2. Астахов С.М. Беликов Р.П. Системы электроснабжения городов, промышленных предприятий и сельских территорий: Методические указания – М.: Орел-ГАУ, 2016. – 56 с.
3. Перспективы развития возобновляемой энергетики, Стребков Д.С., журнал: Труды международной научно-технической конференции энергообеспечение и энергосбережение в сельском хозяйстве, 2020 г.

СЕКЦИЯ
«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

**ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ЗА НЕЦЕЛЕВОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ**

Колесникова Татьяна Сергеевна

*магистрант;
кафедра «Конституционное и административное право»,
Южно-Уральский государственный университет (НИУ),
РФ, г. Челябинск
E-mail: dominika515@mail.ru*

Смашникова Татьяна Борисовна

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доц.,
кафедра «Конституционное и административное право»,
Южно-Уральский государственный университет (НИУ),
РФ, г. Челябинск*

**PROBLEMS OF ADMINISTRATIVE RESPONSIBILITY
FOR MISUSE OF LAND PLOTS**

Tatiana Kolesnikova

*Master's student;
Department of Constitutional and Administrative Law,
South Ural State University (NIU),
Russia, Chelyabinsk*

Tatiana Smashnikova

*Scientific Supervisor,
Candidate of Legal Sciences, Associate Professor,
Department of Constitutional and Administrative Law,
South Ural State University (NIU),
Russia, Chelyabinsk*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы, возникающие в связи с отсутствием правовой определенности при применении административной ответственности за нецелевое использование земельных участков, поскольку использование земельных участков в соответствии с назначением является одним из главных

принципов земельного законодательства. Решение проблем возможно при совершенствовании действующего законодательства, а именно созданием ясной и четкой дефиниции «вид разрешенного использования земельного участка».

ABSTRACT

The article discusses the problems arising from the lack of legal certainty in the application of administrative responsibility for the misuse of land plots, since the use of land plots in accordance with the purpose is one of the main principles of land legislation. The solution of the problems is possible with the improvement of the current legislation, namely the creation of a clear and precise definition of "the type of permitted use of the land plot".

Ключевые слова: земельный участок, вид разрешенного использования земельного участка, административная ответственность, нецелевое использование земельного участка.

Keywords: land plot, type of permitted use of the land plot, administrative responsibility, misuse of the land plot.

Земельные участки, как и любые другие природные ресурсы в соответствии с Конституцией Российской Федерации, являются не только основой жизни и деятельности народа, но и средством для получения экономической выгоды. Очень важно при использовании природных ресурсов придерживаться правила «не навреди», и рационально и бережно относиться к используемым ресурсам. Именно поэтому в российском законодательстве, как и в законодательстве многих развитых стран, предусмотрена ответственность за нерациональное использование природных ресурсов. Однако, при вменении ответственности, в частности административной, в сфере землепользования возникают определенные трудности, речь о которых и пойдет в данной статье.

Изучение данной проблемы в настоящее время является актуальной ввиду масштабного извлечения прибыли из использования такого незаменимого и важ-

ного природного ресурса как земельные участки, поскольку неэффективная, а зачастую, непредусмотренная для определенного вида земельных участков эксплуатация, может привести к различного рода последствиям, в том числе экологическим.

В соответствии с ч. 1 ст. 65 Земельного кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) использование земельных участков является платным – платой за использование земельных участков является земельный налог, арендная или иная плата, предусмотренная Кодексом. Законодательством предусмотрено четкое разграничение целей использования земельных участков, в зависимости от категории земельного участка и вида разрешенного использования – в этом кроется один из главных принципов земельного законодательства Российской Федерации [2].

Земельные участки в Российской Федерации по целевому назначению подразделяются на: земли хозяйственного назначения; земли населенных пунктов; земли промышленности, энергетики, транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения; земли особо охраняемых территорий и объектов; земли лесного, водного фондов, а также земли запаса.

Согласно законодательству в отношении земельного участка устанавливается от одного до нескольких основных, условно разрешенных либо вспомогательных видов разрешенного использования.

Выбор правообладателем земельного участка основного или вспомогательного вида разрешенного использования из предусмотренных градостроительным зонированием территорий производится в соответствии с Земельным кодексом РФ и законодательством о градостроительной деятельности [3].

Термин «вид разрешенного использования земельного участка» в действующем законодательстве отсутствует. В Градостроительном кодексе Российской Федерации в ст. 37 говорится лишь о разделении видов разрешенного использования земельных участков на: основной, условно разрешенный и вспомогательный виды разрешенного использования.

За нецелевое использование земельных участков предусмотрена административная ответственность в соответствии с ч. 1 ст. 8.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) – наказанием за правонарушение служит наложение административного штрафа. По этому поводу сложилась разнородная судебная практика, которая показала проблемы в данной области применения наказания в землепользовании и как следствие привело к тому, что Конституционный суд РФ своим Постановлением № 42-П от 16.10.2020 признал ч. 1 ст. 8.8 КоАП РФ противоречащей Конституции, а именно указал на неопределенность правового регулирования в вопросе о том, обязан ли собственник земельного участка вносить сведения о дополнительных видах разрешенного использования вносить в единый государственный реестр недвижимости (далее – ЕГРН).

Поскольку, обязанность правообладателя вносить дополнительные виды разрешенного использования в ЕГРН законом не предусмотрена [2], возникает вопрос: каким образом можно применять наказание за отсутствие сведений в реестре, если законом это прямо не предусмотрено и как быть судьям, которые должны решать вопрос о виновности или невиновности лиц, использующих земельные участки не по назначению.

Правоведы, изучающие вышеуказанную проблему в законодательстве, приходят к следующим выводам: Ю.А. Максимкина указывает на активное внедрение принципа правовой определенности, от которого зависит стабильность правового регулирования, согласованное применение действующих норм права, единство судебной практики [5].

Савкунова А.Э. делает выводы о том, что разрозненность в правовых актах и отсутствие единого законодательного акта в сфере землепользования, порождает многочисленные проблемы с пониманием законодательства в этой сфере в целом и, как следствие стимулом для его нарушения. Невозможно не согласиться с выводами данного автора о необходимости детализирования и конкретизации существующих терминов и определений [6].

Считаем, что данную проблему можно решить совершенствованием действующего законодательства, а именно созданием ясной и четкой дефиниции «вида разрешенного использования земельного участка». При законодательном формулировании данного определения законодателю следует, с одной стороны, не ограничивать права собственников земельных участков на выбор вида разрешенного использования, с другой стороны, обязательным условием привлечения к ответственности установить расхождение между фактическим и разрешенным видом использования земельного участка, предусмотренным градостроительным регламентом. Представляется возможным предложить внести изменения в ст. 7 Земельного кодекса РФ относительно термина «вид разрешенного использования земельного участка» в следующей формулировке: «вид разрешенного использования – это разрешенное использование земельного участка, установленное градостроительным регламентом, для осуществления на земельном участке определенного вида экономической деятельности, который соответствует территориальному зонированию и не противоречит действующему законодательству».

Совершенствование законодательства в части формулирования определения «вид разрешенного использования земельного участка» послужит установлению правовой определенности в данном вопросе и как следствие однородности судебной практики.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. // Российская газета. 1993. № 237.
2. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 06.02.2023). // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2001. – № 481. – Ст. 4147.
3. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-ФЗ (ред. от 29.12.2022) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2004. – № 484. – Ст. 16.
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 18.03.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2002. – № 1. – Ст. 1.

5. Максимкина Ю.А. О необходимости совершенствования положений о видах разрешенного использования земельного участка // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2021. – № 7. – С. 102-110.
6. Савкунова А.Э. Привлечение к административной ответственности за нецелевое использование земельного участка при невнесении в Единый государственный реестр недвижимости сведений о фактическом разрешенном использовании // Арбитражные споры. – 2021. – № 1. – С. 92-100.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ ТАЙНЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Коноплева Оксана Петровна

*студент,
кафедра финансового и административного права,
Волгоградский филиал Московского
финансово-юридического университета,
РФ, г. Волгоград
E-mail: konoplyowa.oxana@yandex.ru*

Миронова Светлана Михайловна

*научный руководитель,
д-р юрид. наук, проф. кафедры ВИУ,
Волгоградский филиал Московского
финансово-юридического университета,
РФ, г. Волгоград*

PROBLEMS OF LEGAL REGULATION OF BANK SECRET IN THE RUSSIAN FEDERATION

Oksana Konopleva

*Student,
Department of Financial and Administrative Law,
Volgograd branch of Moscow
University of Finance and Law,
Russia, Volgograd*

Svetlana Mironova

*Scientific supervisor, doctor of legal sciences,
professor of the department VIU,
Volgograd branch of Moscow
University of Finance and Law,
Russia, Volgograd*

АННОТАЦИЯ

В статье раскрывается понятие банковской тайны, виды правоотношений в формате государство-банк-клиент. Были выделены проблемы в сфере правового регулирования банковской тайны в Российской Федерации. Предложены варианты разрешения выделенных проблем.

ABSTRACT

The article reveals the concept of bank secrecy, types of legal relations in the state-bank-client format. There were problems in the area of legal regulation of bank secrecy in the Russian Federation. Options for resolving the identified problems are proposed.

Ключевые слова: банк, банковская тайна, правовое регулирование, закон, правовые коллизии, проблема в праве.

Keywords: bank, bank secrecy, legal regulation, law, legal conflicts, legal problem.

Банковская тайна – вид правовых режимов информации, обладающая ограниченным доступом. Такой правовой режим содержит в себе общие и специальные правила, регламентированные в законодательстве. Законодательное регулирование банковской тайны – актуальный вопрос, поскольку возникают определенные проблемы и недоработанные вопросы.

Банковская тайна – определенная информация о клиенте кредитной организации, которую банк передавать третьим лицам не вправе.

Раскрывая тему работы, можем выделить 2 основные проблемы в правовом регулировании банковской тайны в России:

1. Отсутствия единообразного понимания дефиниции «банковская тайна», закреплённости ее в разных источниках права. [8, с. 22]
2. Отсутствие единообразной судебной практики. Приоритет применения в спорах общих норм, а не специальных.

Существует проблема в определении круга нормативных актов, которые регулируют банковскую тайну, в частности существующие правовые нормы не содержат в себе определения дефиниции «банковская тайна». Содержание банковской тайны прописано в ст. 857 Гражданского кодекса РФ [1], ст. 183 Уголовного кодекса РФ [3], Федеральным законом № 395-1 «О банках и банковской деятельности» [4], инструкциях ЦБ РФ и налоговых органов РФ.

Если проанализировать указанные выше законы, можно проследить различное содержание понятия «банковская тайна». Следовательно, часто возникают проблемы в процессе реализации норм, из-за чего высока вероятность возникновения судебных споров.

Ввиду такой сложившейся сложной системы контроля, ограничений, комплекса гарантий возникает ряд правовых противоречий. [9, с. 18]

Выделяется 3 вида правовых отношения: между государством и банком, между государством и клиентом и между клиентом и банком. Из-за большого разнообразия нормативно-правовых актов, имеется проблема в определении субъектов, уполномоченных требовать раскрытия банковской тайны. [7, с.298] Так, в случае невыполнения требования органа власти, появляется опасение привлечения банка к административной ответственности. [2] Случай из практики: Федеральная антимонопольная служба запросила у банка информацию об открытых счетах юридического лица, имеющая в данном банке счет, на что банк ответил отказом. По итогу банк был привлечен к административной ответственности по ч. 5 ст. 19.8 КоАП РФ. Не согласившись с решением банк обжаловал его. Суд встал на сторону банка, сославшись на ст. 26 ФЗ № 395-1, в которой отсутствует обязанность банка предоставлять информацию на запрос ФАС, тем самым раскрывая банковскую тайну. [6]

Из примера усматривается противоречие общей и специальной правовых норм. В данном случае положение ч. 1 ст. 25 Закона «О защите конкуренции» является общей нормой [5]. Однако, банк – это особый субъект, который его деятельность регламентируется специальными правилами. Поэтому в упомянутом примере необходимо применять специальные нормы. Однако на законодательном уровне соотношение этих правил прямо не установлено.

Для разрешения таких противоречий, имеется необходимость в указании в ч. 1 ст. 25 Закона «О защите конкуренции» на приоритетное значение специальных норм, а также невозможность применения в отношении банковской тайны общих правил.

Таким образом, мы раскрыли две основные проблемы в нормативном регулировании банковской тайны.

1. Сложности в правоприменительной деятельности из-за разбросанности норм, регулирующих банковскую тайну по законодательным актам, несоответствие предписаний.

2. Существует необходимость признания преимущества действия специальных норм, которые относятся к банковской деятельности по отношению к общим положениям, так как ими регулируется режим конфиденциальности банковской тайны. Это может способствовать разрешению данной проблемы права лиц, которые вправе запрашивать и раскрывать сведения, содержащие в себе банковскую тайну.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗРФ, 29.01.1996, № 5. Ст. 410.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ // СЗРФ, 07.01.2002, № 1, (часть 1), ст. 1 (с последующими изменениями и дополнениями)
3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // СЗРФ, 17.06.1996, № 25. Ст. 2954
4. О банках и банковской деятельности: федер. закон от 02.12.1990 № 395-1 // СЗРФ, 05.02.1996, № 6. Ст. 492
5. О защите конкуренции от 26.07.2006 № 135-ФЗ // СЗРФ, 31.07.2006, № 31 (ч.1.). Ст. 3434.
6. Определение Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 01.02.2019 № 305-АД18-18535 по делу № А40-199212/2017
7. Банковское право: учебник для бакалавров / Д.Г. Алексеева, А.Г. Гузнов, Л.Г. Ефимова и др.; отв. ред. Л.Г. Ефимова, Д.Г. Алексеева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2019. 608 с.
8. Данилова О.А. Проблемы правового регулирования банковской тайны // Финансовое право. 2020. № 5. С. 21 – 25.
9. Коровяковский Д.Г. Проблемы правового регулирования банковской тайны // Финансы и кредит. 2008. № 8 (296). С. 18-19.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ФУНКЦИИ ЮРИДИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЯ НАЛОГОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Лукашевич Элина Евгеньевна

*магистратуры,
2 курс, кафедра правовых дисциплин
Высшая школа государственного аудита,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва
E- mail: elinalukashevich@gmail.com*

BASIC PRINCIPLES AND FUNCTIONS OF LEGAL RESPONSIBILITY FOR VIOLATIONS OF TAX LEGISLATION

Elina Lukashevich

*2nd year of Master's Degree,
Department of Legal Disciplines,
Higher School of Public Audit,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow*

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются основные принципы и функции юридической ответственности за нарушения налогового законодательства. Описываются такие принципы, как законность, справедливость, индивидуальность, неотвратимость наказания и презумпция невиновности. Также анализируются функции юридической ответственности, такие как карательная, восстановительная, предупредительная и воспитательная.

