СибАК
www.sibac.info

ISSN 2542-0011

CLVIII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№3(157)

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

г. НОВОСИБИРСК, 2023

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Электронный сборник статей по материалам CLVIII студенческой международной научно-практической конференции

№ 3 (157)
Февраль 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 Махсутович – д-р техн. наук;
Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук;
Гужавина Татьяна Анатольевна – канд. филос. наук;
Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук;
Карпенко Виталий Евгеньевич – канд. филос. наук;
Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук;
Корвет Надежда Григорьевна - канд. геол.-минерал. наук;
Купченко Константин Владимирович – канд. ист. наук;
Ле-ван Татьяна Николаевна – канд. пед. наук;
Павловец Татьяна Владимировна – канд. филол. наук;
Рысмамбетова Галия Мухашевна – канд. биол.наук;
Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук;
Соловенко Игорь Сергеевич – д-р. ист. наук;
Сүлеймен Ерлан Мәлсұлы – канд. хим. наук;
Сүлеймен (Касымканова) Райгүл Нұрбекқызы - PhD по специальности «Физика»;
Харченко Виктория Евгеньевна – канд. биол. наук;
Якушева Светлана Дмитриевна – канд. пед. наук.

Н34 **«Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования»:** Электронный сборник статей по материалам CLVIII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. ООО «СибАК». – 2023. – № 3 (157) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://sibac.info/archive/meghdis/3(157).pdf.

Электронный сборник статей по материалам CLVIII 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

Секция «Информационные технологии» **5**

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБСЛЕДОВАНИЯ ПАССАЖИРОПОТОКА 5
Степанян Стефан Саркисович
Бескровный Дмитрий Александрович
Гончаров Олег Юрьевич

Секция «Лингвистика» **11**

РАЗВИТИЕ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА. СКАНДИНАВСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ 11
Коплунас Диана Александровна
Хван Нелли Анатольевна

Секция «Маркетинг» **17**

ЗАЧЕМ НУЖЕН И КАК РАБОТАЕТ КОМПЛЕКСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 17
Черненко Валерия Вадимовна

Секция «Медицина» **22**

РОЛЬ МЕДИЦИНСКОЙ СЕСТРЫ В ПРОФИЛАКТИКЕ РАХИТА У ДЕТЕЙ 22
Джанкулова Алёна Борисовна
Жахиянов Алмас Жармухаметович

РОЛЬ МЕДИЦИНСКОЙ СЕСТРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ 27
Мурзаева Алена Сергеевна
Секербаев Самат Болатович

Секция «Педагогика» **32**

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ СТРАНОВЕДЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА 32
Коплунас Диана Александровна

ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРОЦЕСС СТАНОВЛЕНИЯ ШТАЙНЕРОВСКОГО ДВИЖЕНИЯ 38
Сметанин Максим Олегович

Секция «Пищевая промышленность» **42**

БИЗНЕС ПЛАН КАФЕ «COLLECT MOCHI» 42
Шершнева Виктория Андреевна
Ахметова Асель Куттбаевна

Секция «Политология» **46**

PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ 46
Ватолкина Алина Андреевна

Секция «Транспортные коммуникации» **55**

РАЗВИТИЕ МОСКОВСКОГО ТРАНСПОРТА 55
Рогальская Кристина Олеговна

Секция «Экономика» **61**

ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИИ И СВЯЗИ И ПУТИ ИХ ПОВЫШЕНИЯ 61
Кармель Анна Вячеславовна

Секция «Юриспруденция» **88**

САНКЦИИ, КАК УГРОЗА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ 88
Бадалов Артур Александрович
Анищенко Владимир Николаевич

ФИНАНСОВЫЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ 92
Бигвава Леон Бесланович
Анищенко Владимир Николаевич

ВЛИЯНИЕ СЧЕТОВ ЭСКРОУ НА ПРОЦЕСС БАНКРОТСТВА ЗАСТРОЙЩИКОВ 97
Наумов Владислав Вадимович
Фролов Игорь Валентинович

СЕКЦИЯ

«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБСЛЕДОВАНИЯ ПАССАЖИРОПОТОКА

Степанян Стефан Саркисович
студент,
колледж Пятигорского института (филиала)
«Северо-кавказского федерального университета»,
РФ, г. Пятигорск

Бескровный Дмитрий Александрович
студент,
колледж Пятигорского института (филиала)
«Северо-кавказского федерального университета»,
РФ, г. Пятигорск

Гончаров Олег Юрьевич
научный руководитель, преподаватель,
колледж Пятигорского института (филиала)
«Северо-кавказского федерального университета»,
РФ, г. Пятигорск
E-mail: smart30001@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

В данной обзорной статье рассматриваются наиболее распространенные системы автоматизированного обследования пассажиропотоков, их достоинства и недостатки. Рассмотрены инфракрасные системы, тензометрические системы, индикаторы тяжести, индикаторы свободных мест.

Ключевые слова: система, учет, пассажиропоток, индикатор, экономика, экология, перевозки.

Важнейшим фактором, определяющим устойчивость развития экономики, является формирование эффективной транспортной инфраструктуры. В основу

реализации предложенной правительством программы развития рынка услуг автомобильного транспорта особо-охраняемого эколого-курортного региона Российской Федерации – Кавказских Минеральных Вод должны быть положены следующие принципы:

Обеспечение автодорожной безопасности. Увеличение числа автомобилей в хорошем техническом состоянии приводит к снижению количеств ДТП и как следствие снижению ущерба городскому хозяйству и жителям КМВ.

Обеспечение экологической безопасности (экологический принцип). Рынок услуг автомобильного сервиса и перевозок должен быть организован так, чтобы ограничить доступ на него предприятий автосервиса и перевозок, не отвечающих требованиям городов по экологии.

Одним из важнейших принципов развития рынка услуг автосервиса является система учета пассажиропотоков. Система учета пассажиропотоков предназначена для автоматизации работы автотранспортных предприятий по перевозке пассажиров. В таблице 1 представлены наиболее распространенные системы, их достоинства и недостатки. Рассмотрим немного подробнее каждую из этих систем.

ИК-системы. Ведут полную статистику потока проходящих пассажиров и регистрацию нештатных ситуаций, связанных со сбоями электропитания и умышленного перекрытия датчиков. Накопленная статистика и зарегистрированные нештатные ситуации передаются в терминалы в наглядной форме в виде графиков, таблиц, потока метаданных.

Таблица 1.

Классификация систем автоматизации обследования пассажиропотоков

Системы	Достоинства	Недостатки
ИК-системы	1. Простота и быстрота установки 2. Защита от случайных взмахов рук 3. Автоматический процесс подсчета 4. Повышение безопасности	1. Установка возможна только на узких проходах – не более 2 м 2. Ложное срабатывание при излучении 3. Высокая стоимость
Тензометрические	1. Поддержание связи с водителем 2. Отслеживание положения ТС на маршруте	1. Погрешность 5–10 % 2. Сложность установки 3. Высокая стоимость

Системы	Достоинства	Недостатки
	3. Датчики размещаются в подвеске а/м	
Индикатор тяжести	1. Простота и низкая стоимость 2. Небольшая погрешность 3. Возможность фиксировать нарушения водителя по посадке и высадке пассажиров 4. Точный подсчет и сохранение в памяти	1. Сложность в управлении 2. Неудобства в установке
Индикатор свободных мест	1. Сохранение в памяти значений пассажиропотока за 35 дней. 2. Индикация текущего времени и времени на маршруте 3. Гибкая настройка и привязка к конкретной конфигурации салона 4. Компактность	1. При отключении бортового аккумулятора внутренние часы останавливаются, и требуется коррекция времени 2. Обязательное программирование прибора 3. Большое количество проводов
Комбинированные	1. Небольшая погрешность 2. Простота в управлении 3. Проектирование маршрутной сети 4. Многофункционален 5. Отсутствие махинаций со стороны водителя	1. Высокая стоимость оборудования 2. Сложность установки 3. Большое количество проводов питания

Тензометрические системы. Тензометрическая система контроля TSC-01 предназначена для учета пассажиропотока в транспорте особо малой вместимости – маршрутные такси. Тензометрическая система контроля состоит из тензометрического весового устройства (ТВУ), в состав которого входят четыре тензометрических датчика, устанавливаемые в определенных местах подвески автотранспорта, датчика наличия водителя, блока обработки тензометрических датчиков, и контроллера KTS-02, осуществляющего подсчет вошедших и вышедших пассажиров, по данным, поступающим от ТВУ. Погрешность подсчета вошедших и вышедших пассажиров составляет не более 5–10 %. Обработанные данные записываются в журнал событий, во внутренней памяти контроллера, для последующей передачи их в диспетчерский блок.

Индикатор свободных мест. Прибор предназначен для установки в микроавтобусы маршрутных такси с числом пассажирских мест не более 16. Он выполняет следующие функции:

- индикация текущего состояния салона на цветном светодиодном индикаторе с отображением занятых и свободных мест;
- подсчет пассажиропотока за текущий день (смену);
- сохранение в энергонезависимой памяти значений пассажиропотока за 35 дней / передача данных посредством мобильной связи на сервер;
- индикация текущего времени и времени нахождения на маршруте (таймер «ходки»);
- индикация значений счетчика пассажиропотока и времени начала и окончания каждой смены;
- возможность подключения внешнего индикатора полной занятости салона;
- индикация значения бортового напряжения;
- гибкая настройка и привязка к конкретной конфигурации салона.

Индикатор количества свободных мест облегчает работу водителя, снимает необходимость периодически осматривать салон и отвлекать внимание от управления автобусом. Функция подсчета пассажиропотока позволяет объективно с приемлемой точностью оценить общее количество пассажиров за текущий день и прошедший месяц. Эта информация позволит провести сравнительный анализ работы такси на различных маршрутах и разных машин на одном маршруте.

Комбинированные системы. Представляют собой GPS мониторинг, что позволяет организовать системное наблюдение за состоянием автомобилей для оценки и контроля, что позволяет оптимизировать его использование.

Комплектация системы на ТС может включать: GPS (ГЛОНАСС) трекер, бортовой контроллер; датчики пассажиропотока; датчики топлива; прочее.

На транспортное средство устанавливается бортовое оборудование, которое по сигналам спутников системы GPS (ГЛОНАСС) определяет местоположение, скорость, направление движения объекта, а также записывает состояние датчиков в энергонезависимую память блока или отправляет данные на сервер через мобильную передачу данных. Подсчет пассажиров происходит за счет системы контактных датчиков. Система контроля топлива позволит снизить расходы на

ГСМ и эксплуатацию автопарка за счет эффективного контроля заправок и фактического расхода топлива и других параметров движения. Это предотвращает слив топлива и перерасход вследствие неисправностей. Внедрение автоматизированной системы учета пассажиропотока позволит:

- Обеспечить постоянный автоматизированный учет количества фактически перевезенных пассажиров.
- Набрать информацию для проведения различных анализов: от оценки фактических пассажиропотоков по маршрутам, магистралям и направлениям до контроля фактической выручки с каждого транспортного средства.
- Сформулировать объективную основу для эффективного планирования маршрутной сети, в том числе потребное количество машин на маршрутах по периодам суток и дня недели.
- Сформировать данные о загрузке в определенные часы, дни и месяца.
- Оптимизировать финансовый план автопредприятия.
- Рассчитать порейсовый и поостановочный пассажирообмен обследуемых маршрутов.
- Хранить информацию в электронной базе данных, что даст возможность просмотра любого отрезка времени или дня работы.

Система позволяет повысить эффективность предприятия на 15–20%, сделать операции максимально прозрачными и быстрыми. Срок окупаемости системы до полугода.

Список литературы:

1. Гудков, В.А. и др. Пассажирские автомобильные перевозки / В.А. Гудков, Л.Б. Миротин, А.В. Вельможин, С.А. Ширяев. – М. : Горячая линия – Телеком, 2006. – 448 с.
2. Заслонов Ю.А. К проблеме городских пассажирских перевозок. - Автомобильная промышленность, 1996, № 2, с. 5-6.
3. Максимов В.А., Хазиев А.А. Особенности управления технической эксплуатацией городских автобусов: Учебное пособие/ Под ред. Максимов В.А. МАДИ-ГТУ,-М.: 2002.-97 с.

4. Острейковский, В.А. Теория надежности: Учеб. для вузов / В.А. Острейковский. М.: Высш. шк., 2013. – 463 с.
5. Рощин А.И., А.А. Пасынский. Организация городского автобусного маршрута, М. 2008.
6. Системы слежения Voyager [Электрон. ресурс] / Компания «Группа Румикс». – СПб., 2020. – Режим доступа: http://www.gps-track.ru/

СЕКЦИЯ

«ЛИНГВИСТИКА»

РАЗВИТИЕ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА. СКАНДИНАВСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ

Коплунас Диана Александровна
студент,
факультет иностранных языков,
Тульский государственный педагогический
университет им. Л.Н. Толстого,
РФ, г. Тула
E-mail: dianakoplunas@yandex.ru

Хван Нелли Анатольевна
научный руководитель, канд. филол. наук, доц.,
факультет иностранных языков,
Тульский государственный педагогический
университет им. Л.Н. Толстого,
РФ, г. Тула

THE DEVELOPMENT OF THE LEXICAL STRUCTURE OF THE ENGLISH LANGUAGE. SCANDINAVIAN BORROWINGS

Diana Koplunas
Student,
the Faculty of Foreign Languages,
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
Russia, Tula

Nelly Khvan
Scientific adviser, Candidate of Sciences in Philology
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
Russia, Tula

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается влияние скандинавских заимствований на английский язык. Статья представляет собой обзор событий, повлиявших на процесс заимствования, непосредственно сфер языка, в которых произошло влияние и результат взаимодействия языков.

ABSTRACT

The article deals with the influence of Scandinavian borrowings on the English language. The article contains an overview of the events that influenced the process of borrowing, the spheres of language in which the influence and result of the interaction of languages occurred.

Ключевые слова: слово; язык; диалект; английский язык; скандинавское влияние; заимствование.

Keywords: word; language; dialect; English language; Scandinavian influence; borrowing.

Во все времена народы вступали во взаимодействия друг с другом. Эти взаимодействия носили разнообразный характер. Разные народы общались друг с другом, используя разные диалекты, а иногда даже и языки. Со временем это приводило к слиянию одного языка с другим, и данный процесс имел свои черты:

1) это длительный процесс;

2) в результате скрещивания двух языков один из них выходит победителем (он сохраняет свой грамматический строй и основной словарный фонд), а другой язык постепенно теряет свои свойства и прекращает свое существование на данной территории;

3) в итоге борьбы двух языков происходит неминуемое обогащение словарного состава победившего языка за счет ресурсов побежденного.

Завоевание скандинавами Англии было крупным военно-политическим событием. Наступление скандинавской армии на Англию началось в 8 в. В конце 9 в. скандинавские войска протянулись по всей территории Англии к северу от Темзы. В 878 г. с завоевателями был заключен Уэдморский мир. Вся территория, занятая скандинавами, была отдана им и была местом прибежища скандинавских поселенцев. Самыми густо заселенными скандинавами районами Англии были северные и восточные; несколько меньше жителей было в центральной части страны. В конце 10 в. снова началась война в Англии, и в 1013 г. вся территория

Англии подчинилась завоевателям (датчанам). В 1042 г. власть была свергнута, и правительство прежней англо-саксонской знати было восстановлена.

Все события в истории Англии и скандинавских государств имели последствия для английского языка. Скандинавские диалекты, на которых говорили завоеватели, принадлежали к группе северногерманских языков и по своему строю были похожи на древнеанглийский язык. В этих диалектах имелись те же основные грамматические категории: сильное и слабое склонение существительных и прилагательных; различались те же семь классов сильных и три класса слабых глаголов.

Из-за близкого родства английских диалектов со скандинавскими люди могли понимать друг друга. Скандинавам была понятна внутренняя форма древнеанглийского языка. Взаимодействия двух народов на близкородственных языках приводили к смешению этих языков. В результате этого смешения исчезала грань между обоими языками, появлялся особый скандинавско-англосаксонский смешанный диалект.

Наибольшее влияние скандинавских диалектов сказалось в двух сферах языка: в лексике и в морфологии.

Процесс смешивания скандинавского и английского языков начался в 9 в. В это время уже было заимствовано скандинавское слово *lagu – закон* в составе *имени Danelag – область датского закона.* Однако в письменном виде оно, как и другие скандинавские слова, появляется только в 10 в.

Основная особенность скандинавских заимствований в английском языке – то, что эти слова обозначали самые обыкновенные предметы быта, описания и действия, с которыми коренные жители страны уже были знакомы.

Самыми ранними заимствованиями, произошедшими еще к 9-10 векам, являются следующие слова:

др.-а. laȝu > *ск.* lagu – закон (*совр.* law),
др.-а. ceallian < *ск.* kalla – называть, звать (*совр.* to call),
др.-а. tacan < *ск.* taka – брать (*совр.* to take),
др.-а. hūs-bonda < *ск.* hūs-bondi – хозяин дома, *позднее* муж (*совр.* husband).

Рисунок 1. Ранние заимствования в английском языке в 9-10 вв.

Скандинавские слова были представлены разными частями речи в английском языке. Это сходство наблюдалось по лексико-грамматическому составу. В английском языке было немало заимствований существительных из скандинавских диалектов:

ср.-а. skye < *ск.* sky – облако, *позднее* небо (*совр.* sky),
ср.-а. fellawe < *ск.* félagi – товарищ (*совр.* fellow),
ср.-а. windowe < *ск.* vindauga – отверстие для прохода дыма, *позднее* окно (*совр.* window),
ср.-а egg < *ск.* egg – яйцо (*совр.* egg),

Рисунок 2. Заимствования существительных в английском языке

Помимо существительных были заимствованы также и прилагательные, например:

ср.-а. low < *ск.* lagr – низкий (*совр.* low),
ср.-а. loos < *ск.* laus – свободный, просторный (*совр.* loose),
ср.-а. ill < *ск.* illr – плохой (*совр.* ill),

Рисунок 3. Заимствования прилагательных в английском языке

Обращая внимание на фонетическую сторону двух языков, мы видим, что они были близки. Причина – дуплетные пары с английскими словами:

английские	скандинавские
shirt	skirt
shriek	screech
from	fro (только в to and fro)
whole	hale

Рисунок 4. Дуплетные пары английских и скандинавских слов

В скандинавских диалектах сохранялись заднеязычные согласные, такие как /k/, /g/ и группа /sk/, тогда как в английских словах при определенных условиях (/sk/ всегда) они становились шипящими. Современная форма глаголов get и give – это также скандинавское влияние. Стоит также добавить, что английский язык заимствовал местоимение they.

Большая часть лексики была общей для английского языка и скандинавских диалектов. Во многих словах корень был одинаковый, а окончания были различные. Далее приведены параллельно древнеанглийские и соответствующие скандинавские слова:

Древнеанглийские	Скандинавские	Древнеанглийские	Скандинавские
dōm 'суждение', 'приговор'	dōmr	sunu 'сын'	sunr
fisc 'рыба'	fiskr	heorte 'сердце'	hiarta
cyninʒ 'король'	konongr	tīma 'время'	tīme
stān 'камень'	steinn	oxa 'бык'	oxe, uxe

Рисунок 5. Соответствия словарного фонда древнеанглийского и скандинавского языков

Однако были несовпадения между английским языком и скандинавскими диалектами. Здесь мы можем наблюдать масштабное лексическое влияние скандинавских диалектов на английский язык (охватывало обширную семантическую сферу).

Примером глубокого слияния скандинавских элементов в английский язык является заимствование личного местоимения 3-го лица множественного числа. Скандинавское местоимение peir 'они' вытеснило английское hie и стало they. Подобно этому скандинавский союз po 'но' вытеснил peah и сохранился в виде thogh, though. Также встречается в сохранившихся письменах заимствованное из скандинавского употребление предлога at при инфинитиве, например: at be 'быть'. Единственный случай его употребления в современном английском языке является слово ado из at do.

Мы можем наблюдать скандинавские элементы в составе многих географических названий, например: by 'деревня' (сканд. Ьуг) в Kirkby, Whitby, Derby; toft (сканд. toft) 'место, поросшее травой', 'возвышенность' в Langtoft; beck 'ручей' (сканд. bekkr) в Troutbeck и др.

Наибольшее влияние скандинавских диалектов мы наблюдаем в грамматическом строе английского языка. Смешение со скандинавскими диалектами способствовало ускорению начавшегося в английском языке процесса ослабления безударных окончаний и распада системы склонения и спряжения.

Значительным было скандинавское влияние и на синтаксис английского языка. Скандинавское влияния развило употребление вспомогательных глаголов should и would с модальным значением при образовании аналитических форм наклонения, а также широкое распространение в английском языке сочетаний глаголов с наречиями.

Из-за скандинавского влияния английский язык лишился дальнейшего развития обычных в древнеанглийском синтаксических конструкций и порядок слов, характерных для современного немецкого языка.

