

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)



XXVIII всероссийская молодёжная
научная конференция

**«РОССИЯ СЕГОДНЯ,
МЕНЯЮЩИЙСЯ МИР, НОВЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ И РЕШЕНИЯ.
ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ»**

РОССИЯ СЕГОДНЯ: МЕНЯЮЩИЙСЯ МИР, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РЕШЕНИЯ. ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ

20 апреля 2023 г.

Материалы

**XXVIII всероссийской
молодёжной научной конференции**

УДК 338 (470+571) (06)
ББК 65.9 (2Рос)
Р76

Научный консультант –
А. В. Власова, доктор исторических наук, доцент,
главный научный сотрудник.

Рецензенты:

И. Ю. Нестеренко, кандидат экономических наук, доцент;
А. В. Власова, доктор исторических наук, главный научный сотрудник.

Россия сегодня: меняющийся мир, новые возможности и решения.
Р76 Взгляд молодых: статьи и тезисы докладов XXVIII всероссийской
молодежной научной конференции, Челябинск, 20 апреля 2023 г. / Акад.
труда и соц. отношений, Урал. соц.-эконом. ин-т (фил.). – М.: ИИЦ
АТиСО, 2023. – 262 с.

ISBN 978-5-93441-848-0

В сборнике представлены материалы XXVIII всероссийской
молодежной научной конференции «Россия сегодня: меняющийся мир,
новые возможности и решения. Взгляд молодых», состоявшейся 20
апреля 2023 года.

Предназначено специалистам, аспирантам, магистрантам, студентам
вузов, всем, кто интересуется вопросами социально-экономического,
политико-правового развития и духовно-нравственного состояния
населения регионов и России в целом.

УДК 338 (470+571) (06)
ББК 65.9 (2Рос)

ISBN 978-5-93441-848-0

© ОУП ВО «АТиСО», Уральский социально-
экономический институт (филиал), 2023
© Оформление ОУП ВО «АТиСО», 2023

РАЗДЕЛ I

ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

А.А. Борисова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТuCO», г. Челябинск
Научный руководитель – И.Ю. Нестеренко, к.э.н., доцент

КРЕДИТОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Банковские кредиты занимают значимую долю в качестве источника финансовых ресурсов для осуществления расходов населения. По данным Центробанка России долги имеют примерно 23% домашних хозяйств. В третьем квартале 2022 года долговая нагрузка населения составила 11,2%.

Объемы банковского кредитования физических лиц росли достаточно высокими темпами за период 2019–2021 гг. – в среднем на 18,6% в год (см. табл.1). За 2022 год объем потребительских кредитов вырос на 9,5%, что существенно ниже темпов роста предыдущих лет. Так за 2021 год объем кредитования физлиц вырос на 25%.

Таблица 1

Динамика и состав кредитов, предоставленных физическим лицам

| дата | Кредиты, предоставленные ФЛ в рублях (млн руб.) | Кредиты, предоставленные ФЛ в ин. валюте и драг, металлах (млн руб.) | Кредиты, предоставленные ФЛ, всего | Темп роста, % | Темп прироста, % |
|------------|---|--|------------------------------------|---------------|------------------|
| 01.01.2019 | 14 790 659 | 110 736 | 14 901 395 | | |
| 01.01.2020 | 17 568 169 | 82 560 | 17 650 729 | 118,45 | +18,45 |
| 01.01.2021 | 19 949 573 | 94 070 | 20 043 644 | 113,56 | +13,56 |
| 01.01.2022 | 25 011 345 | 56 235 | 25 067 579 | 125,07 | +25,07 |
| 01.01.2023 | 27 409 610 | 28 197 | 27 437 807 | 109,45 | +9,45 |

По данным ЦБР [1]

Прирост объемов задолженности физлиц полностью приходится на рублевый сегмент. Нестабильность курса рубля, высокие валютные риски и существенное сокращение расчетов в долларах и евро привели к существенному сокращению валютных кредитов, которые в течение 2022 года

снизились на 50%. За 2021 год объемы кредитов в иностранной валюте также снижались – объемы кредитования сократились на 40%. Таким образом, за 2 года, в течение 2021–2022 гг., объемы кредитования физлиц в иностранной валюте сократились 3,4 раза.

Таблица 2

Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам в рублях на срок от 1 года до 3 лет

| | | | | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| 2020 янв | 2021 янв | 2022 янв | 2022 март | 2022 май | 2022 июль | 2022 сент | 2022 нояб | 2023 янв |
| 14,32 | 13,26 | 13,92 | 19,64 | 20,63 | 16,41 | 16,05 | 16,47 | 15,73 |

По данным ЦБР [1]

Процентные ставки по кредитам дифференцированы в зависимости от сроков кредитования, цели и сумм кредитов, их обеспеченности. Кредиты на срок от 1 года до 3 лет являются среднесрочными и отражают примерно средние ставки по кредитованию. За период 2020 – начало 2022 гг. они находились в пределах 13–15% годовых (см. табл.2). В течение 2022 года динамика процентных ставок по кредитам была неустойчивой и определялась политическими событиями и административными решениями ЦБ РФ.

Таблица 3

Динамика просроченной задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам

| дата | Кредиты, предоставленные физлицам, всего, млн руб. | Объем просроченной задолженности, млн руб. | Доля просроченной задолженности, % |
|------------|--|--|------------------------------------|
| 01.01.2019 | 14 901 395 | 760 360 | 5,1 |
| 01.01.2020 | 17 650 729 | 764 532 | 4,33 |
| 01.01.2021 | 20 043 644 | 932 445 | 4,65 |
| 01.01.2022 | 25 067 579 | 1 008 346 | 4,02 |
| 01.01.2023 | 27 437 807 | 1 151 748 | 4,20 |

По данным ЦБР [1]

Прирост просроченной задолженности в течение 2022 года составил 14,2%, ее общий объем достиг 1151,7 млрд руб. (см. табл. 3). Доля просроченной задолженности в кредитном портфеле повысилась несущественно и на 01.01.2023 составила 4,2%; годом ранее этот показатель

был 4,0%. И в целом за период с 2019 года доля просроченной задолженности снизилась. Несмотря на относительно высокое качество кредитного портфеля Центральный банк в III квартале 2022 года зафиксировал тревожные сигнал: рост объемов кредитования заемщиков с высоким уровнем показателя долговой нагрузки (ПДН) (таким уровнем принято считать ПДН выше 80%) на 4 п.п. до уровня 32%. Этот индикатор может свидетельствовать о скрытом характере проблем в области кредитной политики банков и о потенциальном росте просроченной задолженности в будущем [2].

В целом в 2022 г., несмотря на возникшие проблемы, совокупный портфель розничных кредитов продолжил расти. В периоды обострения кризиса и повышения инфляционных ожиданий наблюдается повышенный спрос на потребительские товары и, соответственно, спрос на банковские кредиты.

Список использованных источников:

1. Статистический бюллетень Банка России № 3 (358) 2023; № 2 (345) 2022; № 12 (343) 2021; № 12 (331) 2020.
2. Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития. 2023. № 1 (166). URL: http://www.iep.ru/files/text/crisis_monitoring/2023_01-166_Jan-Feb.pdf.

*У. Васина
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Н.В. Анохина, к.э.н., доцент*

ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗОЛОВОАЛЮТНЫХ РЕЗЕРВОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ САНКЦИЙ

Золотовалютные резервы (ЗВР) страны используются для поддержания курса рубля, укрепления экономической ситуации в стране, обслуживания внешнего долга.

В составе ЗВР РФ: монетарное золото, средства в иностранной валюте (депозиты в иностранных банках, ценные бумаги иностранных государств), специальные права заимствования, резервная позиция в МВФ.

Согласно статистике Центробанка России, 1 февраля 2022 года золотовалютный резерв Банка России составлял \$643 млрд.

Банк России в годовом отчете привел структуру российских золотовалютных резервов на начало 2022 года: евро 33,9%, золото 21,5%, юань 17,1%, доллар 10,9%, фунт 6,2%, иена 5,9%, канадский доллар 3,2%, австралийский доллар 1%, сингапурский доллар 0,3%. Только пятая часть из них (21,5м %) хранилась в России.

После начала СВО на Украине страны ЕвроСоюза и США заморозили \$463 млрд. Замороженные резервы включали в себя: ценные бумаги иностранных эмитентов – \$311 млрд, наличные и депозиты в иностранных банках – \$152 млрд.

Такая ситуация не случайна, она типична для формирования российских ЗВР, их объем в зарубежных банках, как правило, во много раз превышал тот, который хранился внутри страны. В этом Россия мало отличается от большинства других стран. Таковы правила мировой экономики, которые были сформированы ещё 1944 году, когда по результатам Бреттон-Вудской конференции доллар стал международной валютой.

После 2014 года, когда России уже объявили значительное количество санкций, структура ЗВР стала меняться: снижалась доля американского доллара и наращивались золотые резервы. Ведь цена доллара на мировом рынке каждый год падает, а золота, наоборот, растёт. Но темпы таких изменений, как теперь стало понятно, были слишком низкими, что и позволило заморозить около половины наших ЗВР.

В Центробанке заявили о зеркальном ответе на заморозку золотовалютных резервов. Речь идет об ограничении движения капитала, запрета для

иностранцев на продажу ценных бумаг и вывода активов из России. В ЦБ также добавили, что эти меры затрагивают сопоставимую сумму – около \$300 млрд.

По итогам 2022 года Россия заняла четвертое место в мировом рейтинге крупнейших золотовалютных резервов (ЗВР). Как сообщают СМИ, иностранные активы в 582 млрд долларов позволили нашей стране обойти ранее занимавшую четвертую строку Индию. Физическое золото было и остается в России – его объем рос в прошлом году, а также подорожание золота в 2022 году внесло свой вклад в прирост резервов. На фоне санкций Россия пересмотрела состав своих ЗВР, откуда были исключены доллары, но выросла доля китайского юаня. Однако именно в этом процессе видят новые риски эксперты: на смену «долларизации» российской экономики приходит ее «юанизация».

Что касается замороженных ЗВР, то в Европейском союзе до сих пор не существует законодательных норм, разрешающих конфискацию и передачу активов третьей стороне. Вероятность конфискации российских валютных не велика, они будут возвращены России, так считают специалисты. Неизвестно только, когда это произойдет.

Можно сделать вывод, что реализация таких важных целей управления ЗВР, как обеспечение оптимального сочетания сохранности, ликвидности и доходности резервных активов требует высокой квалификации от органов управления Банка России, четкой ориентации на национальные интересы нашей страны.

Е.М. Васько
Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск
Научный руководитель – И.А. Кетова, к.т.н., доцент

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКА АО «СМП БАНК»

Банк АО «СМП Банк» – крупный универсальный коммерческий частный банк, предлагающий клиентам широкий спектр современных банковских продуктов и услуг.

При анализе финансовой отчётности банка было выявлено, что на протяжении 2020–2021 года сумма активов увеличилась на 35,174%, что свидетельствует об увеличении деловой активности банка, а также процентных рисков. Сумма пассивов же увеличилась на 37,906 %, основной причиной увеличения ресурсов стал рост средств клиентов.

Прибыль снизилась в 2021 году на 20,871%. Произошло увеличение показателей «Процентные доходы» и «Процентные расходы» на 15,732% и 14,860%, соответственно, аналогичное изменение наблюдается у «Комиссионных доходов» и «Комиссионных расходов», в целом «Чистые процентные доходы» увеличились на 17,179%.

При расчёте показателей по методике В. С. Кроморова финансовая устойчивость банка АО «СМП Банк» за анализируемый период 2018–2021 год была оценена приблизительно в 20% от «идеального банка», но так как существенным недостатком данной методики является спорность и неясность нормативов и весовых значений для коэффициентов, также были произведены расчёты по методике Банка России за 2018–2021 год, по которой состояние капитала и доходности оценивается как удовлетворительное, состояние оценки активов и ликвидности как хорошее.

Были выявлены такие проблемы банка, как низкий уровень прибыльности активов банка и снижение прибыльности капитала банка, а также отсутствие эффективной рекламы. Главной возможностью же является вхождение банка АО «СМП Банк» в 2023 году в группу ПСБ, основной особенностью будет

являться то, что клиентам банка АО «СМП Банк» в перспективе будет доступен весь спектр финансовых продуктов и услуг данной банковской группы.

Стоит отметить, что банку АО «СМП Банк» необходимо расширение ресурсной базы из-за того, что потребность в долгосрочных кредитах преобладает над желанием клиентов осуществлять долгосрочные депозиты, и значительная часть операций, а именно депозиты до востребования, не определены по сроку. При анализе было выявлено увеличение обязательств до востребования с 69,71 млрд руб. до 95,851 млрд руб.

Банк проводил такую депозитную политику, которая была направлена на привлечение краткосрочных ресурсов. Но высока потребность банка АО «СМП Банк» в долгосрочных ликвидных ресурсах. Рекомендуется изменить депозитную политику банка на привлечение долгосрочных ресурсов, вследствие того, что именно они являются главным источником активных банковских операций, а именно расширить линейку депозитных продуктов. Что касается увеличения прибыльности банка, то следует обратить внимание на разработку нового кредитного продукта.

Список использованных источников:

1. Указание Банка России от 3 апреля 2017 г. № 4336-У «Об оценке экономического положения банков» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71582362/> (дата обращения 06.04.2023)

2. Герасимова Е. Б. Анализ финансовой устойчивости банка: учебник / Е.Б. Герасимова. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 366 с.

3. Официальный сайт коммерческого банка АО «СМП Банк» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://smpbank.ru/home> (дата обращения 06.04.2023).

*Г.О. Давтян
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – О.П. Бутырина*

ДЭВИД РИКАРДО И ЕГО ТЕОРИЯ НАЛОГОВ

*«Налоги – это цена, которую мы платим
за возможность жить в цивилизованном обществе».
Оливер Уэнделл Холмс (старший)*

Давид Рикардо, английский экономист, классик буржуазной политической экономики внес весомый вклад в развитие теории налогов. В 1817 году была опубликована основная его работа «Начала политической экономии и налогового обложения», которая состоит из трех частей: основы экономической теории, теория и практика налогового обложения.

Давид Рикардо создал новую во многих отношениях теорию налогов, стоящую в непосредственной связи с его теорией ренты и заработной платы. Следуя за своим учителем Адамом Смитом, Давид Рикардо придерживался «вещного материального воззрения на хозяйство», исключая государственные услуги из ряда производительных затрат. Отсюда и его понимание налога: «Нет налогов, которые не тормозили бы накопление, поскольку нет ни одного налога, который бы не мешал производству. Налоги имеют тот же эффект, что и неплодородная почва, плохой климат, отсутствие ловкости или активности, плохое распределение рабочих мест, утрата станков». В соответствии с его теорией «налоги составляют ту долю продукта земли и труда страны, которая поступает в распоряжение правительства, они всегда уплачиваются в конечном итоге или из капитала, или из дохода страны».

Если доходы правительства возрастают вследствие взимания дополнительных налогов и покрываются увеличением производства или уменьшением потребления, то налоги падают в конечном итоге на доход, а национальный капитал остается нетронутым. Но если производство не возрастает или непроизводительное потребление всего народа не уменьшается, то налоги упадут на капитал. По мнению Рикардо, соразмерно уменьшению

капитала страны сокращается и ее производство. Поэтому если непроизводительные расходы народа и правительства продолжатся и если производство постепенно уменьшится, то ресурсы народа и государства будут падать с возрастающей быстротой, результатом будут нищета и разорение. Давид Рикардо акцентировал внимание на том, что негативная сторона налогообложения заключается не только в том, что оно падает на те или иные объекты, столько в его действии, взятом в целом и влияющим на процессы воспроизводства.