ABSTRACT

The article considers the basic principles and functions of legal responsibility for violations of tax legislation. Such principles as legality, justice, individuality, inevitability of punishment and presumption of innocence are described. The functions of legal responsibility such as punitive, restorative, preventive and educational are also analyzed.

Ключевые слова: ответственность; налог; налоговое законодательство; налоговое право; принцип юридической ответственности; функция юридической ответственности.

Keywords: responsibility; tax; tax legislation; tax law; principle of legal responsibility; function of legal responsibility.

Юридическая ответственность-это понятие, обозначающее обязанность лица нести негативные последствия за совершение противоправных действий или бездействия, предусмотренных законодательством. Принцип юридической ответственности подразумевает, что лица, нарушающие законодательство или юридические нормы, должны нести ответственность за свои действия или бездействие.

В основе юридической ответственности за нарушения налогового законодательства лежат следующие принципы:

Принцип законности – каждое нарушение налогового законодательства должно быть четко определено и предусмотрено в законе. Лицо может быть привлечено к ответственности только за те действия, которые являются преступными согласно действующему законодательству.

Принцип индивидуализации ответственности – ответственность должна быть наложена на конкретного нарушителя налогового законодательства, исходя из его степени вины и характера совершенного нарушения.

Принцип пропорциональности наказания – наказание, налагаемое за нарушение налогового законодательства, должно быть соразмерным тяжести и последствиям нарушения.

Функция юридической ответственности заключается в следующем:

Профилактика правонарушений. Существование юридической ответственности служит способом предупреждения правонарушений и поддержания общественного порядка. Угроза последствиями в виде штрафов, лишения свободы или других мер ответственности может отпугнуть от совершения противоправных действий.

Возмещение ущерба. Юридическая ответственность предусматривает обязанность лица, совершившего правонарушение, возместить ущерб, причиненный другим лицам или государству. При этом возмещение может производиться в форме денежных компенсаций, реституции имущества или других мер, направленных на устранение причиненного ущерба.

Ответственность перед обществом. Юридическая ответственность имеет также общественное значение. Лица, нарушающие правовые нормы, несут ответственность перед обществом и государством за нарушение общепринятых правил и норм поведения. Ответственность в этом случае служит способом поддержания общественной нормы и справедливости.

В целом, функция юридической ответственности заключается в том, чтобы обеспечить соблюдение правовых норм и устранить нарушения, а также содействовать возмещению причиненного ущерба и поддержанию общественного порядка.

Основные функции юридической ответственности за нарушения налогового законодательства включают:

Превентивную функцию – наказания за нарушения налогового законодательства служат сдерживающим фактором для потенциальных нарушителей, стимулируя их соблюдать налоговые правила и предотвращая возможные нарушения.

Репаративную функцию – наказания за нарушения налогового законодательства направлены на восстановление нарушенных прав и интересов государства и общества. Они позволяют компенсировать ущерб, причиненный незаконной деятельностью и восстановить налоговую справедливость.

Принудительную функцию – наказания за нарушения налогового законодательства могут быть применены для принудительного исполнения обязательств перед государством. Например, они могут включать в себя назначение штрафов или конфискацию незаконно полученных доходов.

В статье были рассмотрены основные принципы и функции юридической ответственности за нарушения налогового законодательства. Были описаны

принципы законности, справедливости, индивидуальности, неотвратимости наказания и презумпции невиновности, а также карательная, восстановительная, предупредительная и воспитательная функции юридической ответственности.

Автор статьи подчеркивает важность каждого из этих принципов и функций для обеспечения эффективного функционирования системы юридической ответственности и поддержания правопорядка в области налогового законодательства.

Список литературы:

1. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 04.08.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023)
2. Слабинская И.А. Налоговые правонарушения: виды, последствия и меры ответственности // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2016. – № 1. – С. 149-152.
3. Смагина А.Ю. Состав налогового правонарушения и порядок привлечения к ответственности // Таврический научный обозреватель. -2015. – № 4. – С. 115-120.
4. Степашкина Е.Н., Долгинина Д.О. Правовое регулирование ответственности за налоговые правонарушения: опыт ЕС // Контентус. -2018. – № 10. – С. 41-47.
5. Хабеев Т.М. Понятие налоговых правонарушений и порядок применения ответственности за их совершение: дисс. ...канд. юрид. наук. – Москва, – 2005. – 188с.
6. Ширкин А.А., Назарова А.Б. Налоговые правонарушения. Основные признаки // Закон и право. – 2020. – № 2. – С. 60-64.

ПРИВАТИЗАЦИЯ ЗЕМЕЛЬНОГО УЧАСТКА ПОД ЕДИНЫМ НЕДВИЖИМЫМ КОМПЛЕКСОМ

Сухарева Алина Евгеньевна

студент,

Красноярский государственный аграрный университет,

РФ, г. Красноярск

E-mail: alina-sukhareva925@yandex.ru

PRIVATIZATION OF LAND UNDER A SINGLE REAL ESTATE COMPLEX

Alina Sukhareva

Student,

Krasnoyarsk State Agrarian University,

Russia, Krasnoyarsk

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются особенности приватизации земельных участков с единым недвижимым комплексом. Установлено, что при трактовке данного термина зачастую правоведами указывается на все формы отчуждения земельных участков из публичных в частную собственность, что не совсем корректно, поскольку такая трактовка является чрезвычайно широкой, так как включается в себя и иные, помимо права собственности, права в отношении земельного участка. Кроме того, с учетом имеющихся недостатков в формулировке приватизации земельных участков гражданам предлагается внести следующую трактовку, понимать под приватизацией земельных участков гражданами получение в собственность на безвозмездной основе земельных участков, которые ранее находились у них на праве постоянного бессрочного пользования или пожизненного наследуемого владения.

ABSTRACT

The article discusses the features of the privatization of land plots with a single real estate complex. It has been established that when interpreting this term, legal scholars often point to all forms of alienation of land plots from public to private ownership, which is not entirely correct, since such an interpretation is extremely broad, since it also includes rights other than ownership. In addition, taking into account the

existing shortcomings in the formulation of the privatization of land plots, citizens are invited to introduce the following interpretation, to understand the privatization of land plots by citizens as receiving ownership free of charge of land plots that were previously held by them under the right of permanent perpetual use or lifelong inheritable possession.

Ключевые слова: земельный участок, приватизация, единый недвижимый комплекс, судебная практика.

Keywords: land plot, privatization, unified real estate complex, judicial practice.

На сегодняшний день существуют определённые проблемы правового характера, которые мешают надлежащим образом регулировать отношения, связанные с приватизацией земельных участков и земельных участков сельскохозяйственного назначения. В частности, необходимо отметить, что Федеральный закон от 21 декабря 2001 года №178 ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» [2] не содержит легального определения приватизация земельного участка, указывая лишь на приватизацию государственного и муниципального имущества. Данный Федеральный закон в качестве предмета правового регулирования выделяет приватизацию государственного и муниципального имущества, которое подразумевает, что происходит возмездное отчуждение имущества публичных образований в собственность юридических или физических лиц, то есть данный закон не регулирует вопросы отчуждения земельных участков без находящихся на них строений, зданий и сооружений, следовательно, речь идёт лишь о тех земельных участках, на которых находятся объекты недвижимости, то есть фактически данный закон не распространяет своё действие на приватизацию земельных участков без недвижимого имущества и на приватизацию участков сельскохозяйственного назначения, а в иных нормативно-правовых актов термин приватизация не раскрывается.

Признаками приватизации являются:

имущество, которые подлежат приватизации, находится в собственности публичных образований, таких органы государственной или муниципальной власти;

приватизируемое имущество может быть передано как юридическим, так и физическим лицам;

приватизация может носить как возмездный, так и безвозмездный характер;

правоотношения по приватизации осуществляются на основании специального закона и установленной процедуры.

В связи с вышеизложенным целесообразно дополнить законодательство, указав на то, что приватизация может быть проведена в том числе и на бесплатной основе.

По поводу приватизации земельных участков необходимо отметить, что при трактовке данного термина зачастую правоведами указывается на все формы отчуждения земельных участков из публичных в частную собственность, что не совсем корректно, поскольку такая трактовка является чрезвычайно широкой, так как включается в себя и иные, помимо права собственности, права в отношении земельного участка.

Кроме того, с учетом имеющихся недостатков в формулировке приватизации земельных участков гражданам предлагается внести следующую трактовку, понимать под приватизацией земельных участков гражданами получение в собственность на безвозмездной основе земельных участков, которые ранее находились у них на праве постоянного бессрочного пользования или пожизненного наследуемого владения.

Относительно недавнее возникновение в российском законодательстве такого объекта гражданских прав как единый недвижимый комплекс (ЕНК) означало наличие дисбаланса с другими положениями земельного и гражданского законодательства, что приводит к различным сложностям на практике.

Статьей 36 ЗК РФ [1] регулируется приобретение прав на земельные участки, находящиеся в публичной собственности, однако про ЕНК ничего не

сказано. Встает закономерный вопрос – имеет ли право собственник ЕНК на осуществление приватизации земельного участка? ЕНК включает в себя сооружения, здания – с одной стороны, а в п.1 письма ФСГР от 05.03.2014 [3] отмечено, что ЕНК не выступает как сложная вещь и потому не может разделяться на самостоятельные объекты – с другой.

Толкование того, что у собственника нет права на приватизацию земельного участка уже существовало в практике РФ. К примеру, на это указывалось в Постановлении ВАС РФ от 19.03.2021 № 12668/21 [6]. Исключениями могут быть ситуации, которые непосредственно указаны в законе. Но нормы, регулирующие приватизацию земельного участка под ЕНК, в настоящий момент отсутствуют. Представляется возможным предположить, что, основываясь на принципе единства судьбы земельных участков и объектов, которые закреплены в ст. 1 ЗК РФ, предоставление земельного участка под ЕНК вероятно.

ЕНК может выступать в качестве объекта незавершенного строительства. Предоставление в собственность земельного участка в данной ситуации вряд ли возможно. Так, в решении АС Ростовской области от 25.12.2021 по делу № А53-22144/2021 [7] суд придерживался положений постановления Пленума ВАС в частности ст. 133.1 ГК РФ. ООО обратилось в суд с иском о признании незаконным отказ в предоставлении земельного участка в собственность, предоставленного в аренду с целью возведения складского комплекса. ООО построило нежилое здание, на которое зарегистрировало право собственности. Судья отказал в удовлетворении требований, основываясь на том, что данное здание – это только элемент ЕИК, который не создан, а также на том, что земельные участки, которые заняты объектами недвижимого имущества, предоставляются в собственность по основанию, которое устанавливает ст. 36 ЗК РФ, а именно исключительно для эксплуатации уже существующих сооружений и зданий. Судья пришел к выводу о несоответствии площади недвижимого объекта размеру самого земельного участка, который необходим для эксплуатации.

Кроме того, возведение исключительно вспомогательных объектов на земельном участке, даже при наличии регистрации права собственности, не обуславливает появления у общества права на приобретение в собственность участка в том порядке, который предусмотрен ст. 36 ЗК РФ.

В процессе использования ЕНК может быть поврежден, либо утратить те или иные части в качестве единого объекта. Необходимо отметить, что ранее в практике приватизировать земельный участок собственник разрушенного объекта мог исключительно после его восстановления. Вероятно, частичное разрушение ЕНК может обусловить изменение размера земельного участка.

Согласно постановлению 13 Арбитражного апелляционного суда от 26.05.2021 по делу № А21-7076/2021 [8], в связи с тем, что на дату обращения с заявлением о приватизации участка ООО потеряло право на несколько объектов, то оно не имеет права истребовать выкупа земельного участка, который был сформирован с учетом утраченных объектов этим ООО.

Необходимо принимать во внимание, каков вклад в общую цель использования ЕНК, разрушенность объектов, уровень их разрушения и возможности по восстановлению.

Для того, чтобы признать совокупность вещей в качестве ЕНК, основываясь на ст. 133.1 ГК РФ, нужно их юридическое или фактическое объединение. Однако, не совсем понятно, каким образом данные критерии используются в ситуации приватизации.

Соответственно, можно заключить, что многие правовые нормы, определяющие приватизацию земельного участка, игнорируют конструкцию ЕНК, что может обусловить наличие проблем при реализации права на приватизацию земельного участка.

Список литературы:

1. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ // Парламентская газета. – 2001. – № 204-205.
2. Федеральный закон «О приватизации государственного и муниципального имущества» от 21.12.2001 N 178-ФЗ // Российская газета. – 2002. – № 16.

3. Письмо Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии от 05.03. 2014 «Об оформлении прав на единый недвижимый комплекс» № 14-исх/02410-ГЕ/14
4. Лейба А. Новый объект вещных прав // ЭЖ-Юрист. – 2021. – № 37. – С. 1-3.
5. Малышева А.В. Правовые проблемы правового регулирования приватизации земельных участков собственниками объектов недвижимости // Аграрное и земельное право. – 2021. – № 3. – С. 73-77.
6. Постановление Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 19 марта 2021 г. № 12668/21 по делу № А21-6529/2021
7. Решение Арбитражного суда Ростовской области от 25 дек. 2021 г. по делу № А53-22144/2021
8. Постановление 13 Арбитр. апелляц. суда от 26 мая 2021 г. по делу № А21-7076/2021

PAPERS IN ENGLISH

SECTION "PEDAGOGY"

AN ANALYTICAL REVIEW: NUMERICAL AND NON-NUMERICAL ASSESSMENT METHODS

Alparslan Maxat Shayakhmetov

*Student,
Department of Applied Data Analytics,
Astana IT University,
Kazakhstan, Astana*

Arailym Seisenbekkyzyv

*Student,
Department of Applied Data Analytics,
Astana IT University,
Kazakhstan, Astana
E-mail: arai.seisenbek@proton.me*

Mukhtar Orazbay

*Student,
Department of Applied Data Analytics,
Astana IT University,
Kazakhstan, Astana*

Sultan Aisagaliyev

*Student,
Department of Applied Data Analytics,
Astana IT University,
Kazakhstan, Astana*

ABSTRACT

This comprehensive analytical review critically examines the paradigms of knowledge assessment in education, focusing on the dichotomy between numerical (quantitative) and non-numerical (qualitative) evaluation methods. The exploration encompasses the advantages and limitations of each approach, shedding light on their impact on student motivation, engagement, and overall learning outcomes. Through a

comparative lens, the study highlights the strengths and weaknesses of quantitative and qualitative assessment, emphasizing the need for a balanced integration. The conclusion advocates for a synergistic relationship between these methodologies, recognizing their unique contributions to a holistic understanding of student progress and academic achievement.