Во многих случаях скандинавское слово отличалось от английского эквивалента только незначительными деталями. Когда происходит встреча таких конкурирующих вариантов слова, их смешение – неминуемо. В таких спорных моментах сложно точно сказать, что именно произошло: вытеснение английского слова скандинавским или изменение фонетического состава английского слова под влиянием его скандинавского соответствия.

Таким образом, в некоторых случаях скандинавские варианты проникают в английский литературный язык довольно поздно. В северных же диалектах английского языка они были и раньше. Поэтому можно сказать, что к моменту их проникновения в литературный язык это уже были не скандинавские слова как таковые, а диалектизмы (слова, характерные для северных, английских диалектов).

Список литературы:

1. Аракин, В.Д. История английского языка / В.Д. Аракин, Л.П. Чахоян, Т.М. Беляева. – Москва: ФИЗМАТЛИТ, 2003. – 168-171, 173 с.
2. Иванова, И.П. История английского языка / И.П. Иванова, Л.П. Чахоян, Т.М. Беляева. – Спб: Авалон, 1999. – 19 с.
3. Ильиш, Б.А. История английского языка / Б.А. Ильиш, Л.П. Чахоян, Т.М. Беляева. – Москва: Высшая школа, 1968. – 165-167, 183- 184 с.
4. Смирницкий, А.И. Лекции по истории английского языка / А.И. Смирницкий, Л.П. Чахоян, Т.М. Беляева. – Москва: КДУ, 2011. – 19-22 с.

СЕКЦИЯ

«МАРКЕТИНГ»

ЗАЧЕМ НУЖЕН И КАК РАБОТАЕТ КОМПЛЕКСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Черненко Валерия Вадимовна
студент,
кафедра маркетинга, рекламы
и связи с общественностью,
Новосибирский Государственный
Университет Экономики и Управления,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: chernenko.valeriya @mail.ru

WHY IT IS NEEDED AND HOW INTEGRATED INTERNET MARKETING WORKS

Valeriya Chernenko
Student,
Department of Marketing,
Advertising and Public Relations,
Novosibirsk State University
of Economics and Management,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье кратко охарактеризованы особенности комплексного интернет-маркетинга. Были рассмотрены инструменты комплексного интернет-маркетинга, цели комплексного интернет-маркетинга, а также указаны аспекты влияния комплексного интернет-маркетинга на деятельность и прибыль компании.

ABSTRACT

This article briefly describes the features of integrated Internet marketing. The tools of integrated Internet marketing, the goals of integrated Internet marketing were considered, as well as aspects of the impact of integrated Internet marketing on the company's activities and profits were indicated.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, комплексный интернет-маркетинг, инструменты интернет-маркетинга, эффективность, прибыль.

Keywords: internet marketing, integrated internet marketing, internet marketing tools, efficiency, profit.

Интернет-маркетинг появился на стыке маркетинга и информационных технологий. До 1990 года использование Интернета для бизнеса было запрещено правилами Национального научного фонда США, но позже к нему получили доступ крупные компании. После передачи контроля над Интернетом в частные руки в 1992 году круг потребителей и поставщиков интернет-услуг значительно расширился, сеть соединила миллионы людей и компьютеров по всему миру. В том же году открылся первый книжный интернет-магазин Чарльза Стека. В 1994 году была открыта компания Amazon, которая в июле 1995 года запустила свой интернет-магазин. В октябре 1994 года First Virtual начала предлагать свои услуги по оплате товаров в Интернете и стала первой электронной платежной системой в Интернете. А пару лет спустя, в 1996 году, MasterCard и Visa объявили о создании открытого унифицированного стандарта защиты платежей в Интернете с использованием пластиковых карт, который получил название SET. Чуть позже начинают появляться первые поисковые системы. В настоящее время Интернет стал одним из наиболее эффективных каналов продаж [4, с. 44].

Интернет-маркетинг (internet marketing) рассматривается в качестве направления маркетинга. При его реализации применяются все компоненты традиционного маркетинга, но в интернет-среде. Компоненты маркетинг-микса включают цену, товар, продвижение (поисковый маркетинг и маркетинговые коммуникации в интернете) и распределение. Особое значение имеют коммуникации ввиду широких коммуникативных возможностей, предоставляемых маркетингу интернетом [2, с. 7].

Комплексное продвижение бизнеса в интернете – это использование совокупности маркетинговых каналов и инструментов, объединенных в единую систему.

Внедрение комплексного маркетинга гарантирует, что на какой бы из площадок ни оказался клиент с ним будут общаться в едином стиле. Он увидит информацию, одинаковую по качеству и ценности, которая перекликается с общей целью и миссией компании. Услугу комплексного интернет-маркетинга обычно предоставляют агентства или команды специалистов. Отдельные фрилансеры таким занимаются редко.

Комплексный интернет-маркетинг включает в себя:

- одновременную работу над веб-сайтом компании;
- seo-продвижение;
- медийную рекламу;
- контекстную рекламу;
- прямой маркетинг;
- развитие сообществ и групп в соцсетях;
- контент-маркетинг;
- работа над репутацией [5].

Комплексный проект включает полный жизненный цикл клиента, в область внимания отдельных инструментов интернет-маркетинга входят только конкретные этапы воронки продаж. Работы осуществляется с уже сформировавшимся спросом и с онлайн-заказом продукции.

Эффективным является тот комплексный интернет-маркетинг, в основу которого кладут индивидуально разработанную стратегию. Реализация одного инструмента невозможен без представления о том, как связать воедино все инструменты интернет-маркетинга и обеспечить их соответствие бизнес-целям [3, с. 82].

Комплексный подход предполагает:

1. Четкую стратегию. Она включает анализ бизнеса и пошаговый план работы по всем направлениям, а также цели продвижения и KPI, по которым будут оценивать результаты.

2. Омниканальность. Объединив все каналы и инструменты в единую систему, можно построить воронку и целенаправленно двигать потенциальных клиентов от первого касания к покупке.

3. Глубокую аналитику. Благодаря омниканальности появляется возможность анализировать показатели разных каналов вплоть до количества привлеченных клиентов, полученной прибыли, ROI. А еще сравнивать их между собой и корректировать стратегию.

4. Ориентацию на долгосрочные результаты. Цель комплексного продвижения – построить систему, которая будет приносить деньги регулярно.

5. Единый стиль общения и образ компании в глазах потребителей. На этапе подготовки определяется тон общения с клиентами, а также эмоции, ассоциации, идеи и ценности, которые бренд будет транслировать. Каждая единица контента разрабатывается в соответствии с этими правилами.

6. Увеличение охватов. При комплексном подходе можно задействовать все площадки, где есть потенциальные клиенты, и распределить расходы между ними так, чтобы получить максимальный охват в рамках бюджета.

За счет комплексного интернет-маркетинга, маркетолог приводит пользователей, заинтересованных в продукте, на сайт, а также не позволяет покинуть сайт, пока пользователь не купит продукт именно у него.

Главная особенность комплексного подхода – сосредоточенность на реальных результатах в виде новых лидов, клиентов и растущей прибыли. К сожалению, зачастую бизнес предпочитает доверить разные инструменты продвижения разным людям: например, социальными сетями занимается сотрудник самой компании, SEO делает фрилансер, а контекстную рекламу и техническое обслуживание сайта берет на себя компания-подрядчик [1, с. 37].

Таким образом, интернет-маркетинг развивается стремительно. То, что хорошо выстрелит сегодня, завтра уже может нанести непоправимый ущерб прибыли. Какие-то инструменты теряют актуальность и на смену им приходят другие. Меняются алгоритмы ранжирования. Регулярно появляются новые форматы рекламы и все их необходимо тестировать, чтобы отобрать лучшее. Только в этом случае можно быть уверенным, что бизнес работает на все 100%. Не стоит забывать, что меняются и сами покупатели. Им надоедают одни и те же форматы, они хотят чего-то нового. Подтверждение этому – баннерная слепота. Для того,

чтобы удерживать внимание потенциальных клиентов, нужно постоянно удивлять их.

Список литературы:

1. Айвазова М.А. Интернет-маркетинг: отличительные черты и особенности / М.А. Айвазова // Вестник науки. – 2021. – №1. – С.36-39.
2. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. – М.: «Дашков и К », 2016. – 352 с.
3. Иванченко О.В. К вопросу о разработке программы комплексного интернет-маркетинга компании / О.В. Иванченко // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2021. – №1. – С.82-90.
4. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие / О.А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
5. Тепляков В.А. Основные инструменты интернет-маркетинга / В.А. Тепляков // Достижения науки и образования. – 2018.

СЕКЦИЯ

«МЕДИЦИНА»

РОЛЬ МЕДИЦИНСКОЙ СЕСТРЫ В ПРОФИЛАКТИКЕ РАХИТА У ДЕТЕЙ

Джанкулова Алёна Борисовна
студент 4 курса,
КГП на ПХВ Государственный высший медицинский колледж им. Д. Калматаева,
Республика Казахстан, г. Семей
E-mail: dzankulova02@mail.ru

Жахиянов Алмас Жармухаметович
научный руководитель, магистр,
КГП на ПХВ Государственный высший медицинский колледж им. Д. Калматаева,
Республика Казахстан, г. Семей

THE ROLE OF THE NURSE IN THE PREVENTION OF RICKETS IN CHILDREN

Alena Dzhankulova
4th year student,
CSE on REM "State Higher Medical College named after.D. Kalmataeva,
Republic of Kazakhstan, Semey

Almas Zhakhiyanov
Scientific supervisor, master,
CSE on REM "State Higher Medical College named after A.I.D. Kalmataeva,
Republic of Kazakhstan, Semey

Актуальность. В большинстве развивающихся регионов мира рахит остается актуальной проблемой общества и здравоохранения, вероятно, потому, что факторы риска по-прежнему до конца не изучены. Несмотря на профилактику рахита во многих странах, в частности и в развитых государствах, в которых обязательно профилактика витамином D, рахит повторяется как вспышки или «волны».

Эпидемиологические исследования, проведенные в мире, показали неравномерность заболеваемости рахитом не только в отдельных государствах, но и в ее отдельных медико-географических зонах, регионах. Эти различия в основном обусловлены медико-социальными и медико-экологическими демографическими факторами. Выявлено наличие взаимосвязи рахита со световым режимом и алиментарными факторами.

Согласно данным медицинской статистики, среднегодовой показатель заболеваемости рахитом в Казахстане среди детей раннего возраста составил 207,2±5,7 на 100 000 всего детского населения.

Рахит является обменным заболеванием, которому подвержены маленькие дети. Главной причиной этого состояния считается недостаток витамина D в организме.

Рахит – это не просто заболевание, а медико-социальная проблема. Данная патология актуальна в виду высокой распространенности (55-66% детей), отсутствием должной профилактики в связи с недостаточной образованностью молодых родителей по воспитанию и обучению ребенка здоровому образу жизни.

Во-первых, заболеваемость детей напрямую связана с качеством жизни семьи.

Во-вторых, рахит остается одной из важнейших форм патологии детей раннего возраста, так, как и среднетяжелые и легкие формы заболевания значительно изменяют реактивность детского организма. У детей, больных рахитом, отмечается склонность к более тяжелому, часто осложненному течению инфекционных процессов, нередко переходящих в хронические формы. При среднетяжелом и тяжелом течении рахита дети отстают в развитии: поздно начинают сидеть, стоять, задерживается развитие психики.

Особенно важна профилактика рахита, так как это заболевание легко возникает у детей и не так уж редко, плохо поддаваясь лечению, оставляет тяжелые остаточные явления, отрицательно сказывающиеся на течении всей последующей их жизни. Профилактическое направление характеризует всю

медицину, оно должно быть основным в деятельности каждого детского врача и медицинской сестры.

В виду всего вышесказанного возникает острая необходимость в профилактике рахита, так же в грамотном обучении родителей.

Цель исследования: Изучить роль медицинской сестры в профилактике рахита у детей.

Задачи:

1. Изучить теоретические аспекты и роль медицинской сестры в профилактике рахита у детей.

2. Изучить информированность родителей г. Семей о рахите.

3. Разработать рекомендации по профилактике рахита у детей.

Методы исследования:

1. Теоретический анализ литературных источников и интернет- ресурсов по теме исследования.

2. Социологический метод путем анкетирования родителей.

3. Статистическая обработка результатов анкетирования производилась с использованием программы Excel.

Научная новизна: Впервые в г. Семей изучена роль медицинской сестры в профилактике рахита, а также уровень информированности родителей о данном заболевании.

Объект исследования: Рахит у детей.

Предмет исследования:

1. Роль медицинской сестры в профилактике рахита у детей.

2. Информированность родителей о рахите.

Практическая значимость: Результаты исследования могут найти применение в подготовке студентов медицинских учреждений профессионального образования к прохождению производственной практики в лечебных учреждениях.

Результаты: Проведя анкетирование и изучив полученные результаты можно сделать вывод что пациенты недостаточно осведомлены о своем заболевании.

Обсуждение. Изучив теоретические данные, можно прийти к выводу что, роль медицинской сестры очень высока, и заключается в проведении дородовых патронажах, патронажах к новорожденному и грудному ребенку, где проводятся беседы с беременной о важности правильного питания, регулярных прогулок и приема витаминов, оценивается физическое и психологическое развитие ребенка, сроки закрытия родничка.

От работы медицинской сестры зависит, как будет проходить профилактика ребенка. С рождения медицинская сестра наблюдает за развитием, поведением, двигательной активностью, состоянием тонуса мышц ребенка. В особенности патронажа медицинская сестра обязана обращать внимание на благополучные условия дома для ребенка, следить за проведением всех профилактических мероприятий.

Проведя анкетирование, мы получили результаты, которые указывают на хорошую информированность родителей о рахите:

- все 100% (n=200) респондентов знают о рахите;
- Большая часть родителей знают о ранних и основных проявлениях рахита, 58,5% (n=117) респондентов;
- В основном информацию о рахите респонденты получили от врача и медицинской сестры, 70,5% (n=141);
- Большинство женщин в целях профилактики рахита принимали пищу богатую витамином D и кальцием, 68% (n=136);
- Подавляющая часть осведомлены о том, что грудное вскармливание играет большую роль в профилактике рахита, 36 (72%, n=50);
- Все 100% (n=200) респондентов не нарушают план диспансерного наблюдения ребенка;
- Все 100 (n=200) респондентов хотели бы получить дополнительную информацию о рахите.

Заключение. Проведя научно-практическое исследование, мы пришли к выводу, что своевременная профилактика и диагностика рахита у детей способствует к предотвращению развития рахита и его осложнений.

Список литературы:

1. Баранов А.А. Детские болезни. – М.: Геотар-медиа, 2010. – Изд. 2 – е. – с. 365.
2. Беляева. Л.М. Педиатрия: курс лекций / Л.М. Беляева. – М: Медицинская Литература, 2011. – С. 489-493.
3. Воробьев, Р.И. Питание и здоровье [Текст]: пособие / Р.И. Воробьев. — М.: Медицина, 2010. — 345 с.
4. Воробьева А.И. Справочник практического врача. – М.: Оникс, 2011. – с. 59.
5. Галактионова М.Ю., Денисенко Н.Ф. Неотложная помощь детям на догоспитальном этапе. – Методическое пособие для врачей медицинских учреждений. – Красноярск, 2009.- с. 42.

РОЛЬ МЕДИЦИНСКОЙ СЕСТРЫ В ОРГАНИЗАЦИИ ПИТАНИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ

Мурзаева Алена Сергеевна
студент 4 курса,
КГП на ПХВ Государственный высший медицинский колледж им. Д. Калматаева,
Республика Казахстан, г. Семей
E-mail: Alenamurzaeva909@gmail.com

Секербаев Самат Болатович
научный руководитель, магистр,
КГП на ПХВ Государственный высший медицинский колледж им. Д. Калматаева,
Республика Казахстан, г. Семей

THE ROLE OF THE NURSE IN THE NUTRITION OF THE ELDERLY

Alena Murzaeva
4th year student,
CSE on REM "State Higher Medical College named after.D. Kalmataeva,
Republic of Kazakhstan, Semey

Samat Sekerbaev
Scientific supervisor, master,
CSE on REM "State Higher Medical College named after A.I.D. Kalmataeva,
Republic of Kazakhstan, Semey

Актуальность

Рациональное питание в старости (геродиететика) – важный фактор профилактики патологических наслоений на физиологически закономерное старение. Основы геродиететики необходимо учитывать при организации лечебного питания пожилых людей, то есть в практике гериатрии – лечении заболеваний в старости. Рациональное ведение пожилого пациента предполагает обязательное достижение взаимопонимания и согласия в триаде «пациент – медицинская сестра – врач».

Огромная роль в организации питания пожилого человека принадлежит медицинской сестре, которая проводит беседы, как с самим пациентом, так и с его

родственниками, разъясняет основные принципы питания пожилого человека, отвечает на интересующие вопросы пациента и его родственников, обеспечивает памятками и медицинской литературой по данной теме.

Процесс старения – это медленное накопление возрастных изменений, проявляющихся на всех уровнях организма. К числу изменений и причин, формирующих старение, относят: уменьшение суточных энергозатрат, снижение окислительно-восстановительных процессов, наличие дегенеративных атрофических процессов в организме, а также ослабление функций пищеварительного аппарата – снижение кислотности желудочного сока, нарушения со стороны поджелудочной железы и печени.

Изменения в желудочно-кишечном тракте оказывают влияние на переваривание и всасывание пищевых веществ. Снижение кислотности желудочного сока может быть причиной развития дефицита витамина B_{12} – заболевания анемией. У пожилых людей отмечается ухудшение усвоения кальция и витамина D, что приводит к истончению и снижению плотности костной ткани – заболеванию остеопорозом.

В пожилом возрасте снижается эластичность стенок кровеносных сосудов, что приводит к развитию гипертонической болезни.

При организации питания лиц пожилого возраста необходимо учитывать все изменения, происходящие в организме.

Так как возникает необходимость некоторого ограничения количества пищи, особенно за один прием, возникают проблемы с обеспечением рациона биологически активными пищевыми веществами.

В питание людей пожилого возраста необходимо включать пищевые вещества, обладающие антисклеротическими и липотропными свойствами.

В пищевой рацион необходимо включать продукты, богатые клетчаткой, с целью выведения лишнего холестерина и стимулирования перистальтики кишечника.

Большое значение в питании лиц этой категории имеет обогащение рациона кисломолочными продуктами, важнейшей частью которых является молочная

кислота, обладающая биологической активностью. Молочная кислота также тормозит развитие гнилостных и некоторых патогенных бактерий.

Цель исследования. Изучить особенности профессиональной деятельности медицинской сестры в организации питания пожилых людей.

Задачи исследования:

1. Выявить уровень знаний родственников пациентов «Медико-социальное учреждение для престарелых и инвалидов» г. Семей пожилого возраста об особенностях питания пожилых людей.

2. Разработать рекомендации по питанию пожилых людей.

Методы исследования:

1. Теоретический анализ литературных источников и интернет – ресурсов по теме исследования.

2. Анкетирование.

3. Статистическая обработка результатов анкетирования производилась с использованием программ: Excel.

Научная новизна. Впервые будет изучена информированность родственников пациентов «Медико-социальное учреждение для престарелых и инвалидов» г. Семей об особенностях питания пожилых людей.

Объект исследования: Особенности питания пожилых людей**.**

Предмет исследования:

1. Профессиональная деятельность медицинской сестры в организации питания пожилых людей.

2. Информированность родственников пациентов об особенностях питания пожилых людей.

Практическая значимость. Заключается в разработке рекомендаций по питанию пожилых людей, на основе сбора информации, полученной при анкетировании родственников пациентов «Медико-социальное учреждение для престарелых и инвалидов» г. Семей.

Результаты. Проанализировав результаты анкетирования среди родственников пациентов «Медико-социальное учреждение для престарелых и инвалидов» г. Семей пожилого возраста об особенностях питания пожилых людей мы увидели хорошую информированность среди родственников**.**

Обсуждение. В процессе выполнения целей и задач дипломной работы, нами было проведено анкетирование, с целью определения уровня знаний родственников пациентов «Медико-социальное учреждение для престарелых и инвалидов» г. Семей пожилого возраста об особенностях питания пожилых людей. В опросе участвовало 20 респондентов, респондентам была предложена анкета из 10 вопросов (Приложение 1). Работа была выполнена в период с июня 2022 по октябрь 2022 года. Расчет результатов велся в процентах. Полученные данные были обработаны при помощи Excel.