При обосновании налогов Рикардо была предпринята попытка учета взаимосвязи налогов с ценами и доходами. Он считал, что «любой новый налог становится новым грузом для производства и приводит к повышению естественной цены». Тогда стоимость товаров искусственно изменяется. Налоги на естественные продукты, в частности, сельскохозяйственные, и налоги на товары потребления увеличивают цену средств к существованию и, следовательно, заработную плату. Все это приводит к снижению прибыли, что, в свою очередь, препятствует экономическому росту и тормозит экспорт. Рикардо также настойчиво указывал на другой крупный недостаток налогов: налог изменяет относительные цены и «мешает национальному капиталу распределяться наиболее выгодным для общества образом».

Давид Рикардо придерживался дифференцированного подхода к установлению налогов на разные группы товаров, считая, что налоги на предметы роскоши имеют некоторые преимущества перед налогами на товары первой необходимости. Налоги на роскошь уплачиваются из чистого дохода и поэтому не уменьшают производительный капитал страны.

Теория налогообложения Давида Рикардо не только получила широкое распространение в финансовой науке, но и нашла свое применение в практике налогообложения в виде норм законодательства.

Налог – обязательный платёж, взимаемый с физических и юридических лиц для финансирования государства и муниципальных образований.

Безвозмездность налогов означает, что в отличие от сборов они не являются условием определённых действий в отношении плательщика. Основная функция налогообложения – фискальная, т. е. налоги поступают в бюджет государства.

Д.А. Зайцева
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – И.А. Сергеичева, доцент

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Данная проблема является актуальной на сегодняшний момент, поскольку политика по импортозамещению имеет активные позиции и внимание как Правительства РФ, так и специалистов, и исследователей данной области. Во многих секторах и отраслях РФ доля импорта имеет высокие показатели вплоть до 89%, по данным Росстата на 2019 год. Рассмотрим основные показатели в таблице 1.

Таблица 1

Показатели доли импорта в отраслях по данным ФСГС в 2019 году [1]

| <i>Отрасль</i> | <i>Доля импорта в %</i> |
|---------------------------------|-------------------------|
| Легкая промышленность | 86,9% |
| Станкостроение | 84,7% |
| Фармацевтическая промышленность | 88,1% |
| Тяжелое машиностроение | 89,4% |

По оценкам Правительства РФ, к 2020 году политика импортозамещения активно снизила свои доли (с 70 до 50–60%). Основными шагами в данной политике является наличие конкурентности и высокая технологичность в производстве, развитие инвестиционного плана, инфраструктура и ее вывод на новый уровень. Несмотря на активное применение мер развитию политики

импортозамещения, все же наблюдается ряд характерных проблем, которые могут помешать ее развитию, а именно:

- дефицит бюджета России, способный сужать рамки действий в развитии данной политики (по оценке Минпромторга РФ данный показатель варьируется в пределах 2, 5 трлн руб.);

- девальвация российского рубля, что ограничивает финансирование показателей производства РФ;

- стагнация в развитии промышленности в сравнении со странами СНГ.

Данные проблемы требуют незамедлительного принятия мер со стороны Правительства РФ, которые помогут решить их и дать положительные показатели развития и активизации фондов поддержки МСП и других производителей.

В будущем необходимо развивать другие секторы, помимо нефти, газа и транспорта, такие как сельское хозяйство, машиностроение, высокотехнологичные и наукоемкие отрасли. Однако самой большой проблемой при реализации стратегии импортозамещения в любом секторе является отсутствие необходимых финансовых ресурсов.

Фонд развития промышленности, самостоятельно созданный Министерством промышленности и торговли в 2014 году, играет важную роль в реализации политики импортозамещения. Целью фонда является поддержка разработки, внедрения и маркетинга новой продукции промышленных и обрабатывающих предприятий, обеспечение их конкурентоспособности на мировом рынке, достижение импортозамещения на российском рынке. Текущая ситуация в целом благоприятна для отечественного производства. Такая ситуация благоприятствует использованию механизмов импортозамещения, основанных на потребностях внутреннего рынка. Механизмы импортозамещения приемлемы во многих областях реальной экономики, особенно там, где есть явные конкурентные преимущества, такие как доступ к сырью, большие внутренние рынки и ноу-хау.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>, свободный (дата обращения: 21.01.2023).

В.Д. Зуб
Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск
Научный руководитель – Т.А. Барчукова, ст. преподаватель

ОПЫТ ИНСТРУМЕНТОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТОМ КРИПТОВАЛЮТЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ И АКТУАЛЬНОСТЬ ДЛЯ РОССИИ

В связи с активным развитием информационных технологий, введением санкций, наличием лиц, которые хотят скрыть свои доходы, обойти налоговую систему, обмануть государство, опыт законодательства других стран в сфере регулирования цифровых активов очень важен и актуален.

Европейский союз придерживается позиции, что привычное регулирование экономики категорически неприемлемо к криптовалюте. Цифровой актив представлен как нематериальный актив или товар, а не как валюта, которая способствует его беспрепятственному налогообложению. Кроме того, требуется обязательная регистрация или лицензирование деятельности криптовалютных бирж [2].

Один из самых прогрессивных подходов к криптовалюте в Швейцарии. Цифровые монеты можно приобрести прямо в банкомате, криптовалютой можно расплачиваться в ряде магазинов. Все криптовалютные компании Швейцарии облагаются налогом на богатство, трейдеры платят сборы за прирост капитала. Криптовалюта соотносится к фиатными денежными средствами, для которых не предусмотрен НДС [3].

Стоит также обратить внимание на отношение к криптовалюте в США, где действует федеративная система власти. Американская позиция довольно противоречива. Безусловно, США – это страна, где развиты цифровые технологии и, очевидно, что цифровые активы стали широко распространены

на территории данной страны. Криптовалюта в США официально признана цифровыми активами.

В ОАЭ введена упрощённая схема получения лицензии для криптобизнесов. В Дубае действует закон «О регулировании виртуальных активов», нацеленный на создание правовой базы для защиты инвесторов и разработки общепризнанных международных стандартов для индустрии виртуальных активов. Регулирование блокчейн-проектов и криптовалют в ОАЭ осуществляется FSRA (Управлением по регулированию финансовых услуг), данный орган осуществляет мониторинг блокчейн-бизнеса для обеспечения прозрачности, а также предотвращения отмывания денег и финансирования терроризма [5].

Правительство Китая видело в криптовалюте только минусы и большие риски распространения коррупции, отмывания преступных доходов, сбыт наркотических средств и взяточничество при развитии оборота цифровых активов. Затем ситуация стала меняться, и с 2017 года введен оборот цифровых активов, а также контроль оборота китайскими финансовыми учреждениями, как следствие, самой большой криптовалютной биржей в мире в 2022 году стала биржа «Бинанс», которая зарегистрирована в Китае [7].

Если говорить о России, то с 1 февраля 2023 года начал действовать закон о легализации майнинга, но сам статус криптовалюты, контроль за ее оборотом, легализация и разрешение на регистрацию бирж на территории РФ отсутствует. Мы получаем полностью открытую и неконтролируемую систему, денежные средства россиян уходят из страны, и наши граждане в любой момент могут остаться без денежных средств. Подводя итоги, можно сделать вывод, что правовой статус цифровых активов в большинстве стран мира не определен, несмотря на то, что цифровые активы не признаются законным платежным средством, но являются биржевым активом, их можно использовать как средство платежа, средство обмена и дарения.

Список использованных источников:

1. Завершение разработки планов по регулированию криптовалютного сектора в Великобритании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ft.com/content/481d45d8-943e-484b-84ca-3b11f02c0ee4> (дата обращения: 24.03.2023).
2. Даун, М. Экономика, банки, финансы: перспективы, прогнозы, особенности функционирования цифровых активов. – 2020. – 248с.
3. Регулирование криптовалют в Швейцарии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crypto.ru/kriptoalyuta-v-shveycarii/#regulirovanie-kriptoalyut-v-shveycarii> (дата обращения: 24.03.2023).
4. Гленн Корнуэлл. Текущее состояние правового регулирования цифровых активов и криптовалют в странах Европейского союза. Гамбург: Издательский дом Эрика Шваба. – 2019. – сс. 56–64
5. Законодательство и регулирующие органы в отношении криптовалют в ОАЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravomiddleeast.com/ru/zakonodatelstvo-i-regulirujushhie-organy-v-otnoshenii-kriptoaljut-v-uae/> (дата обращения: 24.03.2023).
6. Дуайер Г. Экономика биткоина и аналогичных частных цифровых валют. Журнал финансовой стабильности. – 2021. – сс. 81–89
7. Правовое регулирование криптовалюты в Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sb-sb.com/publications/article/pravovoe_regulirovanie_kriptoaljut_v_kitae. (Дата обращения: 25.03.2023).

*М.В. Кокорева
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Р.И. Гарипов, к.э.н.*

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РФ

Санкции против РФ впервые были введены в 2014 году после присоединения Крыма. Но наибольшее распространение это явление получило в 2022 году после начала спецоперации на территории ДНР и ЛНР. Всего за 2,5 месяца в отношении России было принято более 10 000 ограничений в дополнение к ранее существовавшим. И на этом враждебные страны не остановятся.

Различают такие формы санкций: от запрета на въезд для физических лиц до замораживания активов, финансовых ограничений, запрета на поставку вооружений и военной техники и так далее. Поскольку этот инструмент воздействия имеет очень широкую область применения, существует большое количество видов санкций, которые ввели различные страны за 2022 год.

Конфликты и геополитические проблемы оказывают сильное влияние на экономическую ситуацию. Больше всего санкций ввели США – 1683, Канада – 1418, Швейцария – 1402, Великобритания – 1381, Евросоюз – 1184, Франция – 1122. Всего около 10044 из разных государств (рис.1).

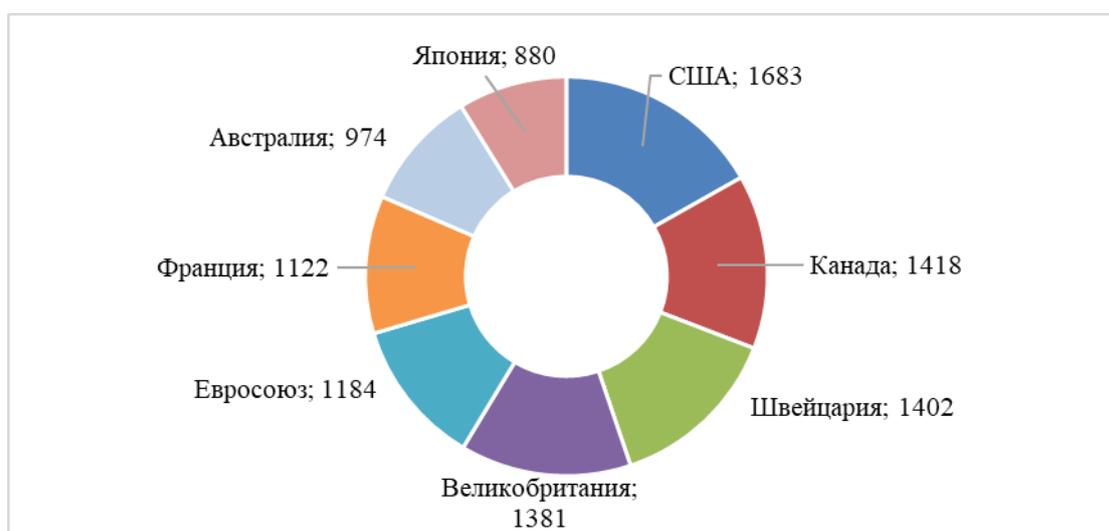


Рис. 1. Количество введенных санкций против России по странам

Источник: Составлено автором на основе данных Castellum

Также, например, к июню текущего года введенные ограничения наиболее сильно повлияли на деятельность предприятий металлургии, транспортного машиностроения, лесной и деревообрабатывающей промышленности.

Основной проблемой в лесопромышленном комплексе является направленность вывоза продукции на рынки «недружественных стран» (рис. 2). ЕС ввел пятый пакет санкций в апреле 2022 года: было введено эмбарго на вывоз всех ключевых категорий отраслевых товаров в страны ЕС.

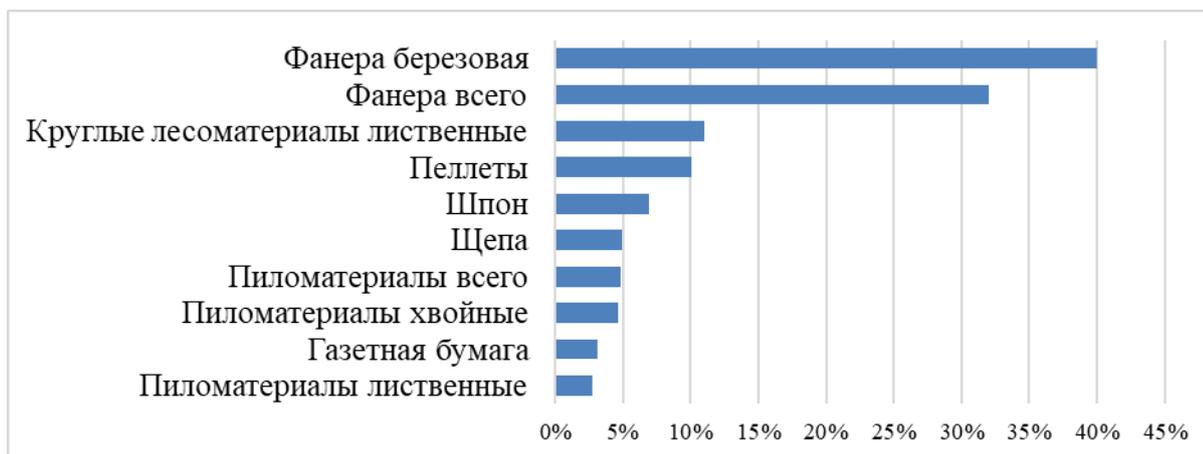


Рис. 2. Доля российской лесной продукции в общем объеме потребления на рынке стран ЕС

Источник: составлено автором на основе данных Коммерсантъ

По данным Рослесинфора, из-за санкций ЕС Россия не экспортирует на внешний рынок продукцию на сумму 6 миллиардов долларов. В 2021 году почти половина вывезенных лесоматериалов пришлась на «недружественные страны» (45,8%, что составляет более 8 миллиардов долларов в денежном выражении).

Таким образом, введенные санкции стали вызовом для отечественной экономики. На данный момент стабильное и устойчивое положение государства во многом определяется степенью развитости его экономики. Это значит, что прекращение или ограничение экономических отношений серьезно влияет на естественное функционирование государства. Среди них, в частности, проблемы с ввозом в Россию и вывозом российской продукции, логистические трудности, инфляция, приостановка деятельности иностранных компаний в стране.

ПРОБЛЕМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Проблема импортозамещения преследует Россию, начиная с 2014 года. Конечно же, задачи по формированию самостоятельной развитой промышленности нередко находили успешное решение, но при этом носили кратковременный характер. На сегодняшний день, в связи со сложившейся политической ситуацией, эта проблема обострилась и требует пристального внимания и принятия решений в области производственного и технологического суверенитета.

Основываясь на данные статистики импорта продукции, можно выделить три объемные категории, где возможно вливание российского капитала в бизнес [1]:

- машины, оборудование и транспортные средства (47,3%);
- продукция химической промышленности, каучук (18,6%);
- продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного) для их производства (13,0%).

По мнению многих экспертов, процесс импортозамещения необходимо начинать с менее обширных областей. Придерживаясь этой мысли, можно заметить, что именно в области пищевой продукции происходит положительная динамика [2]. Но всё же приоритетной областью является машиностроение, поскольку данная отрасль достаточно сильно влияет на производство прочих товаров и услуг и, как следствие, на процесс импортозамещения, но именно в данной области наблюдается отрицательная динамика развития.

Конечно же, следует отметить, что без вмешательства государства данную проблему решить невозможно, и правительство поддерживает процессы

импортозамещения, помогая бизнесу реализацией различных мероприятий, к числу которых относят [3]:

1. Устанавливает приоритетность российских товаров в госзакупках. Победитель тендера при конкуренции с отечественной продукцией должен снизить цену на иностранные товары на 15–30%.