Keywords: assessment, assessment methods, quantitative evaluation, qualitative evaluation, higher education.

1. Introduction

In the context of an ever-evolving educational landscape, where the assessment of student knowledge plays a pivotal role, this review embarks on a meticulous exploration of the dynamics surrounding knowledge assessment methodologies. As emphasized by Pereira et al. in their meta-analytic review, the evolving nature of educational practices prompts a reevaluation of traditional assessment models [15]. This paper specifically delves into the dichotomy between quantitative and qualitative approaches, seeking to provide educators, researchers, and policymakers with nuanced insights.

Quantitative assessment, rooted in numerical data and statistical analysis, has been a cornerstone of educational evaluation. Standardized testing, numerical scoring, and grade point averages have provided a structured and objective lens for gauging student performance, as noted by Flores et al. [8]. However, as the educational landscape shifts, qualitative assessment, characterized by descriptive analysis and interpretation, emerges as a compelling alternative. Pereira et al. highlight the depth of understanding that qualitative methods offer, surpassing the confines of performance data and delving into the intricacies of motivation, strategies, and individual learning styles [15].

The urgency of this exploration is underscored by the ongoing discourse in educational psychology, as exemplified by Struyven et al. and their insights into higher-order thinking skills [19]. The need to navigate this discourse with a focus on the advantages and limitations of each methodology becomes imperative for informed decision-making. Moreover, the integration of quantitative and qualitative approaches

gains significance not only in academic settings but also in shaping future educational policies.

As we traverse the realms of academic evaluation, the incorporation of relevant references and static data becomes crucial. This review aims to bridge the theoretical foundations with empirical evidence, providing a comprehensive understanding of the intricacies surrounding knowledge assessment methodologies. In doing so, the goal is to contribute to the ongoing dialogue on effective and equitable educational practices, acknowledging the multifaceted nature of student learning and progress.

2. Methodologies for knowledge assessment

In education, there are two main types of assessment methods: quantitative and qualitative. Quantitative assessment methods use numbers and statistical analysis to measure student achievement. Examples of quantitative assessment methods include tests, exams, quizzes, and other types of assignments that have unambiguous answers. Quantitative assessment methods are objective, reliable, and comparable, meaning that the assessment results do not depend on the teacher's opinion or interpretation, and the results can be reproduced and compared to the results of other students. Quantitative assessment methods are a valuable tool for teachers to gather information on student achievement, but it is important to consider the potential psychological impact of these methods on students.

Quantitative assessment methods are based on the use of numbers and statistical analysis to measure student achievement. Examples of quantitative assessment methods include tests, exams, quizzes, and other types of assignments that have unambiguous answers. Quantitative assessment methods can be used to measure a wide range of student knowledge and skills, including factual knowledge, problem-solving skills, and critical thinking skills.

Quantitative assessment methods are often used in standardized testing, which allows for the comparison of student performance across different schools and districts. However, quantitative assessment methods can also be used in the classroom to assess student learning on a more specific basis. For example, a teacher might give a test on a specific unit of instruction or create a quiz to assess student understanding of a concept.

Qualitative assessment methods are based on the descriptive analysis and interpretation of data. They include portfolios, self-assessments, observations, interviews, and other types of assignments that allow for the assessment of student knowledge, skills, and abilities in a more complex and holistic manner. Qualitative assessment methods can be used to assess a wide range of student learning outcomes, including student creativity, critical thinking skills, and problem-solving skills.

Qualitative assessment methods are often used in conjunction with quantitative assessment methods to provide a more complete picture of student learning. For example, a teacher might give a test on a specific unit of instruction and require students to complete a portfolio that demonstrates their learning on that unit. The portfolio might include student work samples, reflections, and other evidence of learning.

Quantitative and qualitative assessment methods are both important tools for teachers to use to assess student learning. Quantitative assessment methods are useful for measuring student achievement on specific topics and skills. Qualitative assessment methods are useful for assessing student learning more holistically. The best assessment method to use will depend on the specific learning objectives of the lesson or unit. Ideally, teachers will use a combination of quantitative and qualitative assessment methods to obtain the most complete and reliable information about student progress.

2.1. Method 1: Quantitative evaluation

Quantitative methods of assessment in schools are essential tools for measuring students' learning progress and achievement systematically and objectively. These methods rely on numerical data and statistical analysis to evaluate students' performance, and they play a significant role in the education system. Quantitative grades play a significant role in college admissions, scholarship eligibility, and future career opportunities. Many institutions and employers use GPAs as a screening tool. Numerical grades are a clear and straightforward way to communicate students' performance to parents and students [4]. They provide a common language for discussing academic achievements. Here is an overview of quantitative assessment methods in schools:

Standardized Testing: Standardized tests are widely used to assess students' knowledge and skills. These tests are administered under uniform conditions, and the

results are scored objectively. Examples include the SAT, ACT, and various state assessments. Standardized tests provide a common benchmark for comparing student performance [3].

Numerical Scoring: Assigning numerical scores to various types of assessments, such as quizzes, exams, and homework, allows for the quantification of student performance. Grading rubrics can help maintain consistency and objectivity in scoring.

Percentage-Based Grading: Students' overall performance is often represented as a percentage based on the number of correct answers or points earned in various assessments. This quantitative representation makes it easy to compare students' achievements.

Grade Point Average (GPA): A cumulative GPA is a quantitative measure of a student's academic performance. It is calculated by assigning a numerical value to each letter grade (e.g., A = 4.0, B = 3.0) and then averaging these values [5, p. 602].

Discretionary grading systems have several advantages and disadvantages. The paragraph will explore them and provide arguments. These systems grant educators the flexibility to consider diverse factors beyond raw test scores, incorporating increasing motivation, and measuring students' knowledge level and competition sense. Nevertheless, there are some drawbacks such as anxiety, and grade-oriented learning. The paragraph will explore them and provide arguments.

2.1.1. Advantages of quantitative evaluation

As it comes to the advantages, firstly, numerical grading improves academic performance. The use of discretionary grading has the potential to boost students' motivation to excel academically. Studies have confirmed the connections between grades and immediate learning outcomes, as well as between grades and external motivation, which is motivation driven by external sources rather than internal factors. Students might tend to treat discerning or selective grading with greater importance. Anticipating a grade can enhance students' self-assurance not just in providing correct responses but also in comprehending incorrect ones. Demonstrating improvement through a better grade can contribute to students feeling a sense of contentment and accomplishment

[12, p. 187]. Therefore, students tend to take selective grading seriously, and the anticipation of grades boosts their confidence in both correct and incorrect answers. Achieving higher grades fosters satisfaction and a sense of accomplishment, highlighting the advantages of thoughtful grading methods in education.

Secondly, giving grades is related to increasing students' motivation to study hard. Grades can foster autonomous motivation when students perceive them as informative feedback for improving their competence [4]. According to Ratelle et al, with greater autonomy granted to undergraduate students in selecting majors, scheduling, and making university attendance decisions, university grades can bolster autonomous motivation by offering competence-enhancing insights. This information aids students in making personally meaningful choices, such as study methods and subject selection, aligned with their self-endorsed goals or career aspirations.

Additionally, since many universities have minimum GPA or entry requirements, the students admitted are often high-performing individuals who may be more resistant to the detrimental impact of grades on autonomous academic motivation [5, p. 604]. Thus, the provision of grades not only serves to enhance students' motivation to study diligently but also contributes to the cultivation of autonomous motivation, enabling students to make informed, self-endorsed choices regarding their academic pursuits and career aspirations, particularly in cases where high-achieving students are admitted to universities with stringent GPA or entry requirements.

2.1.2. Limitations of quantitative evaluation

On the other hand, there are some drawbacks of a discretionary grading system, such as increasing the value of scores rather than the learning process. Research indicates that the use of public grading systems tends to foster competitiveness and prioritize performance over learning, potentially resulting in mental health issues like anxiety, stress, and diminished self-esteem [17]. For instance, a study revealed that disclosing grades in front of peers can strain the student-teacher relationship, leading to tension, reduced trust, and diminished respect, especially when lower grades are involved [5, p. 607]. In a study titled "Why grades lead to performance-avoidance

goals: The mediating role of autonomous motivation," published in the *Journal of Educational Psychology*, Pulfrey, Buchs, and Butera discovered that students exposed to public grading are more prone to experiencing anxiety, pressure, and decreased self-esteem compared to those with private grades [16]. While quantitative assessment methods have their merits, the study suggests that a more nuanced approach, including private feedback and a focus on fostering autonomous motivation, may contribute to a healthier and more positive learning environment. This approach could help students feel less anxious and more empowered to learn and grow.

Furthermore, public grading systems can foster a competitive atmosphere among students, potentially stifling creativity, and collaboration. Consequently, this places additional stress on students, shifting their focus away from learning and toward outperforming their peers. As outlined by Kohn, grades tend to diminish students' genuine enthusiasm for the learning process [10]. In other words, students often concentrate on preparing for assessments rather than investing effort in areas that could help them reach their full potential. Ryan and Deci have contended that external rewards can redirect students' motivation from internal, inherent factors to external influences [6]. The authors propose that intrinsic motivation, originating from personal interests and desires, proves to be more advantageous for sustained commitment and academic success when compared to extrinsic motivation, which is derived from external factors such as grades.

2.2. Method 2: Qualitative evaluation

In higher education, assessing student performance is a multifaceted endeavor, and achieving a comprehensive understanding requires a two-pronged approach. While quantitative assessment methods, characterized by numerical data and standardized testing, play a pivotal role in education, qualitative assessment brings a unique dimension to the table, focusing on the depth of learning experiences, student engagement, and holistic growth.

In the pursuit of understanding student performance in the educational landscape, qualitative assessment emerges as the compass navigating the uncharted waters of learning experiences, student engagement, and holistic growth. As outlined by Patton,

this method encompasses in-depth, open-ended interviews; direct observation; and scrutiny of written documents, offering a nuanced exploration beyond numerical metrics. It transforms the evaluator into a participant observer, actively engaging with program activities and meticulously analyzing records to unveil the hidden facets of the educational experience [14].

Qualitative assessment data emerges as raw, descriptive information about programs and the individuals involved. The evaluator becomes a participant observer, making direct observations of program activities and interacting with participants and staff to glean their insights and experiences. This human-centric approach often involves a personal touch, such as engaging actively in program activities, to grasp the holistic essence of the educational journey. Additionally, meticulous scrutiny of records and documents unveils hidden facets of the educational experience.

The ensuing data from interviews, observations, and documents go through content analysis, an intricate process that organizes them into primary themes, categories, and illustrative case examples. These narratives provide a panoramic view of the educational landscape, where students' journeys unfold.

This human-centric approach is not merely a collection of data, it is a journey. The resulting qualitative data, rich in descriptive information, undergoes content analysis and a meticulous process of organizing narratives into primary themes, categories, and illustrative case examples. These narratives serve as windows into the educational landscape, capturing the essence of students' journeys. Ghislandi reminds us that in the history of quality assessment, efforts to simplify complexity into measurable parameters often overshadow the profound insights that emerge from the qualitative realm [9, p. 67]. It's a reminder not to overlook what truly matters in the intricate tapestry of education.

The decision to embrace qualitative assessment goes beyond methodological considerations; it reflects a commitment to understanding the complexities that define the educational experience. It invites educators and evaluators to become participant observers, actively engaging with the educational journey rather than reducing it to numerical abstractions. In this narrative-driven approach, the assessment becomes a story

one that captures the essence of each student's unique path and the broader tapestry of education itself.

2.2.1. Advantages of qualitative evaluation

In the dynamic realm of education, the spotlight is shifting from the traditional focus on quantitative approaches to an exploration of the unique advantages offered by qualitative evaluation methods. This shift is not merely methodological; it marks a profound transformation towards a more holistic and human-centered approach to education. As Laurillard aptly puts it, qualitative methods provide a deep understanding of how students learn, surpassing the confines of performance data and delving into the intricacies of motivation, strategies, and individual learning styles [11].

Transitioning from the broader perspective illuminates the pedagogical advantages of qualitative evaluation. Through interviews, observations, and active engagement, educators gain a nuanced understanding of the learning process. This goes beyond surface-level assessments, enabling tailored teaching approaches that adapt instruction to individual needs. As Falchikov emphasizes, this personalized approach not only enhances engagement but also transforms students into active participants in their unique learning journey [7]. Furthermore, qualitative data serves as a guiding force in shaping curriculum design, identifying strengths, and weaknesses to create a curriculum that not only imparts knowledge but also nurtures a genuine love for learning.

Delving into the psychological realm, Buck sheds light on qualitative assessment as a catalyst for self-awareness and empowerment [3]. By encouraging reflective practices, students become attuned to their strengths and areas for improvement. This process extends beyond academic performance, fostering goal-setting and active participation in their educational journey. The emphasis on qualitative assessment aligns with principles of inclusion and equity, recognizing diverse needs and backgrounds [2, p. 32]. This empowerment not only enriches psychological well-being but also contributes to creating inclusive and student-centered learning environments.

In conclusion, the advantages of qualitative evaluations in education are multifaceted, influencing pedagogical and psychological dimensions. From personalized teaching approaches that consider individual learning styles to fostering self-awareness and

empowerment, qualitative methods play a pivotal role in shaping an inclusive and effective educational landscape. As we navigate the complexities of education, the incorporation of qualitative assessment reaffirms the human element in learning, recognizing, and celebrating the unique story of each student.