Проанализировав результаты анкетирования среди родственников пациентов «Медико-социальное учреждение для престарелых и инвалидов» г. Семей пожилого возраста об особенностях питания пожилых людей мы увидели хорошую информированность среди родственников. Об этом свидетельствуют следующие данные, полученные при анализе анкетирования:

- 60% (n=12) респондентов знают, каким должен быть режим питания в пожилом возрасте, 40% (n=8) респондентов не осведомлены;
- 75% (n=15) респондентов следят за режимом питания своих пожилых родственников;
- 65% (n=13) респондентов следят за весом своих пожилых родственников и знают о правилах борьбы с избыточным весом, 35% (n=7) респондентов не информированы;
- 85% (n=17) респондентов известно, что в пожилом возрасте предпочтительно употреблять в пищу свежие овощи и фрукты, 15% (n=3) респондентов не знали;
- 70% (n=14) респондентов знают о важности употребления кисломолочных продуктов, 30% (n=6) респондентов не знали;

- 55% (n=11) респондентов знают, что в пожилом возрасте нужно употреблять продукты, содержащие фруктозу, 45% (n=9) респондентов не знали;
- Большая часть 65% (n=13) респондентов знают, в каких продуктах находится фруктоза, 35% (n=7) респондентов не осведомлены;
- 80% (n=16) респондентов знают, что лекарственные препараты в пожилом возрасте нужно применять с осторожностью при приеме пищи;
- все 100% (n=20) респондентов знают о благоприятном влиянии физической культуры на пищеварение;
- все 100% (n=20) респондентов хотели бы получить дополнительную информацию об особенностях питания в пожилом возрасте.

Заключение. Исходя из проведенного практического исследования, а также выполняя задачи дипломной работы, нами была разработана рекомендация по особенностям питания пожилых людей.

Список литературы:

1. Park S., Johnson, M., Fischer J.G.J. Nutr Elder. – 2008. – № 27(3-4).
2. Александров О.А. Комплексная программа здоровья / О.А. Александров – М., Медицина. 1988.
3. Александрова М.Д. Проблемы социальной и психофизиологической геронтологии / М.Д. Александрова – Л.: 2004
4. Анисимов В.Н., Соловьев М.В. Эволюция концепций в геронтологии / В.Н. Анисимов, М.В. Соловьев.- СПб: Эскулап, 1999
5. Аршавский И.А. Физиологические механизмы и закономерности индивидуального развития./ И.А. Аршавский – М.: Наука, 1982

СЕКЦИЯ

«ПЕДАГОГИКА»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ СТРАНОВЕДЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Коплунас Диана Александровна
студент,
факультет иностранных языков,
Тульский государственный педагогический
университет им. Л.Н. Толстого,
РФ, г. Тула
E-mail: dianakoplunas@yandex.ru

THE USE OF THE COUNTRY-STUDY VIDEO MATERIALS IN FOREIGN LANGUAGE LESSONS

Diana Koplunas
Student,
the Faculty of Foreign Languages,
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
Russia, Tula

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается использование видеоматериалов страноведческого характера на занятиях по иностранному языку. Статья представляет собой обзор умения аудированию и трудностям при его обучении. Подробно рассмотрена социокультурная компетенция и ее формирование при использовании видеоматериалов.

ABSTRACT

The article deals with the use of the country-study video materials in foreign language lessons. The article contains an overview of the listening skill and its teaching difficulties. Socio-cultural competence and its formation when using video materials are considered in detail.

Ключевые слова: иностранный язык, страноведческий характер, социокультурная компетенция, видеоматериал.

Keywords: foreign language, country-study specifics, socio-cultural competence, video material.

Задачей учителя иностранного языка является формирование всех навыков и умений, которые необходимы при общении. В иностранном языке есть следующие умения: аудирование, чтение, говорение и письмо. Все они должны формироваться в равной степени у учащихся; никаких приоритетов быть не должно.

Самым сложным умением является аудирование, представляющее собой рецептивное умение, направленное на понимание и восприятие любой звучащей речи. Учащиеся с неохотой относятся к заданиям по прослушиванию аудиотекстов и выполнению по ним заданий, и это связано с трудностями, с которыми они сталкиваются: однократность звучания, необходимость адаптироваться к различным голосовым характеристикам говорящих, индивидуальная речевая манера говорящего, отсутствие контакта, посторонние шумы. Есть также лингвистические трудности. Аудиоматериал может не соответствовать возрастным особенностям детей, их личному опыту. Нередко аудиотексты содержат социокультурные особенности страны изучаемого языка, а для понимания такого материала учащимся нужны фоновые знания.

Остановимся подробнее на социокультурном характере аудиотекстов. Вспомним, что целью обучения иностранным языкам является формирование коммуникативной компетенции, которая включает в себя 4 вида компетенций: языковую, речевую, компенсаторную и социокультурную. Таким образом, можно сказать, что учитель не просто говорит «в двух словах» учащимся о странах, в которых говорят на изучаемом языке, что потом дети забудут об этом, а ставит цель сделать все возможное, что поможет детям запомнить более исчерпывающую информацию о странах изучаемого языка (географическое положение, политическое устройство, систему образования, культуру, традиции, привычки, символы, стереотипы).

Это формирует у детей социокультурную компетенцию. Ее роль очень важна при обучении иностранному языку. Во-первых, детям всегда интересно узнавать что-то новое. Это можно делать посредством чтения текстов, прослушивания аудиотекстов и просмотре видео страноведческого характера. Во-вторых, у детей создается образ, связанный с языком. При упоминании «английский язык» или «немецкий язык» у них сразу появляется в голове картинка, которая, в-третьих, может стать неплохой мотивацией к изучению иностранного языка. Ведь, действительно, читая тексты или смотря видео о красивых городах различных стран, нам невольно хочется посетить эти места, увидеть их вживую. А как это сделать, не зная язык этой страны? В-четвертых, узнавая больше о странах и их особенностях, учащиеся знакомятся с новой лексикой. Встретив, например, в тексте (аудиотексте) «The Big Apple», дети могут перевести это как «Большое Яблоко», не зная того, что это другое название для New York City. Читая/ слушая различные тексты страноведческой направленности, у детей формируются определенные семантические поля по той или иной теме. Обогащается также грамматический и фонетический составы языка. Учащиеся знакомятся с грамматическими конструкциями, употребляемыми носителями языка (сокращения как в устной речи, так и в переписке; эллипсисы) и особенностями произношения и различиями между словами из, например, английского и американского английского. В-пятых, немало важно и то, что, изучая культуру заграничных стран, учащиеся могут сравнить ее со своей собственной страной, что расширяет их кругозор. В-шестых, учитель должен привить детям толерантность к представителям других культур; учитывать их особенности и принимать такими, какие они есть.

Для формирования социокультурной компетенции используются тексты для чтения и для аудирования (правда, иногда страноведческая информация может встречаться и в грамматических, лексических и даже фонетических упражнениях; но они выступают тогда как средства обучения, а не цель). Остановимся подробнее на аудировании. Все мы сталкивались с тем, что ученики с болью слушают, а тем более выполняют задания по данному умению (возможно, мы испытывали это на себе, учась в школе). Действительно, иногда кажется, что это

безумно долго, изнурительно и непонятно; особенно становиться страшнее, когда не знаем, какой же ответ в том или ином задании.

В этом и проявляется одна из трудностей аудирования: отсутствие контакта (мы не видим, о чем/ ком идет речь; что делают герои, и где они находятся). Детям в начальной школе это особенно трудно. У них сильно развита наглядная память; они мыслят, видят картинками. Но, признаем, что и ученикам средней и даже старшей школы нравятся картинки, изображения. И, действительно, наиболее развитая память у большинства людей – зрительная. Так почему же нам, учителям, не воспользоваться этим для лучшего формирования умения аудирования, особенно на начальных этапах изучения иностранного языка у школьников? Что же может нам помочь?

Использовать можно различные средства обучения: 1) картинки (перед заданиями по аудиотексту), что помогает детям настроиться на тему, которой будет посвящен текст и вспомнить лексику, которая может встретиться в нем; 2) видеоматериалы, которые совмещают в себе параллельно аудиотекст и видеоряд.

Видеоматериалы являются отличным средством на любой ступени обучения, но больше всего их следует использовать на начальной ступени, когда детям сложно слушать и воспринимать «голый» текст без опоры. Однако просмотр видео – не просто развлекательное времяпрепровождение, когда учащиеся ничего не делают. Так же, как и при обучении аудированию все время должна производиться проверка понимания услышанного (т.е. выполнение заданий). Также видео могут быть использованы практически при любой теме, которая проходится по учебному плану. Однако они являются неотъемлемой частью учебного процесса при прохождении тем страноведческого характера, где обычного прослушивания будет недостаточно; воображения детей будет не хватать, чтобы сформировать полную картинку о стране. Да, конечно же, могут быть иллюстрации в учебнике или плакаты на доске, которые как-то, но облегчат процесс прослушивания. Но может ли сравниться «застывшая» картинка с видео, которое практически переносит нас в другую страну? Ответ очевиден.

Учителям особенно «на руку», когда видеоматериалы прилагаются к УМК, им не нужно искать другие источники. Однако в большинстве случаев к видео не прикладываются задания, и учителям приходится самим их разрабатывать. Либо есть видео с заданиями, но в учебниках, которые не используются в общеобразовательных школах. И учителя вынуждены искать такие пособия и просматривать их на наличие подобных материалов. Но бывает и такое, что ни видео, ни задания по нему не приложены к УМК, а заданий по аудированию страноведческого характера недостаточно для более полного закрепления знаний. Тогда преподаватели ищут дополнительные источники и сами разрабатывают задания. Здесь можно выделить как плюсы (учащиеся не смогут найти ответы в Интернете на задания, разработанные самим учителем; социокультурная компетенция будет сформирована в полной мере; детям будет более интересно на занятиях), так и минусы (учителя тратят уйму времени в поисках видеоматериалов по нужной тематике и разрабатывая к ним задания).

Говоря о видеоматериалах страноведческого характера на занятиях иностранному языку, можно также выделить достоинства и недостатки их использования. Конечно же, используя видео на занятиях, дети лучше выполняют задания по нему (так как зрительный образ совпадает со слуховым); это более интересно для них; особенно оно важно при обучении детей на начальной ступени обучения, когда им нужна зрительная опора. Говоря о недостатках, следует отметить, что не все видео, найденные в Интернете, будут релевантны к использованию (на них уже могут быть написаны слова, которые будут ключевыми при выполнении заданий; таким образом, учащиеся будут обращать большее внимание именно на написанные слова, нежели на само прослушивание). Видеоматериалы могут не подходить детям, у которых есть проблемы с концентрацией внимания. Это проявляется в том, что они будут сильно отвлекаться на «движущиеся картинки», а не на то, что они слышат. Тогда процесс формирования умения аудирования не будет полноценным. Просмотр и выполнение заданий по видео – это не одно и то же, что и прослушивание без опоры, так как имеются подсказки, образы, ко-

торые облегчают процесс аудирования. Его можно в большей степени использовать только в начальной школе и у учеников, которые только начинают изучать язык.

Несмотря на недостатки использования видеоматериалов страноведческого характера, стоит отметить, что это не значит, что мы не можем использовать их при формировании социокультурной компетенции у учащихся. При определенных условиях они являются хорошей, а иногда даже необходимой альтернативой аудированию. Видео дополняют представление об изучаемых странах у учеников наравне с текстами и аудиотекстами. В век цифровых технологий учителям следует пользоваться благами цивилизации в полной мере на занятиях по иностранному языку; использовать весь спектр возможностей, которые помогут достичь поставленных целей в полной мере.

Список литературы:

1. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам. – 3-е изд. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 336 с.
2. Носонович Е.В., Мильруд Р.П. Параметры аутентичного учебного текста // Иностранные языки в школе. – 1999. – №1. – С. 11–18.
3. Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам. – 4-е изд. – М.: Просвещение, 2006. – 239 с.

ПРЕДПОСЫЛКИ И ПРОЦЕСС СТАНОВЛЕНИЯ ШТАЙНЕРОВСКОГО ДВИЖЕНИЯ

Сметанин Максим Олегович
студент,
институт истории, гуманитарного и социального образования,
Новосибирский государственный педагогический университет,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: maksimsm02@mail.ru

BACKGROUND AND THE PROCESS OF FORMATION OF THE STEINER MOVEMENT

Maksim Smetanin
Student,
Institute of History, Social and Humanities Education,
Novosibirsk state pedagogical University,
Novosibirsk, Russia

АННОТАЦИЯ

В данной работе описывается история появления вальдорфской педагогики, анализируется процесс ее мирового распространения.

ABSTRACT

This article describes origins of Waldorf pedagogy, analyzes the process of its worldwide spread.

Ключевые слова: Рудольф Штайнер, вальдорфская педагогика.

Keywords: Rudolf Stainer, Waldorf pedagogy.

Вальдорфская, штайнеровская, или вальдорфско-штайнеровская педагогика – это альтернативная педагогическая система, созданная австрийским философом и эзотериком Рудольфом Штайнером (1861-1925) на основании антропософии.

Антропософия (от греч. ἄνθρωπος – человек и σοφία – мудрость) – это выделившееся из теософии религиозно-мистическое учение, основанное Рудольфом Штейнером в 1912 году, которое сам автор называл «наукой о духе». Антропо-

софия и созданное на ее основе в 1913 году Антропософское общество были призваны показать общественности методы саморазвития и духовного познания с помощью мышления человека.

Первая вальдорфская школа появилась 7 сентября 1919 года в немецком городе Штутгарт. Она была открыта по инициативе табачного барона Эмиля Мольта (1876-1936) при его фабрике Вальдорф-Астория. Мольт, увлекавшийся антропософией, пригласил Штайнера для чтения лекции рабочим фабрики, а после предложил обучать уже их детей, для чего и создал вышеописанное учебное учреждение.

С самого начала своего существования школа, обучение в которой было рассчитано на 12 лет, позиционировалась как «единая народная и общеобразовательная», была общедоступной для детей любого социального положения, происхождения и пола. Как верно заметил Т. Рихтер, штайнеровская школа, которую Мольт называл школой будущего, «может считаться первой формой немецкой общеобразовательной школы» [2, с. 5].

Сначала в школе было 256 учеников, которые были детьми либо рабочих фабрики, либо антропософов-энтузиастов. Уже к 1925 году их число возросло до 897 человек. Обучение в ней стало столь популярным среди представителей учения Штайнера, что туда отправляли детей даже из-за пределов Германии – известен даже случай ученика из Австралии.

Постепенно вальдорфские школы начинают появляться и в других странах: в 1923 г. в Голландии, в 1925 г. в Англии, в 1926 г. в Швейцарии, в 1928 г. в США.

В дальнейшем, когда сначала в 1935 г. нацистами было распущено Антропософское общество, а затем в 1938 г. закрыты штайнеровские школы, эта мировая распространенность помогла спастись многим вальдорфским педагогам, которые во время Второй мировой войны, находились в эмиграции в данных странах.

После окончания войны в 1945 г. вальдорфские школы стали постепенно восстанавливаться на территории Германии, но не на всей, а только западной ее части – в Федеративной Республике Германия. В Германской Демократической

Республике до падения Берлинской стены в 1989 г. штайнеровских учебных учреждений не было.

С конца 1960-х гг., в 1970-1980-е гг. происходит, по выражению И.А. Калашникова, «вальдорфский бум» [1, с. 5]: штайнеровские школы открываются не только на Западе, но и на Востоке – в Японии, Малайзии, Индонезии, Ливане, Бангладеш, Непале, Китае, в 1990-х учение Штайнера начинает применяться в России. Подробнее об этом в последующих главах.

Для более наглядной демонстрации ниже представлен график распространения штайнеровских учебных заведений с начала усиленного роста их количества, начавшегося, согласно устоявшемуся мнению исследователей [1, с. 5; 3, p. 26], в послевоенное время (довоенные показатели слишком малы, а во время Второй мировой вальдорфские школы переживали определенный кризис). Конечной точкой выбрано начало XXI века – время окончания «вальдорфского бума» и перехода мирового роста числа штайнеровских школ в более спокойную фазу. Диаграмма охватывает, таким образом, период с 1955 по 2000 год.

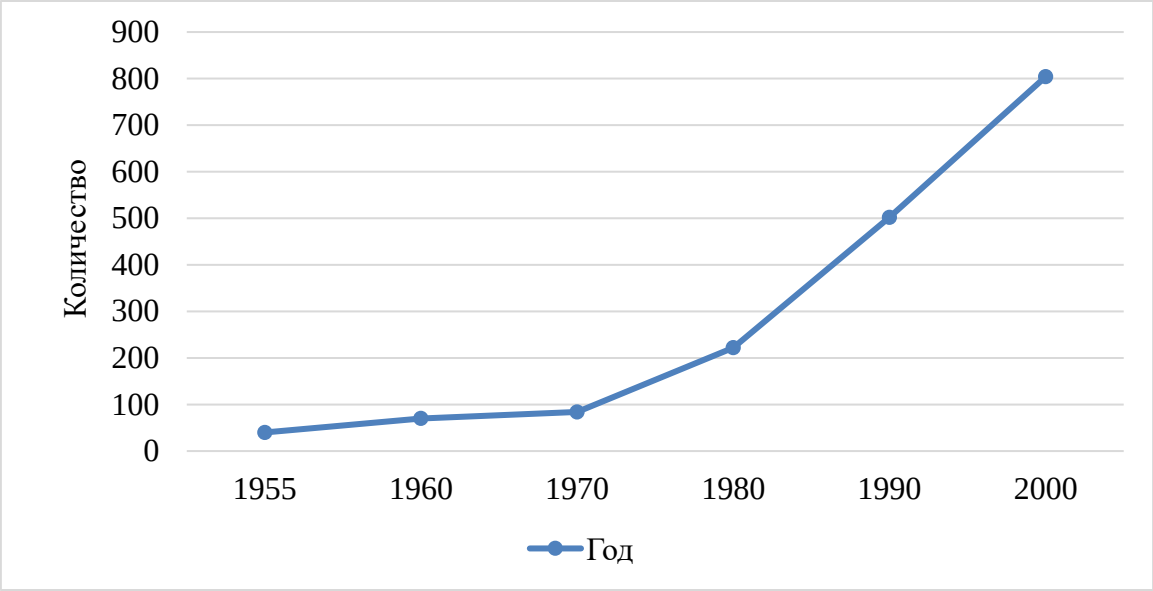

Рисунок 1. Распространение вальдорфских школ с 1955 по 2000 гг.

Как ясно иллюстрируют данные, за рассматриваемый период времени количество штайнеровских учебных заведений возросло с 40 до 804 – на 2010% за 45 лет, что составляет 44,7% в год. Таким образом, каждый год в мире появлялась

практически половина от всего существовавшего количества вальдорфских школ.

Таким образом, всего за 81 год своего существования штайнеровская педагогика не только не потеряла своей актуальности, но и распространилась по всему миру, с течением времени став одной из самых популярных и узнаваемых альтернативных педагогических систем.

Список литературы:

1. Калашников И.А. Вальдорфская школа: к осмыслению педагогических идей и опыта // Электронное научное издание Альманах Пространство и Время, 2018. № 1-2.
2. Рихтер Т. Задачи педагогики и цели преподавания свободной Вальдорфской школы. М.: Парсифаль, 1999. 210 с.
3. Paull, J., Henning, B. Rudolf Steiner Education and Waldorf Schools: Centenary World Maps of the Global Diffusion of «The School of the Future» // Journal of Social Sciences and Humanities, 2020. Vol. 6 (1). pp. 24-33.

СЕКЦИЯ
«ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ»

БИЗНЕС ПЛАН КАФЕ «COLLECT MOCHI»

Шершнева Виктория Андреевна
студент 3 курса,
специальность «Организация питания»,
квалификация «Повар»,
Уральский технологический колледж «Сервис»,
Республика Казахстан, г. Уральск

Ахметова Асель Куттбаевна
научный руководитель, Ph.D,
Уральский технологический колледж «Сервис»,
Республика Казахстан, г. Уральск
E-mail: Assel.k.sultanova@gmail.com

Общие предпосылки и история проекта. Проект, находящийся по адресу «Проспект Абая, 101, Торгово-развлекательный комплекс «City Center»».

Предпосылками к созданию проекта послужило обучение в технологическом колледже, в которую входит специальность кондитера, интерес к азиатской культуре и её изучение.

Цель проекта. Создать расслабляющую атмосферу, вызвать больший спрос товара среди людей определённого возраста, увеличить частоту потребления товара. Стратегия маркетинга – нишевая.

Проект ориентирован на внутренние ресурсы, внутренний рынок и находится в рамках Казахстана.

Государственная или региональная экономическая и промышленная политика содействует реализации проекта через ГОСТ, выделение денежных средств на создание своего бизнеса.

Общий анализ рынка и концепция маркетинга

- Анализ результатов маркетинговых исследований по направлениям:
- Целевой рынок ориентируется на молодых людей и подростков, тесно увлекающихся азиатской культурой.

- Канал сбыта корпоративный, производитель товара продвигает его собственными силами, силами штатных сотрудников, не привлекает к сотрудничеству дилеров, сам продумывает маркетинговую схему и обучает работников.

- Борьба с конкурентами производится с помощью особенности кафе: 1) Возможность собрать свой собственный моти из определённого вида теста, начинки, посыпки. 2) Бонусы и подарки в виде брелков и значков за покупку крупных заказов или во время действия акций [1-3].

Общий анализ рынка и концепция маркетинга

Жизненный цикл товара включает следующие этапы:

1) появление в продаже.
2) рост уровня реализации.
3) насыщение продуктом.
4) спад количества покупок.