2. Выделяет субсидии на производство опытных образцов и пилотных партий продукции в отраслях машиностроения, оборудования и приборостроения.

3. Совершенствует таможенное регулирование и администрирование, упрощает экспортный контроль.

4. Возмещает НДС по определенным видам деятельности, облегчает налоговую нагрузку для приоритетных отраслей.

5. Выпускает законопроекты, которые обязывают российские компании перейти на отечественное программное обеспечение до 2024 года.

Таким образом, решения одной из самых насущных проблем нашей страны можно добиться путём тесного сотрудничества Правительства России и фирм, занятых в импортозамещающих сферах бизнеса. На наш взгляд, именно разработка новых законопроектов, новых способов поддержки бизнеса и упрощение получения субсидий позволит ускорить процесс избавления от проблемы, создавшейся ещё в 2014 году. Кроме того, на фоне беспрецедентного количества санкционных мер, применяемых в отношении России, импортозамещение и налаживание отечественных производств должно стать первостепенной задачей российской экономики.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11188>.

2. Cyberleninka // С.Н. Глаголев, В.В. Моисеев «Проблемы импортозамещения в России»: [Электронный ресурс]. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-importozamesheniya-v-rossii/viewer>

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 16.09.2016 № 925 «О приоритете товаров российского происхождения, работ, услуг, выполняемых, оказываемых российскими лицами, по отношению к товарам, происходящим из иностранного государства, работам, услугам, выполняемым, оказываемым иностранными лицами».

Н.Н. Максимова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Р.И. Гарипов, к.э.н.

ДЕДОЛЛАРИЗАЦИЯ: ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Россия—одна из стран, которая придерживается курса отказа от доллара в международных расчётах, согласно плану дедолларизации российской экономики. По данным Банка России, доля долларов в активах Центробанка РФ с 2018 года сократилась почти в 4 раза с 45,8% до 10,9% (на 01.01.2022). А страны ЕАЭС ведут торговлю в своих национальных валютах.

Необходимость появления новой резервной валюты состоит в целях обслуживания внешнего долга и проведения эффективных взаиморасчётов между дружественными странами. Как отмечают эксперты-экономисты, новая резервная валюта позволит снизить риски, связанные с расчетами в долларах, и защитить экономики стран СНГ и БРИКС.

Рассмотрим и проанализируем более подробнее положительные и отрицательные стороны дедолларизации (табл. 1).

Плюсы и минусы дедолларизации экономики

| Положительные стороны | Отрицательные стороны |
|---|---|
| Снижение подверженности к санкционным рискам. | Потеря части стран-покупателей российской продукции и части стран, продающих товары России. |
| Гибкость фискальной политики за счет спроса на активы национальной валюты со стороны иностранных экономических агентов и Центробанков. | Рост цен как внутри страны, так и на внешних рынках. Это происходит, когда экспортеры в целях хеджирования рисков девальвации национальной валюты поднимают цены. |
| Гибкость политики платежного баланса. Если Россия будет выступать эмитентом новой резервной валюты, то ограничения, накладываемые на политику Центрального Банка в отношении обменного курса и золотовалютных резервов, будут не такими жесткими, как для остальных государств. | Увеличение субсидирования промышленных предприятий, которые уходят от доллара. |

Чтобы добиться представленных положительных сторон дедолларизации потребуется несколько лет. Однако влияние отрицательных сторон могут проявляться уже на первых этапах курса отказа от долларов и евро.

Ускорить процесс получения положительного эффекта и снижения отрицательного влияния возможно с помощью использования в международных расчетах цифровых активов. По данным международных исследований, криптовалюты, стейблкоины и цифровые валюты центральных банков являются одними из потенциальных альтернатив долларовых расчетов, способных к совершению более быстрых платежей, создавая дополнительную синергию и преимущества ликвидности.

А. Мануйлова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Н.В. Анохина, к.э.н., доцент

ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТА РФ В 2022 ГОДУ

По данным Министерства финансов РФ, российский бюджет в 2022 году исполнен с дефицитом 3,306 трлн рублей.

И доходы, и расходы в прошлом году существенно превысили плановые показатели. Так, доходы составили за год 27, 8 трлн рублей, что превышает показатели, закрепленные в законе «О бюджете РФ на 2022 год...» на 11,1; расходы – 31,1 трлн рублей, или на 31,4% больше плановых показателей [1].

В результате дефицит в 2022 году значительно отклонился от предполагаемого профицита – профицита в 1% и составил 2,3 % ВВП. Размер дефицита стал одним из крупнейших за всю историю современной России, больше он был только в 2020 «ковидном» году. Стоит отметить, что по данным Счетной палаты РФ в 2022 году остались неиспользованными почти 0,8 трлн руб. бюджетных средств.

Еще одной традиционной особенностью исполнения бюджета явилась его неравномерность. До декабря бюджет был профицитным. Дефицит появляется только в декабре (и какой существенный). В качестве объяснений приводятся финансовые меры Правительства РФ: компенсации внебюджетным фондам, отсрочки по выплате страховых взносов, внеплановая индексация пенсий неработающих пенсионеров, прожиточного минимума, минимального размера оплаты труда, новые выплаты на детей до 16 лет.

Конечно, такие существенные отклонения бюджета от показателей, заложенных в законе, были обусловлены проведением специальной военной операции на Украине, а затем санкционной войной коллективного Запада против России. Но известно, что значительные отклонения в исполнении федерального бюджета наблюдались во все предыдущие годы, в том числе и в предыдущем 2021 году, когда «неожиданно» доходы превысили расходы [2].

Несмотря на то, с прошлого года наше общество живет в новых условиях, остаются вопросы к качеству планирования бюджетных показателей, порядку исполнения бюджета и использования государственных средств. Весь бюджетный процесс нуждается в модернизации.

Список использованных источников:

1. Данные сайта: Minfin.gov.ru
2. В. Катасонов. Счетная палата об исполнении бюджета-2022: информация для размышления. Режим доступа: <https://russtrat.ru/analytics/8-aprel-2023-1609-11860><https://russtrat.ru/analytics/8-aprel-2023-1609-11860>

М.Е. Новикова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Р.И. Гарипов, к.э.н.

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕРИОД САНКЦИЙ У ПАО «СБЕРБАНК»

На данный момент Сбербанк старается справиться со следующими проблемами в сфере инвестиций, которые будут рассмотрены ниже.

1. На данный момент клиентам «СберИнвестиции» нельзя совершать сделки с иностранными ценными бумагами и получать дивиденды и купоны по бумагам иностранных компаний. Из-за этого видно ухудшение активных клиентов «СберИнвестиций» [1]. Самым высоким показателем был 2020 год, что составляет около 230 млн чел., на 2022 год это около 110 млн человек.

Чтобы спасти иностранные бумаги на счетах своих клиентов от «заморозки», Сбер 12 апреля 2022 года перевёл их к другим брокерам. Официально банк не раскрыл их названия, сообщив только, что их было несколько. Одним из этих брокеров является «КИТ Финанс».

2. Из-за санкций приложение «СберИнвестиций» нельзя скачать в App Store и Google Play. Но есть несколько вариантов как обойти данную систему. Первое – скачивание из официального сайта. Сейчас Сберинвестиции выдает

QR-код, который помогает скачать приложение. Вторым решением будет – использовать официальный сайт как приложение. Здесь также можно авторизоваться, следить за всеми обновлениями. Следующим будет – просто не обновлять приложение. Да, здесь будут не доступны многие обновления, но основные функции будут работать.

Пользователи устройств на Android могут скачать приложения «СбербанкИнвестор» с официального сайта банка. Владельцы айфонов могут использовать веб-версию «Сбербанк Онлайн». Её специально адаптировали для мобильных устройств.

3. Можно сказать также об ухудшении динамики клиентов СберИнвестиции. Но ее можно увеличить с помощью следующего: Сбер Инвестиции могут поддерживать клиента 24/7, помимо этого, вне зависимости от используемого тарифа, количество обращений для клиента и даже не клиента не ограничено. Отсутствие минимальной суммы для открытия счета (без дополнительных комиссий для «малобюджетных» клиентов). Любой клиент может открыть свой вклад с любой суммы, а значит будет большой спрос на это. Мини-курсы по инвестированию, накоплению средств. Так, клиенты будут приходить не только открыть свой счет, но и научатся это делать правильно [2].

4. На январь 2023 года у Сбербанка одна акция стоит порядка 158 рублей, однако самым высоким показателем был 2022 год, где одна акция составляла порядка 270 рублей. Данный показатель зависит от нескольких факторов, допустим спрос на продукцию, стоимость компании.

Создание «коробочных» инвестиционных продуктов, где каждый выбирает то, что ему подходит. Вторым пунктом может стать увеличение спроса на продукты банка, в этом может помочь реклама, а конкретно «СберИнвестиций».

Несмотря на санкционное давление, коммерческие банки стараются остаться на плаву и решать множество проблем. Сбербанк не стоит на месте и

приспосабливается к сегодняшним реалиям ведения бизнеса. Руководство и менеджмент проделывает работу на высшем уровне, доказательство тому, 2022 год, когда в условиях жесточайших санкций и блокировок, банк завершил с прибылью. Санкции, скорее всего, не отменят никогда или они очень и очень надолго, из-за этого банк ищет новые пути решения проблем.

Список использованных источников:

1. Брокер Сбера под санкциями: что происходит и что делать // БроБанк URL: <https://brobank.ru/broker-sberbank-sankcii/> (дата обращения: 02.06.2022).
2. Брокерское обслуживание // Сбер Банк URL: https://www.sberbank.ru/ru/person/investments/broker_service

Н.С. Райзерова
АНПО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – О.П. Бутырина

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ РЕСУРСОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Постоянно происходящие изменения в жизни современного общества, безусловно, должны находить изменения и в образовательном процессе и учебных материалах. С каждым годом всё проблематичнее создавать бумажные экземпляры учебников и пособий, они перестают быть актуальными ещё до попадания в учебное заведение. Одним из возможных решений проблем является разработка электронных средств по большинству дисциплин и их публикация в мировых телекоммуникационных сетях или на информационных носителях. Это обосновано тем, в первую очередь, что материалы могут иметь возможность динамического изменения и дополнения содержания электронных средств обучения.

Актуальность данной темы состоит в использовании в образовательном процессе цифрового образовательного ресурса, который может повысить интерес к обучению и помочь в усвоении учебного материала.

Разберёмся, что собой представляет цифровой образовательный ресурс:

Цифровой образовательный ресурс (ЦОР) – это представленные в цифровой форме фотографии, видеофрагменты, статистические и динамические модели, объекты виртуальной реальности и интерактивного моделирования, картографические материалы, звукозаписи, символные объекты и деловая графика, текстовые документы и иные учебные материалы, необходимые для организации учебного процесса.

Виды ЦОР по образовательно-методическим функциям:

1. Электронные учебники;
2. Электронные учебные пособия;
3. Электронные учебно-методические комплексы;
4. Электронные издания контроля;
5. ЦОР с текстовой информацией;
6. ЦОР с визуальной информацией;
7. ЦОР с комбинированной информацией;
8. ЦОР с аудио- и видеоинформацией.

Какова цель включения ЦОР в образовательный процесс? Прежде всего, это повышение потенциала интеллектуальных способностей обучающихся в условиях цифровой образовательной среды, а также повышение эффективности процесса обучения от начального до высшего уровня образования.

Практика показала, что при использовании ЦОР значительно повышается уровень познавательных возможностей. Известно, что большинство людей запоминает 5% услышанного и 20% увиденного. Одновременное использование аудио- и видеоинформации повышает запоминаемость до 40–50%.

Преимущества использования ЦОР:

1. Увеличение объёма изучаемого материала;
2. Наглядность способствует лучшему его усвоению;
3. Развивается воображение и логическое мышление;
4. Повышается интерес к урокам.

Развиваются межличностные отношения ученик–учитель, ученик–ученик.

Подводя итог, хочется сказать, что в наше время воспитание ответственности учащегося за его учебный процесс, принятие решений о своём будущем становится более важным. И чтобы улучшить этот процесс каждый педагог должен подготовить и провести занятие с использованием различных цифровых образовательных ресурсов, потому что их использование сделает занятие более продуктивным и запоминающимся.

*М.М. Саидов
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – О.П. Бутырина*

КАК САНКЦИИ ПОВЛИЯЛИ НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ

Экономика России подстроилась под санкции лучше, чем ожидали власти и эксперты в начале кризиса. Масштабные ограничения не проходят безболезненно, но экономического краха не случилось.

Год назад российской экономике на ближайшие три года прочили рост ВВП и инвестиций, а также объемов экспорта и импорта. В конце февраля 2022 года начавшаяся спецоперация на Украине и последовавшие жестокие санкции поменяли экономическую ситуацию кардинально. Теперь Россия – это страна с самым большим количеством введенных против нее санкций в истории. При этом с относительно крепким рублем (70 рублей за доллар – как осенью 2021 года) и все еще продающая много нефти за рубеж. Ограничения затронули финансовый сектор и фондовый рынок, экспорт и импорт, международные резервы, а мировые компании массово покинули Россию. К внешним вызовам добавились внутренние: в первую очередь, это отток экономически активного населения и капитала из страны.

Весной эксперты и чиновники приводили двухзначные прогнозы падения российского ВВП, а курс доллара к рублю пробивал рекордные трехзначные отметки. Инфляция достигала многолетних максимумов, а настроения бизнеса были самыми пессимистическими. Но она смогла перестроиться. Были найдены

новые рынки для экспорта продукции, выстроены новые логистические цепочки поставок, заработал параллельный импорт для ввоза необходимых товаров через третьи страны. Введенные ограничения стимулировали импортозамещение.

Год ограничений и запретов не привел к существенному сокращению добычи и обвалу экспорта российской нефти и угля. Но разрыв связей с Западом вызвал серьезное снижение экспорта газа в Европу и уменьшение добычи газа в нашей стране почти на 12%. Поставки за границу и добыча нефти по итогам 2022 года выросли. Экспорт Россия почти полностью перенаправила в страны Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Но это не говорит о том, что санкции на нас не повлияли.

Весной 2022 года стало очевидно, что импортозамещением средств производства, которое мы откладывали последние 30 лет, теперь придется заняться в ускоренном темпе. Своей техники чуть больше половины, да и в той комплектующие западные. В генетике показатели близки к нулевым. Нет своих заквасок для сметаны, упаковки для молока, оболочек для колбасы и многого другого. К этому добавились скрытые санкции на экспорт зерна и минеральных удобрений, проблемы с расчетами, страховками, фрахтом. Экспорт российских минеральных удобрений снизился на 15%. Но запас прочности, наработанный в отрасли за последние 15–20 лет, и экстренные меры правительства позволили пройти год без потерь. В прошлом году на АПК было выделено беспрецедентных 0,5 трлн рублей господдержки. По итогам года экспорт продовольствия оказался рекордным (40 млрд долларов), и Россия осталась мировым лидером по поставкам пшеницы и нетто-экспортером продовольствия. За несколько месяцев западной технике отчасти нашли замену в Китае и Индии. Одни комплектующие учимся делать сами, другие завозим через третьи страны. Зерно пытаемся продавать за рубли. А чтобы подтолкнуть свое семеноводство, решили квотировать импорт семян из недружественных стран и перетряхнули всю работу с наукой и бизнесом.

Для того, чтобы Россия стала независимой страной со стабильной экономикой, необходимо сделать правильные выводы и научиться самостоятельно себя обеспечивать, развивая, тем самым, свои реальные производственные возможности.

*Е.А. Соколова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – П.П. Лутовинов, д.э.н., профессор*

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА

Важнейшим объектом государственного регулирования уровня и качества жизни населения России является прожиточный минимум (ПМ) как параметр определения минимального размера оплаты труда (МРОТ), величины различных пособий, пенсий и льгот и т.д. Завышение прожиточного минимума может привести к снижению инновационной активности, уравниловке в распределении доходов, снижению мотивации труда. В то же время, общество, значительная часть которого существует на грани бедности, рискует приобрести такие вечные спутники нищеты как отсутствие патриотизма, желание создавать семьи и растить детей.