2.2.2. Limitations of qualitative evaluation

In the intricate landscape of education, the integration of qualitative evaluation methods unveils a realm of unique insights, yet it is imperative to confront the inherent limitations that accompany these valuable perspectives. Recognizing and understanding these challenges becomes paramount for cultivating a comprehensive and balanced approach to educational practices.

Transitioning to the pedagogical dimensions, the complexity of data analysis emerges as a significant hurdle in qualitative evaluation. As opposed to the straightforward numerical values in quantitative methods, the richness of qualitative data demands extensive time, expertise, and resources for meaningful interpretation. The words of Pagani and Seghieri resonate, pointing to the diverse sources, such as interviews and observations, that researchers navigate, making the analysis a laborious process [13]. This intricate journey through varied data sources can potentially impede the swift and efficient assessment required in some educational settings.

Delving into the psychological implications, subjectivity and bias become notable challenges in qualitative assessment. Spencer and Schmelkin underscore the vulnerability of interpretations to variations based on the evaluator's perspective and experiences [18]. This inherent subjectivity introduces an element of bias that poses a risk to the validity and reliability of the findings. The psychological impact extends beyond the data itself, influencing the lens through which educational experiences are interpreted and, subsequently, the decisions made based on these interpretations. Ethical considerations also loom in qualitative assessment, particularly when delving into sensitive topics or personal experiences. Protecting the confidentiality and well-being of participants becomes a paramount concern, requiring researchers to navigate these ethical considerations with care.

In conclusion, while qualitative evaluation offers invaluable insights into education, it is crucial to confront the challenges it brings to the forefront. The intricacies of data analysis, the subjective nature of interpretations, limited generalizability, and ethical considerations necessitate careful navigation. Acknowledging these limitations ensures a more holistic and informed educational approach, striking a delicate balance between the nuanced insights qualitative methods provide and the practical constraints they impose. As educators and researchers continue to explore the potential of qualitative evaluation, this awareness becomes a compass guiding the integration of both qualitative and quantitative methodologies in the pursuit of a comprehensive understanding of educational practices.

3. Comparative examination of assessment approaches

Assessment is an essential part of the teaching-learning process. It allows teachers to gather information about student learning, identify areas where students need additional support, and provide feedback to help students improve. There are a variety of assessment approaches that teachers can use, each with its strengths and weaknesses.

Quantitative assessment approaches use numbers and statistical analysis to measure student achievement. Examples of quantitative assessment approaches include tests, exams, quizzes, and other types of assignments that have unambiguous answers. Quantitative assessment approaches are relatively objective and easy to score, making them well-suited for large-scale assessments. However, quantitative assessment approaches can be reductive, meaning that they may not fully capture the complexity of student learning. Additionally, quantitative assessment approaches can be stressful for students, especially if they are high stakes.

Qualitative assessment approaches focus on the descriptive analysis and interpretation of data. Examples of qualitative assessment approaches include portfolios, self-assessments, observations, and interviews. Qualitative assessment approaches are more holistic than quantitative assessment approaches, meaning that they consider a wider range of student learning outcomes. Qualitative assessment approaches can also be less stressful for students, as they are often more authentic and student-centered. However, qualitative assessment approaches can be more subjective and difficult to score than

quantitative assessment approaches. The Table 1 presents the key differences between these two approaches.

Table 1.

Comparison table

Characteristic	Quantitative assessment	Qualitative assessment
Objectivity	More objective	More subjective
Reliability	More reliable	Less reliable
Comparability	Easier to compare	More difficult to compare
Comprehensiveness	Less comprehensive	More comprehensive
Holism	Less holistic	More holistic
Student-centeredness	Less student-centered	More student-centered
Stressfulness	It can be more stressful for students	It can be less stressful for students

Both quantitative and qualitative assessment approaches have their advantages and disadvantages. The best assessment approach to use will depend on the specific learning objectives of the lesson or unit. Ideally, teachers will use a combination of quantitative and qualitative assessment approaches to obtain the most complete and reliable information about student progress.

In addition to the factors listed above, teachers should also consider the following when choosing an assessment approach: Younger students may benefit from more concrete and structured assessment approaches, while older students may be ready for more abstract and open-ended assessments. Some students may learn best through hands-on activities and projects, while others may prefer more traditional paper-and-pencil assessments. Some assessment approaches, such as standardized tests, can be expensive and time-consuming to administer and score. Other assessment approaches, such as self-assessments and observations, can be more cost-effective and time efficient.

By carefully considering the learning objectives, students' needs, and available resources, teachers can select the most appropriate assessment approaches for their students. This ensures that all students have an opportunity to demonstrate their learning and grow as learners, leading to a more complete and accurate understanding of student learning and progress. Additionally, empowering students to take ownership of their

own learning and development, providing all students with multiple pathways to success, creating a more inclusive and equitable learning environment for all students, and promoting a culture of assessment for learning rather than assessment of learning can all be achieved through the careful selection of assessment approaches.

4. Conclusion

Navigating the dynamic landscape of higher education sparks a continuous debate between the merits of quantitative and qualitative evaluation methods. These approaches, each with their unique strengths and limitations, contribute diverse perspectives to the understanding of student performance and broader educational experience.

Quantitative evaluation, grounded in numerical data and statistical analysis, provides a structured and objective lens for assessing students. Standardized testing, numerical scoring, and grade point averages offer clarity in academic achievement, influencing pivotal decisions such as college admissions and scholarship eligibility. In contrast, qualitative evaluation methods, utilizing in-depth interviews, direct observations, and content analysis, unravel the depth and richness of the student experience. Beyond numeric grades, qualitative assessment explores nuances like student engagement, critical thinking, creativity, and self-awareness, offering a holistic perspective.

While quantitative methods navigate the structured terrain of grades and numerical scores, qualitative methods venture into intricate landscapes of personal growth, motivation, and human experience. The insights gained from these methods become a narrative story behind the grades and experiences shaping academic journeys. Subjectivity and bias become potential pitfalls in qualitative assessment, introducing variations based on the evaluator's perspective and experiences, influencing the validity and reliability of the findings. Ethical considerations loom when exploring sensitive topics or personal experiences, demanding careful navigation to protect the confidentiality and well-being of participants.

In conclusion, the future of evaluation in higher education hinges on recognizing the symbiotic relationship between quantitative and qualitative methods. While quantitative methods provide necessary benchmarks and efficiency, their integration with

qualitative methods unveils narratives stories that transcend grades and reveal the psychosocial dimensions of learning. This harmonious balance propels us towards a more inclusive and informed educational landscape, celebrating both the achievements and transformative stories within the venerable halls of academia.

References:

1. Black A.E., Deci E.L. The effects of instructors' autonomy support and students' autonomous motivation on learning organic chemistry: A self-determination theory perspective // *Science Education*. – 2000. – Vol. 6. №84(6). – P. 740 – 756.
2. Boring A., Ottoboni K., Stark Ph.B. Student evaluations of teaching (mostly) do not measure teaching effectiveness // *ScienceOpen Research*. – 2016.
3. Buck D. Student evaluations of teaching measure the intervention, not the effect // *American Psychologist*. – 1998. – Vol. 11. №53. P. 1224 – 1226.
4. Cameron J., Banko K.M., Pierce W.D. Pervasive negative effects of rewards on intrinsic motivation: The myth continues // *The behavior analyst*. – 2001. – Vol. 24. №1. – P. 1 – 44.
5. Crocker J. The costs of seeking self-esteem // *Social Issues*. – 2002. – Vol. 58. №3. – P. 597 – 615.
6. Deci E.L., Koestner R., Ryan R.M. Meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation // *Psychological Bulletin*. – 1999. – Vol. 125. №6. – P. 692 – 700.
7. Falchikov N. *Improving assessment through student involvement*. – London: Routledge, 2005.
8. Flores M.A., Simao A.M. V., Barros A., Pereira D. Perceptions of effectiveness, fairness, and feedback of assessment methods: a study in higher education // *Studies in Higher Education*. – 2014. – Vol. 40. №9 – P. 1523 – 1534.
9. Ghislandi P., Raffaghelli J.E., Sangra A., Ritella G. The streetlamp paradox: analysing students' evaluation of teaching through qualitative and quantitative approaches // *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies*. – 2020. – №21.
10. Kohn A. From degrading to de-grading // *High school magazine*. – 1999. – Vol. 6. №5. – P. 38 – 43.
11. Laurillard D. *Rethinking university teaching: A framework for the effective use of educational technology*. – London: Routledge, 1993.
12. Melrose S. Pass/Fail and discretionary grading: A snapshot of their influences on learning // *Open Journal of Nursing*. – 2017. – Vol. 7. №2. – P. 185 – 192.
13. Pagani L., Seghieri C. A statistical analysis of teaching effectiveness from students' point of view // *Developments in statistics*. – 2002. – №17.

14. Patton M. Qualitative evaluation and research methods // Designing qualitative studies. – 1990. – №2. – P. 169 – 186.
15. Pereira D., Flores M.A., Niklasson L. Assessment revisited: A review of research in assessment and evaluation in higher education // Assessment & evaluation in Higher Education. – 2015. – Vol. 41. №7. – P. 1008 – 1032.
16. Pulfrey C., Buchs C., Butera F. Why grades engender performance-avoidance goals: The mediating role of autonomous motivation // Educational psychology. – 2011. – Vol. 103. №3. – P. 683 – 700.
17. Qasserras L., Asmae K., Qasserras M. The effects of grades on the motivation and academic performance of Moroccan high school students // International journal for multidisciplinary research. – 2023. – Vol. 5. №2. – P. 1 – 12.
18. Spencer K.J., Schmelkin L.P. Student perspective on teaching and its evaluation // Assessment & evaluation in Higher Education. – 2002. – Vol. 27. № 5. – P. 397 – 409.
19. Struyven K., Dochy F., Janssens S. Students' perceptions about evaluation and assessment in higher education: A review // Assessment & evaluation in Higher Education. – 2005. – Vol. 30. №4. – P. 331 – 347.

ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ МАҚАЛАЛАР

БӨЛІМ

«СӘУЛЕТ, ҚҰРЫЛЫС»

ЕЛДІ МЕКЕН ЖЕРЛЕРІН КАДАСТРЛЫҚ БАҒАЛАУ

Нұрлан Назым Сержанқызы
студент, кадастр кафедрасы,
Сәкен Сейфуллин атындағы Қазақ
агротехникалық зерттеу университеті,
ҚР, Астана қ.
E-mail: nazkans06@gmail.com

Кульмаганбетова Айсулу Султановна
ғылым магистрі, аға оқытушы "кадастр" кафедрасы,
Сәкен Сейфуллин атындағы Қазақ
агротехникалық зерттеу университеті,
ҚР, Астана қ.

CADASTRAL ASSESSMENT OF SETTLEMENT LANDS

Nazym Nurlan
Student, Department of cadastre,
Kazakh agrotechnical research
university named after Saken Seifullin,
Kazakhstan, Astana

Aisulu Kulmaganbetova
Master of Science,
Senior Lecturer of the Department "Cadastre"
Kazakh agrotechnical research university
named after saken Seifullin,
Kazakhstan, Astana

АНДАТПА

Елді мекен жерлерінің кадастрлық құны мәселесі қазіргі таңда өте өзекті. Мақалада Қазақстан Республикасының елді мекен жерлерінің кадастрлық құнын анықтаудың қолданыстағы әдістемесі келтірілген. Астана мен Шымкент

қалаларының бағалау аймақтары мен түзету коэффициенттері салыстырылып, қарастырылған.

ABSTRACT

The issue of cadastral value of settlement lands is very relevant today. The article presents the current methodology for determining the cadastral value of settlement lands of the Republic of Kazakhstan. The assessment zones and correction factors of Astana and Shymkent are compared and considered.

Түйінді сөздер: елді мекен жерлері, базалық ставка, бағалық аймақтарға бөлу, түзету коэффициенті.

Keywords: settlement lands, base rate, price zoning, correction factor.

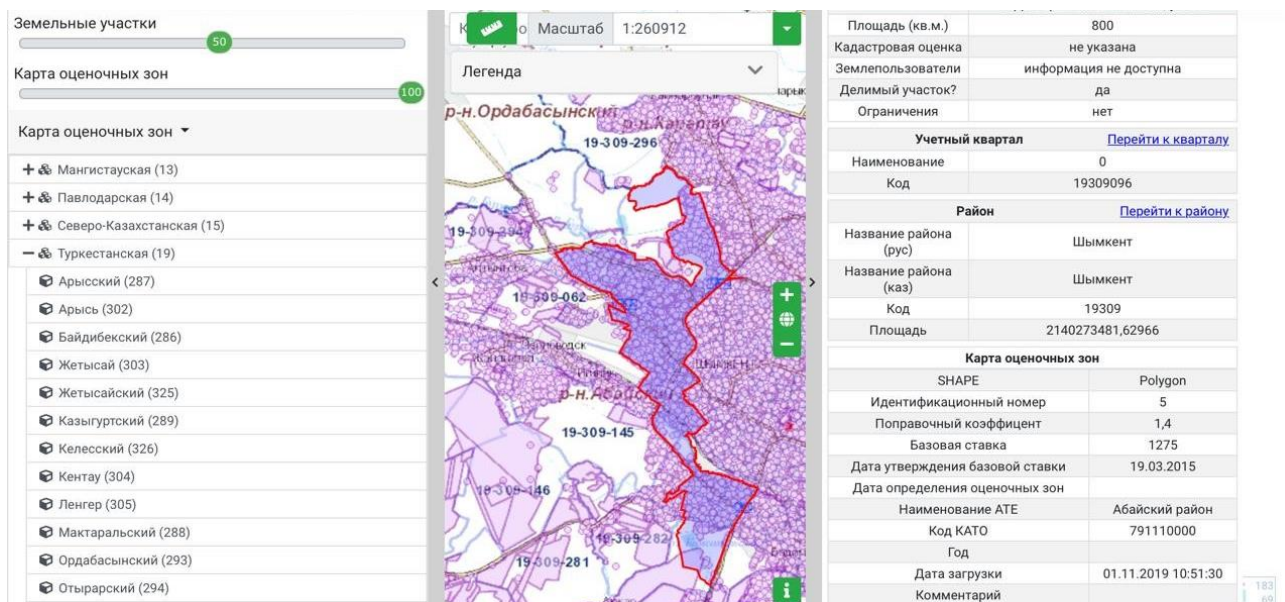
Қазақстан Республикасында мемлекеттік жер кадастры бірыңғай әдістеме бойынша жүргізіледі. Жер учаскесінің кадастрлық құнын "Азаматтарға арналған үкімет" МК КЕАҚ филиалдары жер учаскелерін жеке меншікке беру және мемлекеттік жерлерді өтеулі негізде жалға беру кезінде айқындайды және кадастрлық құнын айқындау актісімен ресімделеді [1].