Цикличность рынка проявляет себя в увеличении спроса и продаж в тёплое время года, лето и сентябрь; октябрь.

- Суть нишевой стратегии: происходит специализация фирмы на изготовлении особой, необычной продукции для узкого круга покупателей, например выпуск дорогих и качественных товаров для эксклюзивных клиентов, что имеет значение в контексте продажи моти, которые являются специфичным товаром из-за своего происхождения и спроса у определённой категории лиц.

- Расчёт маркетинговых исходит из платы рекламодателям, которые продвигают маркетинг через социальные сети.

Месторасположение, участок и окружающая среда

- Идентификация месторасположения и характеристика выбранного для размещения предприятия участка с учетом:

- Стабильно экологическое место, оказывает минимум вредного влияния на экологию

- Имеющаяся инфраструктура оказывает влияние из-за высокой оценки торгового комплекса, создаёт больший спрос и интерес

- Предприятие находится внутри помещения
- Затраты идут и торговому комплексу за аренду помещения и реализации товара

Проектирование и технология

- Производится покупка оборудования для предприятия, к примеру такое как духовки и холодильные шкафы для хранения продуктов.
- Дополнительные затраты идут из необходимости технического обслуживания оборудования, ремонта.
- Жизненный цикл технологии. В стадии формирования технологию называют новейшей, на стадии устойчивого развития передовой, на стадии наибольшей востребованности – современной, на стадии спада – устаревшей. Когда происходит спад предыдущих технологий, на смену им приходят более усовершенствованные.

Управление

- Тип организационной структуры – **Функциональная структура**
- Этот вид организационной структуры классифицирует людей согласно функции, которую они выполняют в профессиональной жизни.
- **Преимущества:**
- Высокая степень специализации.
- Ясный порядок подчиненности.
- Четкое понимание ответственности.
- Высокая эффективность и скорость.
- Отсутствие необходимости в дублировании работы.
- Все функции одинаково важны.
- **Недостатки:**
- Коммуникация сталкивается с несколькими барьерами.
- В центре внимания находятся люди, а не организация.

- Решения, принятые единственным человеком, могут не всегда идти на пользу организации.
- По мере роста компании становится труднее осуществлять контроль над действиями внутри нее.

Главные достоинства проекта

1) Высокий спрос, вызванный высокой популярностью темы японских сладостей, известность которых становится только больше с каждым годом.

2) Удобная схема маркетинга, сам маркетинг имеет большой успех и производится с помощью социальных сетей.

Главные недостатки проекта

1) Специфичность продаваемой продукции. Она очень узко направленная, и большинство людей к ней не привыкли, и основной доход идёт от молодых людей.

2) Некоторое сырьё более труднодоступное, начинки из специфичных азиатских продуктов, которые труднее достать.

Список литературы:

1. Ахметова З.Б. Ценообразование: учебное пособие. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 296 с.
2. Дюсембекова Ж.М. Маркетинговые исследования. – Алматы: Экономика, 2013. – 472 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

СЕКЦИЯ

«ПОЛИТОЛОГИЯ»

PR-ТЕХНОЛОГИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Ватолкина Алина Андреевна
студент,
кафедра общественно-социальных
институтов и социальной работы,
Российский государственный
социальный университет,
РФ, г. Москва
E-mail: alina136.ad@gmail.com

PR TECHNOLOGIES AS AN EFFECTIVE WAY TO PROMOTE GOVERNMENT PROGRAMS FOR YOUTH

Alina Vatolkina
Student,
department of public
and social institutions and social work,
Russian State Social University,
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается влияние различных средств массовой информации на формирование молодежи и молодых семей. Выделены основные функции средств массовой информации в контексте их влияния на молодежь, сформулированы рекомендации по формированию позитивно ориентированного, патриотически настроенного, способствующего укреплению института семьи, основанного на русских национально-культурных традициях и нравственно-нравственных традициях. духовные ценности молодежной среды.

ABSTRACT

The article discusses the influence of various media on the formation of youth and young families. The main functions of the media are identified in the context of their influence on young people, recommendations are formulated for the formation of a

positively oriented, patriotic, conducive to strengthening the institution of the family, based on Russian national cultural traditions and moral traditions. spiritual values of the youth environment.

Ключевые слова: PR-технологии, государственные программы для молодежи, СМИ, институт семьи, нравственно-духовные ценности.

Keywords: PR-technologies, state programs for youth, mass media, family institution, moral and spiritual values.

Недавнее исследование участия молодежи в политической жизни стало микрокосмом для более широкой дискуссии об эволюции политического участия в постиндустриальную эпоху. Понятно, что участие общественности в традиционных формах демократического взаимодействия (таких как голосование, вступление в политические партии и профсоюзы) во многих развитых странах снизилось, но последствия этого оспариваются. С одной стороны, некоторые выразили глубокую обеспокоенность тем, что эти события наносят сокрушительный удар по нашим демократическим институтам [1]. Третьи придерживаются более позитивной точки зрения и утверждают, что демократия не приходит в упадок, а трансформируется, и что граждане смотрят за пределы устоявшихся политических институтов, чтобы найти новые и творческие способы выражения своих политических предпочтений и достижения своих гражданских и политических целей. Что считать «неинституциональной» или экспрессивной формой политического участия, продолжают обсуждаться, но часто приводимые примеры включают протесты, петиции, бойкоты и, в последнее время, онлайн-способы участия (например, кампании в социальных сетях) [2].

Технологическая революция, вызванная Интернетом, сыграла центральную роль в распространении этих новых типов политического действия и самовыражения. Во-первых, быстрое и постоянное развитие Интернета изменило скорость и простоту коммуникаций и информационных потоков. Это оказало эффект до-

мино на политическое участие по нескольким ключевым направлениям. Во-первых, Интернет расширил доступ к информации, тем самым снизив стоимость (и ресурсы, необходимые для) получения политической информации. Во-вторых, диапазон доступной информации стал диверсифицированным и «демократизированным». Количество новостных сайтов и комментаторов увеличилось, что, в свою очередь, увеличило количество различных точек зрения, доступных гражданам. Теперь любой может быстро, широко и легко обмениваться информацией, и в результате друзья, семья и коллеги становятся кураторами новостей и информации, и мы больше (как) не полагаемся на институционализированные (национальные) СМИ или политические партии. для политической информации [3]. В-третьих, людям становится все легче становиться создателями веб-контента, а не просто пассивными потребителями. Через блоги, сайты социальных сетей, форумы комментариев и т.п. люди могут находить единомышленников, передавать свои собственные сообщения и принимать непосредственное и активное участие в своих областях интересов, если они того пожелают. Преимущества этой технологии не ограничиваются политической сферой, она означает, например, что люди могут легко и дешево создать веб-сайт или петицию по важному для них политическому вопросу и широко распространять их не только среди своих друзей. -группы, но и далеко за ее пределами.

Наконец, даже когда люди не хотят становиться создателями контента, предполагается, что онлайн-сфера все же может стимулировать политическое участие. Центральная предпосылка этого аргумента заключается в том, что социальные сети могут увеличить доступ человека к политической информации и социальной мобилизации, когда друзья и семья размещают ссылки на новости или выражают политические взгляды. Это, в свою очередь, может спровоцировать политический интерес, поиск политической информации и/или социальное давление с целью участия в политических действиях и/или политических дискуссиях [4]. Например, исследование с рандомизированным контролем в Соединенных Штатах показало, что пользователи Facebook (Facebook, согласно судебному решению, в России признана экстремистской организацией – прим. Редакции)

с большей вероятностью проголосуют и с большей вероятностью будут искать информацию, связанную с голосованием, если они увидят, что проголосовали другие пользователи их социальных сетей. Действительно, некоторые исследования даже предполагают, что использование Интернета может иметь положительное влияние на гражданскую и политическую активность, даже если онлайн-активность аполитична. Неполитическая онлайн-активность может открыть путь к участию в волонтерской деятельности, протестах и политическому голосу.

Государственный PR и социальная реклама являются непременным условием продвижения и реализации принятых программ, помогая властям объяснять свои действия как целенаправленные, способствующие достижению интересов граждан. Кроме того, информационное обеспечение реализации государственных программ направлено на повышение заинтересованности самих государственных служащих, их информированность о целях и задачах реализуемых проектов [5].

Покажем, что такое PR на примере реализации подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей», осуществляемой в рамках ФЦП «Жилище» на 2011-2015 годы. Целью подпрограммы является оказание государственной поддержки в улучшении жилищных условий членов молодых семей путем предоставления социальных льгот на приобретение (строительство) жилья.

При развертывании PR-кампании в рамках указанной подпрограммы в первую очередь необходимо определить ее миссию. В данном случае это разработка системы оказания государственной поддержки отдельным категориям граждан, членам молодой семьи в приобретении жилья или строительстве индивидуального жилого дома. Далее должна быть сформулирована основная цель – государственная поддержка в решении жилищной проблемы молодых семей, признанных в установленном порядке нуждающимися в улучшении жилищных условий [6].

Достижение цели программы предполагает решение следующих задач:

- обеспечение молодых семей социальными выплатами на приобретение жилья эконом-класса или строительство индивидуального жилого дома эконом-класса;

• создание условий для привлечения молодыми семьями собственных средств, дополнительных финансовых ресурсов от кредитных и иных организаций, в том числе ипотечного жилищного кредита на приобретение жилья или строительство индивидуального жилья.

В результате этих особенностей сторонники этого тезиса о демократическом фениксе утверждают, что Интернет (и, конечно же, другие формы выразительного политического участия) может предоставить пространство, в котором будут услышаны новые голоса, а ранее маргинализированные группы могут выражать свои взгляды и лоббировать перемены. в гражданской, политической, культурной или социальной сферах). Сторонники этой точки зрения особенно оптимистичны в отношении мобилизующего и демократизирующего потенциала онлайн-инструментов для молодежи. Современная молодежь выросла с Интернетом и быстрее всех освоила новые технологии. Утверждается, что это поколение молодых людей, которое по-разному называют «поколением дотнетов», «пользователями сети» или «цифровыми аборигенами», не только обладает цифровыми навыками для эффективного использования новых технологий, но и что эти технологии настолько интегрировались в их жизнь. что онлайн-пространство – это «естественный» мир, в котором они будут действовать или выражать свои взгляды. Действительно, преобразующий потенциал социальных сетей может быть доступен только молодым людям, выросшим после интернет-революции, поскольку они оба интенсивно используют социальные сети, а их политическая идентичность и привычки все еще формируются. Таким образом, это поколение молодежи может стать первым поколением, отражающим мобилизующий потенциал социальных сетей и Интернета в целом [6].

Также утверждалось, что Интернет может играть компенсирующую роль для молодых граждан. Хорошо известно, что в подростковом возрасте и в возрасте 20 лет молодые люди с меньшей вероятностью будут участвовать в институциональной политической деятельности (например, голосовать или вступать в политические партии), поскольку они озабочены получением образования, поиском работы и завершением перехода во взрослую жизнь. В частности, на этом

жизненном этапе у молодых граждан меньше ресурсов (времени, денег или умственной энергии), которые считаются предпосылками для участия в политической жизни. Однако, поскольку участие в сети требует меньше ресурсов (финансовых или иных), было высказано предположение, что эти онлайн-инструменты могут помочь компенсировать ограничения ресурсов, с которыми сталкиваются молодые люди, и предоставить недорогой сайт для взаимодействия. Тем не менее, несмотря на большой потенциал этих онлайн-инструментов, данные на сегодняшний день неоднозначны. С одной стороны, некоторые исследования показали, что молодые люди чаще используют онлайн-инструменты для политического участия, чем старшее поколение, что подтверждает тезис о том, что онлайн-инструменты могут помочь устранить межпоколенческий дисбаланс в политической деятельности [4]. Возраст является лишь предиктором того, являются ли они интернет-пользователями, и что если принять это во внимание, молодые люди не более и не менее склонны к участию в политической деятельности в Интернете, чем пожилые интернет-пользователи. Точно так же продолжает оспариваться и стратификация политической активности в Интернете. Политическая активность в Интернете стратифицируется в зависимости от образования и социально-экономического статуса (СЭС) даже среди молодых людей; это говорит о том, что онлайн-политическое участие воспроизводит неравенство, очевидное при офлайн-участии. Напротив, доход был предиктором только доступа к Интернету, а не самой политической активности в Интернете. Поэтому она утверждает, что теории взаимодействия, основанные на ресурсах, будут становиться все менее и менее подходящими, когда доступ в Интернет станет более распространенным.

Эти противоречивые результаты подчеркивают, что существует много оставшихся без ответа вопросов о демократизирующем потенциале онлайн-сферы, и предполагают, что мы должны рассмотреть вопрос о том, является ли онлайн-участие, как и офлайн-формы, «оружием сильных», а не возможность для бесправной молодежи обрести свой голос. Одна из причин таких различных ин-

терпретаций заключается в том, что исследования в этой области только зарождаются, и что еще мало исследований молодежи, которые могут рассматривать различия внутри этого поколения, а не различия между молодыми людьми и их старшими [1]. В результате существует тенденция подразумевать, что все молодые люди участвуют в онлайн-участии. Кроме того, во многих недавних исследованиях рассматривается влияние использования социальных сетей и/или Интернета в целом, а не изучение распространенности использования для действий, которые можно считать «политическими» (более подробно обсуждается ниже).

Среди стандартных средств обеспечения связи между программой и публикой, которые необходимо использовать, можно выделить:

- пресс-релизы
- пресс-киты
- Интернет-PR
- тематические материалы в СМИ
- брошюры, буклеты, информационные бюллетени
- аудио- и видеоматериалы.

Необходимо помнить, что PR – это в первую очередь деятельность по внедрению тех или иных нововведений, поэтому для привлечения внимания общественности необходим набор конкретных PR-инструментов и методов: использование новых медиа и новых форм сообщений (сообщений-историй), активная работа в Интернете [2]. PR-кампания должна быть масштабной, ресурсоемкой, гибкой и многолинейной. Особое внимание следует уделить способам подачи информации. Для компенсации негативных новостных факторов необходимо акцентировать внимание на пользе и пользе реализуемой программы, рассказать о ее положительных и отрицательных сторонах. Но следует помнить, что информационная перегруженность или излишняя детализация сообщений могут мешать усвоению информации. Важно не просто реализовать программу – важно сделать это эффективно.

В настоящее время PR-деятельность является неотъемлемой частью функционирования любой организации, она становится своеобразным связующим

звеном в работе в целом. Ключевой схемой построения PR-технологий продолжает оставаться формула коммуникации, предложенная Лассуэллом в 1942 году. Суть лассвелловской модели социальной коммуникации заключается в последовательном ответе на вопросы:

- кто отчитывается;
- какие отчеты;
- кого информирует;
- по каким каналам;
- с каким эффектом.

Эффективное планирование во многом определяется способностью руководства мыслить стратегически, то есть предвидеть и формулировать параметры желаемого положения дел в будущем, определять, какие силы и факторы будут способствовать или препятствовать прогрессу, выбирать стратегию приближение к цели.

В нашем случае необходимо наладить качественное информирование молодых семей о механизмах реализации подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей» через различные тематические мероприятия. Открытые пленумы, семинары и круглые столы позволят не только обсудить важные проблемы, но и выдвинуть полезные предложения по решению существующих проблем, что, безусловно, повлияет на улучшение демографической ситуации в стране.

Список литературы:

1. Бернейс Э.Л. Связи с общественностью / пер. А. Айзенштадт. М.: ВШЭ; Никколо М, 2019. 463 с.
2. Смирнова В.С. Ботанические сады Санкт-Петербурга и Ленинградской области // Колпинские чтения по краеведению и туризму: мат-лы межрегион. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 26 марта 2019 г.) Санкт-Петербург, 2019. Ч. 2. С. 149-157.
3. Артамонова Д.Е. Инновационный подход к стратегическому планированию рекламной кампании // Современные инновации. 2017. № 6. С. 117-119.

4. Львова Е.Н. Медиатехнологии позиционирования современных культурно-досуговых практик в Санкт-Петербурге: возможности и ограничения // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2020. № 2. С. 108-114.
5. Быков А.Е. Аспекты коммуникационного процесса // Инновационная наука. 2020. № 11. С. 89-91.
6. Тараканова Т.С. Интернет-коммуникации в продвижении социально-ориентированных проектов // Технологии PR и рекламы в современном обществе: мат-лы Всерос. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 20 марта 2018 г.) Санкт-Петербург, 2018. С. 212-216.

СЕКЦИЯ
«ТРАНСПОРТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

РАЗВИТИЕ МОСКОВСКОГО ТРАНСПОРТА

Рогальская Кристина Олеговна
магистрант,
кафедра управления транспортными комплексами,
Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва
E-mail: kristina2916@mail.ru

DEVELOPMENT OF TRANSPORT SYSTEM IN MOSCOW

Kristina Rogalskaya
Master,
Department of Management of Transport Complexes,
State University of Management,
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В работе рассматриваются аспекты развития транспортной инфраструктуры г. Москвы, результаты деятельности за прошедшие 10 лет.

ABSTRACT

The article discusses aspects of the development of transport infrastructure in Moscow, the results of activities over the past 10 years.

Ключевые слова: транспорт, московский транспорт.

Keywords: transport, moscow transport.

Транспортная система влияет на привлекательность города, экономический рост, здоровье и качество жизни.

Повышение эффективности общественного транспорта и улучшения транспортной ситуации на дорогах позволяют сократить потери времени в пути и перераспределить его на работу, потребление, саморазвитие или отдых. Рост числа

москвичей, регулярно перемещающихся пешком и на велосипеде, приводит к снижению затрат на поддержание здоровья при сидячем образе жизни. Сокращение использования личного транспорта уменьшает количество пострадавших в ДТП. Эффективная транспортная система помогает малому и среднему бизнесу, повышая транспортную доступность для клиентов и сотрудников.

Москва является самым крупным транспортным узлом страны. Население города Москвы составляет 13 млн. человек. Транспорт Москвы имеет общенациональное значение, так как на город приходится 1/5 суммарной валовой добавленной стоимости России.

Город ежедневно сталкивается с маятниковой миграцией. Ежедневно множество жителей едет в другой район на работу, создавая огромную нагрузку на транспортную систему. 91% жителей Москвы живет за пределами Третьего транспортного кольца, а 59% рабочих мест внутри него. С учетом ограниченности пропускной способности транспортной инфраструктуры и возможностей по ее расширению в исторической части Москвы градостроительная политика должна основываться на принципах транспортно-ориентированного развития. К ним относится:

1. Пешеходное движение – безопасная и полноценная пешеходная зона

2. Велосипедное движение – безопасная велосипедная сеть и места хранения велосипедов

3. Транспортная доступность – высококачественный общественный транспорт в шаговой доступности

4. Многофункциональность – сокращение продолжительности поездок за счет разнообразия типов объектов недвижимости в пределах квартала

5. Компактность – отсутствие пустырей и удобство городских поездок

6. Парковочные места – минимальная площадь пространства с запаркованным автотранспортом

Общественный транспорт представлен в Москве: автобусами, электробусам, трамваями, такси, маршрутными такси, метро, канатной дорогой.

Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы является органом управления и регулирования транспортной системы Москвы.

Департамент формирует политику, предоставляет услуги, управляет государственным имуществом в сфере транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры. Он обеспечивает безопасность объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств. [1]

Департамент транспорта и развития дорожно–транспортной инфраструктуры города Москвы подведомствен правительству Москвы и входит в Комплекс городского хозяйства.

Управляет деятельностью Департамента М.С. Ликсутов – Заместитель Мэра Москвы в Правительстве Москвы, руководитель Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы.

Подведомственными Департаменту транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы являются:

1. «Музей Московский транспорт» (ретро-автомобилей)
2. ГБУ «МосТрансПроект»
3. ГКУ "Администратор Московского парковочного пространства" АМПП
4. ГКУ "Центр организации дорожного движения Правительства Москвы"
5. ГУП «Мосгортранс»
6. ГУП «Московский метрополитен»
7. ГКУ «Организатор перевозок»

С момента назначения С.С. Собянина мэром Москвы в 2011 году и началось развитие и модернизация московского транспортного комплекса. В миссии программы развития транспортной системы Москвы в 2023-2040 году акцент на повышение качества жизни горожан, экономическом развитии города и улучшении экологической обстановки. [2]

Задачами транспортного комплекса Москвы является:

1. Повышение доступности и удобства городского транспорта для каждого

Каждый гражданин должен добираться до станции транспортного каркаса за 20-30 минут, а поездки должны совершаться без превышения нормативной нагрузки и быть приспособленными для маломобильных граждан.

2. Увеличение количества пассажиров на городском транспорте

Доля поездок на городском транспорте должна ежегодно расти, а транспортная система быть готова к ожидаемому росту пассажиропотока.

3. Создание мобильных и технологических сервисов для каждого

Жителям должны быть доступны современные технологические решения, повышающие эффективность движения по городу, в том числе единое приложение планирования и оплаты поездок (MaaS).

4. Сохранение финансовой доступности городского транспорта.