До 2021 года базой для расчета был ПМ, как сумма денежных средств, которых человеку достаточно, чтобы нормально прожить месяц.

Теперь для расчета ПМ применяется медианный доход за прошлый год [1]. При этом сам ПМ равен 44,2% от этого значения, а МРОТ составляет 42% от этого же показателя.

Главное отличие новой методики определения величины ПМ заключается в том, что его размер с каждым годом точно не будет уменьшаться, в отличие от старой методики, зависящей от потребительской корзины, когда сумма товаров и услуг могла «плавать» из-за сезонности цен, например, на продукты питания – фрукты или овощи.

В результате исследования, выполненного студентами группы ЭД-301эпо, установлено, что в Челябинске в ноябре 2022 года для трудоспособного населения ПМ, рассчитанный по нормам потребления, был равен 18062 руб., т.е. на 18 % больше МРОТ.

Следует согласиться с автором работы [2] в том, что в нормативных документах должно быть зафиксировано то, что ПМ, рассчитанный от уровня медианных среднедушевых доходов, не может быть ниже ПМ, рассчитанного по минимальным нормам потребления.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 24.10.1997 N 134-ФЗ (ред. от 29.12.2020, с изм. от 06.12.2021) «О прожиточном минимуме в Российской Федерации».

2. Нестеренко, И.Ю., Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск. Оценка минимального размера оплаты труда от уровня медианной заработной платы: проблемные и спорные вопросы / И.Ю. Нестеренко // Россия сегодня: национальные цели и региональные интересы: материалы XXXVIII международной научно-практической конференции, Челябинск: Акад. труда и соц. отношений, Урал. соц.-эконом. ин-т (фил.). – М.: ИИЦ «АТиСО», 2021. – 188 с.

Д.С. Халезин
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Р.И. Гарипов, к.э.н.

МОДЕРНИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Импорт важнейших товаров и услуг в январе 2022 г. составил 24,8 млрд долларов, в январе 2021 года он составлял 492,1 млрд долларов [1]. Более существенные изменения приведены в таблице 1

Таблица 1

Импорт важнейших товаров

| Наименование товара | 2021 | | 2022 | |
|---------------------|-----------|------------------------|-----------|------------------------|
| | млрд дол. | Удельный вес от общего | млрд дол. | Удельный вес от общего |
| | | | | |

| | | объёма, % | | объёма, % |
|---|-------|-----------|-----|-----------|
| машины, оборудование и транспортные средства | 144,3 | 29,3 | 5,6 | 22,6 |
| продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё для их производства | 33,9 | 6,9 | 2,8 | 11,3 |
| продукция химической промышленности, каучук | 53,7 | 10,9 | 3,6 | 14,5 |

По данным видно, очень сильно упал импорт важнейших товаров для России. Многие предприятия не могут получить сырьё и оборудование из-за санкций для изготовления конкурентоспособных товаров. Эти изменения приводят к опасности экономики России.

Для обеспечения экономической безопасности страны нужно модернизировать российскую экономику в следующих основных направлениях:

1. Техническое обновление устаревшей материально-технической базы производства, замена изношенного производственного оборудования на новое прогрессивное;

2. Реструктуризация экономики в сторону сокращения удельного веса сырьевых отраслей и роста доли отраслей машиностроения, станкостроения;

3. Необходимость увеличения доли тех отраслей в экономике страны (наукоемкие и высокотехнологичные), которые являются не только базой, но и источником роста экономического развития.

Уровень конкурентоспособности отечественных предприятий и улучшение её конкурентоспособности с зарубежными предприятиями является определяющей в условиях выживания и развития российских предприятий. От уровня конкурентоспособности отечественных предприятий во внушительной степени зависит качество происходящих в государстве воспроизводственных процессов, рентабельность предприятий, их адаптация к рыночным условиям и последующий экономический рост.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой сравнительную характеристику защиты отечественного рынка и экономики России в целом. Потому конкурентоспособность выражает характерные черты развития

предприятия от направлений и методов развития конкурентов. Ключевыми аспектами выступают: степень удовлетворения выпускаемой продукцией потребностей людей и эффективность производственной деятельности предприятия.

Таким образом, конкурентоспособной можно считать любое предприятие, располагающее инновационным материально-техническим потенциалом, применение которого приводит к выпуску высококонкурентоспособной, высококачественной продукции, способной удовлетворять потребности потребителя в нужном объеме.

Список использованных источников:

1. Дружественная торговля: как изменилась структура экспорта и импорта России в 2022 году. URL:<https://journal.open-broker.ru/research/druzhestvennaya-torgovlya/>

К.Е. Швеи
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – И.Ю. Нестеренко, к.э.н., доцент

КРЕДИТОВАНИЕ В МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

Микрофинансовые организации являются одним из субъектов кредитования физических и юридических лиц. В результате регуляторных действий Центрального Банка России деятельность этих организаций в значительной степени жестко регламентирована, что привело к снижению числа МФО. Но они по-прежнему занимают определенную нишу на рынке микрозаймов, т.к. имеют определенные преимущества для заемщиков.

Динамика показателей рынка МФО за период 2020–2022 гг. свидетельствует о следующих тенденциях [1].

Портфель микрозаймов (сумма задолженности по основному долгу по выданным микрозаймам) за период 2020–2022 гг. вырос на 66% – с 219 млрд руб. в 1 квартале 2020 года до 365 млрд руб. в 4 квартале 2022 года.

Объем выданных за квартал микрозаймов в целом увеличился за анализируемый период более чем в 2 раза – с 102 млрд руб. в 1 квартале 2020 года до 209 млрд руб. в 4 квартале 2022 года.

Превалирующую долю кредитов составляют займы физических лиц. По итогам 4 квартала 2022 года их доля составила 88%. Доля юридических лиц и индивидуальных предпринимателей составляет 12%.

В структуре займов физлиц традиционно большую долю составляют среднесрочные микрозаймы в сегменте IL (Installments – сегмент потребительских микрозаймов, которые предоставляются на срок более 30 дней и (или) на сумму свыше 30 тыс. рублей). Их доля в 4 квартале 2022 года составила 37,3% от общего объема займов. Вторым по объемам кредитов является сегмент микрозаймов физлиц типа PDL (Payday Loan, займы «до зарплаты» – сегмент потребительских микрозаймов, которые предоставляются на срок не более 30 дней на сумму не более 30 тыс. рублей). Его доля за этот же период составила 36,4%. 14,4% составляют займы POS – point of sale, целевые микрозаймы без обеспечения, предоставленные путем перечисления денежных средств торгово-сервисному предприятию в счет оплаты его товаров (услуг).

Доля сегмента POS в структуре портфеля сокращается из-за смещения продаж в онлайн-сегмент (около 81% объема POS-микрозаймов выдавалось офлайн).

Дистанционные каналы продаж играли ведущую роль в выдаче займов. В целом по рынку (с учетом займов МСП) доля онлайн-займов в выдачах в 2022 г. выросла до 66% (годом ранее – 52%). При этом в сегменте PDL доля онлайн-займов составила 87%, в сегменте IL – 73%, в сегменте POS – 19%. Таким образом, в 2022 г. лишь около трети займов выдавалось в офисах МФО, к концу года этот показатель опустился ниже 30%.

Средний размер займа зависит от сегмента. Средний размер займа, выданного физическим лицам в IV квартале 2022 г., составил 12,7 тыс. руб. (годом ранее – 13,4 тыс. руб.). При этом средний размер займа в сегменте PDL

за год вырос с 8,5 до 9 тыс. руб., в сегменте ПЛ – с 17,1 до 17,5 тыс. руб., в сегменте POS – снизился с 32,9 до 18,4 тыс. рублей.

Стоимость кредита в МФО высоко дифференцирована в зависимости от сроков, размеров займов и уровня обеспеченности.

Полная стоимость кредита по микрозаймам находится в пределах от 16,4% (потребительские займы, обязательства по которым обеспечены ипотекой) до 352,6% (потребительские микрозаймы без обеспечения (кроме POS-микрозаймов) на срок до 30 дней и суммой до 30 тыс. руб).

Количество микрофинансовых организаций (МФО) за 2022 год сократилось на 8,3%, до 1162 единиц, из них 34 организации являются микрофинансовыми компаниями (МФК) и 1128 – микрокредитными компаниями (МКК) [2, с.63].

Займы в микрофинансовых организациях – возможный и весьма доступный вариант получения относительно небольшой суммы денег на короткий срок. Но планируя обратиться за займом в МФО, необходимо понимать, что это достаточно дорогая форма привлечения заемных средств.

Список использованных источников:

1. Обзор ключевых показателей микрофинансовых институтов. Информационно-аналитический материал. 2023. – <http://www.cbr.ru/microfinance/statistics/>.
2. Годовой отчет Банка России за 2022 год – http://www.cbr.ru/about_br/publ/god/

РАЗДЕЛ II БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

*А.И. Гельдт
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – К.Е. Бардин, к.э.н., доцент*

ЕДИНЬИ НАЛОГОВЫИ ПЛАТЕЖ

С 2023 года кардинально меняется порядок уплаты налогов – все организации и предприниматели перейдут на единый налоговый платёж. Это уже не эксперимент для желающих, как в 2022 году, а обязательный порядок. Разберемся, как он будет работать.

ЕНП (единый налоговый платеж) – это форма учета платежей, а не режим налогообложения. Раньше каждый налог приходилось перечислять на отдельный код бюджетной классификации (КБК). С 2023 года деньги зачисляются Единым налоговым платежом один раз в месяц. В том числе НДС, налог на прибыль, страховые взносы, налог на УСН и ПСН, ЕСХН, НДФЛ, акцизы, имущественные налоги.

Закон 263-ФЗ от 14 июля 2022 года вносит массу изменений в Налоговый кодекс. Если сейчас вы заполняете отдельные платёжки с разными суммами на каждый налог, то с 2023 года нужно будет одним платежом пополнять единый налоговый счёт (ЕНС), который ФНС откроет каждой организации и предпринимателю. Эти деньги с ЕНС налоговики распределят по налогам и сборам. Информацию о том, как именно распределили ваши деньги можно будет увидеть в личном кабинете налогоплательщика или получить по запросу в ИФНС. В связи с этим и срок уплаты налогов будет один – до 28 числа (ст. 2 закона 263-ФЗ).

Срок уплаты налогов меняется, а периодичность остается. Например, сейчас ИП на УСН платят авансы до 25 числа месяца после первого, второго и третьего кварталов, а по итогам года налог до 30 апреля. С 2023 года все те же

квартальные авансы надо будет платить до 8 числа месяца, следующего за кварталом, а налог до 28 апреля.

По налогу на имущество, транспортному и земельному налогам срок сдвинули на 28 число не вперед, а назад. Если сейчас годовой платёж делают до 1 марта, то после перехода на единый налоговый платеж (ЕНП) срок сдвинется на 28 февраля. Страховые взносы и НДФЛ за сотрудников по-прежнему нужно будет платить ежемесячно, но тоже до 28 числа.

Таким образом, к 28 числу у вас на ЕНС должна быть сумма, которой хватит для погашения совокупной обязанности – уплаты всех причитающихся налогов. Если денег на ЕНС не хватает – это долг бюджету, который называется отрицательным сальдо. Если после списания совокупной обязанности на ЕНС остались деньги – это положительное сальдо или переплата.

Казалось бы, государство избавило бизнес от необходимости заполнять множество платёжек с разными КБК, ОКТМО и прочими реквизитами. Но нет, эти реквизиты по-прежнему придётся заполнять, просто в другом документе – уведомлении о суммах исчисленных налогов. Поэтому говорить о том, что ЕНП сделает жизнь бизнеса проще, пока не приходится.

Очередность зачета налогов. Списывать средства в каждом месяце налоговая будет исходя из текущих обязательств и недоимок. Например, ИП подает декларацию по УСН с рассчитанной суммой налога 25 апреля, а 28 апреля с его налогового счета спишут эту сумму.

Списывать деньги будут в такой очередности:

- 1) недоимки: если их больше одной, сначала спишут самую раннюю и далее в хронологическом порядке;
- 2) налоги и авансы по налогам, взносы и сборы;
- 3) пени;
- 4) проценты;
- 5) штрафы.

Сверка с налоговой. Чтобы узнать о недоимках и переплатах, проведите сверку с налоговой и запросите один из документов:

– справку о состоянии расчетов – но в ней в виде переплаты могут числиться авансы, справку налоговая подготовит за пять рабочих дней;

– выписка о состоянии расчетов с бюджетом – покажет операции за конкретный период, выписку вы получите за два-три рабочих дня;

– акт совместной сверки расчетов – покажет сальдо на начало периода, за период и на его конец, запрашивается по конкретному виду налогов, взносов или сборов, сверка расчетов может занять до 40 дней при разногласиях с налоговой.

И.П. Горбунова
Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск
Научный руководитель – Н.С. Созрина, к.э.н.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ДЕЛИВЭРИ+» В МЕНЯЮЩЕЙСЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В современной экономической литературе встречается несколько подходов к пониманию сущности эффективности. Обобщение данных подходов позволило представить эффективность, как способность организации получать максимальный результат при минимизации израсходованных ресурсов (затрат), способ достижения поставленной цели. Разработанные в теории классификации видов эффективности широко применяются в управлении организацией.

На эффективность деятельности организации оказывают влияние многочисленные факторы. Модель классификации факторов эффективности подразделяет их на внешние (макроэкономические) и внутренние (зависящие от организационного процесса самой организации) [1].

Анализ рентабельности имеет целью выявление и оценку эффективности использования всех инвестиций (собственных и заемных в основные и

оборотные средства, текущие затраты), а также резервов роста прибыли и повышения доходности бизнеса [2]. В 2020 г. в ООО «Деливэри+» наиболее значительное снижение зафиксировано по рентабельности продаж и рентабельности основной деятельности. Если в 2019 г. каждый рубль выручки приносил организации 14,12 коп. прибыли от продаж, то в 2020 г. этот показатель снизился до 3,12 коп. Также увеличились затраты, необходимые для получения 1 руб. выручки, то есть произошло снижение рентабельности основной деятельности организации.

В 2021 г. рентабельность продаж и рентабельность основной деятельности организации продолжали снижаться. Причина данной негативной тенденции – это существенный рост коммерческих расходов, который оказал отрицательное влияние на показатели прибыли.

Пути решения данных проблем и повышения эффективности деятельности ООО «Деливэри+»:

- наращивание объемов продаж;
- снижение уровня коммерческих расходов.

В целях увеличения выручки рекомендовано расширить присутствие компании на рынке за счет выхода в новый регион сбыта – Республику Крым. Для снижения уровня коммерческих расходов рекомендовано усовершенствовать систему премирования менеджеров по продажам за счет введения показателя результативности и установления критериев для специфических показателей премирования.

Список использованных источников:

1. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 214 с.
2. Современные финансовые механизмы и инструментарии развития хозяйствующих субъектов / А. А. Якушев, Т. В. Максимова, Ю. В. Лысенко [и др.]. – Челябинск: Издательский центр «Фотохудожник», 2016. – 127 с.

3. Согрина Н.С. Анализ структуры и качества трудовых ресурсов Челябинской области в системе экономической безопасности региона: параграф коллективной монографии «Проблемы экономической безопасности: глобальные и региональные аспекты» / Н.С. Согрина, Р.З. Абдрахманов, О.В. Артемова и др.; под ред. А.В. Карпушкиной. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2018. – С. 53–60.

А.В. Зиновьев

*Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск
Научный руководитель – Н.С. Согрина, к.э.н.*

НЕГАТИВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ООО «АМЕСК»

Актуальность темы определена тем, что анализ финансового состояния предприятия, как составной части общего анализа хозяйственной деятельности, заключается в возможности раннего обнаружения признаков кризисного развития, представляющих угрозу банкротства.