1-кесте.

Салық салу объектісінің елді мекенде орналасқан жерін ескеретін Шымкент қаласындағы аймаққа бөлудің коэффициенті[2]

Аймақ №	Түзету коэффициенттері	Сомма, тенге
1	2	2 550
2	1,6	2 040
3	1,4	1 785
4	1,2	1 530
5	1	1 275
6	0,7	893
7	0,5	638

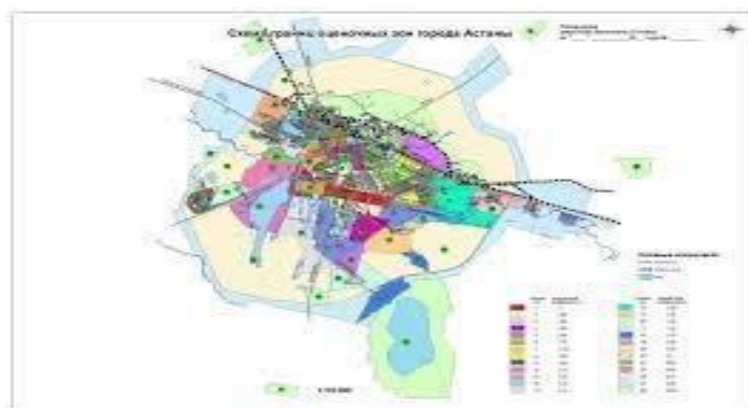
Шымкент қаласының бағалық аймағына келетін болсақ, 1-кестеде көріп тұрғанымыздай 7 бағалау аймағы және де әр аймақтың өз түзету коэффициенті бар, ол 2022 жылы өзгеріске енгізілген.



Сурет 1. Түркістан облысы, Шымкент қаласының бағалау аймақ картасы[3]

Суретте қарап отырғанымыздай, Шымкент қаласының АизГзк сайтындағы бағалау аймақ картасына сүйенсек, жерлерге төлемақының базалық ставкасы 1275 теңге/м² тең екенін көруге болады. Осылайша, сайттан әр аймақтың өзінің түзету коэффициентін картадан көріп, кадастрлық құнын анықтауға болады.

Астана мәслихатының 2012 жылғы 6 желтоқсандағы по 92/11 – V шешімімен Астананың жерлерге төлемақының базалық ставкасы бекітілді, ол 683 теңге/м² тең [4].



Сурет 2. Астана қаласының бағалық аймақтарға бөлінуі[5]

Суретте көріп отырғанымыздай, Астанада 26 бағалау аймағы бар.

**Астана қаласының жерлерінің түзету коэффициентіне байланысты
төлемақының базалық мөлшерлемесінің мөлшері [б]**

Аймақ №	Түзету коэффициенттері	Сомма, тенге
1	2,0	13 366
2	1,95	13 032
3	1,9	12 698
4	1,85	12 364
5	1,8	12 029
6	1,75	11 695
7	1,7	11 361
8	1,65	11 027
9	1,6	10 693
10	1,55	10 359
11	1,5	10 025
12	1,45	9 690
13	1,4	9 356
14	1,35	9 022
15	1,3	8 688
16	1,25	8 354
17	1,2	8 020
18	1,15	7 686
19	1,10	7 351
20	1,05	7 017
21	1,0	6 683
22	0,9	6 015
23	0,8	5 346
24	0,7	4 678
25	0,6	4 010
26	0,5	3 342

Кестеде көрініп тұрғандай, коэффициенттің ең үлкен және ең кіші мәні екі еселенген мөлшерден аспайды. Әрбір бағалау аймағының өзіндік түзету коэффициенті де бар.

Шымкент қаласымен салыстыра отырып, Астана қаласының бағалау аймақтарының үштен бір бөлігін қайтадан құрып, оларды ұлғайту қажет деп санаймыз. Аймақтардың қысқаруы екі есе болуы мүмкін, бірдей бағалау фактілеріне қарамастан, тым жиі бөлінуі жердің кадастрлық құнының төмендеуіне, сондай – ақ бюджетке қаржы түсуіне әкеледі. 11 жыл ішінде Астанада көп нәрсе салынды және өзгерді, сондықтан біз Астана қаласының кадастрлық құны мен бағалау аймақтарын қарастыру қажет деп есептейміз,

өйткені қайта қарастырсақ, кадастрлық құнның өсуінің ықтималдылығы өте жоғары.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2014 жылғы 23 желтоқсандағы № 160 бұйрығы Қазақстан Республикасында мемлекеттік жер кадастрын жүргізу ережесін бекіту туралы [Электрондық ресурс] – <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1400010147>
2. Шымкент қаласындағы бағалау аймақтарының шекараларын және жер учаскелері үшін төлемақының базалық ставкаларына түзету коэффициенттерін бекіту туралы – <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V22E0027550>
3. Түркістан облысы, Шымкент қаласының бағалау аймақ картасы – <https://aisgzk.kz/aisgzk/ru/content/maps?type=oz>
4. Астана қаласының аумағындағы жер учаскелері үшін төлемақының базалық ставкаларын белгілеу туралы – <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V11A0000704>
5. Астана қаласының жерлерінің түзету коэффициентіне байланысты төлемақының базалық мөлшерлемесінің мөлшері – <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18AAZ01197>
6. Жер учаскелері жеке меншікке берілген, мемлекет немесе мемлекеттік жер пайдаланушылар жалға берген кезде олардың кадастрлық (бағалау) құнын белгілеу үшін түзету коэффициенттері мен аймақ шекараларын бекіту туралы – https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V09A000566_

БӨЛІМ
«ТЕХНОЛОГИЯ»

**ТЕҢІЗ КЕН ОРНЫН ИГЕРУДІҢ ҚОРШАҒАН ОРТАҒА ЖӘНЕ ОНЫҢ
ЖҮРГІЗІЛЕТІН ЖҰМЫСҚА ӘСЕРІ**

Жазпаров Әкежан Ерболатұлы
*Мұнай-газ факультетінің студенті,
Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе
өңірлік университеті,
ҚР, Ақтөбе
E-mail: ayaz.a03kz@gmail.com*

Рахимбердин Жолдас Рустемович
*Мұнай-газ факультетінің студенті,
Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе
өңірлік университеті,
ҚР, Ақтөбе*

Азаматұлы Диас
*Мұнай-газ факультетінің студенті,
Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе
өңірлік университеті,
ҚР, Ақтөбе*

Шукирова Сымбат Сүйеубаевна
*ғылыми жетекші, техникалық ғылым магистрі,
Жұбанов атындағы Қ.Ақтөбе өңірлік университеті,
ҚР, Ақтөбе*

**ВЛИЯНИЕ РАЗРАБОТКИ МОРСКОГО МЕСТОРОЖДЕНИЯ НА
ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ И ПРОВОДИМУЮ РАБОТУ**

Жазпаров Әкежан Ерболатұлы
*студент,
нефтегазовая кафедра,
Актюбинский региональный
университет имени К. Жубанова,
РК, г. Ақтөбе*

Рахимбердин Жолдас Рустемович

*студент,
нефтегазовая кафедра,
Актюбинский региональный
университет имени К. Жубанова,
РК, г. Ақтобе*

Азаматұлы Диас

*студент,
нефтегазовая кафедра,
Актюбинский региональный
университет имени К. Жубанова,
РК, г. Ақтобе*

Шукирова Сымбат Сүйеубаевна

*научный руководитель, магистр техн. наук,
Актюбинский региональный
университет имени К. Жубанова,
РК, г. Ақтобе*

АННОТАЦИЯ

Бұл мақала Теңіз кен орнын игерудің қоршаған ортаға және жүргізіліп жатқан жұмыстарға әсерін жан-жақты талдауды ұсынады. Авторлар биоәртүрлілікке, су мен ауа сапасына әсерін талқылай отырып, теңіз қайраңындағы қызметтің экологиялық және технологиялық әсерлерінің әртүрлі аспектілерін атап өтеді. Қоршаған ортаға теріс әсерді азайтуға бағытталған заманауи әдістер мен технологиялардың тиімділігін талдауға ерекше назар аударылады. Сонымен қатар, мақала теңіз платформаларында жұмыс жағдайларын жақсарту бойынша ұсыныстар беру арқылы қызметкерлердің еңбек қауіпсіздігіне әсерін бағалайды. Қорытынды Тұжырымдар қоғамның энергетикалық қажеттіліктері мен теңіз аймақтарының экожүйесін сақтау арасындағы тепе-теңдікті қамтамасыз ете отырып, теңіз қайраңында тұрақты қызмет стратегияларын әзірлеу үшін құнды практикалық бастапқы деректерді береді.

АННОТАЦИЯ

Данная статья предоставляет всесторонний анализ воздействия разработки морского месторождения на окружающую среду и проводимую работу. Авторы

освещают разнообразные аспекты экологических и технологических последствий деятельности на морском шельфе, обсуждая влияние на биоразнообразие, качество воды и воздуха. Особое внимание уделяется анализу эффективности современных методов и технологий, направленных на снижение негативного воздействия на окружающую среду. Помимо этого, статья оценивает влияние на безопасность труда персонала, предоставляя рекомендации по улучшению рабочих условий на морских платформах. Итоговые выводы предоставляют ценные практические исходные данные для разработки стратегий устойчивого ведения деятельности на морском шельфе, обеспечивая баланс между энергетическими потребностями общества и сохранением экосистемы морских регионов.

Кілт сөздер: Теңіз кен орны, қоршаған орта, ресурстарды өндіру, экологиялық әсер, әсерді азайту технологиялары, еңбек қауіпсіздігі, теңіз сәресі, биоәртүрлілік, су, ауа, тұрақтылық, жұмыс жағдайлары, энергетикалық қажеттіліктер, экожүйе.

Ключевые слова: морское месторождение, окружающая среда, добыча ресурсов, экологическое воздействие, технологии снижения воздействия, безопасность труда, морской шельф, биоразнообразие, вода, воздух, устойчивость, рабочие условия, энергетические потребности, экосистема.

Теңіз қайраңында табиғи ресурстарды өндіру технологияларының дамуымен энергетикалық ресурстарға деген қажеттілік қана емес, сонымен қатар Теңіз кен орындарын саналы және жауапты пайдалану қажеттілігі де артып келеді. Теңіз аймақтарының дамуы энергетикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады, бірақ бұл процесс қоршаған орта мен еңбек қауіпсіздігіне үлкен қиындықтар туғызады. Осы кіріспе теңіз қайраңындағы қызметтің қоршаған ортаға және жүргізіліп жатқан жұмысқа кешенді әсерін қарауға бағытталған.

Осы саладағы зерттеу теңіз аймақтарындағы биоәртүрлілікке, су мен ауа сапасына әсерін талдауды қамтиды. Персоналдың еңбек қауіпсіздігі

проблемаларына, сондай-ақ экологиялық әсерді төмендетуге бағытталған заманауи технологиялардың тиімділігін бағалауға ерекше назар аударылады. Экономикалық мүдделер мен табиғатты қорғау арасындағы тепе-теңдікті іздеу контекстінде бұл зерттеу теңіз қайраңында тұрақты қызмет көрсету стратегияларын әзірлеуге маңызды үлес болып табылады.

Теңіз кен орындарын игеруге байланысты мәселелердің көп қырлы сипаты ресурстарды өндірудің техникалық аспектілерін ғана емес, сонымен қатар табиғатты қорғауға және жұмысшылардың қауіпсіздігін қамтамасыз етуге қатысты көптеген мәселелерді қамтиды. Теңіз аймақтарының биожүйелеріне экологиялық әсер ету теңіз фаунасы мен флорасына, сондай-ақ су мен атмосфераның сапасына әсерін мұқият зерттеуді қажет етеді. Теріс салдарды азайтудың тиімді шаралары осы саладағы тұрақты дамудың маңызды аспектісіне айналуға.

Автоматтандыру және жаңа материалдарды әзірлеу сияқты заманауи технологиялар қызметтің қоршаған ортаға әсерін азайтуға мүмкіндік береді. Осы технологиялық шешімдерді экологиялық аспектілерді бағалаумен және реттеумен біріктіру теңіз ресурстарын тиімді және тұрақты пайдалануға мүмкіндік береді.

Мақаланың негізгі бөлігі Теңіз кен орындарын игерудің қоршаған ортаға және жүргізіліп жатқан жұмыстарға әсерін тереңірек зерттеу үшін бірнеше бөлімдерде ұйымдастырылуы мүмкін. Міне, негізгі бөліктің мүмкін құрылымы:

1. Теңіз кен орындарын игерудің экологиялық әсері

Биоәртүрлілікке әсері: теңіз қайраңындағы әрекеттердің экожүйелер мен жануарлар әлеміне әсерін талдау. Түрлердің мінез-құлқы мен санының өзгеруін бағалау.

Су мен атмосфераның сапасы: кен орындарын игерудің су мен атмосфера параметрлеріне, соның ішінде ластану мен климаттық жағдайлардың өзгеруіне әсерін зерттеу.

2. Экологиялық әсерді төмендету технологиялары

Ресурстарды өндірудегі инновациялар: қоршаған ортаға теріс әсерді азайтуға бағытталған заманауи технологияларға шолу.

Автоматтандыруды қолдану: автоматтандыру мен қашықтағы технологиялардың қоршаған ортаға қауіп-қатерді азайтуға әсерін қарастыру.

3. Теңіз платформаларындағы еңбек қауіпсіздігі

Тәуекелдерді бағалау және төтенше жағдайлар: технологиялық процестердің күрделілігін ескере отырып, теңіз платформаларындағы еңбек қауіпсіздігін талдау.

Қауіпсіздік инновациялары: жұмысшылардың қауіпсіздігін жақсарту үшін заманауи шешімдер мен технологияларды ұсыну.

4. Экономикалық және экологиялық аспектілерді біріктіру

Тұрақты даму: экономикалық пайда мен қоршаған ортаны сақтау арасындағы тепе-теңдікті іздеу.