5. Сокращение потерь времени в пути

Загруженность дорог должна ежегодно снижаться

6. Повышение безопасности и надежности транспортной системы

Социальный риск транспортной системы (смертность на дорогах) должен ежегодно снижаться, а поездки на городском транспорте быть надежными

7. Снижение объема выбросов и шума от автомобильного транспорта

Экологическая ситуация в городе должна улучшаться через снижение вредных выбросов и увеличение доли пешеходных перемещений.

Мы уже видим результаты проведенной работы.

В Москве активно реализуются проекты по строительству новых магистралей и реконструкции существующих. Дороги занимают около 8 % общегородской площади. На протяжении 12 лет в Москве строится все больше дорог в частях города, где это необходимо, а также реализуются крупные инфраструктурные проекты развития дорожной инфраструктуры, такие как Северо-Западная хорда, Южная рокада, Северо-Восточная хорда, Юго-Восточная хорда, ЦКАД, дублеры Кутузовского шоссе.

Одними из ключевых является введение карты «Тройка» – универсальная карта, позволяющая оплатить проезд по городу, парковку, аренду велосипеда и даже пройти на каток или в музей.

Нельзя не отметить обновление подвижного состава, который стал современным, технологичным и экологическим.

Упорядочена парковка. Выросла оборачиваемость и доступность парковочных мест.

Ждать транспорта стало удобно на новых остановках с билетными автоматами, USB-разъемами для зарядки телефонов и точками Wi-Fi.

Онлайн – табло сообщают о прибытии транспорта, а с помощью единой системы транспортной навигации легко ориентироваться в городе.

Вместо старых небезопасных маршруток на линии вышло 2 тыс. новых автобусов частных перевозчиков. Пассажиры получили возможность пользоваться льготами, которые раньше были недоступны на частных маршрутах.

В проектах Московского транспорта применяются такие передовые технологии как распознавание лиц, электрический транспорт, тестирование беспилотного транспорта, роботизация и автоматизация управления транспортом.

Показатель удовлетворенности общественным пассажирским транспортом с 2019 по 2021 год вырос на 13% и составляет 89%.

Международные рейтинги также демонстрируют изменение позиций Москвы в лучшую сторону. Рейтинг эффективности транспортной системы согласно McKinsey & Company поднялся с 6 места в 2018 году на 3 место в 2021 году. [4]

Рейтинг развития городской среды согласно BCG (США) поднялся с 5 места в 2018 году на 3 место в 2021 году. А согласно рейтингу удовлетворенности Метрополитеном Москва заняла в 2021 году 3 место после Дубая и Стамбула против своего 12 места в 2016 году.

Городской общественный пассажирский транспорт является важным элементом единой транспортной системы страны, так как обеспечивает основной объем рабочих поездок населения городов и представляет собой часть их инфраструктуры как составляющей городского хозяйства.

По результатам рассмотрения стратегии и проделанной работы над пассажирским транспортом Москвы, можно сделать вывод, что за 12 лет произошли

колоссальные изменения. Властям удалось сделать транспорт комфортным, быстрым, технологичным. Граждане ставят в приоритет над личным общественный транспорт, потому что поездка экономит время, позволяет поработать в пути или даже отдохнуть.

Список литературы:

1. Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы. www.mos.ru/dt/function/ (Дата обращения: 13.11.2022)
2. Программа развития Московского Транспорта до 2040
3. Подводим итоги 2022 года. transport.mos.ru/mostrans/liksutov/Itogi2022 (Дата обращения: 31.12.2022)
4. Транспортные системы 25 городов мира. McKinsley&Company.2021. (Дата обращения: 12.12.2022)

СЕКЦИЯ

«ЭКОНОМИКА»

ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИИ И СВЯЗИ И ПУТИ ИХ ПОВЫШЕНИЯ

Кармель Анна Вячеславовна
студент,
факультет налогов, аудита и бизнес-анализа
Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации,
РФ, г. Москва
E-mail: gaidarb23@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросу изучения некоторых взаимосвязей и закономерностей, свойственных выборке организаций, оказывающих услуги в области информации и связи.

Были проанализированы показатели прибыли и рентабельности выбранных организаций, с целью выявления статистических закономерностей, свойственных показателям доходности организаций данной отрасли, оценки эффективности деятельности анализируемых организаций, выявления проблем и путей их решения. В свете происходящих событий в мировой экономике и в России в частности актуальность темы, обусловлена тем, что на сегодняшний день в России одновременно происходят несколько процессов: развитие рыночных отношений; реформация системы бухгалтерского учета, в сторону сближения с международными стандартами и стремлением организаций выйти на международные рынки. В связи с этим, спрос на квалифицированные бухгалтерские услуги достаточно высок и продолжает расти с каждым днем.

Ключевые слова: анализ прибыли и рентабельности, корреляционно-регрессионный анализ, статистический анализ данных, выявление проблем и поиск путей их решения.

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Прибыль – это денежное выражение основной части денежных сбережений предприятий любой формы собственности.

В экономической теории выделяют два вида прибыли: бухгалтерскую и экономическую. Экономическая прибыль рассчитывается с учетом внутренних издержек организации, которые не нашли отражения в бухгалтерском учете и характеризуют альтернативные варианты использования вложенного капитала. Бухгалтерская прибыль рассчитывается на основании данных бухгалтерского учета, которые подтверждаются первичными документами. Для целей настоящей работы были выбраны показатели, связанные с бухгалтерской прибылью, так как информация о внутренних издержках организации недоступна для внешних пользователей, а данные о бухгалтерской прибыли содержатся в отчете о финансовых результатах. Кроме того, финансовый результат за период можно определить путем сопоставления собственного капитала на начало и конец отчетного периода, без учета дополнительных вложений в капитал.

Выделяют следующие виды бухгалтерской прибыли [9]: валовая прибыль; прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; прибыль от обычной деятельности; чистая прибыль.

С точки зрения рыночных отношений, предприятие должно стремиться если не к максимальному увеличению прибыли, то, по крайней мере, к той прибыли, которая позволила бы ему не только поддерживать свое положение на рынке своих товаров и услуг, но и поддерживать его. обеспечить его динамичное развитие. Производство в конкурентной среде. В конечном итоге это требует знания источников формирования прибыли и поиска методов их оптимального использования.

Прибыль является абсолютным показателем, но для анализа эффективности деятельности целесообразнее работать с относительными показателями. Относительными показателями эффективности деятельности организации являются показатели рентабельности.

Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и характеризуют эффективности экономической деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций, отражая интересы различных участников экономического процесса.

Основные показатели рентабельности можно объединить в следующие группы:

1. показатели рентабельности продукции;
2. показатели рентабельности капитала (активов);
3. показатели, рассчитанные на основе потоков наличных денежных средств.

Первая группа показателей рентабельности формируется как отношение прибыли к различным показателям авансированных средств, из которых наиболее важными являются: все активы предприятия; инвестиционный капитал (собственные средства + долгосрочные обязательства); акционерный (собственный) капитал.

Также анализ можно проводить не только по сравнению с плановыми показателями, но и в сравнении с базисными (например, за предыдущий период). Однако базисный период – это не самый лучший вариант для анализа.

Формулы расчета показателей рентабельности, используемых в работе, представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Формулы для расчета показателей рентабельности

Показатель	**Формула расчета**
Рентабельность активов (имущества)	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость активов}}$
Рентабельность оборотных активов	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость оборотных активов}}$
Рентабельность инвестиций	$\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Собственный капитал} + \text{Долгосрочные обязательства}}$
Рентабельность собственного капитала	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}}$
Рентабельность продаж общая (валовая)	$\frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Выручка}}$
Рентабельность продаж чистая	$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}}$

Показатель	Формула расчета
Рентабельность проданных услуг	$\frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Полная себестоимость}}$

Анализ любой компании необходимо начинать с анализа отрасли в целом. Это позволяет обрести определенное понимание анализируемой сферы деятельности, а также вывести средние по отрасли значения показателей, с которыми можно будет сравнить показатели компании. Кроме того, в рамках данной работы, компании для более детального анализа в третьей главе, были выбраны на основании анализа отрасли.

Анализ отрасли проводился статистическими методами. В первую очередь была проведена группировка организаций, затем был проведен дисперсионный и корреляционно-регрессионный анализ.

Средняя выручка, средняя валовая прибыль и средняя валовая рентабельность были рассчитаны отдельно по каждой группе по формуле простой средней (формула 1) [5].

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{\mathrm{n}}, \qquad (1)$$

где: x_i – величина показателя у одной организации;

n– количество организаций в группе.

Следующим этапом анализа был вариационно-дисперсионный анализ, призванный оценить однородность отобранной совокупности в разрезе групп. Расчеты производились по формулам, представленным в таблице 2.

Таблица 2.

Формулы для расчета показателей при вариационно-дисперсионном анализе в разрезе выделенных групп

Показатель	Формула
Размах вариации	$R = x_{max} - x_{min}$
Коэффициент осцилляции	$V_r = \frac{R}{\bar{x}} \cdot 100\%$
Среднее линейное отклонение	$\bar{L} = \frac{\sum \lvert x_i - \bar{x} \rvert}{n}$

Показатель	Формула
Относительное линейное отклонение	$V_L = \frac{\bar{L}}{\bar{x}}$
Дисперсия	$\sigma^2 = \frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n}$
Среднее квадратическое отклонение	$\sigma = \sqrt{\sigma^2}$
Коэффициент вариации	$V_\sigma = \frac{\sigma}{\bar{x}} \cdot 100\%$

Для того, чтобы увязать группы между собой и проследить зависимость величины дисперсии показателей прибыли и рентабельности от размера организации, были рассчитаны такие показатели, как эмпирический коэффициент детерминации и коэффициент эмпирического корреляционного соотношения. Формулы, необходимые для расчета данных показателей, а также для расчета показателей, на которых основываются вышеупомянутые коэффициенты, представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Формулы, необходимые для расчета эмпирического коэффициента детерминации и коэффициента эмпирического корреляционного соотношения

Показатель	Формула
Средняя из внутригрупповых дисперсий	$\overline{\sigma_j^2} = \frac{\sum \sigma_j^2 \cdot n_j}{\sum n_j}$
Межгрупповая дисперсия	$\delta^2 = \frac{\sum(\overline{x_j} - \overline{x_{\text{общ}}})^2 \cdot n_j}{\sum n_j}$
Общая дисперсия	$\overline{x_{\text{общ}}} = \frac{\sum \overline{x_j} \cdot n_j}{\sum n_j}$
Эмпирический коэффициент детерминации	$\eta^2 = \frac{\delta^2}{\overline{\sigma^2}}$
Коэффициент эмпирического корреляционного отношения	$\eta = \sqrt{\eta^2}$

Для целей настоящей статьи при помощи статистических методов был проведен анализ совокупности организаций, отобранных с помощью базы данных СПАРК. Выборка производилась среди организаций, осуществляющих деятельность в области информации и связи. В качестве наблюдаемых показателей были отобраны: выручка от продажи (за минусом НДС, акцизов ...), валовая рентабельность и валовая прибыль за 2021 год. При составлении выборки, организации

были ранжированы по выручке, и 32 организаций, получившие в 2021году наибольшую выручку, были отобраны для анализа. Данные по выборке представлены в Приложении 1.

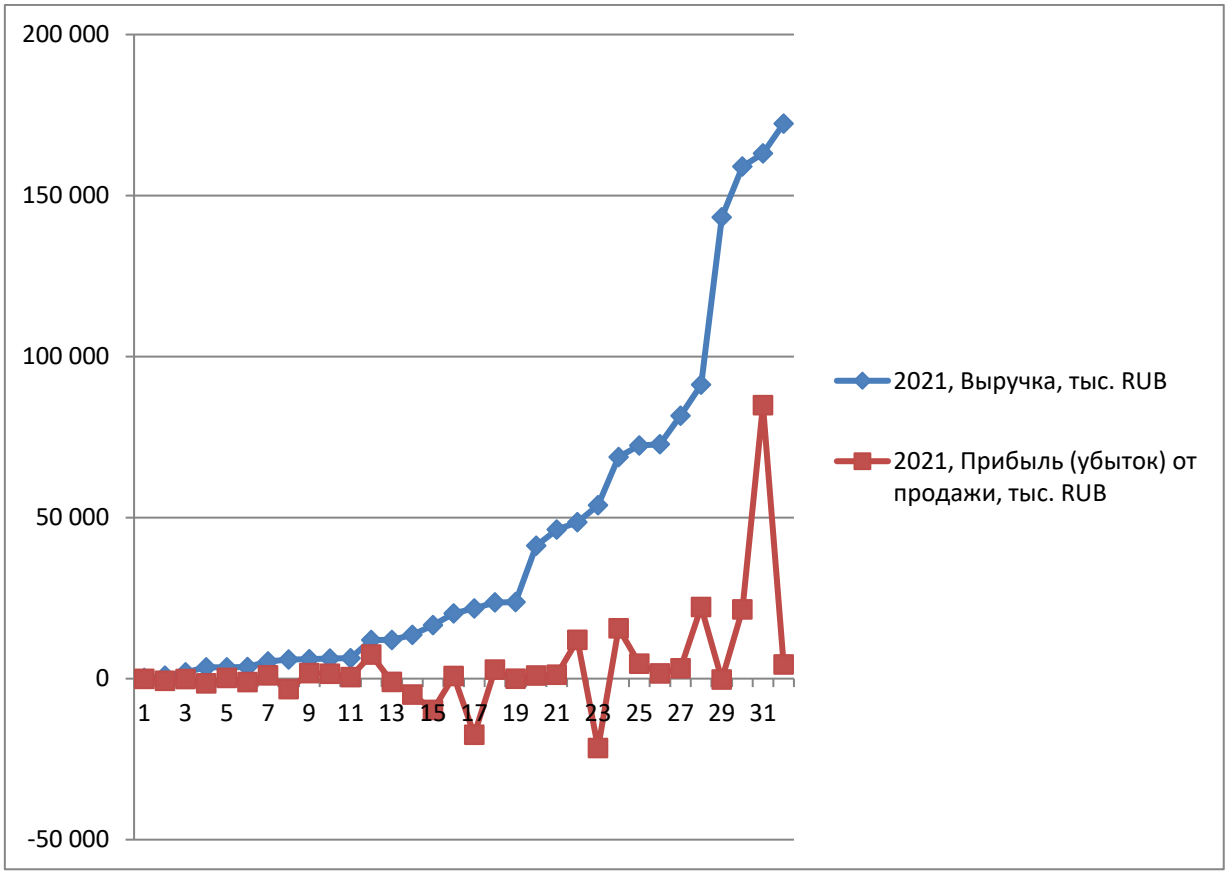

Рисунок 1. Вариационный ряд

Работа с выборкой производилась с учетом группировки базы данных СПАРК на крупные, средние и малые организации. Группировка проводится по размеру выручки: организации, получившие более 1000 тыс. руб., относятся к крупным, от 40 до 1000 тыс. руб. – к средним, и менее 40 тыс. руб. – к малым. Для каждой группы были посчитаны: количество входящих организаций и средние по трем выбранным показателям. Результаты представлены в Таблице 4.

Таблица 4.

Сведения о выделенных группах организаций в области информации и связи в 2021 году

Название группы	Размер выручки от продажи (за минусом НДС, акцизов ...), тыс. руб.	Число организаций	Средняя выручка от продажи (за минусом НДС, акцизов ...), тыс. руб.	Доля выборки по выручке, %	Средняя валовая прибыль, тыс. руб.	Средняя валовая рентабельн ость
Крупные	Более 100	4	159 412	68,31%	27 625	16,98%
Средние	40 – 100	9	64 092	27,46%	4 442	5,48%
Малые	менее 40	19	9 861	4,23%	-1 257	-14,39%
Всего		32	77 788	100,00%	10 270	2,69%

Обозначим полученную группировку для наглядности на рис.2 и рис. 3.

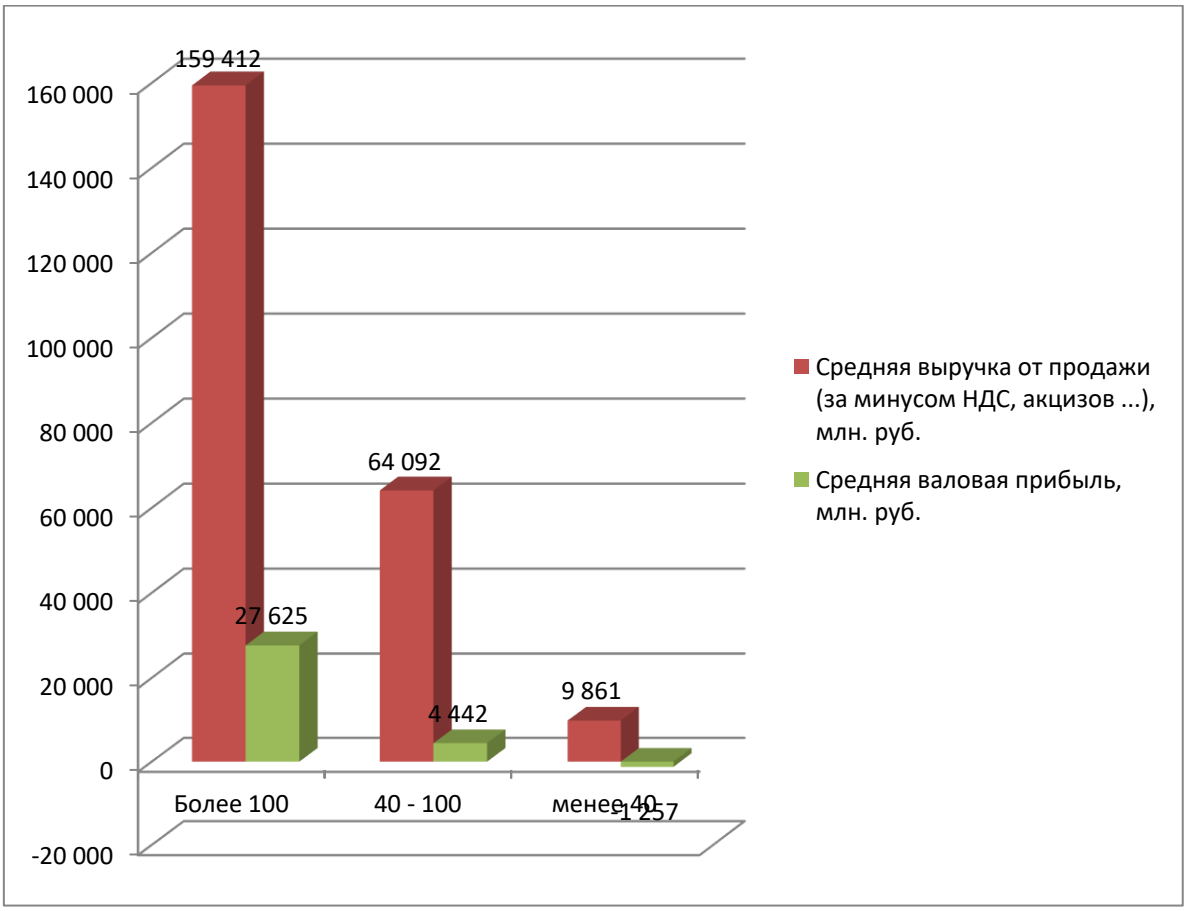

Рисунок 2. Динамика выручки и чистой прибыли по группам

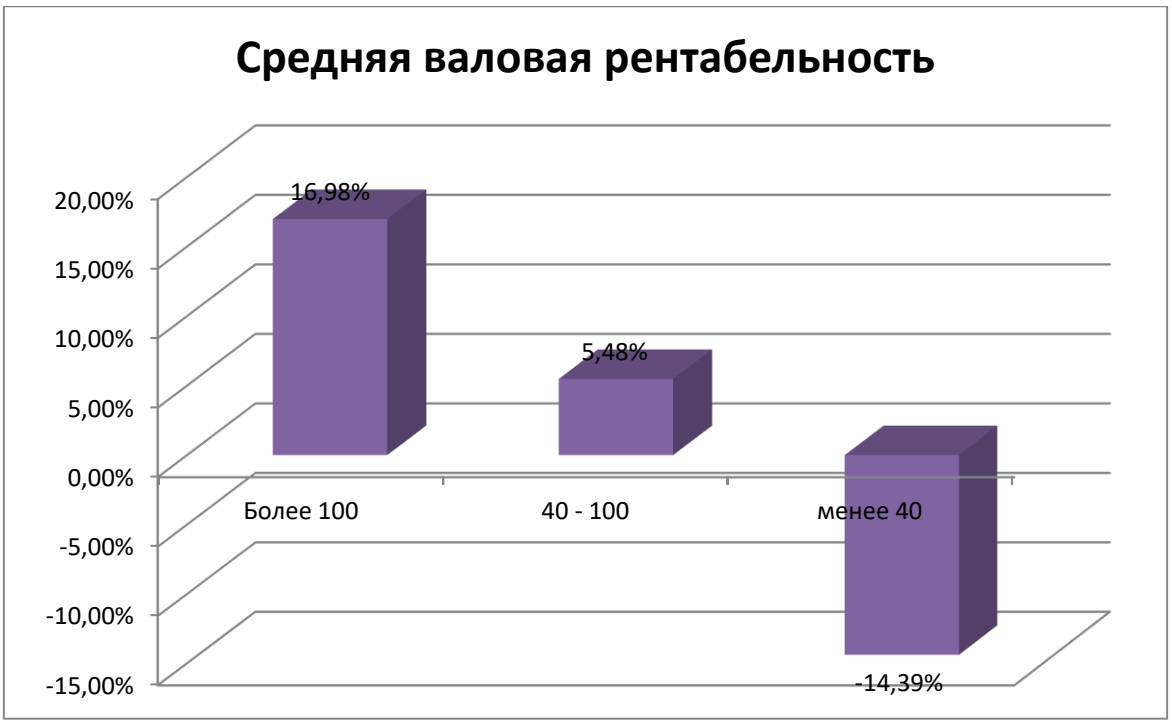

Рисунок 3. Динамика рентабельности по группам

Таким образом, в анализируемой выборке больше всего оказалось малых организаций и меньше всего крупных. Следует отметить, что, так как для анализа брались данные по 32 организациям по выручке, в целом в базе данных больше всего малых организаций, занимающихся данным видом деятельности, а меньше всего крупных. В рамках данной выборки анализ групп «крупные» и «средние» будет проводится в целом по всей совокупности организаций, отвечающих заданным критериям по виду деятельности и по выручке, а по группе «малые» – только по части, попавшей в выборку. Тем не менее, следует отметить, что по выручке наибольшую долю в выборке занимают крупные организации (68,31%).