Цель исследования – определить негативные тенденции финансового состояния ООО «Амеск».

Методы исследования: библиографический анализ литературы; системный анализ; выделение и синтез главных компонентов.

Результаты. На основании проведенного исследования, можно выявить следующие проблемы: наибольший удельный вес в 2022 году приходится на «Дебиторскую задолженность» – 14,54%, что является негативным фактором для организации, так как в динамике стоимость дебиторской задолженности увеличилась к концу 2022 года на 295 тыс. руб. или на 21,80%, по отношению к 2021 году, как и удельный вес, дебиторская задолженность увеличилась на 2,00%, что говорит о том, что покупатели и заказчики медленнее расплачиваются по своим обязательствам перед организацией ООО «Амеск». Затраты по себестоимости за анализируемый период 2020 – 2022 гг. увеличились. За 2020–2021 гг. на 959,44 тыс. руб. или на 11,86%, а за 2021–2022 гг. на 5932,56 тыс. руб. или на 65,55%, значительное увеличение затрат к концу

2022 года, может отрицательно сказаться на деятельности организации ООО «Амеск».

Таким образом, анализ основных экономических показателей говорит о том, что в целом, организация ООО «Амеск» работает эффективно, однако выявлены некоторые негативные тенденции в финансовом состоянии организации.

Список использованных источников:

1. Низовкина, Н. Г. Управление затратами предприятия (организации) : учебное пособие для вузов / Н. Г. Низовкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 187 с. – Текст : непосредственный.

2. Пугачева, М.А. Управление затратами предприятия / М.А. Пугачева, Э.Р. Латыпова // В сборнике: Экономический форум «Экономика в меняющемся мире» Материалы Экономического форума с международным участием. Сборник научных статей. – 2021. – С. 42–44.– Текст : непосредственный.– Текст : непосредственный.

3. Савельев, И. А. Система управления затратами на предприятии / И. А. Савельев // Молодой ученый. – 2020. – № 5 (295). – С. 129–132.

4. Современный финансовый механизм и инструментарий развития малого и среднего предпринимательства / А. А. Якушев, Т. И. Бухтиярова, А. В. Дубынина [и др.]. – Челябинск : Фотохудожник, 2015. – 230 с.– Текст : непосредственный.

5. Согрина, Н.С. Статистическое исследование динамики рынка труда Челябинской области/ Н.С. Согрина // В сборнике: Современные экономика и управление: глобальные вызовы и перспективы. Сборник статей и тезисов докладов XXI Международной научно–практической конференции. – 2017. – С. 66–71.– Текст : непосредственный.

СИСТЕМА НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПО БУХГАЛТЕРСКОМУ УЧЁТУ В РФ

Система нормативного регулирования бухгалтерского учета в РФ позволяет компаниям выстраивать свою учетную политику в соответствии с действующим российским законодательством. Правовое регулирование бухгалтерского учета позволяет государству установить ряд норм и правил, соблюдение которых является обязательным для всех лиц, занимающихся хозяйственной деятельностью. Общее методологическое нормативное регулирование бухгалтерского учета в РФ осуществляется российским правительством, которое разрабатывает и утверждает правила документирования и отражения в учете различных хозяйственных операций.

Нормативное регулирование бухгалтерского учета в России сформировано в виде четырехуровневой системы:

1-й уровень – нормативно-правовой, включающий регулирование на основе федеральных законов, правительственных постановлений, президентских указов. Указанные нормативные акты устанавливают единые законные нормы для ведения бухучета в России. Основным нормативным актом здесь можно назвать закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ.

2-й уровень – направленный на стандартизацию учета операций и установление общих правил по оформлению хозяйственных операций. Регулирование второго уровня производится при помощи различных утверждаемых федеральной исполнительной властью положений по бухучету и по его ведению, которые со временем должны быть заменены на ФСБУ (федеральные стандарты бухучета).

3-й уровень содержит методологические указания. В данной подгруппе собраны различные инструкции, методологические рекомендации и другие

нормативные документы, утверждаемые министерствами, регуляторами, профобъединениями бухгалтеров и различными органами государственной исполнительной власти.

4-й уровень позволяет решить детальные организационные вопросы. Документы этого уровня содержат инструкции по построению бухучета в разрезе отдельных активов/пассивов, учетной политики в отдельных компаниях и являются обязательными для исполнения. Документы из этой группы не могут вступать в противоречия с нормативно-правовыми актами и рекомендациями 1–3-го уровней, но построены на их основе и с целью реализации указанных в них законных норм. Данные документы являются локальными для компаний и утверждаются их руководителями.

Система нормативного регулирования бухгалтерского учета имеет свою иерархию (руководящие документы приведены по убыванию значимости):

1. Закон № 402-ФЗ.

2. Положение по ведению бухучета и отчетности, утвержденное приказом Министерства финансов России от 29.07.1998 № 34н.

3. План счетов и ФСБУ/ПБУ. К настоящему времени приняты такие ФСБУ: с 2021 года – ФСБУ 5/2019 «Запасы» (оно заменило ПБУ 5/01), с 2022 года – ФСБУ 25/2018 по учету аренды, ФСБУ 6/2020 по учету ОС и ФСБУ 26/2020 по капвложениям, ФСБУ 27/2021 «Документы и документооборот в бухучете».

4. Инструкции и методики, а также локальные регулирующие документы.

При помощи четко прописанных правил фискальные органы могут контролировать степень их соблюдения и привлекать к ответственности нарушителей.

Таким образом, система нормативно-правового регулирования в России установила четкие правила бухучета для всех субъектов хозяйствования с выделением четырех уровней.

ПОНЯТИЕ И СОСТАВ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Информация отчетности позволяет получить представление о финансовом положении и финансовых результатах деятельности организации для повышения эффективности принимаемых деловых решений. Таким образом, проблемы формирования достоверных показателей бухгалтерской отчетности являются актуальными.

Организации ежегодно обязаны представлять отчетность в контролирующие органы. Ее состав и формы отличаются в зависимости от организационной формы компании, масштабов деятельности и выбранной системы налогообложения. Бухгалтерская отчетность дает обобщенные сведения о финансовом и имущественном положении организации, результатах ее деятельности, а также о работе филиалов представительств и других подразделений.

Отчеты составляют для государственных органов и инвесторов, для внутренних управленческих целей и собственников. В отчетности дают сравнительную информацию хотя бы за один предшествующий отчетный период, чтобы выявить изменения и тренды.

Данные готовят по итогам отчетного периода – календарного года – на отчетную дату 31 декабря. А отчеты для внутренних нужд компании составляют в любое время. Составляют их на основе данных бухгалтерского и управленческого учета.

Порядок составления и формы бухгалтерской отчетности регламентируются такими законами и документами: закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ, приказ Министерства финансов Российской Федерации от 02.07.2010 № 66н, ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации». За нарушение правил представления документов предусмотрена

административная и налоговая ответственность (ст. 126 НК РФ, ст. 15.6, 19.7 КоАП РФ).

Требования к отчетности. В соответствии с Законом 402-ФЗ отчетность должна быть: достоверной, существенной, полезной, полной, нейтральной, последовательной. И есть формальные требования к бухотчетности: ее составляют нарастающим итогом с начала года, на русском языке, включают показатели в рублях. В отчетность включают данные по всем подразделениям. Подписывают документы руководитель и главный бухгалтер.

В соответствии с ч. 1 ст. 14 Закона 402-ФЗ в состав бухгалтерской (финансовой) отчетности входят пять форм:

1. Бухгалтерский баланс.
2. Отчет о финансовых результатах.
3. Отчет об изменениях капитала.
4. Отчет о движении денежных средств.
5. Пояснения к отчетности.

Кроме того, компании должны представлять аудиторское заключение, если они подлежат обязательному аудиту (ст. 5 Федерального закона от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»).

Сдать отчет можно в течение 10 рабочих дней с даты готовности заключения.

Подготовка и заполнение бухгалтерской отчетности проходит в три этапа:

Первый этап: бухгалтер проверяет правильность ведения учета в отчетном периоде:

Второй этап: проводят подготовительные мероприятия.

К третьему этапу переходят после тщательной проверки всех участков учета – это непосредственно заполнение форм бухгалтерской отчетности в соответствии с требованиями закона. Сдают бухотчетность в электронном виде через телекоммуникационные средства связи. Подписывают электронной

подписью. Главная цель составления и публикации отчетности – представление полной и точной информации любым заинтересованным пользователям.

А.К. Лякина
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТuCO», г. Челябинск
Научный руководитель – Т.С. Долгих, к.э.н.

ИНТЕРЕСНЫЕ НАЛОГИ ПРОШЛЫХ ЛЕТ

Налоги – это обязательные платежи, которые граждане и организации выплачивают государству. За прошедшие годы в мире было введено множество налогов, некоторые из которых были довольно необычными. Многие страны использовали налоги для пополнения бюджета, но также и для регулирования поведения населения.

В процессе исследования были изучены различные налоги и выбраны одни из самых интересных для ознакомления читателей с историческими и необычными примерами, которые позволяют лучше понять роль налогов в обществе и налогового обеспечения в развитии государства.

Налог на воробьев

В конце 18-го века некоторые земли Германии страдали от низкого урожая. Тогда местному герцогу Карлу Евгению показалось, что самым лучшим способом борьбы с этой проблемой может стать война с воробьями, которые уничтожали посеvy.

Поэтому, для уменьшения их количества был введен так называемый «налог на воробьев». Подобную тактику использовал в свое время Китай в рамках политики «Большого скачка». Всего за пару дней в Шанхае и Пекине уничтожали до миллиона птиц. Масштаб борьбы был настолько велик, что позже пришлось закупать воробьев за границей.

Налог на коровий метеоризм (Новая Зеландия)

Местные ученые предположили, что газы, которые выбрасываются в атмосферу при метеоризме коров, разрушают озоновый слой. Поэтому в 2003

году власти решили обложить фермеров налогом на выделение метана. Этот налог мог бы принести в казну дополнительно 6 млн долларов, которые планировалось направить на исследования коровьего метеоризма. Подобный налог был введен и Эстонскими властями в 2008 году.

Налог на бороду

Все знают историю о том, что Петр I ввел в 1698 году налог на бороды. Борода боярина времен Петра I являлась нечистоплотной. Перед Петром стояла очень непростая задача – искоренить привычку отращивать бороду.

Предшественником Петра в борьбе с бородами стал английский король Генрих VIII, который ввел такой же налог в 1535 году. Причина была практична – бородатых британцев было много, и это стало отличным поводом для заработка государству.

Налог на жир (Япония)

В соответствии с новым «законом о метабо», слишком большая талия требует соответствующей уплаты взносов, предназначенных на охрану здоровья. Примечательно то, что Япония является одной из стран с минимальным уровнем ожирения населения и при этом принимает относительно жесткие меры, чтобы снизить и без того низкий показатель (четыре процента всех граждан страны, что в 9 раз меньше, чем в США).

Налог на барбекю

Власти бельгийской Валлонии всерьез обеспокоены проблемой глобального потепления. Но причиной они в большей степени считают барбекю: во время гриля в атмосферу в среднем попадает от 50 до 100 граммов углекислого газа. Отсюда и налог на барбекю, который был введен в 2007 году.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что налоги – это неотъемлемая часть любого государства.

Во многих странах проводятся различные эксперименты в попытке найти наилучшие налоговые модели для обложения доходов граждан и организаций. Но одно ясно – налоги остаются одним из ключевых инструментов управления

государством и необходимы для обеспечения не только экономической стабильности, но и социальной справедливости.

*А.А. Мануйлова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Т.С. Долгих, к.э.н.*

РОЛЬ АКЦИЗОВ В СОВРЕМЕННОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ

Без осуществления налогов и различного вида сборов невозможно представить себе осуществление государственного строя, который мы привыкли видеть на протяжении тысячелетий. В сложившейся системе налогообложения существенную роль играют налоги, искусственно повышающие цену товара или услуги. Такими являются и акцизы – косвенные налоги, включаемые в цену товара и фактически оплачиваемые покупателями, хотя юридически плательщиками в бюджет выступают организации, производящие и реализующие товары.

Подакцизными товарами признаются:

1. Этиловый спирт, а также продукция его содержащая;
2. Табак и сигареты;
3. Автомобили легковые;
4. Мотоциклы с высокой развиваемой мощностью двигателя;
5. Бензин и дизельное топливо;
6. Масла моторные [2].

Перечень подакцизных товаров регулярно изменяется. Часто в него включаются высокорентабельные товары с низкими производственными издержками, налоги с которых могут существенно повлиять на наполняемость госбюджета.

Еще в 2022 году были добавлены электронные системы и жидкости для их использования, которые облагались акцизом. С 01.03.2023 года акциз взимается только за жидкости для электронных систем доставки никотина, а сами

электронные системы исключены из перечня подакцизных товаров (ФЗ от 27.01.2023 №1-ФЗ). Нельзя не заметить, что чаще всего ставки представлены специфическими (рубли), а иногда бывают комбинированными (рубли и %). Например, акциз на сигареты, где (на апрель 2023 года) ставка налога составляет 2603 рубля за 1000 штук плюс 16 процентов расчетной стоимости, исчисляемой исходя из максимальной розничной цены, но не менее 3536 рублей за 1000 штук [3].

В последние годы акцизные ставки растут, что оказывает существенное влияние на то, что уклонение от уплаты налогов все увеличивается, и все больше набирает обороты теневой сектор экономики. Это увеличивает производство нелегального алкоголя [1].

В данном случае решением проблемы может быть, с одной стороны, усиление контроля за производством рассматриваемых видов продукции, в частности, ужесточение требований сертификации, с другой же стороны, необходимо изменение таможенного законодательства и усиление контроля за распространением алкогольной продукции [1].

Может быть эффективен особый механизм частно-государственного партнерства с компаниями, производящими и реализующими заявленные типы продукции, когда за счет ряда привилегий государство усиливает контроль за рядом бизнес-процессов. Также стоит более гибко подходить к влиянию акцизов на ценообразование алкогольной продукции для того, чтобы потребитель не выбирал «суррогаты», что наносит очевидный вред как самим потребителям, так и поступлениям в бюджет [1].

Таким образом, можно прийти к выводу, что, облагая акцизом товары, наносящие вред здоровью, государство стремится ограничить их потребление (алкогольная и табачная продукция); акцизы устанавливаются с целью изъятия в бюджет получаемой сверхприбыли от производства высокорентабельной продукции (алкогольная и табачная продукция, нефтепродукты); однако акцизами не облагаются товары первой необходимости; для каждого

подакцизного товара предназначена собственная ставка, по которой он облагается. Главная проблема акцизов – развитие теневого сегмента производства, с которой следует бороться незамедлительно, так как это может привести не только к снижению поступлений в бюджет, но и нанести существенный вред здоровью человека.

Список использованных источников:

1. Перспективы совершенствования акцизного налогообложения/ Ю.В. Леонтьева – 2018. – 79 с. То же [Электронный ресурс]. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/66066/1/m_th_k.a.veselova_2018.pdf?ysclid=lgdc2jhak2111411891
2. Налоговый кодекс РФ, 2023. То же [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/c4dda76950086823809763473e10fa70d9707463/
3. Налоговый кодекс РФ, 2023. То же [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52453/b3010a1592682e8c0ee69d7abbe4d65a8107e5d1/

*Е.Д. Сапрыкина
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – О.Н. Понуровская, к.э.н., доцент*

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность правил, утвержденных в учетной политике, – обеспечение максимального эффекта от ведения бухгалтерского учета: своевременное и достоверное формирование финансовой и управленческой информации, оптимизация налоговых платежей законным образом, а также эффективное использование материальных и денежных ресурсов, ускорение оборачиваемости капитала. Все это позволяет влиять на размеры налоговых платежей, производимых за счет прибыли.