Инновацияның экономикалық әсері: жаңа технологиялардың ресурстарды өндіру тиімділігіне әсерін бағалау және тұрақтылықты қамтамасыз ету.

5. Практикалық іске асыруға арналған ұсыныстар

Тәуекелдерді басқару стратегиялары: экологиялық және технологиялық тәуекелдерді басқарудың практикалық стратегияларын әзірлеу.

Заңнамалық аспектілер: теңіз ресурстарын өндіру саласындағы нормалар мен ережелердің сақталуын қамтамасыз ету үшін заңнамалық шаралар мен стандарттарды қарастыру.

6. Қорытынды

Қорытынды Тұжырымдар: зерттеу нәтижелерін жалпылау, Теңіз кен орындарын игеру әсерінің негізгі аспектілерін және осы процестің тұрақтылығын жақсартудың мүмкін жолдарын бөліп көрсету.

Мұндай құрылым ақпаратты жүйелеуге және оқырмандарға Теңіз кен орындарын игерудің қоршаған ортаға және жүргізіліп жатқан жұмысқа әсеріне қатысты мәселелер туралы жан-жақты түсінік беруге мүмкіндік береді.

Теңіз кен орындарын игерудің қоршаған ортаға және жүргізіліп жатқан жұмыстарға әсерін зерттеу нәтижесінде бұл энергияға деген қажеттілік,

экологиялық тұрақтылық пен еңбек қауіпсіздігі арасындағы Мұқият тепе-теңдікті қажет ететін күрделі және көп қырлы процесс екені анық. Биоәртүрлілік, су сапасы және атмосфералық жағдайлар тұрғысынан бағаланған экологиялық әсер теріс әсерлерді азайту үшін инновациялық шешімдерді табу қажеттілігін көрсетеді.

Экологиялық әсерді азайту технологиялары осы саладағы тұрақты дамудың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Автоматтандыру мен қашықтағы технологияларды қолдануды қоса алғанда, ресурстарды өндіру саласындағы инновациялар тиімділікті біріктіру және қоршаған ортаға әсерді азайту үшін жаңа перспективалар ұсынады.

Экономикалық және экологиялық аспектілерді біріктіру ұзақ мерзімді перспективада тұрақты дамудың маңыздылығын көрсетеді. Тәуекелдерді басқару стратегияларын енгізу және заңнамалық стандарттарды сақтау тұрақты жұмыс ортасын құрудың және қоршаған ортаны сақтаудың негізгі элементтерін білдіреді.

Қорытынды ұсынымдар алынған нәтижелерді іс жүзінде іске асыруға және Теңіз кен орындарын игеру саласына инновацияларды енгізуге бағытталған. Өнеркәсіптің, ғылыми қоғамдастықтың және заң шығарушы органдардың бірлескен күш-жігерімен ғана теңіз қайраңында табиғи ресурстарды өндіру ісінде тұрақтылық пен жауапкершілікті қамтамасыз етуге болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. "Морские газовые и нефтяные технологии" под редакцией Г.И. Туманяна.
2. "Морская нефтегазодобыча: инновационные технологии и перспективы развития" под редакцией А.В. Куркина и А.Н. Яковлева.
3. Бирюкова В.В. Управление сбалансированным развитием предприятий нефтяной промышленности // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. 2016. № 1(47). С. 87–94.

БӨЛІМ

«ЭКОНОМИКА»

БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ СҰРАҚТАРЫ

Асхатқызы Ұлдай
магистрант,
Экономика және менеджмент жоғары мектебі,
Университет Нархоз
Қазақстан, Алматы қ.
E-mail: ulday.askhatkyzy@narхоз.kz

FINANCING ISSUES IN THE EDUCATION SYSTEM

Ulday Askhatkyzy
Master's student,
Higher School of Economics and management,
Narxoz University
Kazakhstan, Almaty

АНДАТПА

Қазір қаржыландыру мәселелерін қамтитын үкіметтік білім беруді жаңғырту бағдарламасының болуы өте маңызды. Халықаралық контексте білім беруді қаржыландыру мәселелері кеңінен талқыланды. Әр түрлі модельдер әзірленіп, қоғамдық талқылауға ұсынылды. Білім беруді қаржыландыру саласындағы реформаның немесе кем дегенде елеулі өзгерістердің қажеттілігі барлық дерлік елдерде мойындалады.

Зерттеудің негізгі идеясы: Тікелей жүзеге асырылатын бюджеттік қаржыландыру білім беру жүйесінде мемлекеттік тапсырысты орындау және іске асыру үшін материалдық негіз болып табылады. Білім беру саласының қаржы ағындары қозғалысының ашықтығын қамтамасыз ету үшін бюджетті қалыптастыру және қаржыландырудың нақты қажеттіліктерін анықтау үшін қаржыландырудың әдістерін қолдану қажет.

Зерттеудің негізгі мақсаты : Қазақстан Республикасындағы білім беру жүйесінің қаржылық тетігінің қаржыландыру мәселелерін зерттеу және жоғары

білімнің қазіргі таңдағы қаржылық-шаруашылық дербестігін арттыруға сәйкес жаңғырту негіздеріне ықпал ететін факторларды анықтау және талдау жүргізу болып табылады.

ABSTRACT

Now it is very important to have a government program for the modernization of Education, which includes financing issues. Issues of financing education in the international context have been widely discussed. Various models were developed and submitted for public discussion. The need for reform or at least significant changes in the field of education financing is recognized in almost all countries.

The main idea of the study: directly implemented budget financing is the material basis for the implementation and implementation of the state order in the education system. To ensure transparency in the movement of financial flows in the field of education, it is necessary to apply the regulatory methods of financing to form the budget and determine the specific needs for financing.

The main purpose of the study is to study the problems of financing the financial mechanism of the education system in the Republic of Kazakhstan and to identify and analyze the factors contributing to the foundations of modernization in accordance with increasing the current financial and economic independence of Higher Education.

Тірек сөздер: білім беру, қаржыландыру көлемі, контингент, лицензия, экономикалық жіктеу.

Keywords: education, funding volume, contingent, license, economic classification.

Кіріспе

Білім беру саласындағы уәкілетті орган Қазақстан Республикасындағы бастауыш, негізгі орта және жалпы орта білім беретін мемлекеттік ұйымдарды қаржылық қамтамасыз ету мөлшерін айқындау әдістемесіне (бұдан әрі – әдістеме) сәйкес болжанатын жоспарлы кезеңге жан басына шаққандағы қаржыландыру нормативтерінің есебін жүргізеді. Жан басына шаққандағы

қаржыландыру нормативтерін есептеу бюджет заңнамасында белгіленген мерзімдерде жүргізіледі. Болжанатын жоспарлы кезеңге бастауыш, негізгі орта және жалпы орта білім беретін мемлекеттік ұйымдарды жан басына шаққандағы қаржыландыру нормативтерінің мөлшері білім беру саласындағы уәкілетті органның бұйрығымен бекітіледі.

Шығыстарды есептеу ҚР БҒМ белгілеген тәртіппен анықталған оқушылардың орташа жылдық болжамды санының негізінде жүргізіледі. Кешкі (ауысымдық) оқыту нысанын қоса алғанда, бастауыш, негізгі орта және жалпы орта білім беру бағыты бойынша шығыстарды есептеу сәйкес нысан бойынша жүргізіледі және бюджеттік өтінімнің бөлігі болып табылады. Есеп айырысу нәтижелері Ведомстволық бағынысты мемлекеттік бастауыш, негізгі орта және жалпы орта білім беру ұйымдарына ақпараттық хатпен жеткізіледі және осы ұйымдардың бюджеттік өтінімдерді дайындауы үшін негіз болып табылады. Бюджеттік бағдарлама бойынша шығыстар құрамында Республикалық маңызы бар қаланың, астананың мемлекеттік білім беру ұйымдарына жұмыстың жоғары көрсеткіштері үшін гранттар беру бюджеттік бағдарламалардың әкімшісі бюджет қаражатының болуына байланысты айқындалатын, бірақ жоспарлы кезеңде ведомстволық бағынысты бастауыш, негізгі орта және жалпы орта білім беру ұйымдарының шығыстары сомасының кемінде 20% – ы білім беруді дамытуды ынталандыру қорын қосымша ескереді, жан басына шаққандағы қаржыландыру нормативтері негізінде есептелген.

Мемлекет оқу орындарында бюджеттік орындарды қамтамасыз ете отырып, ел бюджеттерінен субсидиялар, гранттар, стипендиялық сыйлықтар және т. б. беру арқылы білім алуға кепілдік береді. Білім алушыларды субсидиялау және несиелеу арқылы мемлекет бірнеше міндеттерді шешеді: жоғары деңгейлі мамандарды шығару, халықты жұмыспен қамтуды арттыру, азаматтардың өмір сүру сапасы мен білім деңгейін арттыру, несиелеу жағдайында бюджет қаражатын қайтару және т. б. Білім беруді мемлекеттік қолдау саясатының түпкі мақсаты – білім беру саласындағы азаматтар алдындағы әлеуметтік міндеттемелерді сақтау есебінен халықтың тиімді еңбек қызметі нәтижесінде

бюджеттерді салықтық және салықтық емес аударымдармен толықтыру болып табылады.

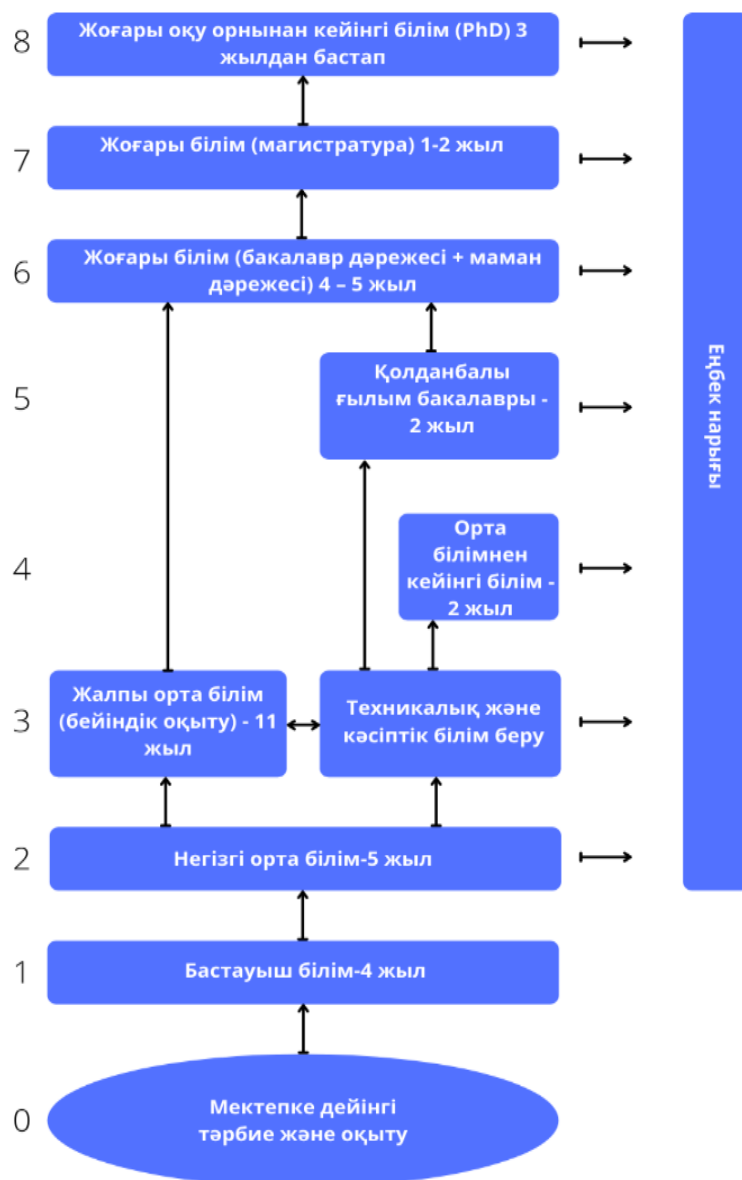
Мемлекет қазіргі заманғы стандарттарға сәйкес білім берудің қолжетімділігі туралы, елдің әрбір азаматы үшін тегін білім алу мүмкіндігі туралы мәлімдейді, нәтижесінде мемлекет бөлінген бюджеттік орындар шеңберінде азаматтардың білім алуына ақы төлеу функциясын өзіне алады. Ел бюджетінен ақша қаражаты білім беру саласындағы қызметті жүзеге асыратын ұйымдардың мекенжайларына аударылады. Студенттер үшін бюджеттік білім алудың негізгі шарттары оқу үлгерімі мен оқу тапсырмаларын орындау болып табылады. Бұл ретте мемлекет бөлінген бюджет қаражатын қайтару туралы мәлімдемейді, бірақ оқу орындарының түлектері жұмысқа орналасады, табыс алады, одан аударымдар салық түрінде бюджетті толықтырады деген болжам бар. Мемлекеттің білім беру саясаты азаматтардың өмір бойы білім алуына бағытталған.

Білім беру ұйымдарының қаржыландыруға қажеттілігін анықтаудың қолданыстағы тетігі білім беру процесінің бастауыштығы, білім беру саласындағы конституциялық кепілдіктер мен қалыптасқан мемлекеттік міндеттемелерді іске асыруды қамтамасыз ететін және олардың жұмыс істеуі үшін белгілі бір мемлекеттік бюджеттік қаржыландыруды талап ететін мемлекеттік білім беру мекемелерінің қалыпты жұмыс істеуін қамтамасыз ету қағидатына негізделген. Қаржыландыру көлемі білім беру процесін заңнамада көзделген параметрлерде, яғни мемлекеттік білім беру бағдарламалары мен білім беру мекемелері іске асыратын стандарттарға сәйкес жүзеге асыру үшін жеткілікті болуы тиіс.

Қаражатқа қажеттілікті кез- келген есептеудің бастапқы параметрлері – оқушылар контингентінің көрсеткіштері (студенттер, оқушылар, тыңдаушылар және т.б.) – нақты, жоспарланған, болжамды-қандай қажеттілік есептелетініне байланысты.