Примечательно, что, несмотря на то, что средняя по прибыли, как и средняя по выручке, распределилась крупным и средним значением, средняя по валовой рентабельности средних организаций оказалась меньше на 2% средней по средним организациям.

Для того, чтобы оценить однородность совокупности, был проведен вариационно-дисперсионный анализ каждой группы, результаты которого представлены в таблицах 5-7.

Таблица 5.

Показатели вариации средних величин, рассчитанных по данным крупных организаций

Показатели	Выручка от продажи	Валовая прибыль	Валовая рентабельность
Размах вариации	29 089	85 181	52,26%
Коэффициент осцилляции	0,18	3,08	307,73%
Среднее линейное отклонение	8294,25	28635,88	17,54%
Относительное линейное отклонение	0,05	1,04	103,28%
Дисперсия	147333360,92	1545569241,58	5,82%
Среднее квадратическое отклонение	12138,10	39313,73	24,13%
Коэффициент вариации	7,61	142,31	14 206,32%

Таким образом, в среднем по крупным предприятиям среднее линейное отклонение по выручке составляет 8 294 250 руб., по прибыли 28 635 880 руб., а по валовой рентабельности 17,54%. Среднее квадратическое отклонение, как и положено по правилу мажорантности средних[5], чуть выше и составляет 12 138 100 руб. по выручке, 39 313 730 руб. по прибыли и 24,13% по валовой рентабельности. В относительных величинах, относительное линейное отклонение по выручке составляет 5%, по прибыли 104%, а по рентабельности 103%. В соответствии с полученными коэффициентами вариации, наиболее однородной выборка оказалась относительно выручки (7,61%), сильнее всего выражена вариация рентабельности (14206%).

Таблица 6.

Показатели вариации средних величин, рассчитанных по данным средних организаций

Показатели	Выручка от продажи	Валовая прибыль	Валовая рентабельность
Размах вариации	50 012	43 798	64,78%
Коэффициент осцилляции	0,78	9,86	1 182,60%
Среднее линейное отклонение	14762,81	8176,27	12,53%
Относительное линейное отклонение	0,23	1,84	228,68%
Дисперсия	299781905,00	150923354,03	3,91%

Показатели	Выручка от продажи	Валовая прибыль	Валовая рентабельность
Среднее квадратическое отклонение	17314,21	12285,09	19,77%
Коэффициент вариации	27,01	276,54	36 098,18%

Вариативность показателей средних организаций значительно отличается от вариативности показателей крупных организаций. Среднее линейное отклонение и среднее квадратическое отклонение по выручке и прибыли выше ввиду того, что сами показатели, в основном, также имеют меньшие значения, чем у крупных организаций, но их по количеству больше. Относительное линейное отклонение и коэффициент вариации по выручке значительно выше, чем у крупных организаций (23% и 27% соответственно), значения данных показателей по прибыли и рентабельности очень высокие, что говорит о недостаточной однородности совокупности. Следует отметить, что такое распределение показателей отражает тот факт, что размер выручки не отражает в полной мере результаты деятельности организации. При сравнительно небольшой вариативности выручки по данным организациям, размер прибыли и рентабельности значительно разнятся, что говорит о существенных различиях в эффективности их деятельности.

Таблица 7.

Показатели вариации средних величин, рассчитанных по данным малых организаций

Показатели	Выручка от продажи	Валовая прибыль	Валовая рентабельность
Размах вариации	23 532	24 898	142,19%
Коэффициент осцилляции	2,39	-19,80	-988,26%
Среднее линейное отклонение	6825,23	3214,30	32,15%
Относительное линейное отклонение	0,69	-2,56	-223,45%
Дисперсия	63038633,40	26601702,15	14,66%
Среднее квадратическое отклонение	7939,69	5157,68	38,29%
Коэффициент вариации	80,52	-410,18	-26 612,06%

По малым организациям ситуация схожа с предыдущей. Достаточно однородной является совокупность по показателю выручки, коэффициенты вариации и относительные линейные отклонения по прибыли и рентабельности превышает

100%, что говорит о сильной вариативности признака внутри совокупности, то есть малые организации, близкие по уровню выручки, сильно отличаются с точки зрения финансовой эффективности их деятельности.

В рамках дисперсионного анализа совокупности также были рассчитаны показатели, характеризующие влияние размера признака-фактора, а именно, размера организаций по выручке на изучаемые показатели. Результаты представлены в таблице 8. В связи с тем, что группировка проводилась по полученной выручке, зависимость между размером организации и выручкой очевидна, и анализ влияния не имеет экономического смысла, поэтому анализ проводился только по прибыли и рентабельности.

Таблица 8.

Оценка влияния размера организации на прибыль и рентабельность

Показатели	**Валовая прибыль**	**Валовая рентабельность**
Средняя из внутригрупповых дисперсий	574 364 765,92	8,13%
Межгрупповая дисперсия	336 102 600,18	3,25%
Общая дисперсия	910 467 366,10	11,38%
Эмпирический коэффициент детерминации	0,58	40,00%
Коэффициент эмпирического корреляционного отношения	0,76	63,25%

Эмпирический коэффициент детерминации показывает, что удельный вес факторного признака в дисперсии валовой прибыли весьма высок и составляет 58%, степень влияния этого фактора на дисперсию также значительна – 76%. Удельный вес факторного признака в дисперсии рентабельности незначителен и составляет 40%, степень влияния данного фактора на дисперсию составляет 63%.

Таким образом, по результатам вариационно-дисперсионного анализа можно сделать вывод, что совокупность является однородной по выручке, по остальным показателям относительно однородной является только группа крупных организаций, в то время как показатели экономической эффективности малых и средних организаций сильно варьируются.

При проведении корреляционно-регрессионного анализа были рассчитаны коэффициенты корреляции для пар показателей: выручка (X) и рентабельность

(Y), выручка (X) и прибыль (Z), прибыль (Z) и рентабельность (Y). Для того, чтобы исключить ошибку и продемонстрировать идентичность существующих методов, расчет проводился тремя способами: по Формуле 1, по Формуле 2 и с помощью функции «КОРРЕЛ» программы Excel. Рассчитанные коэффициенты корреляции представлены в Таблице 9.

Таблица 9.

Коэффициенты корреляции

Пара показателей	**Значение, %**
Выручка и рентабельность	35,7%
Прибыль и рентабельность	58,4%
Выручка и прибыль	55,8%

Таким образом, наиболее тесно взаимосвязаны прибыль и рентабельность, сила связи характеризуется как заметная. Это, в первую очередь, объясняется тем, что рентабельность содержит в себе прибыль. Тем не менее, значение менее 100%, что говорит о том, что прямой функциональной связи нет, ведь существует ряд факторов, влияющих на долю прибыли в выручке. Именно влияние этих факторов, в некоторых случаях, может привести к тому, что прибыль организации будет расти, а рентабельность снижаться.

Сила связи между прибылью и выручкой характеризуется тоже как заметная, а между выручкой и рентабельностью линейная связь умеренная.

Проверка значимости данных коэффициентов была произведена с помощью t-критерия Стьюдента при уровне значимости $\alpha = 0,05$. Результаты расчетов представлены в Таблице 10.

Таблица 10.

Оценка значимости коэффициентов корреляции

Показатели	**df**	r_{xy}	$t_{факт}$	$t_{кр}$	**Оценка существенности**
Выручка и рентабельность	30	0,357	2,096	2,0423	+
Прибыль и рентабельность	30	0,584	3,940	2,0423	+
Выручка и прибыль	30	0,558	3,683	2,0423	+

Исходя из того, что фактическое значение $t_{факт}$ выше критического значения $t_{кр}$ для всех пар, можно сделать вывод о существенности рассчитанных коэффициентов корреляции.

Помимо парных коэффициентов корреляции, были также рассчитаны коэффициенты корреляции знаков Фехнера (расчетная таблица приведена в Приложении 3) и коэффициенты корреляции рангов Спирмена (расчетная таблица приведена в Приложении 4). Результаты представлены в Таблице 11.

Таблица 11.

Коэффициенты Фехнера и Спирмена

Показатели	**Коэффициенты корреляции знаков Фехнера**	**Коэффициенты корреляции рангов Спирмена**
Выручка и рентабельность	0,313	0,348
Прибыль и рентабельность	0,188	0,882
Выручка и прибыль	0,625	0,537

На основании коэффициентов корреляции знаков Фехнера можно сделать вывод о том, что связь у всех трех пар показателей прямая, но между прибылью и рентабельностью связь не высокая.

Проверка значимости коэффициентов корреляции рангов Спирмена была произведена с помощью t-критерия Стьюдента при уровне значимости $\alpha = 0,05$. Результаты расчетов представлены в Таблице 12.

Таблица 12.

Оценка значимости коэффициентов Спирмена

Показатели	**df**	r_{xy}	$t_{факт}$	$t_{кр}$	**Оценка существенности**
Выручка и рентабельность	30	0,348	2,036	0,305	+
Прибыль и рентабельность	30	0,882	10,240	0,305	+
Выручка и прибыль	30	0,537	3,484	0,305	+

Исходя из того, что фактическое значение $t_{факт}$ выше критического значения $t_{кр}$ для всех пар, можно сделать вывод о существенности рассчитанных коэффициентов корреляции.

Проведем индексный анализ по формуле:

$$П = В*р$$

где П – чистая прибыль,

В – выручка,

р – рентабельность.

Тогда

$$I_П = I_В * I_р$$

Проверим взаимосвязь индексов $I_П = I_В * I_р$

1,30*(-2,65) = -3,05 верно.

Таким образом, прибыль в среднем понижена на 205% за счет повышения выручки на 30% и снижения рентабельности на 165%

Регрессионный анализ в программе Excel показал для пар выручка (X) и прибыль (Z):

ВЫВОД ИТОГОВ								
Регрессионная статистика								
Множественный R	0,558004							
R-квадрат	0,311369							
Нормированный R-квадрат	0,288414							
Стандартная ошибка	43656,91							
Наблюдения	32							
Дисперсионный анализ								
	df	*SS*	*MS*	*F*	*Значимость F*			
Регрессия	1	25853249790	25853249790	13,56467	0,000905086			
Остаток	30	57177764532	1905925484					
Итого	31	83031014322						
	Коэффициен	*Стандартная*	*t-статистик*	*P-Значение*	*Нижние 95%*	*Верхние 95%*	*Нижние 95,0%*	*Верхние 95,0%*
Y-пересечение	37132,74	7927,438503	4,68407765	5,68E-05	20942,74821	53322,72682	20942,74821	53322,72682
Переменная X 1	1,687163	0,458091838	3,68302454	0,000905	0,751615138	2,622711825	0,751615138	2,622711825

Рисунок 4. Регрессионный анализ для пар выручка (X) и прибыль (Z)

Регрессионный анализ в программе Excel показал для пар выручка (X) с рентабельностью (Y):

1	ВЫВОД ИТОГОВ								
2									
3	*Регрессионная статистика*								
4	Множественный R	0,357336							
5	R-квадрат	0,127689							
6	Нормированный R-ква	0,098612							
7	Стандартная ошибка	49135,48							
8	Наблюдения	32							
9									
10	Дисперсионный анализ								
11		*df*	*SS*	*MS*	*F*	*ачимость F*			
12	Регрессия	1	1,06E+10	1,06E+10	4,391408	0,044663			
13	Остаток	30	7,24E+10	2,41E+09					
14	Итого	31	8,3E+10						
15									
16		*Коэффициен*	*артная о*	*тистати*	*-Значени*	*ижние 95%*	*ерхние 95%*	*ижние 95,0*	*рхние 95,0%*
17	Y-пересечение	46460,34	8777,797	5,292938	1,02E-05	28533,68	64386,99	28533,68	64386,99
18	Переменная X 1	54375,39	25947,79	2,095569	0,044663	1382,919	107367,9	1382,919	107367,9
19									

Рисунок 5. Регрессионный анализ для пар выручка (X) и рентабельность (Y)

Регрессионный анализ в программе Excel показал для пар прибыль (Z) с рентабельностью (Y):

ВЫВОД ИТОГОВ								
Регрессионная статистика								
Множественный R	0,583947							
R-квадрат	0,340994							
Нормированный R-квадрат	0,319027							
Стандартная ошибка	14124,87							
Наблюдения	32							
Дисперсионный анализ								
	df	*SS*	*MS*	*F*	*ачимость F*			
Регрессия	1	3,1E+09	3,1E+09	15,52312	0,00045			
Остаток	30	5,99E+09	2E+08					
Итого	31	9,08E+09						
	Коэффициен	*артная о*	*тистати*	*-Значени*	*ижние 95%*	*ерхние 95%*	*ижние 95,0*	*рхние 95,0%*
Y-пересечение	5389,981	2523,334	2,136055	0,040952	236,6458	10543,32	236,6458	10543,32
Переменная X 1	29388,62	7459,155	3,939939	0,00045	14154,99	44622,25	14154,99	44622,25

Рисунок 6. Регрессионный анализ для пар прибыль (Z)и рентабельность (Y)

Стандартная ошибка ниже у пары прибыль (Z) с рентабельностью (Y).

Регрессионный анализ проводился только для пар выручка (X) с рентабельностью (Y), и прибыль (Z) с рентабельностью (Y).

Для построения линейных уравнений регрессии, с помощью функции «ОТРЕЗОК» были посчитаны коэффициенты a_0, а с помощью функции «НАКЛОН» были посчитаны коэффициенты a_1. Таким образом, получились следующие уравнения регрессии:

1) $\widehat{y_x} = \mathbf{-0,152 + 2,34x}$

2) $\widehat{y_z} = \mathbf{-0,09 + 1,16x}$

Выравненные ряды приведены в Приложении 6.

На основании получившихся коэффициентов можно сделать вывод, что усредненное влияние на рентабельность неучтенных в модели факторов в первом случае принимает значение -0,152, а во втором – 0,09.

При этом с увеличением выручки на 1 тыс. руб. рентабельность увеличивается в среднем в 2,34раз, а с увеличением прибыли на 1 тыс. руб. рентабельность увеличивается в 1,16 раз.

Таким образом, по результатам проведенного анализа статистической информации можно сделать вывод, что в среднем в 2021 году наиболее высокий уровень валовой рентабельности продаж наблюдается у организаций с высоким размеров выручки.

Для дальнейшего изучения закономерностей, присущих показателям доходности организаций, оказывающих услуги в сфере информации связи, были выделены две организации, показатели которых выделяются из выборки.

Данные компании из второй группы средних организаций отрасли в рамках анализируемых во второй главе показателей за 2022 год. ООО «АЗИМУТ СОФТ» занимает наиболее высокую позицию по выручке (48 564 тыс. руб.) и по валовой прибыли (13 340 тыс. руб.). ООО «КОНЕКТ» лидирует по уровню валовой рентабельности продаж (99,83%). Одной из задач данной главы является рассмотрение причин столь высокой рентабельности, нетипичной для отрасли.

ООО «АЗИМУТ СОФТ» осуществляет разработку цифровых (информационных) систем для автоматизации телевизионного производства и вещания.

ООО «КОНЕКТ» – современная и динамично развивающаяся компания, специализирующаяся на предоставлении всего комплекса телекоммуникационных услуг. Собственная разветвленная оптоволоконная сеть ООО «КОНЕКТ» охватывающая многие районы Новой Москвы дает возможность предоставить доступ к сети Интернет и другим услугам оперативно.

Анализ прибыли и рентабельности ООО «АЗИМУТ СОФТ» за 2019 – 2021 гг. Данные о выручке, прибыли и состоянии имущества за 2019 – 2021 гг. взяты из бухгалтерской отчетности организации. При этом была составлена аналитическая таблица, которая демонстрирует динамику в разрезе разных видов прибыли (Таблица 13).

Таблица 13.

Анализ динамики прибыли ООО «АЗИМУТ СОФТ» за 2019 – 2021 гг. в разрезе видов прибыли

Вид прибыли	**2019**	**2020**	**Изменение**		**2021**	**Изменение**	
	Сумма, тыс. руб.	**Сумма, тыс. руб.**	**Абсолюте, тыс. руб.**	**Относительное, %**	**Сумма, тыс. руб.**	**Абсолютное, тыс. руб.**	**Относительное, %**
Валовая прибыль	15117	26827	11710	77%	24320	-2507	-9%
Прибыль от продаж	431	14641	14210	3297%	12026	-2615	-18%
Прибыль до налогообложения	4783	16707	11924	249%	14793	-1914	-11%
Чистая прибыль	2168	15232	13064	603%	13340	-1892	-12%

Таким образом, в 2021 г. наблюдается существенный прирост чистой прибыли на 13 064 тыс. руб. или на 603%, в 2021 г. она снизилась, но незначительно на 1892 тыс. руб. или на 12%, за анализируемый период в целом идет значительный прирост чистой прибыли в целом.

В 2020 г. наблюдается повышение прибыли до налогообложения на 11 924 тыс. руб. или на 249% и повышение прибыли от продаж на 14210 тыс. руб. или на 3297%. В 2021 году наблюдается снижение по всем видам прибыли, но по сравнению с 2019г. идет значительный прирост. Особенно следует отметить сни-

жение прибыли от продаж на 2615 тыс. руб. в 2021 г. или на 18%, что обусловлено тем, что валовая прибыль росла опережающими темпами по сравнению с коммерческими и управленческими расходами, которые практически не изменились. Это произошло в связи с ростом расходов опережающими темпами по сравнению с доходами. К тому же, в 2021 гг. сумма прочих расходов превысила сумму прочих доходов.

Помимо прибыли, по компании были рассчитаны и проанализированы несколько видов рентабельности. Результаты расчетов представлены в таблице 14.

Таблица 14.

Анализ рентабельности ООО «АЗИМУТ СОФТ» за 2019 – 2021 гг.

Вид рентабельности	2019	2020	Изменение	2021	Изменение
Рентабельность активов (имущества)	1,75%	11,02%	9,27%	8,81%	-2,22%
Рентабельность оборотных активов	2,60%	19,28%	16,68%	17,51%	-1,77%
Рентабельность инвестиций	3,91%	12,14%	8,23%	9,80%	-2,34%
Рентабельность собственного капитала	1,77%	11,07%	9,30%	8,84%	-2,23%
Рентабельность продаж общая (валовая)	54,18%	61,44%	7,25%	50,08%	-11,36%
Рентабельность продаж чистая	7,77%	34,88%	27,11%	27,47%	-7,41%
Рентабельность проданных услуг	1,54%	33,53%	31,99%	24,76%	-8,77%

Средняя валовая рентабельность по средним организациям, оказывающим услуги в области информации и связи, по данным второй главы работы, в 2021 году составила 5,48%. Таким образом, валовая рентабельность ООО «АЗИМУТ СОФТ» превышает среднюю по отрасли на 22%.

В 2020 году можно наблюдать положительную динамику рентабельности. Рост наблюдается по всем ее видам. Особенно высоки темпы роста рентабельности инвестиций и рентабельности проданных услуг, что говорит о повышении

доходности вкладываемых средств. В 2021 году, как и прибыль, рентабельность снижается. Самое стремительное падение снова приходится на рентабельность инвестиций и собственного капитала. Незначительный рост заметен у валовой рентабельности продаж.

В целом можно сделать вывод, что компания ООО «АЗИМУТ СОФТ» является лидером отрасли по прибыли и рентабельности. При этом деятельность является рентабельной: ни один из показателей за анализируемые периоды не принимал значения ниже нуля. Валовая рентабельность является более высокой, чем у других аналогичных организаций. Тем не менее, после значительного роста показателей в 2020 году наблюдается ощутимый спад в 2021 году.