Учетная политика – это документ, который полностью отражает особенности ведения бухгалтерского учета в конкретной компании. В нем

содержатся все необходимые сведения, включая нормы документооборота, формы используемых в работе регистров и первичных документов, способы учета отдельных операций и т.д. При составлении учетной политики необходимо руководствоваться Федеральным законом от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» и ПБУ 1/2008.

Основные разделы учетной политики: организационно-документальный раздел, методология ведения бухгалтерского учета; методология ведения налогового учета.

Как правило, учетная политика утверждается на каждый год с учетом вступающих в силу изменений в законодательстве (если их не произошло – вновь утверждать УП не требуется – она продолжает действовать). Если в течение года произошли изменения, которые влияют на учетную политику (изменился/добавился вид деятельности в организации – к оказанию услуг добавилось производство, или произошли серьезные изменения в законодательстве – поменялись правила учета курсовых разниц), тогда изменения вносятся и в середине года.

Учетная политика содержит принципы, которые отвечают за обеспечение отражения в учете всех фактов ведения хозяйственной деятельности; своевременной фиксации обязательной информации; соответствия данных аналитики по каждому отчетному периоду.

Есть два вида учетной политики – для целей налогового и бухгалтерского учета.

Учетная политика организации формируется бухгалтером. Ответственному лицу необходимо проанализировать содержание учетной политики. Руководитель обязан изучить и утвердить готовый документ.

Для начала применения учетной политики должен быть выпущен соответствующий приказ. Отсутствие приказа – это отсутствие подтверждения согласия со стороны руководителя.

Налоговая и бухгалтерская учетные политики составляются отдельно, они обе являются частями общей учетной политики компании, утвердить их можно одним приказом.

При формировании налоговой учетной политики нужно руководствоваться положениями Налогового кодекса. Какой будет система налогового учета, налогоплательщик определяет самостоятельно.

Учетная политика для бухгалтерского и налогового учета при грамотном формировании снижает риск появления ошибок, при правильном подходе позволяет оптимизировать издержки, делает учет более прозрачным, аналитику – удобной.

Таким образом, поскольку учётная политика является основополагающим нормативным документом, регулирующим особенности бухгалтерского и налогового учёта в организации, её исследование и совершенствование обуславливает высокую актуальность и значимость выбранной темы исследования.

*А. Снегатулина
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Е.Д. Сельницына, преподаватель*

НОРМЫ ФСБУ 6/2020 О СПОСОБАХ НАЧИСЛЕНИЯ АМОРТИЗАЦИИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

С 1 января 2022 г. вступил в силу новый стандарт ФСБУ 6/2020 «Основные средства» (утв. приказом Минфина от 17.09.2020 № 204н). Этот стандарт существенно изменил порядок начисления амортизации основных средств.

Рассматривая буквально нормы ФСБУ 6/2020, ряд авторов-специалистов в области бухгалтерского учета делает вывод, что после вступления в силу нового стандарта количество способов начисления амортизации сокращено, так как возможность начислять амортизацию, исходя из суммы чисел лет СПИ объекта ОС, как это было предусмотрено п. 18 ПБУ 6/01, отсутствует.

В таблице 1 приведены мнения авторов, придерживающихся такой трактовки введенных изменений.

Таблица 1

Авторские трактовки новых методов начисления амортизации

| Публикация автора | Трактовка методов начисления амортизации |
|---|--|
| Кремова Д.Р. Статья: Появился новый стандарт по бухучету основных средств «Бухгалтер Крыма: учет в унитарных предприятиях», 2020, N 4 | По сравнению с ПБУ 6/01 способов начисления амортизации стало на один меньше – в новый Стандарт не вошел способ списания стоимости по сумме чисел срока полезного использования. |
| Статья: Учет ОС –2022: ФСБУ 6/2020 – для всех и для каждого («Практическая бухгалтерия», 2021, N 12) Статья подготовлена при участии экспертов бератора «Практическая энциклопедия бухгалтера» | ФСБУ 6/2020 не предусматривает способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования. Остается только три разрешенных способа начисления амортизации основных средств в бухучете. |
| Татьяна Евдокимова Эксперт по бухгалтерскому учету, с 2014 является аттестованным налоговым консультантом. https://www.kontur-extern.ru/info/amortizaciya-os-v-buhuchete | ФСБУ 6/2020 насчитывает три способа начисления амортизации: – линейный – способ уменьшаемого остатка – способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ). Раньше был предусмотрен еще способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования. Но после перехода на ФСБУ 6/2020 он отменен. |
| Ольга Новикова Член Палаты налоговых консультантов, DipIFR Russian, глава экспертного совета «Правовест Аудит», к.э.н. Статья: ФСБУ 6/2020 – новый порядок учета основных средств https://pravovest-audit.ru/nashi-statii-nalogi-i-buhuchet/fsbu-6-2020 | Сокращено количество способов амортизации ОС. ФСБУ 6/2020 предусматривает способы начисления амортизации: – линейный; – уменьшаемого остатка; пропорционально количеству продукции (объему работ в натуральном выражении). Т.е. возможность начислять амортизацию, исходя из суммы чисел лет СПИ объекта ОС, как это было предусмотрено п. 18 ПБУ 6/01, отсутствует. |

Однако, при более пристальном взгляде на изменения, введенные в ФСБУ 6/2020 в отношении методов начисления амортизации, напрашивается абсолютно противоположный вывод.

Дело в том, что новое определение способа уменьшаемого остатка расширено, и оно не равнозначно прежнему определению, приведенному в ПБУ 6/01. Прежний способ уменьшаемого остатка предполагал конкретную

методику начисления амортизации, а в ФСБУ 6/2020 сформулирован лишь общий принцип – суммы амортизации за одинаковые периоды должны уменьшаться по мере истечения СПИ. Этому принципу отвечает, как прежний способ уменьшаемого остатка, так и способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования. А значит, ФСБУ 6/2020 не исключает использование метода списания по сумме чисел лет срока полезного использования. Больше того, нормы нового стандарта допускают использование неограниченного количества иных способов, соответствующих заявленному принципу.

Таким образом, новый ФСБУ 6/2020 предлагает большую вариативность выбора методов начисления амортизации по сравнению с ПБУ 6/01.

*П.Д. Церт
Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск
Научный руководитель – Н.С. Созирина, к.э.н.*

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ АО «СО ЕЭС» ЧЕЛЯБИНСКОЕ РДУ В ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Филиал АО «СО ЕЭС» «Региональное диспетчерское управление энергосистемы Челябинской области» (Челябинское РДУ) осуществляет функции оперативно-диспетчерского управления объектами электроэнергетики на территории Челябинской области. Входит в зону операционной деятельности Филиала АО «СО ЕЭС» ОДУ Урала.

Оценку финансового состояния начнем с того, что проанализируем имущественное состояние организации и источники его формирования за анализируемый период 2019–2021гг. Прирост активов в 2019–2021гг. составил 6,8%. Это является положительным фактором, т.к. означает рост имущества организации.

Пассив в течение периода 2019–2021гг. также увеличился на 6,8%. Увеличение пассивов организации является положительным моментом и говорит о росте источников формирования имущества организации.

Проанализировав финансовые результаты, отметим рост выручки на протяжении 2019–2021гг., а, именно, прирост составил 22,9%, что говорит о востребованности организации.

Проведя анализ показателей платежеспособности, можно отметить, что за последний год показатели платежеспособности организации значительно улучшились, и она способна полностью рассчитываться по своим обязательствам.

Также стоит сказать о том, что организация является финансово устойчивой и финансово независимой от заемных средств и может финансировать свою деятельность.

Деловая активность организации растет в течение исследуемого периода, в 2020–2021гг. прирост составляет 6,5%. Это говорит о выгодном положении организации на рынке сбыта услуг и эффективном состоянии использования капитала.

В процессе анализа эффективности деятельности организации посредством анализа показателей рентабельности можно констатировать рост всех показателей в течение в 2019–2021гг. А значит, организация с каждым годом работает эффективнее, чем прежде.

Отрицательным показателем деятельности организации является ликвидность, в ходе проведения анализа было выявлено, что баланс не является ликвидным. Однако, при этом текущая ликвидность свидетельствует о платежеспособности организации на ближайший к рассматриваемому промежутку времени. Учитывая то, что у организации присутствуют угрозы, связанные с мировой нестабильностью, к примеру, повышением цен на сырье, для дальнейшей успешной работы организации необходимо грамотное планирование, ориентированное на трансформируемую экономическую

реальность. При этом, так как организация имеет множество возможностей для дальнейшего развития, находится под контролем государства и имеет устойчивое финансовое положение, серьезных угроз для работы организации нет.

Список использованных источников:

1. Жилкина А. Н. Финансовый анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – Москва: Юрайт, 2020. – 285 с.
2. Согрина Н.С. Статистическое исследование динамики рынка труда Челябинской области/ Н.С. Согрина // В сборнике: Современные экономика и управление: глобальные вызовы и перспективы. Сборник статей и тезисов докладов XXI Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 66–71.
3. Официальный сайт АО «Системный оператор Единой энергетической системы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.so-ups.ru> (дата обращения 09.03.2023).

*М.М. Шарипова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТусО», г. Челябинск
Научный руководитель – О.Н. Понуровская, к.э.н., доцент*

БАЛАНС ПО МСФО: ЧТО ВКЛЮЧАЕТ ОТЧЕТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ И КАК ЕГО СОСТАВИТЬ

Бухгалтерский баланс в системе МСФО называют отчетом о финансовом положении компании. Инвесторам и кредиторам отчет может рассказать: чем владеет компания, может ли она оплачивать счета и стоит ли в нее инвестировать средства. Согласно стандарту, в балансовом отчете должны раскрываться сведения о стоимости активов, обязательствах и собственном капитале предприятия на конец отчетного периода.

Баланс по МСФО составляют в компаниях, которые работают на международном рынке, привлекают иностранные инвестиции или обязаны сдавать такую отчетность по требованиям законодательства.

Балансовый отчет по МСФО предназначен для внешних пользователей – акционеров, кредиторов и инвесторов бизнеса, так как руководителям компании достаточно внутренней отчетности для принятия управленческих решений.

Отчет о финансовом положении не сдают в налоговую – его публикуют в открытом доступе для заинтересованных сторон.

В отчете смотрят: состав и структуру имущества предприятия; источники приобретения активов – уставный капитал и обязательства; мобильность и оборачиваемость оборотных средств; состояние и динамику задолженностей; конечный финансовый результат (прибыль и убыток). По этим показателям внешние пользователи определяют, чем владеет компания, кому и сколько организация задолжала, и сможет ли она вовремя закрыть долги. По ответам на эти вопросы инвесторы и кредиторы принимают решения о вложении средств в компанию, об удержании или приобретении долговых инструментов, выдаче или возврате кредитов, о покупке ценных бумаг или вообще о продаже бизнеса.

Соотношение двух частей баланса показывает: актив – чем владеет компания (имущество и денежные средства), и пассив – откуда взяли активы и как их используют. Итоги актива и пассива в численном или денежном выражении должны быть равны друг другу – в этом и заключается баланс. У финансово здоровой компании сумма активов всегда будет равна сумме собственного капитала и обязательств. Это означает, что у компании есть чистые активы – то, что принадлежит акционерам и остается у них «на руках» в случае ликвидации предприятия. Считается этот показатель как разница между суммой активов и суммой обязательств.

Согласно МСФО, активы в балансе делят на оборотные и необоротные, а обязательства – на долгосрочные (со сроком погашения более 1 года) и краткосрочные (менее года).

По правилам международных стандартов отчет можно составить тремя способами: по оборотности – когда активы и обязательства делят на

краткосрочные и долгосрочные; и по принципу ликвидности – активы и обязательства не разделяют, а раскрывают в порядке уменьшения или увеличения ликвидности, когда статьи указывают также в порядке изменения ликвидности, только активы указывают с денежных средств, а обязательства – с краткосрочной задолженности.

Основное отличие ПБУ от МСФО – в формализации отчетности. В международных стандартах она практически отсутствует, а вот ПБУ устанавливают типовые формы.

И еще одно требование МСФО, которого нет в национальных стандартах, касается ретроспективного использования новой учетной политики, т.е. применении новой учетной политики к операциям, прочим событиям и условиям таким образом, как если бы эта учетная политика использовалась всегда в прошлом.

РАЗДЕЛ III. ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА

*А.А. Демич, М.В. Парфенов
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Е.П. Маскайкин, к.э.н.*

ОПЫТ УЧАСТИЯ В ОЛИМПИАДЕ НТО: ПРОФИЛЬ «АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ» (СТУДЕНЧЕСКИЙ ТРЕК)

Автоматизация бизнес-процессов – это перекладывание рутинных задач на плечи компьютера, переход от ручного труда к современным технологиям. Ежедневные процессы ускоряются, вся информация собрана в одном месте, человеческих ошибок меньше, а эффективность выше. Без автоматизированной системы управления компаниям всё сложнее удерживаться на плаву, потому что бизнес-среда постоянно меняется, усложняется и ускоряется. Компьютер во многих случаях справляется со стандартизированными задачами лучше человека, а освобождённый от них человек может посвятить больше времени и сил проблемам, требующим креативного и нестандартного решения.

Задачи профиля «Автоматизация бизнес-процессов» связаны с разработкой действующей системы автоматизации предприятия, созданием приложений для десктопа и мобильных устройств, анализом данных и построением бизнес-процессов.

Студенческий трек проводился на онлайн платформе НТО, организатором которого являлись Фирма «1С» и Высшая школа экономики.

Олимпиада состояла из двух этапов: отборочный и финал.

Во время отборочного этапа каждой команде было выдано задание создать информационную систему для компании «Креативный туризм».

Компания «Креативный туризм» (бренд «Креатур») создана как стартап командой единомышленников-студентов и преподавателей, занимающихся сферами туризма, бизнес-консалтинга и цифровыми технологиями. Задача команды была в проектировании и разработке прототипа цифровой платформы

проекта «Креатур» для управления и реализации группы основных бизнес-процессов деятельности.

Бизнес-идея предполагала создание единой цифровой платформы-агрегатора, которая позволит объединить:

1) компании туристической сферы, организаторов и продавцов туристических программ.

2) физических лиц (историков, гидов и др.), разработчиков креативных туристических программ.

3) компании и физических лиц, владельцев инфраструктуры, интересных, креативных ресурсов, контента, который может быть задействован при создании и реализации туристических программ: музеи, выставки, кафе, рестораны, мастерские, территории проведения квестов и других мест и активностей в физическом и цифровом пространстве.

4) физических лиц и компании региона и гостей города, потребителей туристических программ.

Реализовав кейс на платформе 1С Предприятие, наша команда прошла в финал.

В финале нам необходимо было создать концепцию цифровой платформы для абитуриентов вуза.

Бизнес-идея предполагала создание единой цифровой платформы, которая позволит объединить: абитуриентов, собирающихся поступать в вуз, их родителей, сотрудников вуза, занимающихся работой с абитуриентами, студентов вуза, готовых помогать абитуриентам, представителей компаний – индустриальных партнеров вуза, выпускников вуза.

Реализовав кейс на платформе 1С Предприятие, нашей команде удалось создать единую цифровую платформу, что позволило по сумме баллов занять призовое место.

М.Е. Келепова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – М.С. Нагорная, к.и.н.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РЕШЕНИЯ

Технологии искусственного интеллекта (далее – ИИ) в Российской Федерации активно развиваются и используются практически во всех сферах жизни общества и отраслях экономики. Впервые термин «искусственный интеллект» в РФ юридически был закреплен Указом Президента «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации»: это комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека.

Развитие института искусственного интеллекта в Российской Федерации является относительно новым и одним из основных направлений деятельности государства. Правовое регулирование данной сферы осуществляется в основном с помощью стратегических документов и национальных проектов, что позволяет закладывать базу для дальнейшего законодательного регулирования и функционирования ИИ.