Материалдық объектілерді ауыстыру, кітапханаларды толықтыру, қосымша жабдықтар сатып алу және т.б. қажеттілігін ескеру қажет. Есеп айырысу нәтижесінде білім беру ұйымдарының бюджет қаражатына деген нормативтік

немесе базалық қажеттілігі анықталады. Осылайша, қаражатты бөлу негізіне әрбір білім беру мекемесі бойынша экономикалық жіктеу баптары бөлінісінде нормативтік (базалық) қажеттілік есептеулері қойылады. Оқу орындарының бюджет қаражатына деген қажеттілігін анықтауда бап есептеулерін біріктіруге және шығыстар құрылымының жалпылама көрсеткіштерін қолдануға, дәлірек айтсақ, олардың жалпы сомасындағы шығыстардың әртүрлі баптарының үлесін анықтауға негізделген сәл өзгеше тәсілдер бар. Білім беру мекемесін қаржыландырудың нормативтік немесе базалық қажеттілігін анықтау тәртібін қорытындылай келе, егер есептеулер жүргізілетін қызмет шеңберінде орындалатын жұмыстардың мазмұнына, яғни білім беру процесіне сүйене отырып жүргізілсе, неғұрлым негізделген нәтижелер алынатынын байқау қиын емес. Тек осылай ғана белгілі бір шығындардың қажеттілігін негіздеуге болады, бұл мекеме білім беру қызметін жүзеге асыру барысында орындалуы немесе орындалуы керек жұмыстардың мазмұнын анықтауды қажет етеді. Бірінші кезеңде жоспарланған жылға арналған білім беру мекемесіндегі оқушылар контингентінің мөлшері анықталады. Білім беру мекемесіндегі оқушылар контингентінің лицензиялық шектелуі түсінікті болып көрінеді, өйткені ол мемлекет белгілеген білім беру процесін жүзеге асыру шарттарына қатысты материалдық базаның мүмкіндіктерін және оның сапасын көрсетеді. Егер қалыпты жағдайда белгілі бір мектепте 500-ден аспайтын адам оқуы керек деген шешім қабылданса, онда ол одан да көп оқымауы керек.



Кесте 1. ҚР Білім жүйесінің сатылары

Құрылтайшының оқу жөніндегі тапсырмалары сөздің толық мағынасында-тапсырмалар, яғни құрылтайшы өз бюджетінен оқытуды құрылтайшы төлейтін (қаржыландыратын) білім беру мекемесіндегі оқушылар контингентінің шамасы туралы қабылдаған шешім болып табылады. Мемлекеттік деңгейде бұл шешімдерді осы мекеме басқаратын білім беруді басқару органы қабылдайды және тиісті деңгейдегі мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылады. Мемлекеттік емес оқу орындарында тапсырмалар құрылтайшының шешімімен белгіленуі және ол өз қаражатынан қаржыландырылуы мүмкін. Лицензиялық талаптар шегінде оқыту не жалпыға қолжетімді және тегін (мектепке дейінгі, мектеп)

болып табылатын білім беру деңгейлеріндегі не оқыту ақылы немесе тегін негізде, бірақ білім алушылар контингентінің белгіленген шамасы шегінде жүзеге асырылатын қосымша білім беру мекемелеріндегі оқушылар контингенті айқындалады. Білім берудің жалпыға қол жетімділігі мынада: оқу орындарына онда оқығысы келетіндердің барлығы қабылдануы керек, бірақ лицензиямен белгіленген сан шегінде ғана.

Жекелеген мамандықтар бойынша (көркем, музыкалық, шығыс тілдерін оқыту және т.б.) және ЖОО-лар жеке арақатынастарды белгіледі, бұл да нәтижелерді нақтылауды талап етеді. Іс жүзінде, әрине, алынған нәтижелер негізгіден өзгеше болады, өйткені сабақтарды өткізу үшін тек мұғалімдер ғана емес, сонымен қатар әртүрлі шекті жұмыс жүктемесі қарастырылған әртүрлі пәндер бойынша мұғалімдер қажет. Педагогикалық қызметкерлердің ставкаларының санын анықтайтын басқа факторларды ескеру қажет. Шығыстардың басқа бағыттары бойынша қаражатқа қажеттілікті есептеу қолданыстағы (оның ішінде) негізінде жүзеге асырылады. білім беру мекемесінің қалыпты жұмыс істеуі үшін қажетті ресурстарға (жылу, электр энергиясы, сумен жабдықтау және су бұру, газ) қажеттілігінің сандық көрсеткіштері, сондай-ақ жабдықтардың тозу нормативтері, материалдарды жұмсау, ағымдағы профилактикалық және күрделі жөндеу жүргізудің жүйелілігі, қажетті телефондар саны айқындалатын шамамен алынған, шамамен алынған, есептік) нормативтер мен санитарлық нормалар көлік құралдары, байланыс құралдары және т. б. Бұл деректердің барлығы өткен жылдардағы ұқсас ресурстарды тұтынуды ескере отырып жинақталады – жоспарланған жылы ресурстарды тұтыну білім беру мекемесіндегі кез келген өзгерістерге байланысты алдыңғы жылдардағы тұтыну көлемінен өзгеше болуы мүмкін. Жүргізілген есептеулер нәтижесінде білім беру мекемелерінің бюджет қаражатына нормативтік немесе базалық қажеттілігі алынады. Нақты қаржыландыру әдетте есептелген қажеттіліктен өзгеше болғандықтан, соңғысы бюджет қаражатын бөлу базасы ретінде қолданылады. Шығындарды баптар бойынша бөлу шығыстарды экономикалық сыныптама баптарына – әдістемелік материалдарға жатқызу тәртібіне сәйкес жүзеге асырылады. Әрине, смета

жобасын экономикалық жіктеу баптары бойынша бірден есептеуге болады. Бірақ мұндай есептеу тәртібі (жіктеудің соңғы нұсқасы бойынша) әлі әзірленбеген, бұл жұмысты қиындатады.

Қорытынды

Бюджеттік қаржыландыру тапшылығын шешу жолын білім беруге салынған инвестицияларда қарастырған жөн. Білімге инвестиция салу-бұл елдің адами капиталын құрудың және экономикалық өсу перспективаларын жақсартудың маңызды әдісі ғана емес. Олардың өзіндік құндылығы бар, өйткені Білім адамдардың көкжиегін кеңейтеді, өзін-өзі жүзеге асыруға мүмкіндік береді, олардың материалдық әл-ауқаты мен салауатты өмір салтына ықпал етеді. Сондықтан адамның сауаттылығы мен білім деңгейі туралы мәліметтер елдегі өмір сапасының маңызды көрсеткіштерінің бірі болып табылады. Тиісті меншікті берумен қатар, қаржыландыруды бюджеттік жүйенің бір буынынан екінші буынға беру тәртібінің толық сипаттамасын көздеу қажет. Сонымен қатар, меншік пен қаржыландыруды беру міндетті түрде бір уақытта жүргізілуі керек, сондықтан белгілі бір уақыт аралығында меншік субъектінің қарамағында болады, ал қаржыландыру бюджеттен жалғасады. Бұл білім беру мекемесін басқаруға теріс әсер етеді, мұндай білім беру мекемелерінің қаржылық және экономикалық қызметін жүзеге асыруда даулардың туындауына себеп болады. Қанағаттанарлықсыз қаржыландыру білім беру жүйесіндегі дағдарыстық жағдайлардың негізгі факторларының бірі және көзі болып табылады. Бұл мәселені тек мемлекеттік деңгейде шешуге болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Воронин А.Г., Лапин В.А., Широков А.Н. Основы управления муниципальным хозяйством. – СПб., 1992. – 540 с.
2. Пояснительная записка к проекту Закона Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2005 год». Постановление Правительства от 31 августа 2004 года № 20/5532.
3. Хурсевич С.Н. Использование нормативного подхода организации бюджетного выравнивания. //Финансы. -1996. -№10. -С. 7-9.

О‘ЗБЕК ТИЛИДАГИ МАҚОЛАЛАР

БО‘ЛИМ

"ИҚТИСОДИЙОТ"

МАМЛАКАТИМИЗ КОРХОНАЛАРИДА ИМПОРТ ЎРНИНИ БОСУВЧИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШГА АСОСЛАНГАН САНОАТ СИЁСАТИ

Джурабоева Диёра Музаффар қизи

талаба,

Фаргона давлат университети,

Ўзбекистон Республикаси, Фаргона шаҳри

E-mail: olimova_nh@mail.ru

Олимова Нодира Хамракуловна

ilmiy rahbar, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent,

Farg‘ona davlat universiteti,

Ўзбекистон Республикаси, Фаргона шаҳри

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА НА ОСНОВЕ ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СТРАНЫ

Джурабоева Диёра Музаффар қизи

студент,

Ферганский государственный университет

Республика Узбекистан, г. Фергана

Олимова Нодира Хамракуловна

научный руководитель, канд. Экон. наук, доц.,

Ферганский государственный университет,

Республика Узбекистан, г. Фергана

АННОТАЦИЯ

Мазкур мақолада мамлакатимиз ишлаб чиқариш корхоналарида саноат сиёсатининг юргизилиши, импорт ўрнини босувчи товарларни ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш ва ривожлантириш масалалари хусусида фикр юритилади ва мамлакатда саноат ишлаб чиқариши ҳолати бўйича таҳлиллар келтирилади.

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются вопросы проведения промышленной политики на производственных предприятиях страны, налаживания и развития производства импортозамещающих товаров, приводится анализ состояния промышленного производства в стране.

Таянч сўзлар: саноат, импорт, ишлаб чиқариш, саноат сиёсати, товар, рақобат.

Ключевые слова: промышленность, импорт, производство, промышленная политика, товары, конкуренция.

Маълумки, ички ва хориж бозорида талаб юқори бўлган маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш, импорт миқдорини камайтириб, экспортни кўпайтириш ва бу орқали иқтисодий ривожлантириш давлат олдида турган муҳим масалалардан бири ҳисобланади. Импорт ўрнини босувчи маҳсулот ишлаб чиқариш давлат валюта захираси четга чиқиши олдини олади [5]. Импорт ўрнини босувчи лойиҳаларни амалга оширишда ички ва ташқи бозорни ўрганишдан ташқари ишлаб чиқариш жараёнини тўғри ва мукамал ташкил эта олиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Бунда хом ашёни қайта ишлашни тўғри ташкил этиш ва ундан зарур бирламчи ва иккиламчи маҳсулотларни олишга эришиш, уларни яна қайта ишлаш, керак бўладиган технология ва билимларни қўллаш, малакали мутахассисларни жалб этиш талаб этилади. Бундан ташқари, ишлаб чиқариш жараёнини тўғри ташкил қилиш ва бозор билан ишлашнинг шартларини билиш – буларнинг ҳаммаси ишлаб чиқариш маданияти саналади. Шунингдек, ҳамма нарса бир-бирига уйғун бўлиши ҳам муҳим. Бу битта босқич иккинчиси туфайли тўхтаб қолиши керак эмаслигини англатади.

Дастлабки маълумотлар бўйича 2022 йил давомида республика корхоналари томонидан 551,1 трлн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлиб, 2021 йилнинг январ-декабр ойига нисбатан саноат ишлаб чиқаришининг физик ҳажми индекси 105,2 %ни ташкил этди. Ўтган йилнинг мос даври билан

солиштирганда ишлаб чиқарадиган саноат таркибида юқори технологияли тармоқнинг улуши 2,1 %ни ташкил қилди. Жами ишлаб чиқарадиган саноат таркибида машина ва асбоб-ускуналар ишлаб чиқариш, таъмирлаш ва ўрнатиш, автотранспорт воситалари, ярим тиркамалар ва бошқа тайёр буюмларни ишлаб чиқариш соҳасининг улуши – 20,3 %, металлургия саноатининг улуши – 23,2 %, тўқимачилик, кийим, тери маҳсулотларини ишлаб чиқаришнинг улуши – 17,9 % га тўғри келди [7].

Импорт ўрнини босувчи маҳсулотни ўзлаштиришда илгари бундай турдаги маҳсулот ишлаб чиқарилмаганини эътиборга олган ҳолда жараёни тўғри ташкил эта олиш мураккаб вазифалигини унутмаслик зарур. Шунингдек, янги маҳсулотни таклиф этиш ва унинг бозорда ўз ўрнига эга бўлиши устида жиддий ишлаш ҳам осон бўлмайди, илк бора ишлаб чиқарилиши йўлга қўйилган маҳсулотлар сифати ва нархининг бозорда рақобатбардошлигини таъминлаш ҳам маълум даражада машаққатли меҳнатни талаб этади. Саноат тармоқларида ишлаб чиқариш жараёнини йўлга қўйиш босқичма-босқич амалга оширилишини инобатга оладиган бўлсак, бундай заиф жиҳатларини ҳам тўғри қабул қилиш керак. Янги турдаги маҳсулотни ўзлаштиришда хом ашёни тўғри танлай олиш, ишлаб чиқаришни йўлга қўйишда моддий-молиявий ресурслар чеклангани, янги лойиҳани амалга оширишда иқтисодий самарадорлигини ҳисоб-китоб қилиш талаб этилиши, инвесторни жалб этиш, жой ажратиш, мутахассис тайёрлаш кабилар маълум вақт талаб этади. Автомобил ишлаб чиқариш саноатида 2022 йил давомида 101617 дона “Cobalt” (ўтган йилнинг мос даврига нисбатан 43,0 % га ошди), 22245 дона “Nexia T-250” (29,3 %га камайди), 87105 дона “Lasetti-Jentra” (70,6 %га ошди), 14464 дона “Spark” (45,9 %га ошди), 20941 дона махсус енгил автомобиллар (21,0 %га ошди), 72235 дона “Damas” (31,2 %га ошди) ҳамда 9088 дона Tracker автомобиллари ишлаб чиқарилди. Республиканинг машинасозлик саноатида йирик корхоналар томонидан 225,4 минг дона двигателлар ишлаб чиқарилиб, ўтган йилнинг мос даврига нисбатан 40,5 % га ошган. Муҳими, Ўзбекистоннинг юқори қийматга эга маҳсулотларни ишлаб чиқариш салоҳияти мавжуд. Ўзбекистон Республикасида иқтисодий

ислохотларнинг ҳозирги босқичида импорт ўрнини босувчи ишлаб чиқаришларни ташкил этиш ва маҳаллийлаштиришга асосланган саноат сиёсатини тадқиқ этиш асносида қуйидаги хулосалар ва тавсияларни келтириб ўтамиз:

1. Импорт ўрнини босишнинг муҳим таркибини кўриб чиқиш ва шу асосда унинг шакллари аниқлаш бизга Ўзбекистон Республикасининг ўтиш давридаги иқтисодийётида унинг мақбул йўналишларини аниқлашга асос бўлди.