Примечательно, что именно кризисный для России 2020 год оказался наиболее удачным для предоставления услуг в области информации и связи за последние три года.

Анализ прибыли и рентабельности ООО «Коннект» за 2019 – 2021 гг. Данные о выручке, прибыли и состоянии имущества за 2019 – 2021 гг. взяты из бухгалтерской отчетности организации, приведенной в Приложении 8. При этом была составлена аналитическая таблица, которая демонстрирует динамику в разрезе разных видов прибыли (Таблица 15).

Таблица 15.

Анализ динамики прибыли ООО "Коннект" за 2019 – 2021 гг. в разрезе видов прибыли

Вид прибыли	**2019**	**2020**	**Изменение**		**2021**	**Изменение**	
	Сумма, тыс. руб.	**Сумма, тыс. руб.**	**Абсолютное, тыс. руб.**	**Относительное, %**	**Сумма, тыс. руб.**	**Абсолютное, тыс. руб.**	**Относительное, %**
Валовая прибыль	2256	3557	1301	58%	1196	-2361	-66%
Прибыль от продаж	127	87	-40	-31%	1000	913	1049%
Прибыль до налогообложения	1712	1623	-89	-5%	-532	-2155	-133%
Чистая прибыль/убыток	1072	773	-299	-28%	-1001	-1774	-229%

Таким образом, в 2020 году наблюдается существенный убыток чистой прибыли. В 2020 г. наблюдается снижение прибыли до налогообложения на 89 тыс. руб. или на 5% и снижение чистой прибыли на 299 тыс. руб. или на 28%. В 2021 году наблюдается снижение по всем видам прибыли кроме валовой прибыли. Особенно следует отметить снижение прибыли от продаж на 2361 тыс. руб. в 2021 г. или на 66%, что обусловлено тем, что валовая прибыль росла опережающими темпами по сравнению с коммерческими и управленческими расходами, которые практически не изменились. В 2021 прибыли нет, есть убыток до налогообложения в размере 532 тыс.руб. и чистый убыток в размере 1001 тыс. руб. Кроме того, в 2021 году была перестроена структура доходов путем снижения доли доходов от прочих видов деятельности. Это произошло в связи с ростом расходов опережающими темпами по сравнению с доходами. К тому же, в 2019-2021 гг. сумма прочих расходов превысила сумму прочих доходов.

Результаты расчета нескольких видов рентабельности ООО «Коннект» представлены в таблице 16.

Таблица 16.

Анализ рентабельности ООО «Коннект» за 2019 – 2021 гг.

Вид рентабельности	2019	2020	Изменение	2021	Изменение
Рентабельность активов (имущества)	5,97%	4,81%	-1,17%	-4,93%	-9,74%
Рентабельность оборотных активов	8,13%	6,57%	-1,56%	-5,49%	-12,07%
Рентабельность инвестиций	19,12%	16,56%	-2,56%	-5,33%	-21,90%
Рентабельность собственного капитала	16,03%	10,23%	-5,80%	-14,87%	-25,10%
Рентабельность продаж общая (валовая)	6,88%	9,68%	2,80%	2,58%	-7,09%
Рентабельность продаж чистая	3,27%	2,10%	-1,17%	-2,16%	-4,27%
Рентабельность проданных услуг	0,39%	0,24%	-0,15%	2,16%	1,92%

Показатели рентабельности ООО «Коннект» являются положительными в период с 2019-2020 и демонстрируют незначительные колебания к снижению, однако в 2021 г. показатели рентабельности стали отрицательными, что говорит

об убыточной деятельности организации. По показателям рентабельности становится очевидна разница между валовой и чистой прибылью, отмеченная ранее. Об этом свидетельствует тот факт, что значения валовой рентабельности продаж практически достигают 2,58%, а рентабельность продаж по чистой прибыли составляет 2,16% со знаком минус.

Следует отметить, что 2019 год для этой компании также выдался более удачным, чем 2020 и 2021 годы.

Анализируемые компании были отнесены ко второй группе по уровню выручки к средним организациям. Для создания комплексной оценки был применен один из методов рейтингового анализа [15, с. 121-123], а именно метод суммы мест [7]. Для этого, по каждому показателю рентабельности, организациям были присвоены места: первое место, если показатель выше, чем у другой компании и второе место если показатель ниже. Таким образом, была проведена комплексная оценка показателей рентабельности по двум организациям. Результаты представлены в таблицах 17 – 19.

Таблица 17.

Рейтинговый анализ рентабельности изучаемых организаций за 2019 год

Вид показателя	Значение показателя		Место	
	ООО «АЗИМУТ СОФТ»	ООО "Коннект"	ООО «АЗИМУТ СОФТ»	ООО "Коннект"
Рентабельность активов (имущества)	1,75%	5,97%	2	1
Рентабельность оборотных активов	2,60%	8,13%	2	1
Рентабельность инвестиций	3,91%	19,12%	2	1
Рентабельность собственного капитала	1,77%	16,03%	2	1
Рентабельность продаж общая (валовая)	54,18%	6,88%	1	2
Рентабельность продаж чистая	7,77%	3,27%	1	2
Рентабельность проданных услуг	1,54%	0,39%	1	2
Итого за 2019 год			11	10

Таким образом, по результатам анализа, в 2019 году комплексная оценка рентабельности ООО «Коннект» дала лучшие результаты, чем оценка ООО «АЗИМУТ СОФТ». В разрезе показателей у ООО «АЗИМУТ СОФТ» три показателя имеют значения, превышающие значения показателей ООО «Коннект»:

это рентабельность продаж общая (валовая), рентабельность проданных услуг и рентабельность продаж чистая. То есть наблюдается более эффективное управление вкладываемыми средствами.

Таблица 18.

Рейтинговый анализ рентабельности изучаемых организаций за 2020 год

Вид показателя	Значение показателя		Место	
	ООО «АЗИМУТ СОФТ»	ООО "Коннект"	ООО «АЗИМУТ СОФТ»	ООО "Коннект"
Рентабельность активов (имущества)	11,02%	4,81%	1	2
Рентабельность оборотных активов	19,28%	6,57%	1	2
Рентабельность инвестиций	12,14%	16,56%	2	1
Рентабельность собственного капитала	11,07%	10,23%	1	2
Рентабельность продаж общая (валовая)	61,44%	9,68%	1	2
Рентабельность продаж чистая	34,88%	2,10%	1	2
Рентабельность проданных услуг	33,53%	0,24%	1	2
Итого за 2020 год			8	13

В 2020 году ситуация несколько изменилась. По данным анализа, оценка рентабельности ООО «АЗИМУТ СОФТ» на 6 показателей лучше, чем оценка рентабельности ООО «Коннект». Помимо отмеченных ранее показателей, в 2020 году рентабельность собственного капитала, рентабельность активов (имущества) и рентабельность оборотных активов ООО «АЗИМУТ СОФТ» оказались выше, чем у ООО «Коннект».

Таблица 20.

Рейтинговый анализ рентабельности изучаемых организаций за 2021 год

Вид показателя	Значение показателя		Место	
	ООО «АЗИМУТ СОФТ»	ООО "Коннект"	ООО «АЗИМУТ СОФТ»	ООО "Коннект"
Рентабельность активов (имущества)	8,81%	-4,93%	1	2
Рентабельность оборотных активов	17,51%	-5,49%	1	2
Рентабельность инвестиций	9,80%	-5,33%	1	2
Рентабельность собственного капитала	8,84%	-14,87%	1	2

Вид показателя	Значение показателя		Место	
Рентабельность продаж общая (валовая)	50,08%	2,58%	1	2
Рентабельность продаж чистая	27,47%	-2,16%	1	2
Рентабельность проданных услуг	24,76%	2,16%	1	2
Итого за 2021 год			7	14

В 2021 году комплексная оценка показателей рентабельности снова показывает, что лучших результатов рентабельности достигла организация ООО ««АЗИМУТ СОФТ» по всем показателям.

В целом результаты анализа подтвердили выводы, сделанные ранее по статистической совокупности о том, что организации крупного бизнеса в данной сфере деятельности имеют несколько более высокий уровень рентабельности, чем средние и малые компании. Тем не менее, разница не является существенной в сравнении с разницей в оборотах, поэтому компании со значительно более высоким уровнем выручки, получают значительно более высокий прирост капитала по результатам своей деятельности.

Также по результатам анализа можно предположить, что нахождение экономики страны на стадии кризиса благотворно влияет на организации, оказывающие услуги в области информации и связи. Возможно, это связано с тем, что в период кризиса, компании реального сектора стремятся максимально оптимизировать свои расходы, с чем им и помогают консалтинговые организации.

Основной критерий, по которому компания ООО «АЗИМУТ СОФТ» была отобрана для анализа, видится не вполне оправданным, так как в сравнении с остальными показателями рентабельности, валовая рентабельность продаж выглядит искусственно завышенной. Такой высокий уровень рентабельности достигнут за счет того, что основная сумма затрат отнесена не на себестоимость, а на управленческие расходы. Таким образом, данный показатель не дает объективной оценки эффективности основной деятельности.

Безусловно, обе проанализированные организации успешно функционируют и показывают стабильно положительные результаты. Тем не менее, рынок

постоянно развивается и организациям тоже не следует останавливаться на достигнутом и ООО «Коннект» в 2021 г. сдал обороты и стал приносить убытки.

Повышение прибыли и рентабельности может происходить двумя способами: за счет максимизации доходов или минимизации издержек. Максимизация доходов может происходить путем увеличения цен, что нежелательно, так как в рыночных условиях это может привести к потере клиентов. Более предпочтительным путем является увеличение количества клиентов и спектра предоставляемых услуг, а также рационализация использования ресурсов.

По результатам проведенной работы можно сделать следующие рекомендации:

- повышение стабильности получения прибыли и минимизация расходов из года в год;
- оптимизация структуры доходов, чтобы ключевую долю составляли доходы от основной деятельности;
- ООО «АЗИМУТ СОФТ» следует обратить внимание на повышение рентабельности, чтобы существующие обороты приносили больший эффект;
- ООО «Коннект» можно порекомендовать пересмотр учетной политики в части формирования производственной себестоимости, либо пересмотр структуры управленческих расходов с целью их минимизации;
- ООО «Коннект» можно порекомендовать наращивать обороты: привлекать новых клиентов, расширять спектр услуг, чтобы наблюдаемые коэффициенты доходности деятельности приносили больший доход в абсолютном выражении.

В заключении, хочется отметить – основной целью деятельности каждой коммерческой организации в конечном итоге является получение прибыли, то есть получение отдачи от вкладываемых ресурсов. Для того, чтобы проанализировать эту отдачу существует ряд абсолютных и относительных показателей доходности деятельности. К таким показателям относятся прибыль и рентабельность организации.

В зависимости от ресурсов, эффективность управления которыми следует оценить, а также от пользователей информации об этой оценке, существуют различные виды и методики расчета показателей прибыли и рентабельности, которые были изучены и отобраны на первом этапе работы.

После определения набора используемых показателей были определены критерии для проведения выборки статистического анализа, в результате которого были выведены некоторые статистические закономерности, присущие выборке в 2021 году.

По результатам исследования было отмечено, что организации, осуществляющие услуги в области информации и связи в России преимущественно представлены в форме малых предприятий с объемом выручки менее 40 тыс. руб., но по доле в общей выручке лидируют крупные организации, доля совокупной выручки которых в выборке по 2021 году составила больше 68%. В среднем по выборке было отмечено, что наиболее рентабельными в данной отрасли являются организации со крупным уровнем выручки. Однако, результаты расчета средних могут иметь существенную погрешность, так как относительно однородной по валовой рентабельности является только совокупность крупных организаций. Также было выявлено, что от размера компании существенно зависит уровень дисперсии ее валовой прибыли (удельный вес факторного признака составляет примерно 58%), чего нельзя сказать о рентабельности, удельный вес факторного признака в дисперсии которой составил всего 40%.

На следующем этапе работы из всей совокупности были отобраны две организации из второй группы средних организаций отрасли в рамках анализируемых во второй главе показателей за 2022 год: ООО «АЗИМУТ СОФТ» и ООО «Коннект». По ним был рассчитан ряд показателей прибыли и рентабельности за 2020 – 2021 года, а также проведен сравнительный анализ доходности деятельности. В результате работы на конкретном примере было подтверждено предположение о более высокой рентабельности деятельности средних организаций по сравнению с крупными, однако это превышение не является значительным и стабильным. В целом обе организации являются рентабельными, однако говорить

об определенном направлении динамики нельзя. В 2020 году наблюдается резкий рост доходности у ООО «АЗИМУТ СОФТ», после которого идет небольшой спад в 2021 году. В ООО «Коннект» ситуация резко меняется и организация проносит убытки. На основании этого было сделано предположение, что на фоне экономического кризиса в России компании реального сектора активнее обращались за помощью к анализируемым организациям. В качестве рекомендаций для данных компаний было предложено продолжать развиваться и повышать эффективность использования ресурсов.

Таким образом, путем поэтапного решения задач, цель данной статью была достигнута.

Список литературы:

1. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций (утв. Госкомстатом России 28.11.2002)
2. Методологические положения по статистике. Вып. 5/ Росстат. –М54 М., 2006. – 510 с.
3. Елисеева И.И., Курышева С.В., Егорова И.И. Статистика: учебник / по ред. И.И. Елисеевой. – М.: Издательство: Проспект, 2021. – 448 с.
4. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 512 с.
5. Статистика: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. В.Н. Салина, Е.П. Шпаковской. – Москва : КноРус, 2016. – 504 с.
6. Финансы организаций: менеджмент и анализ : учебное пособие / Н.Б. Клишевич. – Москва : КноРус, 2021. – 304 с.
7. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 208 с.
8. Экономика организации : учебное пособие / В.П. Самарина, Г.В. Черезов, Э.А. Карпов. – Москва : КноРус, 2016. – 319 с.
9. Экономика фирмы (организации, предприятия): Учебник / В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк; Под ред. Б.Н. Чернышева, В.Я. Горфинкеля. – 2-е изд. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 296 с.
10. Власова В.М., Иванова Н.А. Методологические вопросы анализа рентабельности (на примере рентабельности продаж) // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2016. – №4 (12). – С. 14-20.

11. Кириллова Л.Н. Виды прибыли в системе управления прибылью // Экономический журнал. – 2009. – Т. 16. №2. – С. 57 – 76.
12. Кошелева Н.Н. Корреляционный анализ и его применение для подсчета ранговой корреляции Спирмена // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2012. – №5 – С. 23-26.
13. Информационно-аналитическая система «СПАРК»
14. URL: http://www.gks.ru/ – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
15. Методики рейтингового анализа Ефименко Н.А. В сборнике: Молодежь и научно-технический прогресс Сборник докладов VIII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 4 томах. 2021. С. 121-123.

СЕКЦИЯ
«ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

САНКЦИИ, КАК УГРОЗА ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Бадалов Артур Александрович
студент, факультет ВШГА,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва
E-mail: biguaa2000@ gmail.com

Анищенко Владимир Николаевич
научный руководитель, док. техн. наук, ВШГА,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва

SANCTIONS AS A THREAT TO RUSSIA'S FINANCIAL SECURITY

Artur Badalov
Student,
Faculty of Higher School of Economics,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow

Vladimir Anishchenko
Scientific Supervisor, Doctor
of Technical Sciences, Higher School of Economics,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

В последние годы экономическое развитие российского государства нельзя признать стабильным. Наблюдается рост инфляции и безработицы, снижается ВВП, доход и уровень жизни населения снижается. Фактически западные санкции затронули все отрасли экономики, в том числе и финансовую. В статье акцентируется внимание на основных аспектах воздействия введенных санкций на

отрасли экономики российского государства, и предлагаются отдельные меры по противодействию внешним и внутренним угрозам финансовой безопасности.

ABSTRACT

In recent years, the economic development of the Russian state cannot be considered stable. There is an increase in inflation and unemployment, GDP is declining, income and living standards of the population are declining. The actual Western sanctions affected all sectors of the economy, especially the financial component. The article focuses on the main problematic aspects of the imposed sanctions, and suggests separate measures to counter external and internal threats to financial security.

Ключевые слова: экономическая безопасность, финансовая безопасность, санкции, финансовая устойчивость, национальная экономическая система, санкционные ограничения.

Keywords: economic security, financial security, sanctions, financial stability, national economic system, sanctions restrictions.

Развитие рыночной экономики, проведение военной операции на Украине вновь способствовало появлению значительного количества различных количественных и качественных угроз финансовой безопасности.

Выделение финансовой безопасности в отдельную относительно самостоятельную ветвь экономической безопасности обусловлено тем, что финансовая система в виде финансовых потоков и отношений гораздо более чувствительна к внутренним и внешним угрозам, чем материально – вещественные объекты и процессы в экономике [4, с. 16-17].

Все внутренние и внешние угрозы финансовой безопасности дестабилизируют финансовое положение государства и тем самым создают опасность нереализации национальных финансовых интересов [2, с. 18].

В последний год Россия переживает достаточно трудный период. Западные санкции с 2014 года оказывают отрицательное воздействие на различные отрасли

российской экономики. Санкционное давление всегда сказывается на государственном регулировании экономических отношений и тем самым снижает уровень финансовой безопасности государства. В связи с чем, санкции можно признать актуальной угрозой финансовой безопасности любого государства.

Открытость и ориентированность экономики на внешние финансовые рынки становится реальным воздействием на финансовую составляющую российского государства. Переход нашего государства на иной финансовый и валютный курс требует значительного времени, затрат и усилий со стороны государства. Все это позволит сформировать не только современный продовольственный рынок, появлению современных средств производства, внедрению инноваций и привлечению дополнительных инвестиций. На сегодняшний день национальная валюта является нестабильной, особенно в условиях наблюдающейся динамики роста и падения со стороны международной валюты (доллара/евро) [1, с. 80].

Финансовая безопасность государства в условиях санкционных ограничений может быть обеспечена ее государственными органами в результате принятия следующих мер:

- повышение стабильности экономического развития российского государства среди других европейских стран [5, с. 494];
- повышение стабильности платежной системы страны;
- снижение негативного влияния мировых кризисов на финансовую составляющую страны;
- снижение и минимизация объема оттока капитала из страны в зарубежные государства [3, с. 190].

Таким образом, финансовая безопасность государства – это особый уровень защищенности финансовых отношений, стабильность и независимость финансовой системы страны независимо от внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих финансовые отношения, как составляющую экономической безопасности. Действительно экономические санкции в сочетании с другими мерами могут привести к значительному успеху в подрыве финансовой составляющей любого

государства. Введение специальной операции на Украине способствовало ужесточению санкционных мер со стороны стран Запада, но тем не менее, Россия не только активно принимает меры по противодействию введенным санкциям, но и повышению уровня финансовой безопасности, развитии государства в условиях санкционного давления. Приоритетным направлением следует признавать внутренние ресурсы государства, продолжить внедрять современные цифровые технологии, что также будет способствовать обеспечению и повышению экономической и финансовой безопасности государства.

Список литературы:

1. Вартанова М.Л. Необходимость обеспечения финансовой и экономической безопасности России в рамках ЕАЭС в условиях глобальной нестабильности // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 35 (3). – С. 80-86.
2. Карпов А.С., Николаенко А.В. Влияние санкционных ограничений на систему финансовой безопасности государства // Военно-экономический вестник. – 2021. – № 3. С.18.
3. Пайщикова Е.Н., Токарчик Ю.Н. Современные проблемы и пути укрепления финансовой безопасности государства. В сборнике: Разработка стратегии социальной и экономической безопасности государства. Материалы III Всероссийской заочной научно-практической конференции. 2017. – С. 190-193.
4. Шумилина В.Е., Лагутин Д.А. Финансовая безопасность России // Наука и мир. – 2022. – № 3. – С. 16-20.
5. Ялтонский М.С., Ишкуатова Т.А. Внутренние и внешние угрозы экономическим интересам России, как единая деструктивная система // Аллея науки. 2021. Т. 1. № 5 (56). С. 494-498.

ФИНАНСОВЫЙ СУВЕРЕНИТЕТ РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Бигвава Леон Бесланович
студент,
Высшая школа государственного аудита,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва
E-mail: biguaa2000@ gmail.com

Анищенко Владимир Николаевич
научный руководитель, д-р техн. наук,
Высшая школа государственного аудита,
Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
РФ, г. Москва

FINANCIAL SOVEREIGNTY OF RUSSIA: THE CURRENT STATE

Leon Bigvava
Student,
Faculty of Higher School of Economics,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow

Vladimir Anishchenko
Scientific Supervisor, Doctor of Technical Sciences,
Higher School of Economics,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow

АННОТАЦИЯ

На финансовый суверенитет любого государства значительным образом воздействуют различные негативные процессы, которые связаны с криминализацией отдельных сфер. Теневые процессы и высокий уровень коррупции отрицательным образом сказывается на дальнейшем формировании и развитии финансового суверенитета страны. Безусловно, обеспечение максимально возможного уровня безопасности финансовой системы страны способствует развитию общества в целом, исключению негативных моментов, поддержании исключительно

национальных интересов государства и возможной модернизации. В рамках статьи автором рассматривается современное состояние финансового суверенитета России, акцентируется внимание на актуальных проблемных аспектах.