Современная наука обеспечивает невероятную скорость прироста знания в сфере искусственного интеллекта, однако мнения граждан по поводу внедрения технологий ИИ разделились. Опираясь на данные социальных опросов ВЦИОМ, половина респондентов не выражают доверия к ИИ и даже опасаются его. Поэтому на наш взгляд, одним из ключевых вопросов является безопасность граждан, общества и государства от возможных неконтролируемых информационных технологий и систем, использующих искусственный интеллект.

Данные опасения подтверждают результаты авторского социологического исследования, которое проходило путем проведения социального опроса среди

студентов и работников ОУ ВО «Южно-Уральского технологического университета». В опросе приняло участие 116 человек. Опрос показал, что лишь 34,5% респондентов доверяют технологиям ИИ, 23,3% не доверяют и 42,2% затруднились с ответом. Причинами, по которым опрошенные не доверяют технологиям искусственного интеллекта, как правило, являются технические сбои, недоработка систем, а также отсутствие эмоциональной составляющей. При этом только 4,3% признало Россию лидером в сфере ИИ, большинство опрошенных считают, что данное звание занимают такие страны как США, Япония и Китай.

На международном уровне существуют различные органы и организации, отвечающие за развитие искусственного интеллекта, однако на национальном уровне таких учреждений недостаточно и зачастую они являются не отдельно созданной организацией, направленной только на развитие технологий ИИ в стране, а различными структурными подразделениями (комитетами или министерствами), для которых регулирование искусственного интеллекта является одним из направлений деятельности. На наш взгляд, необходимо создание отдельного государственного органа по развитию ИИ в РФ (например, федеральное агентство или министерство), который бы наиболее эффективно регулировал данную сферу на государственном уровне.

Правовое регулирование искусственного интеллекта в РФ осуществляется в основном с помощью множества стратегических документов и национальных проектов, однако отсутствует единый нормативно-правовой акт, регулирующий данную область. В связи с этим рекомендуем разработать Федеральный закон «Об искусственном интеллекте в Российской Федерации», который бы включал в себя понятие ИИ, принципы его регулирования и применения, основанные на международных нормах права, правила внедрения в организации и компании, меры государственной поддержки, а также ответственность за использование искусственного интеллекта во вред человеку.

А.С. Козина
Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск
Научный руководитель – Т.А. Барчукова, ст. преподаватель

ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ

В процессе формирования «Сервисного государства» процесс оказания государственными органами гражданам услуг приобщился к использованию интернет-ресурсов. Были реализованы госпрограммы, направленные на улучшение качества взаимодействия государства и общества и улучшения работы органов власти в цифровой среде [4]:

– «Электронная Россия» – федеральная целевая программа, действовавшая в Российской Федерации в 2002–2010 годах (первый шаг, позволяющий войти в информационную сферу государственного управления) [3];

– «Информационное общество» – госпрограмма, включающая в себя два этапа реализации (I этап: 2011–2021 г.; II этап: 2022–2030 г.);

– «Цифровая экономика» – национальная программа, сформированная Правительством РФ.

В процессе закладывания основ взаимодействия государства и общества с помощью специальных интернет-сервисов важным аспектом развития является принцип клиентоориентированности и клиентоцентричности. Особенно важно доверие государства в то время, когда граждане осознают себя клиентами государства, активными субъектами на рынке услуг. [6].

Главными возможностями увеличения эффективности коммуникации между государством и обществом являются: внедрение инновационных технологий, компьютеризация, информационная открытость.

Рассмотрим основные проблемы доступности оказания государственных услуг при использовании цифровых сервисов в таблице 1.

Основные проблемы доступности оказания
государственных услуг в электронном формате

| Проблема | Причина возникновения проблемы |
|---|---|
| 1 | 2 |
| Низкий уровень клиентоориентированности сервисов | Недостаточное осознание разработчиками сервисов разнообразия жизненных ситуаций, которые заставляют пользователя обратиться к сервису |
| Недостаточная доступность сервисов для людей с ОВЗ | Отсутствие НПА, которые устанавливают общие стандарты для сайтов и сервисов, например, как ГОСТ Р 52872-2019 |
| Низкий уровень компетенций в области доступности сервисов | Отсутствие специальной образовательной программы в вузах и программ дополнительной профессиональной подготовки |

Затруднительным для разработчиков становится процесс моделирования ситуаций, которые заставят пользователя обратиться к сервису, а также формулировок, которые гражданин будет использовать для описания этих ситуаций. При непосредственном взаимодействии гражданина с сотрудником государственного или муниципального учреждения все нюансы обсудить гораздо легче.

Одной из проблем является недостаточная доступность сервисов для людей с ОВЗ. В России живут более 11 млн людей с инвалидностью. В Кодексе об административных правонарушениях статья, касающаяся соблюдения требований к обеспечению доступности услуг для людей с инвалидностью, не затрагивает вопрос доступности цифровых государственных сервисов. Таким образом, требования доступности в российском законодательстве пока имеют во многом декларативный характер и не ориентированы на конкретные критерии [5].

Таким образом, мы рассмотрели теоретический материал о трансформации существующей модели государственного управления и проанализировали основные проблемы доступности оказания государственных услуг в электронном формате.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (ред. от 04.11.2022)
2. Федеральный закон от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (в ред. 31.07.2020)
3. Постановление Правительства РФ от 28.01.2002 г. N 65 «О федеральной целевой программе «Электронная Россия (2002–2010 годы)» (в ред. 08.10.2022)
4. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 52872-2019 «Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности» (в ред. 01.01.2021)
5. Грачев М.Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. М.: Политология. 2019. № 3. С. 36.

В.А. Кочеткова
ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Е.В. Григорьева, к.п.н., доцент

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ПО ПРЕДМЕТУ «ОКРУЖАЮЩИЙ МИР» КАК СРЕДСТВО ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

В условиях информатизации образования важным является широкое применение электронных образовательных ресурсов по учебному предмету «Окружающий мир» [2]. Отечественные и зарубежные исследования по использованию информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе убедительно доказывают возможность и целесообразность использования ЦОР для развития учебной деятельности младших школьников. Следует отметить, что первоочередное значение в вопросе эффективности применения ЦОР в начальной школе имеет педагогическая и содержательная сторона. Важно применять рациональный и методически обоснованный подход к применению информационно-

образовательных ресурсов. Помимо педагогических требований к подбору, созданию и внедрению электронных средств обучения важными являются психологические требования, ведь от них зависит уровень выполненной работы и её результативность. Необходимо делать акцент на улучшение образного и логического мышления обучающихся [1].

Внедрение ЦОР в учебный процесс влечет за собой применение новых методов учебно-воспитательного процесса, повышение педагогической компетентности учителя. Если учитель активно использует ЦОР на уроках и для самопознания учащихся с помощью учебных материалов, представленных в различных форматах, то он мотивирует учащихся чаще использовать информационно-образовательные ресурсы для изучения и закрепления нового. Примерами таких ресурсов могут быть сайты и порталы, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Цифровые образовательные ресурсы для начальной школы

| Информационно-образовательные ресурсы | Описание |
|--|--|
| Окружающий мир. Электронные учебники: http://www.vse-dlya-detey.ru/shkolnye-uchebniki/okruzhayushchij-mir.html | Большое количество разнообразных учебных изданий, которые предлагаются в данном разделе, будет способствовать развитию подрастающего поколения, даст возможность ребенку примерить на себя роль отважного путешественника и побывать в различных местах, изображенных на глобусе мира. Учебники окружающего мира, которые заинтересовали, можно бесплатно скачать на сайте. Для удобства ко всем предоставленным учебным пособиям имеется краткое описание содержания. |
| Видео материалы. http://interneturok.ru/ru/school/okruj-mir/4-klass | На сайте представлены видео-уроки практически по всем темам курса «Окружающий мир». Сайт имеет удобный интерфейс и прост в использовании. |
| Детская энциклопедия. http://www.what-this.ru/ | В ней предоставлена различная информация по следующим разделам: «человек», «природа», «наука», «цивилизация», «ученые», «что да как?». В каждом разделе есть подразделы, которые облегчают поиск информации и делают ее более структурированной и понятной. |

Список использованных источников:

1. Бордовский Г. А., Готская И. Б., Ильина С. П., Снегурова В. И. Использование электронных образовательных ресурсов нового поколения в учебном процессе [Текст] / Г. А. Бордовский, И. Б. Готская, С. П. Ильина, В. И. Снегурова – Санкт-Петербург, 2007 – 32 с.

2. К.А Звягин, Е. В. Григорьева, И. Г. Козлова, С. В. Крайнева, А. Г. Махмутова, Е. В. Осолодкова, Н. Н. Титаренко. Теория и практика внедрения технологии смешанного обучения на уровне начального общего образования. [Текст] / Монография. Челябинск. 2021– 301 с.

М.В. Никитин
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТuCO», г. Челябинск
Научный руководитель – Е.П. Маскайкин, к.э.н.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИКИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ «ЧЦЗ»

С 7 по 9 апреля 2023 года на территории базы отдыха «Лесная застава» проходил «Хакатон для разработчиков», организатором которого являлись Минцифры Челябинской области и АНО «Центр развития цифровых технологий Челябинской области» при поддержке официальных партнеров – Челябинского цинкового завода и УГМК-Информационные технологии. Задание состояло в следующем: создать программное обеспечение, выполняющее функции оптимизации логистики готовой продукции на территории Челябинского цинкового завода.

Логистические услуги сейчас пользуются высоким спросом, который постоянно возрастает, это связано, в первую очередь, с высокой конкуренцией между производителями и ростом экономики в целом. Усовершенствование процессов транспортировки, распределения и складирования помогают достичь конкурентных преимуществ, поэтому производители уделяют этому особое внимание.

Проанализировав кейс-задание, наша команда пришла к выводу, что на предприятии существуют следующие проблемы:

1. Очередность на погрузку готовой продукции – на предприятии формируются живые очереди, которые никем не контролируются: ни предприятием, ни самими водителями.

2. Отсутствие карты – маршрута на территории склада и знаков указателей.

3. Логистика склада – кладовщик заранее не знает всю необходимую информацию (какой автомобиль приехал и за какой продукцией), отсюда также происходит ещё одна проблема. Нецелесообразное использование ограниченной территории склада для расположения готовой продукции, потому что отсутствует возможность заранее подготовить продукцию из-за нехватки необходимых данных.

Следствием данных проблем является долгое пребывание грузовых автомобилей на территории склада и, вследствие этого, формирование «живых» очередей.

Для решения данной проблемы мы выбрали платформу «1С Предприятие». В нашем решении реализовано рабочее место работника КПП, которое автоматизирует его задачи, а именно печать пропуска, прохождение осмотра автомобиля и фиксация выезда водителя с территории завода. Система контролирует количество машин на парковке СТК и блокирует въезд на территорию предприятия. Также в нашем решении реализовано рабочее место работника склада, в котором мы дали ему возможность заранее видеть водителей, ожидающих на парковке СТК, просматривать состав номенклатуры, требуемой водителю и упорядочивать очередь на погрузку, тем самым, работник может оптимизировать движение товара на складе, увеличив его эффективность. После выбора окна на погрузку, информационное табло на парковке СТК информирует водителей о возможности проехать на погрузку.

В результате реализации нашего решения на базе «1С Предприятие» мы смогли решить проблемы, связанные с оптимизацией логистики готовой продукции на территории Челябинского цинкового завода. Автоматизация задач работника КПП и работника склада позволила упорядочить движение

товара на складе, избежать долгих очередей грузовых автомобилей на территории склада и увеличить эффективность работы предприятия в целом.

*Д.Г. Радочин
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Е.П. Маскайкин, к.э.н.*

МОДЕЛЬ GPT – ЭТО ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ИЛИ ЕЩЕ НЕТ?

Нейросеть – это программа, которая использует модель, созданную по принципу работы человеческого мозга. Эта модель состоит из нейронов, которые соединены друг с другом и передают информацию в виде электрических импульсов. Каждый нейрон обрабатывает информацию, полученную от других нейронов, и производит результат, который передается другим нейронам.

Также в нейросетях используется метод машинного обучения, когда нейросеть обучается на основе большого количества данных. Например, если мы хотим создать нейросеть, которая будет определять, есть ли на фотографии кошка, мы даем ей большое количество фотографий, на которых есть или нет кошки. Нейросеть изучает эти фотографии и выделяет наиболее важные признаки, которые свидетельствуют о том, что на фотографии есть кошка, и на основе этого может определить наличие кошки на новой фотографии.

Нейросети могут быть использованы в различных сферах, например, для обработки фотографий, звука, текста и другой информации. Они могут помочь автоматизировать процессы и ускорить работу во многих областях, например, в медицине, финансах, науке и технологиях. Однако, важно понимать, что нейросети имеют свои ограничения и могут ошибаться, если им предоставлены неверные данные или параметры. Кроме того, нейросети должны быть обучены на достаточно большом количестве данных для того, чтобы давать точные результаты.

Нейросети имеют множество возможностей, благодаря которым они находят применение во многих областях.

Например:

1. Обработка изображений. Нейросети могут распознавать объекты на фотографиях и видео, классифицировать изображения по категориям, а также изменять изображения, например, придавать им эффекты.

2. Обработка звука. Нейросети могут распознавать речь, классифицировать звуки и голоса, а также синтезировать речь.

3. Анализ текста. Нейросети могут классифицировать тексты по тематикам, определять настроение текста, распознавать именованные сущности, например, имена людей, мест и компаний.

4. Рекомендации. Нейросети могут анализировать поведение пользователей и давать рекомендации, например, на основе покупок в интернет-магазине.

5. Медицина. Нейросети могут использоваться для диагностики заболеваний, обработки медицинских изображений, а также для создания персонализированных лечебных программ.

6. Промышленность. Нейросети могут помочь в автоматизации процессов производства, оптимизации расходов, улучшении качества продукции и снижении рисков.

7. Финансы. Нейросети могут использоваться для прогнозирования финансовых рынков, анализа инвестиционных портфелей, борьбы с мошенничеством.

8. Транспорт. Нейросети могут использоваться для управления автомобилями, оптимизации маршрутов и улучшения безопасности дорожного движения.

Кроме того, нейросети могут помочь решить сложные задачи, для которых не существует простых алгоритмов или методов.

В настоящее время искусственный интеллект (ИИ) уже используется во многих областях. Он может улучшать качество жизни людей и повышать эффективность процессов. Однако, хотя ИИ может выполнять определенные задачи лучше, чем человек, он не может полностью заменить человека во всех сферах жизни.

*М.О. Саломатова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Р.И. Гарипов, к.э.н.*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РФ

В современном мире информация стала важнейшим ресурсом, влияющим на жизнь и уровень развития всех сфер человеческой жизни. Главная цель информатизации – повышение эффективности общественного производства всех видов продукции и услуг для улучшения социально-экономических условий жизни населения.

Цифровая экономика позволяет существенно повысить эффективность различных видов производства: начиная от технологий и оборудования, заканчивая хранением, продажами и доставкой товаров и услуг.

Так, по данным исследования, проводимым в сентябре 2021 г. Автономной некоммерческой организацией «Диалог», была разработана модель индекса оценки готовности жителей к цифровизации среди 51 страны. Россия в этом рейтинге заняла лишь 27-е место [2].

Помимо этого, в России также были отмечены перспективные векторы развития и внедрения цифровых технологий на ближайшие 10 лет. Так согласно исследованию «Тренды и технологии 2030», проводимым в мае 2021 г. Нетворкинг-платформой Digital Leader совместно с PwC Russia, IDC Russia & CIS и ИТ-компанией КРОК было обнаружено, что текущее состояние цифровизации и инновационного развития российских компаний респонденты

оценили, как удовлетворительное: в 3,2 балла из 5. По их мнению, наиболее успешно эти процессы проходят в финансовом секторе, ритейле, телекоме, а также в сфере медиа и развлечений [4].

Таким образом, дальнейшее развитие информационного общества влечет за собой переход всех экономических сфер на цифровой уровень. В этой связи актуальными вопросами становятся адаптация к новым условиям и цифровая грамотность населения.

Объект научного исследования: цифровая экономика России.

Предмет научного исследования: понятие и перспективы развития цифровой экономики в России.