2. Ўзбекистон Республикасида импортга мойиллик тўғрисидаги назарий қоидаларга тўлиқ жавоб бермайдиган ҳодиса мавжуд. Бизнинг фикримизча, ушбу ҳодиса мамлакатда ички бозорни истеъмол товарлари билан мустақил равишда таъминлаш имкониятига эга эмаслиги билан боғлиқ.

3. Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, импорт ўрнини босиш самарадорлиги биринчи навбатда амалдаги иқтисодий сиёсат, мавжуд иқтисодий тузилмалар ва ижтимоий-иқтисодий ривожланиш мақсадларига боғлиқ.

4. Ишлаб чиқаришнинг трансформацион инқирози оқибатларини бартараф этиш шароитида давлат иқтисодий сиёсатини амалга оширишнинг ягона тўғри йўналиши ва мамлакатнинг иқтисодий ҳаётига таъсир қилиш – импорт ўрнини босувчи иқтисодий ўсишни рағбатлантириш сиёсати бўлиб, у импортга боғлиқликни камайтиради ва шу тариқа барча макроиқтисодий агентлар харажатларининг таъсирини оширишга ёрдам беради.

5. Миллий иқтисодиётнинг етарли даражада ривожланмаганлиги шароитида импорт ўрнини босиш стратегиясини амалга ошириш бир қатор ижтимоий-иқтисодий муаммоларни, хусусан, ишсизликни камайтириш, ишлаб чиқариш қувватларининг ортиқча юкланишини бартараф этиш, табиий ва иқтисодий ресурслардан оқилона фойдаланиш, савдо шароитларини яхшилаш ва миллий ишлаб чиқарувчиларнинг рақобатбардошлигини оширишга имкон беради.

6. Мавжуд саноат имкониятларидан фойдаланиш ҳолати таҳлили ишлаб чиқариш ускуналари, технологиялари ва бутловчи қисмларини импорт қилиш зарурлигини таъминлайдиган биринчи даражали импорт ўрнини босишнинг мақбуллигини асослашга имкон беради.

7. Ўзбекистон Республикасида самарали таркибий диверсификацияни амалга оширишда энг сўнгги хорижий техник, технологик ва молиявий ёрдам талаб этилади. Импорт ўрнини босиш стратегиясини амалга оширишга ёрдам сифатида, миллий иқтисодиётнинг таркибий диверсификацияси режалаштирилган стратегия натижаси сифатида ҳам ҳаракат қилиши мумкин.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Ш.Мирзиёев. Янги Ўзбекистон Стратегияси. – Тошкент: “O‘zbekiston” нашриёти, 2021.464 бет.
2. Zaylobitdinova, H., Zaylobitdinov, D., & Ergashovna, A.O. (2022). The importance of banks in increasing investment attraction. Евразийский журнал права, финансов и прикладных наук, 2(2), 42-49.
3. Олимова, Н.Х. (2021). Анализ развития и факторов конкурентоспособности промышленных предприятий региона. *Cognitio rerum*,(7), 32-35.
4. Олимова, Н.Х., & Каримов, Ш.Х. (2020). Реал сектор корхоналарида инновацион янгиликларни жорий қилишнинг ташкилийиқтисодий механизмини такомиллаштириш. In Минтақа иқтисодиётини инвестициялашнинг молиявий-ҳуқуқий ва инновацион жиҳатлари (pp. 423-427).
5. Эргашев, А.Х., & Олимова, Н.Х. (2020). Инновацияларни яратиш ва уларни саноат кор-хоналари фаолиятига жорий этишнинг асосий масалалари. In Минтақа иқтисодиётини инвестициялашнинг молиявий-ҳуқуқий ва инновацион жиҳатлари (pp. 487-490).
6. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги статистика агентлиги. Тошкент – 2023-й.

ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИНИНГ ТИЖОРАТ ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

Джурабоева Диёра Музаффар қизи

*талаба,
Фаргона давлат университети,
Ўзбекистон Республикаси, Фаргона шаҳри
E-mail: olimova_nh@mail.ru*

Зайлобитдинова Хуснида Халилжон қизи

*роҳбари илмӣ, омӯзгор,
Фаргона Давлат университети,
Ўзбекистон Республикаси, Фаргона шаҳри*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Джурабоева Диёра Музаффар қизи

*студент,
Ферганский государственный университет
Республика Узбекистан, г. Фергана*

Зайлобитдинова Хуснида Халилжон қизи

*научный руководитель, преподаватель,
Ферганский государственный университет,
Республика Узбекистан, г. Фергана*

АННОТАЦИЯ

Ушбу мақолада олий таълим муассасаларининг таълим хизматларини ривожлантириш ва тижорат фаолиятини бошқаришни такомиллаштиришнинг назарий ва услубий қоидалари, шунингдек, бошқарувнинг ҳозирги босқичидаги таълим ислоҳотлари шароитида унинг самарадорлигини оширишга хизмат қилувчи йўналишлар батафсил кўриб чиқилади.

АННОТАЦИЯ

В данной статье подробно рассмотрены теоретические и методические положения развития образовательных услуг высших учебных заведений и совершенствования управления коммерческой деятельностью, а также направления, служащие повышению ее эффективности в условиях реформы образования на современном этапе управления.

Таянч сўзлар: таълим, инсон капитали, таълим хизматлари бозори, тижорат фаолияти, меҳнат бозори, таълимни бошқариш, инновацион таълим.

Ключевые слова: образование, человеческий капитал, рынок образовательных услуг, коммерческая деятельность, рынок труда, управление образованием, инновационное образование.

Бугун мамлакатимизда олий таълим олиш истагида бўлган ёшлар сафи йилдан-йилга ортиб бормоқда. Ана шу талабдан келиб чиқиб, мамлакатимизда хусусий олий таълим муассасалари ва давлат органларининг филиаллари кўпайтирилади, давлат университетлари эса давлат таълим муассасалари билан тенг асосда ишлайди. Рақобат муҳити таълим сифатини ошириш, ўсиб бораётган кадрларнинг ҳар томонлама етук, билимдон бўлиши учун замин яратмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев: «...Биз ёш авлодимизга муносиб таълим беришимиз, унинг илм-фан ва билимга бўлган қизиқишини рағбатлантиришимиз керак. Мактабгача таълим тизимини ривожлантириш, ўрта ва олий таълим муассасаларининг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш, илмий ва ўқув жараёнлари сифатини тубдан ошириш зарур» [2], – деб таъкидлаб ўтганлари бежиз эмас, албатта.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги Фармони [1] соҳада мавжуд рақобат муҳитини янада мустаҳкамлашга хизмат қилади. Чунки мазкур концепцияда олий таълим кўламини кенгайтириш, олий маълумотли мутахассислар тайёрлаш сифатини ошириш, ўқув жараёнига рақамли технологиялар ва замонавий усулларни жорий этиш, ишга қабул қилувчиларни юқори малакали мутахассислар тайёрлаш жараёнига фаол жалб этиш каби масалалар билан бир қаторда, олий таълим муассасаларининг молиявий мустақиллиги ва барқарорлигини таъминлаш, уларнинг моддий-техник таъминотини кучайтириш ҳам кўзда тутилган [3].

Бугунги кунда олий таълим муассасаларининг таълим хизматларини ривожлантириш бевосита юқори технологияларнинг ривожланиш даражаси ва

мутахассислар тайёрлаш даражаси ўртасидаги тафовутни бартараф этиш, кадрлар тайёрлаш йўналишларини кенгайтириш муаммоларини ҳал этишга бевосита боғлиқ. Менежмент тизимлари типологиясининг биринчи ва тез-тез тилга олинган моделларидан бири бу Бертон Кларкнинг уч каррали модели бўлиб, у шу вақтгача ишлаб чиқилган ва бошқарувчилик назарияси маъмурий бошқарув соҳасига кириб кела бошлаган [4]. Бу тадқиқотда Олий таълим соҳаси учга бўлинган:

- бозор энг муҳим рол ўйнайдиган мувофиқлаштириш (масалан, АҚШда);
- мувофиқлаштириш, бунда энг муҳим ролни давлат бажаради (масалан, собиқ СССР ва Швеция);
- академик салоҳият таъсирига асосланган мувофиқлаштириш (масалан, Италия ва Буюк Британия).

Кейинги тадқиқотлар шуни кўрсатдики, Кларк давлат ва таълим муассасалари ўртасидаги муносабатларни «бошлиқ-бўйсунувчи» нуқтаи назаридан кўриб чиқиб, мамлакатларни олий таълимни бошқариш тизимларининг хусусиятларига кўра таснифлаш учун аниқ мезонларни ишлаб чиқмаган. Масалан, Швецияда давлат 1980-йилларнинг бошларида таълим соҳасида устун рол ўйнаган ва бу ҳақиқатни ўз мақсадлари учун ишлатиш имкониятига эга эди (давлат бошқарув модели), Францияда эса таълим вазирлиги, ҳатто тегишли ваколатларга эга бўлса ҳам, олимлар ва маъмурий ҳокимият ваколатига таянмасдан мустақил равишда ҳаракат қилишга қодир эмас эди. Олий ўқув юртлари ресурслари (давлат ва академик ҳамжамият ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг янада мувозанатли модели). Италияда олий таълим соҳасида давлатнинг расмий кучли мавқеига қарамай, университетлар тўлиқ академик ҳамжамият томонидан бошқарилади.

Давлатнинг "кузатувчи" сифатида позициясини шакллантиришнинг келиб чиқиши ўрта асрларда, университетлар ўқитувчилар ва талабаларнинг автоном бирлашмалари сифатида пайдо бўлганида, уларнинг шаҳар ва давлатлар ҳокимияти билан муносабатлари шаклланган. Бу жараён "ўрта аср университети тарихи"да жуда қизиқарли тавсифга эга бўлди.

Турли мамлакатларда олий таълимни бошқаришнинг турли моделларини қисқача таҳлил қилиш уларнинг мазмуни ва тарқалиш имкониятлари тўғрисида баъзи хулосалар чиқаришга имкон беради. Бир нечта мумкин бўлган бошқарув моделларининг мавжудлиги уларнинг яхшиланиши бир моделдан иккинчисига ўтишдан иборатлигини англатмайди. Шунинг учун, бизнинг нуқтаи назаримизга кўра, "бошқарув кубини" ўқлари бўйлаб "ҳаракатланиш" эҳтимоли ёки қийинлиги ҳақида фақат моделни ўзгартириш зарурлигини асослаш орқали гапириш мумкин. Кўпгина ҳолларда, бундай эҳтиёж жуда спекулятив тарзда асосланади. Таълимни бошқариш мазмуни тўғрисида баъзи муҳим хулосалар чиқариш мумкин:

1. Таълимни бошқаришни такомиллаштиришнинг ишлаб чиқилган моделлари, уларнинг танқидий баҳоларига қарамай, нафақат фойдаланиш мумкин, балки бошқарув жараёнининг алоҳида босқичларига нисбатан ҳам зарур.

2. Ушбу моделлардан фойдаланиш уларни бошқариш воситалари сифатида янада ривожлантиришни талаб қилади.

3. Моделларни ишлаб чиқишнинг асосий йўналиши, бизнинг фикримизча, таълим тизимининг ҳолатини таҳлил қилиш ва баҳолашда, мақсад ва вазифаларни белгилашда ва уларни амалга ошириш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқишда субъектив омилнинг ролини камайтириш бўлиши керак.

Бошқарув тизимини қуриш моделларини амалга оширишда, бизнинг нуқтаи назаримизга кўра, ушбу моделлар қондириши керак бўлган бир қатор муҳим шартларни ҳисобга олиш керак. *Биринчидан*, моделлар мақсад ва вазифаларни белгилашда ҳам, амалга оширилаётган тадбирлар рўйхатини лойиҳалашда ҳам давлат таълим (ва нафақат) сиёсати доирасига мос келиши керак. *Иккинчидан*, моделларни қуриш ва амалга ошириш зарур малакага эга бўлган мутахассислар томонидан амалга оширилиши керак. Барча таълим муассасалари ушбу иш учун етарли кадрлар салоҳиятига эга эканлигини тасаввур қилиш қийин. Шу сабабли, ушбу соҳаларда кадрлар тайёрлаш ва (ёки) ушбу ишларни тегишли миқёсда амалга оширишга қодир ихтисослашган ташкилотларни ташкил этиш кўзда тутилиши керак. *Учинчидан*, таълим тизимида ва алоҳида таълим муассасаси

доирасида мақсадларни белгилаш ва уларга эришишда ресурс чекловларини ва уларни таълим тизимидаги ташкилотларга беришнинг амалдаги тартибини ҳисобга олиш керак.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Olimova, N.K. (2021). Improvement of the human resources management strategy in the enterprises of the real sector. *Cognitio rerum*, (7), 25-28.
2. Kh, O.N., & Soliyev, F.T. (2023). Human capital in economic growth and analysis of factors affecting its potential. *IMRAS*, 6(6), 432-436.
3. Эргашев, А.Х., Зайлобитдинов, Д.Н., & Зайлобитдинова, Х.Х. К. (2022). Проблемы взаимосвязи банковской системы и механизма финансирования инвестиционной деятельности. *CETERIS PARIBUS*, (4), 47-50.
4. Zaylobitdinova, Kh. Kh. (2023). THE MAIN ASPECTS OF THE MANAGEMENT OF EDUCATIONAL SERVICES OF STATE HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN UZBEKISTAN. *Ijodkor O'qituvchi*, 3(32), 54-61.
5. Zaylobitdinova, H., Zaylobitdinov, D., & Ergashovna, A.O. (2022). The importance of banks in increasing investment attraction. *Евразийский журнал права, финансов и прикладных наук*, 2(2), 42-49.
6. <https://farstat.uz/uz/rasmiy-statistika/industry-2.html>
7. <https://yuz.uz/uz/news/shavkat-mirziyoev-sanoatda-zamonaviy-milliy-kadrlarning-yangi-avlodi-etishib-chiqyapti?view=bunyodkorlik-loyihalari-taqdimot-qilindi>

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ.
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Электронный сборник статей по материалам CLXXVII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 22 (176)
Ноябрь 2023 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