ABSTRACT

The financial sovereignty of any state is significantly affected by various negative processes that are associated with the criminalization of various spheres. Shadow processes and a high level of corruption negatively affect the further formation and development of the country's financial sovereignty. Of course, ensuring the highest possible level of security of the country's financial system contributes to the development of society as a whole, eliminating negative aspects, maintaining exclusively the national interests of the state and possible modernization. Within the framework of the article, the author examines the current state of Russia's financial sovereignty, focuses on topical problematic aspects.

Ключевые слова: финансовый суверенитет, безопасность финансового суверенитета, охрана суверенитета, финансовая система, финансы, финансовые институты, защита финансового суверенитета РФ.

Keywords: financial sovereignty, security of financial sovereignty, protection of sovereignty, financial system, finance, financial institutions, protection of financial sovereignty of the Russian Federation.

В последнее время на мировом уровне возникли определенные процессы, как положительного, так и отрицательного характера, которые оказали воздействие на обеспечение экономической и финансовой безопасности любого государства, и Россия не является здесь исключением.

Как известно, финансовый суверенитет характерен не для каждого государства. Более того, уровень обеспечения безопасности финансового суверенитета в развитых и развивающихся странах значительно рознится.

Финансовые отношения и финансовая система в целом во все времена признавалась самой уязвимой сферой, которая оказывает значительное влияние на

различные отрасли взаимодействия государства и общества. Как известно, на финансы воздействуют неблагоприятные факторы. Сохранение максимально возможного уровня безопасности в сфере финансов и независимости страны содействует упорядоченному развитию социума, отстаивает национальные интересы государства и выступает основой дальнейшей модернизации [1, с. 61].

Стратегия экономической безопасности Российской Федерации [5] определяет правовую основу финансовой безопасности, которая занимает особое место в системе экономической безопасности. Разработанная и утвержденная стратегия определяет ряд вызовов и угроз, которые оказывают существенное воздействие на финансовую безопасность государства:

- рост дисбалансов в финансовой системе, появление задолженности;
- ограничение доступа к иностранным финансовым ресурсам;
- воздействие глобальных рисков на финансовую систему России;
- уязвимость банковской системы;
- уровень экономического развития государства носит замедленный характер, ввиду ограничения доступа к долгосрочным финансовым ресурсам;
- высокий уровень криминализации экономической и финансовой сферы;
- высокий уровень коррупции и теневых процессов [2, с. 149].

Действительно, на сегодняшний день на финансовый суверенитет оказывают воздействие различные теневые процессы (отток капитала, высокий уровень коррупции), что требует особых мер противодействия со стороны государства. Эффективная борьба с негативными процессами может стать гарантией для независимости финансовой системы в стране. Финансовый суверенитет обладает свойством внешнего проявления индивидуального порядка, то есть – это свобода государства в отношении принятия тех или иных решений, заключения разного уровня договоренностей, участие в отношениях, связанных с фискальными полномочиями стран с одной стороны, и реализацией материального обеспечения международных обязательств с другой стороны, на международной арене [3, с. 128].

Достижение устойчивого развития финансовой системы России, и тем самым безопасности финансового суверенитета возможно в результате решения следующих задач:

- целесообразно снижать зависимость от международных рынков (финансового и товарного характера);
- предпринять активные меры по развитию внутренних источников долгосрочных финансовых ресурсов;
- развивать правовую основу национального финансового рынка;
- совершенствование национальной платежной системы;
- разработать перспективные направления противодействия теневым процессам и легализации доходов, полученных преступным путем, масштабность которых в нашей стране высока;
- обеспечить устойчивость и сбалансированность российской бюджетной системы [4, с. 201];
- развивать систему правового регулирования и управления государственными активами и долговыми обязательствами.

Таким образом, финансовый суверенитет государства возможен только при условии, если будет обеспечен соответствующий уровень финансовой безопасности. Эффективное осуществление внутренних и внешних функций государством, его территориальная целостность, и полноправное участие в международных отношениях во многом зависит от обеспечения финансового суверенитета государства. Безусловно, не одно государство не сможет в полной мере изолировать свою финансовую систему от различных процессов глобализации. Поэтому выстраивание эффективной финансовой системы может происходить только при снижении отрицательных эффектов, которые негативным образом сказываются на финансовой сфере государства.

Список литературы:

1. Адамян С.Д. Механизм обеспечения финансовой безопасности и финансового суверенитета Российской Федерации // Символ науки: международный научный журнал. 2022. № 4-2. С. 61-64.
2. Водянова В.В., Заплетин М.П., Минченков М.А. Двухконтурная валютно-финансовая система, как основа экономического суверенитета страны // Экономическая безопасность. 2019. Т. 2. № 2. С. 149-155.
3. Захарцев С.И., Сальников П.П., Кондрат Е.Н., Числов А.И. Финансовая безопасность и финансовый суверенитет России: современные проблемы // Юридическая наука: история и современность. 2018. № 1. С. 128-132.
4. Кудрявцев Ю.А. Экономическая безопасность в финансовой сфере, как основа государственного суверенитета. В сборнике: VII Лужские научные чтения. Современное научное знание: теория и практика. Материалы международной научной конференции. Ответственный редактор Т.В. Седлецкая. 2019. С. 201-204.
5. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // "Собрание законодательства РФ. 2017. N 20. Ст. 2902.

ВЛИЯНИЕ СЧЕТОВ ЭСКРОУ НА ПРОЦЕСС БАНКРОТСТВА ЗАСТРОЙЩИКОВ

Наумов Владислав Вадимович

студент,
кафедра гражданского права и процесса,
Сибирский институт управления – филиал
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: hidan2609@gmail.com

Фролов Игорь Валентинович

научный руководитель, канд. юрид. наук, доц.,
доц. кафедры гражданского права и процесса,
Новосибирский юридический институт (филиал)
Томского государственного университета,
РФ, г. Новосибирск

IMPACT OF ESCROW ACCOUNTS ON THE PROCESS OF BANKRUPTCY OF DEVELOPERS

Vladislav Naumov

Student,
department of civil law and procedure,
Siberian Institute of Management – branch of RANEPA,
Russia, Novosibirsk

Igor Frolov

Supervisor, candidate
of legal sciences, associate professor,
associate professor of the department,
Novosibirsk Law Institute (branch)
of Tomsk State University,
Russia, Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

В данной статье автором рассматриваются особенности правового регулирования вопросов, связанных с осуществлением процедур банкротства застройщиков, использующих счета эскроу.

Автор обращает внимание на то, что в указанном вопросе применяются отдельный порядок, предусмотренный законодателем. В целом автором рассматриваются юридические и экономические последствия применения счетов эскроу в деятельности застройщиков, отражающиеся на всех участниках правоотношений в сфере долевого строительства.

ABSTRACT

In this article, the author discusses the features of the legal regulation of issues related to the implementation of bankruptcy procedures for developers using escrow accounts.

The author draws attention to the fact that a separate procedure provided by the legislator is applied in this issue. In general, the author considers the legal and economic consequences of using escrow accounts in the activities of developers, which affect all participants in legal relations in the field of shared construction.

Ключевые слова: банкротство, счета эскроу, застройщик, объект недвижимости, банки.

Keywords: bankruptcy, escrow accounts, developer, real estate, banks.

Начиная с июля 2019 года отечественные девелоперы, привлекающие денежные средства дольщиков – участников долевого строительства, должны были перейти от долевого строительства к проектному финансированию с использованием счетов эскроу.

Однако, применение данного инструмента на практике показывает, что данная экономическая модель наиболее эффективна лишь в случае стабильных макроэкономических показателей, в которые входят: уровень доходов и кредитоспособность населения, инфляция и ключевая ставка Центрального банка Российской Федерации. При отсутствии в экономике страны такого показателя как стабильность, разница между изначально депонированными на счетах эскроу денежными средствами дольщиков и реальной стоимостью строительства в

условиях растущей инфляции становится весьма ощутимой. Увеличенная сметная стоимость, привлечение дополнительных кредитных средств по завышенным ставкам, все это является следствием удорожания стройматериалов, работ и услуг, что в свою очередь негативно сказывается на вероятности успешного завершения строительства. Также присутствует вероятность того, что депонированных изначально и полученных по завершению строительства денежных средств окажется недостаточно застройщику, чтобы погасить задолженность перед банком-кредитором. Другой проблемой является существенное увеличение стоимости участия в строительстве для граждан при одновременном удорожании ипотечного кредитования, что ограничивает платежеспособный спрос, затрудняет привлечение новых дольщиков, снижает объемы продаж и заставляет понижать цены на квартиры при росте их себестоимости. Эти и другие экономические риски так или иначе рассматривались исследователями [6, с. 39-41].

«Идеальным» примером функционирования данного инструмента является ситуация, когда участник долевого строительства перечисляет денежные средства, эквивалентные стоимости объекта строительства, на счет эскроу, доступ к которому застройщик получает после передачи квартиры участнику долевого строительства. Депонентом в данном случае выступает уполномоченный банк, который в свою очередь выдает застройщику целевой кредит, что также делает возможным снижение процентной ставки по вышеуказанному кредиту, по причине того, что депонированные денежные средства застройщиков выполняют помимо прочего и обеспечительную функцию во взаимоотношениях банка и застройщика. Как правило, банк, выступающий депонентом по счетам эскроу и выдающий целевой кредит застройщику, является кредитором участников долевого строительства выдавая им ипотечные кредиты для оплаты по договорам долевого участия. По итогу, уполномоченный банк получает сразу несколько преимуществ при расчетах с использованием счетов эскроу, а именно: аккумулируются значительные пассивы в виде депонированных денежных средств дольщиков, проценты на которые не начисляются (дешевые деньги); банк получает активы – кредитный портфель, который формируется из целевых

кредитов заемщику и ипотечных кредитов выдаваемых участникам долевого строительства. Стоит напомнить, что все кредиты выдаются при условии их обеспечения, в том числе и залогового, что в свою очередь повышает качество кредитного портфеля и позволяет участвовать в секьюритизации ипотечных кредитов.

Перечень процедур применяемых в банкротстве застройщика, порядок их проведения и особенности перечислены в параграфе 7 главы IX Закона о банкротстве, к ним относятся конкурсное производство и ряд процедур, направленных на передачу дольщикам объектов недвижимости. Анализ практики показывает, что из вышеупомянутого перечня более востребованной является процедура урегулирования обязательств юридического лица – застройщика перед участниками строительства, которая предусматривает передачу объекта незавершенного строительства и обязательств застройщика приобретателю – другому застройщику, которому по силам достроить объект.

До момента перехода на использование эскроу счетов, в процедурах урегулирования обязательств застройщика и участников долевого строительства стало участвовать государство, которое в целях решения проблемы «обманутых дольщиков» создало публично-правовую компанию «Фонд защиты прав граждан – участников долевого строительства (далее – Фонд) [7, с. 150-161]. По замыслу законодателя, деятельность Фонда, а также фондов в субъектах РФ была направлена на приобретение имущества обанкротившегося застройщика – объектов незавершенного строительства и дальнейшее финансирования завершения строительства вышеуказанных объектов с использованием государственных средств и имущества (ст. 4, ст. 9.1, ч. 2 ст. 13.1 Закона о Фонде)[3].

Результатом введения счетов эскроу стало максимальное дистанцирование государства от процесса банкротства застройщиков. Фонд перестал участвовать в финансировании мероприятий по завершению строительства объектов (п.4 и 5 ч. 3.3 ст.13.1 Закона о Фонде), исключения возможны лишь только по решению Правительства РФ.

С формальной точки зрения, введение эскроу счетов свело к минимуму появление новых «обманутых дольщиков», объясняется это тем, что после признания юридического лица – застройщика банкротом, у участников долевого строительства появляется основание для отказа от договора долевого участия в одностороннем порядке и как следствие банк возвращает денежные средства дольщиков на их расчетные счета или залоговые счета для погашения ипотечных кредитов.

Ниже, автором, рассматриваются две наиболее распространенные процедуры банкротства застройщиков – конкурсное производство и урегулирование обязательств застройщика – с особенностями, предусмотренными для случаев, когда используются эскроу счета.

Конкурсное производство

В ходе проведения процедуры конкурсного производства, требования кредиторов застройщика удовлетворяются согласно очередности, описанной в ст. 201.9 Закона о банкротстве, которые в свою очередь отличаются от общих правил этого Закона. В третью очередь включаются требования дольщиков, а требования банков – в четвертую (п.1 ст. 201.9 Закона о банкротстве) [1], но при этом п. 3 ст.201.9 Закона о банкротстве предусмотрено удовлетворение залоговых кредиторов в порядке, регламентированном ст. 201.14 Закона о банкротстве, очередность при этом не учитывается. Учитывая положения п.5 ст.201.14 Закона о банкротстве, требования банка-залогодержателя удовлетворяются в размере, установленном ст.138 Закона о банкротстве, иными словами банку-залогодержателю полагается 80% вырученных денежных средств от реализации предмета залога.

Немаловажным для участников долевого строительства в части возмещения убытков является коллизия норм, регламентирующих очередность удовлетворения требований кредиторов и специальных правил об удовлетворении обеспеченных залогом требований банка-кредитора. Хранящиеся на счетах эскроу денежные средства, участники долевого строительства получат вне процедуры банкротства, но помимо всего у дольщиков есть право обратиться с требованием

о возмещении убытков в виде реального ущерба, а именно разницы между фактической стоимостью объекта недвижимости, который должен был быть передан участнику долевого строительства и суммой денежных средств, которые дольщик оплатил по договору долевого участия[4] (п.2 ст.201.5 Закона о банкротстве). Актуальность вопроса об убытках обусловлена тем, что на денежные средства, депонированные в банке на эскроу счете, не начисляются проценты и за счет инфляции деньги обесцениваются. А меж тем, приоритетное удовлетворение требований банка-залогодержателя, почти не оставляет участникам долевого строительства шанса на возмещение убытков.

При этом положение банка-кредитора также нельзя назвать выигрышным, в связи с тем, что несмотря на право претендовать на 80% выручки, полученной от реализации имущества застройщика-банкрота и залоговый приоритет, у застройщика отсутствует возможность распоряжаться денежными средствами дольщиков, которые депонированы на счетах эскроу, в связи с этим строительная деятельность застройщика осуществляется в основном за счет кредитных средств банка. Велика вероятность превышения размеров задолженности застройщика перед банком по кредитным обязательства, относительно стоимости имущества застройщика, находящегося в залоге у банка, реализация которого, в большинстве случаев с немалым дисконтом, не позволяет банку ликвидировать все свои убытки. Также, ко всему прочему, пропадает обеспечение в виде депонированных на счетах эскроу денежных средств участников долевого строительства, по причине того, что их необходимо незамедлительно возвратить депонентам, которые, как и в случае отказа участвовать в урегулировании обязательств, направят эти деньги на досрочное погашение своих ипотечных кредитов.

Учеными в сферах экономики и юриспруденции отмечается, что "механизм проектного финансирования с использованием эскроу-счетов выгоден скорее банкам, нежели застройщикам и участникам долевого строительства". Но данный вывод наиболее справедлив в отношении ситуации, когда экономическое

положение в стране наиболее стабильно, банки получают и качественные активы, и дешевые пассивы, однако банкротство застройщика и кризис сразу лишают банк одного и другого [1, с. 33-36].

Урегулирование обязательств застройщика перед дольщиками

Поскольку Фонд по общему правилу в этой процедуре участвовать не будет, приобретателем имущества и обязательств застройщика перед дольщиками может быть только коммерческий застройщик – юридическое лицо, отвечающее требованиям Закона N 214-ФЗ (абз. 6 п. 1 ст. 201.15-1 Закона о банкротстве).

Урегулирование обязательств застройщика на рыночных условиях, без использования государственного финансирования, предусматривает расчет соотношения стоимости имущества застройщика, размера обязательств, денежных средств, депонированных на счетах эскроу, и ряда других факторов. Будет происходить традиционная рыночная оценка бизнес-модели, на основании которой будут приниматься решения.

Существенным риском для приобретателя имущества будет неопределенность в отношении количества дольщиков и размера обязательств перед ними: право отказаться от ДДУ сохраняется у дольщика до последнего момента. Другой проблемой является срок действия договора счета эскроу – Закон предусматривает срок депонирования, равный первоначальному сроку строительства плюс до шести месяцев после срока ввода объекта в эксплуатацию, указанного в проектной декларации (ч. 4 ст. 15.5 Закона N 214-ФЗ). Автоматическая пролонгация не предусмотрена, поэтому продление срока действия договора потребует специального заявления дольщика, какие-либо принудительные механизмы отсутствуют. По истечении срока действия договора банк обязан будет вернуть деньги депоненту.

На дольщиков возлагаются риски увеличения срока строительства, требований о внесении дополнительных платежей (п. 1 ст. 201.15 Закона о банкротстве), а также риск банкротства нового застройщика.

Для банка актуальной будет судьба денежных средств на счетах эскроу. Массовый отказ дольщиков от ДДУ влечет не только отток денежных средств,

но и риск досрочного погашения ипотечных кредитов, выданных гражданам для заключения этих ДДУ. В случае если дольщики предпочтут остаться, деньги со счетов эскроу должны будут перейти на отдельный счет должника, предназначенный для удовлетворения требований залоговых кредиторов застройщика и (или) приобретателя его имущества (п. 7 ст. 201.12-2 Закона о банкротстве). Это означает, что при недостаточной стоимости имущества застройщика, перешедшего к приобретателю, приобретатель вправе претендовать на средства со счетов эскроу, чтобы удовлетворить требования дольщиков. Закон о банкротстве, по сути, гарантирует банку, являющемуся залогодержателем имущества застройщика, лишь 60% возможной выручки от реализации предмета залога. Это несмотря на то, что в случае использования при строительстве счетов эскроу банк является "полноценным" залогодержателем и вправе претендовать на 80% стоимости предмета залога по общим правилам ст. 138 Закона о банкротстве (п. 5 ст. 201.14 Закона о банкротстве).

Последствия и перспективы

Как показывает практика, применение такого финансового инструмента, как эскроу счета, не рассчитано на экономический кризис. «Наращивание дистанции» между государством и процессом банкротства застройщиков, работающих с применением эскроу счетов, рискует перевести банки из положения основных бенефициаров в положение главных пострадавших, что в свою очередь в макроэкономическом масштабе представляет угрозу для финансовой системы в целом. Но и напротив, расширение госучастия потребует значительного вложения средств, что повлечет за собой весомую нагрузку, ложащуюся на госбюджет.

В перспективе, вероятно, придется признать, что долевое строительство с использованием счетов эскроу не создало устойчивой сбалансированной модели, способной выдержать кризисную нагрузку и пройти проверку банкротством. Автор видит выход в упразднении долевого строительства и переходе к продаже готового жилья, построенного с привлечением банковского проектного финансирования. Экономические недостатки известны: удорожание кредитов, повышение стоимости жилья и снижение его доступности, падение рентабельности

строительного бизнеса. Это, однако, приведет не столько к макроэкономическим потрясениям, сколько к изменению конфигурации рынка недвижимости.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О несостоятельности (банкротстве)» // «Собрание законодательства РФ»- 28.10.2002 – N 43 – ст. 4190.
2. Федеральный закон от 29.07.2017 N 218-ФЗ (ред. от 04.11.2019) «О публично-правовой компании по защите прав граждан – участников долевого строительства при несостоятельности (банкротстве) застройщиков и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ»- 31.07.2017 – N 31 (Часть I) – ст. 4767.
3. Федеральный закон от 29.07.2017 N 218-ФЗ (ред. от 04.11.2019) «О публично-правовой компании по защите прав граждан – участников долевого строительства при несостоятельности (банкротстве) застройщиков и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ»- 31.07.2017 – N 31 (Часть I) – ст. 4767.
4. Обзор практики разрешения судами споров, возникающих в связи с участием граждан в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости // Верховный Суд РФ. URL: https://www.vsrf.ru/Show_pdf.php?Id=8993 (дата обращения: 14.12.2022).
5. Борисова Л.В. Счета эскроу как механизм защиты прав участников долевого строительства в условиях банкротства застройщиков // Право и экономика. 2020. N 1. 74 с.
6. Малявина Н.Б. Роль эскроу-счетов в долевом строительстве // Семейное и жилищное право. 2020. N 4. 67 с.
7. Плешанова О.П. Компенсационные механизмы для "обманутых дольщиков" при банкротстве застройщиков // Институт несостоятельности (банкротства) в правовой системе России и зарубежных стран: теория и практика правоприменения: монография / отв. ред. С.А. Карелина, И.В. Фролов. М.: Юстицинформ, 2020. 253 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ.
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Электронный сборник статей по материалам CLVIII студенческой международной научно-практической конференции

№ 3 (157)
Февраль 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