Цель научного исследования заключается в том, чтобы детально проанализировать актуальность цифровой экономики и предложить эффективный механизм использования цифровых технологий для обеспечения экономического роста.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить феномен цифровой экономики в РФ;
- проанализировать цифровое пространство в РФ;
- оценить государственное регулирование безопасности данных в эпоху цифровой экономики в РФ;
- разработать предварительные рекомендации по повышению эффективного механизма использования цифровых технологий для обеспечения экономического роста.

В качестве методов исследования были использованы методы анализа и синтеза при работе с литературой, ряд эмпирических методов (дедукция, аналогия), метод системного подхода, графический и логический и др. методы.

В ходе исследования были изучены теоретические основы содержания цифровой экономики и ее структурные элементы. Так было выявлено, что сущность цифровой экономики заключается в использовании в производстве цифровых технологий с целью повышения экономического роста [3, с. 303].

Основными элементами цифровой экономики являются: Интернет вещей, большие данные, искусственный интеллект, машинное обучение, киберфизические системы, системы мониторинга, блокчейн, нейронные сети, робототехника, 3D-моделирование, виртуальная реальность, облачные вычисления и многие другие, которые способствуют цифровизации и интеграции всех потоков данных для создания информационного общества [1, с.214].

Таким образом, цифровизация является важным рычагом экономического развития, предполагает прогрессивные решения глобальных проблем, повышая эффективность управленческих решений. В этой связи в процессе исследования были разработаны предварительные рекомендации по повышению эффективного механизма цифровых технологий для обеспечения экономического роста, а также в овладении цифровой грамотности сотрудниками различных отраслей экономики. Поэтому государству необходимо прогнозировать и своевременно реагировать на формирующиеся тенденции социально-этнического характера, особенно связанные с формированием национальной и глобальной экосистем цифровой экономики и цифрового пространства.

Список использованных источников:

1. Крюкова, А. А. Ключевые инструменты цифровой экономики и их влияние на деятельность современной компании / А. А. Крюкова, Я. Ш. Хисрава // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8. – № 3(28). – С. 214–216.
2. Россия заняла 27-е место в рейтинге стран по цифровизации // РИА Новости URL: <https://ria.ru/20210903/tsifrovizatsiya-1748459672.html> (дата обращения: 09.09.2022).
3. Сухова, В. А. Цифровая экономика: возможности для стран и способы ее регулирования / В. А. Сухова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 21 (207). – С. 303–306. – URL: <https://moluch.ru/archive/207/50579/> (дата обращения: 16.09.2022). С.300

А.В. Шишков
МБОУ СОШ с. Первомайский, Республика Башкортостан
Научный руководитель – Д.Ю. Аношин

ВЕРИФИКАЦИЯ НА ПЛАТФОРМЕ DISCORD КАК СРЕДСТВО ЗАЩИТЫ ОТ НЕЖЕЛАТЕЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Часто на серверы организуются рейдерские нападения, направленные на разрушение данного сервера и(или) несанкционированной рекламы своего без разрешения владельца [2, с. 126–127]. На фоне повышения популярности Discord [1] данная проблема становится ярко заметной и требует разработки соответствующих мер, которой стала функция бота, создающая защиту сервера в мессенджере.

Для решения данной проблемы был написан бот на языке программирования JavaScript для сервера Discord. Принцип его работы таков: после присоединения пользователя на сервер ему доступно только два канала: «верификация» и «правила». Для дальнейшего доступа пользователь должен нажать на кнопку и заполнить анкету, которая моментально отправится на рассмотрение к модерации.

Функции разделены на файлы, при этом, каждый файл – одна функция. Перед началом функции необходимо импортировать всё нужное из главной библиотеки, на которой написан наш бот – discord.js.

После импорта пишется, что будет выполняться после нажатия на кнопку. В данном случае генерируется модальное окно и настраивается под нужды, оно же отображается пользователю.

Далее нужно обработать отправленные пользователем данные. Для этого пишется следующая функция, которая: 1) Получает данные, которые ввел пользователь; 2) создает эмбед и кнопки, отправляет ответное сообщение с пояснением о дальнейших действиях, что видит только пользователь; 3) отправляет сообщения с эмбедом и кнопками модераторам.

Данные кнопки, как выше говорилось, выполняют различные действия: 1) Первая из них – «Принять». После нажатия на эту кнопку пользователю выдается роль с доступом в каналы, и он оповещается об этом в личные сообщения. 2) Вторая – «Отклонить». Данная кнопка оповещает пользователя что его анкету отклонили, но есть возможность написать новую. 3) Кнопка «Заблокировать» накладывает блокировку на человека. Она выгоняет пользователя с сервера без возможности вернуться позже, что служит защитой от последующих рейд-атак.

В конечном счете, данный функционал позволяет проводить защиту пользователей сервера от недоброжелателей, осуществлять контроль за статистикой прибывающих пользователей, оценивать эффективность рекламы на основе ответов верифицируемых. Дальнейшее развитие такого функционала может повысить эффективность серверов, их реклам, а также помочь организаторам мероприятий в дальнейшем развитии русскоязычного Discord-сообщества [3, с. 178], а в частности – развития возможностей отечественных проектов, базирующих свои социальные сети не только на базе ВКонтакте или Телеграмм.

Список использованных источников:

1. Аргунов Е. «Пора отказаться от Skype и TeamSpeak»: история успеха Discord // DTF. – 2020. – Режим доступа: <https://dtf.ru/gameindustry/243457-pora-otkazatsya-ot-skype-i-teamspeak-istoriya-uspeha-discord>
2. Крапивин Р.Р., Ахметов Л.М., Хамидуллин М.Р., Гареева Г.А. Система ведения онлайн статистики участников в мессенджере Discord посредством Python и PostgreSQL // ИАС. – 2022. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-vedeniya-onlayn-statistiki-uchastnikov-v-messendzhere-discord-posredstvom-python-i-postgresql>
3. Токарева Е.Н. Особенности дистанционной и контактной работы со студентами неязыковых вузов в рамках дисциплины «Иностранный язык делового и профессионального общения» // Правовое государство: теория и практика. – 2020. – №4 (62) ч.2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/distance-and-contact-modes-of-teaching-the-discipline-foreign-language-for-business-and-professional-communication-to-students-in>

РАЗДЕЛ IV. МЕНЕДЖМЕНТ

*Г.А. Геворгян
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – О.П. Бутырина*

МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

*«Управлять – это значит предвидеть, планировать,
организовывать, распоряжаться,
координировать и контролировать».*

А. Файоль

Любая деятельность требует управления. В нашем понимании менеджмент – это особый вид деятельности, специфический характер которой связан с выполнением управленческих действий над людьми – функций управления. Объединение людей в социальную организацию предполагает наличие у них хотя бы одного общего интереса. Но чем больше интересов совпадает у сотрудников организации, тем выше уровень ее сплоченности, тем выше эффективность ее деятельности. Исторически подтверждено, что организованное меньшинство, как правило, одержит победу над неорганизованным большинством. Сохранение цельности организации и установление взаимодействия организации с внешней средой, и считается менеджментом. Поэтому менеджмент – это целенаправленное воздействие на людей для достижения поставленных целей. Данное понятие является синонимом более понятного и привычного для многих термина «управление». Предметом воздействия менеджмента могут быть не только отдельные работники, но и сформированные определенным образом группы людей или какие-либо организации в целом.

В менеджменте есть четыре основные функции – их выполняет каждый руководитель. К ним относятся планирование, организация, мотивация и контроль, но некоторые к функциям менеджмента относят и координацию.

При условии существенного изменения условий, которые происходят в бизнес-структурах, наблюдается и трансформация процессов работы с сотрудниками в компаниях. Кризис, случившийся в 2020 году из-за распространения коронавирусной инфекции, заставил большинство организаций, которые могут переместить свой бизнес и процесс обслуживания клиентов в онлайн-формат, переобучать сотрудников и иначе организовывать их работу. В связи с этим возникла необходимость применения удаленных команд, использования инноваций, которые помогают успешно вести бизнес.

Компании в действующих сегодня условиях вынуждены искать сторонние способы обслуживания клиентов при существующих ограничениях. Даже при учете того, что основные из них были сняты, и компании могут более свободно вести предпринимательскую деятельность, обслуживание в дистанционном формате не теряет своей актуальности. Многие руководители компаний не были готовы к наступлению таких событий и не смогли вовремя перейти в онлайн-формат обслуживания, в связи с чем потеряли существенные средства и клиентов. Здесь возникла всеобщая необходимость формирования удаленных команд. В целом, удаленная команда является группой сотрудников, которые могут реализовывать трудовые функции, не выходя из дома, согласно установленным требованиям со стороны руководства.

Некоторые компании вовремя организовали особые каналы взаимодействия и передачи обратной связи, использовали инновационные средства общения с сотрудниками и клиентами в сети. Здесь стали вновь актуальны корпоративные мессенджеры и отдельные виды нового программного обеспечения.

Подводя итог, можно сказать, что основной компетенцией менеджера на сегодня стала способность к переменам. Изменения внешней и рыночной среды помогают компаниям своевременно развивать свое присутствие в онлайн-формате, формировать успешные удаленные команды, которые за счет

применения инновационных средств взаимодействия сотрудников, помогают достигнуть высоких результатов работы команды в целом.

Е.И. Гнутов
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА ШЕЙКЕРОВ

В процессе составления бизнес-плана этап ценообразования очень важен и актуален, так как именно от цены услуги или товара будет зависеть прибыль – основная цель предпринимателя.

Ценообразование – это процесс, который заключается в установлении цен на товары и услуги.

Задача любой компании при составлении цены продукта – это определить адекватные минимальные и максимальные значения. Минимальное значение подразумевает составление минимальной цены, за которую компания готова продать продукт, но важно учитывать издержки производства для того, чтобы получать прибыль. Максимальное значение подразумевает максимальную сумму, которую готов заплатить потребитель за товар. Здесь важно учитывать тот факт, что слишком дорогой продукт не будет пользоваться спросом у аудитории.

Существуют следующие методы ценообразования: 1) средние издержки плюс прибыль; 2) анализ безубыточности и обеспечения целевой прибыли; 3) установление цены исходя из ощущаемой ценности товара; 4) установление цены на основе уровня текущих цен;

Факторы ценообразования:

- 1) себестоимость товара, которая включает все затраты на производство;
- 2) позиционирование (определение сегмента: эконом, масс-маркет, люкс);
- 3) конкуренция;

4) цены конкурентов;

5) экономическое состояние страны (во время кризиса потребители более чувствительны к ценам и предпочитают товары эконом-сегмента);

6) правовые нормы (наличие законов, которые регулируют порог цен);

7) восприятие цены потребителем (низкая стоимость может вызвать вопросы о качестве товара, а высокая – спугнуть). Этапы ценообразования: 1. Постановка целей ценообразования. 2. Анализ факторов, влияющих на ценообразование. 3. Выбор метода ценообразования.

4. Установление цен.

Рассмотрим метод ценообразования, использовавшийся при обосновании проекта по производству и продаже шейкеров. Данные услуги востребованы среди мужчин и женщин от 15 до 70 лет. На рынке данного вида услуг в г. Челябинске нет конкурентов, занимающихся производством подобной продукции.

Этапы ценообразования для исследуемого проекта:

1. Цель бизнеса – увеличение прибыли, удержание клиентов, выживаемость на рынке.

2. Определение спроса, анализ издержек и цен конкурентов.

3. Подходящий метод ценообразования: средние издержки плюс прибыль.

4. Установленные проектом цены:

Маленький шейкер – 200 рублей.

Средний шейкер – 300 рублей.

Большой – 400 рублей.

Чтобы эффективно управлять фирмой, необходимо знать, как образуется цена на товар или услугу, то есть основы методов ценообразования. Анализ реальных цен позволяет руководителю решить, нужно ли наращивать производственные мощности или следует уменьшить объем услуг, в каком направлении следует работать, во что инвестировать, чтобы не остаться без

прибыли. Если организация ведет правильную ценовую политику, она сможет достичь желаемых целей.

В.А. Ерёмин
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Задача любой компании при обосновании цены продукта – это определить адекватные минимальные и максимальные значения. Минимальное значение подразумевает составлении минимальной цены, за которую компания готова продать продукт, но важно учитывать издержки производства для того, чтобы получать прибыль. Максимальное значение подразумевает максимальную сумму, которую готов заплатить потребитель за товар. Здесь важно учитывать тот факт, что слишком дорогой продукт не будет пользоваться спросом у аудитории.

Для того, чтобы корректно установить цену, стоит учитывать следующие факторы:

- себестоимость товара, которая включает все затраты на производство;
- позиционирование, то есть определение сегмента (эконом, масс-маркет, люкс);
- конкуренция (монополист может завышать цены, в то время как высокая конкуренция держит их примерно на одном уровне);
- цены конкурентов;
- жизненный цикл товара;
- экономическое состояние страны (во время кризиса потребители более чувствительны к ценам и отдают предпочтение товарам эконом-сегмента и масс-маркета);
- правовые нормы (наличие законов, которые регулируют порог цен);

– восприятие цены потребителем (низкая стоимость может вызвать вопросы о качестве товара, а высокая – спугнуть).

Ценообразование на единицу товара конкретного вида также может основываться на таких факторах, как объем партии, количество сделок, рекламная акция или кампания распродаж, скидка с оборота, условия оплаты или кредита, конкретная квота, цена тендера, дата отгрузки или счета-фактуры и многие другие.

Ценообразование предполагает рассмотрение многих аспектов рыночных отношений. Для основных товаров, таких как продукты питания, цена будет основана на стоимости плюс маржа.

Для продуктов на рынке предметов роскоши больше внимания будет уделяться ценности, которую потребители придают предмету. Редкостью (уникальностью) предметов роскоши часто манипулируют, чтобы поднять цену.

Методы ценообразования классифицируются в зависимости от того, на что ориентируется компания. Их можно разделить на три группы:

1. Затратные методы (компания ориентируется на издержки производства).
2. Рыночные методы (компания ориентируется на экономическую ситуацию на рынке).
3. Параметрические методы (компания ориентируется на технико-экономические параметры продукции).

При разработке бизнес-плана создания интернет-магазина одежды и обуви в большей мере подходят рыночные методы, а среди них – «метод следования за лидером рынка». Применительно к исследуемому сегменту товаров, лидерами рынка являются Lamoda, Tvoe, Wildberries, Ozon. При организации продажи своего товара, необходимо будет в постоянном режиме отслеживать динамику цен основных игроков и при использовании ими политики скидок или распродаж, устанавливать цену на несколько процентов ниже.

В дальнейшем в интернет-магазине можно выделить линейку продуктов премиум-класса, для которых уместнее будет использовать такой рыночный метод ценообразования, как «престижные цены».

*К.С. Жижченко
ГБПОУ Республики Марий Эл «ТТК», г. Йошкар-Ола
Научный руководитель – Н.С. Шпилевская, к.ф.н.*

ФАКТОРЫ-ПРИЧИНЫ НИЗКОГО УРОВНЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

С 1990 годов актуальность вопроса ответственности производителей продовольственных товаров лишь возрастает. После установления массовых санкций, начиная с 2022 года, в РФ перестали [2, с. 58] поставляться проверенные и качественные продукты, которым доверяли потребители.

Причинами появившейся проблемы является определённый ряд факторов: фальсификация товаров, отсутствие должностного контроля в моменты производства товаров.

После введения многочисленных санкций в России особо остро проявилась проблема фальсификации товаров [1, с. 158]. Подача оригинального продукта прекратилась, отечественные и дружественные компании начали производить аналоги, что существенно ставит под сомнение их качество. Фальсификация приводит к ухудшению репутации среди потребителей к бренду. Приобретая поддельные изделия, они могут испытать негативный опыт и перестать доверять производителю, продукту и бренду. Также подделанные товары могут содержать опасные для здоровья вещества, способные привести к ухудшению здоровья. Хотя производители строго несут ответственность за некачественные товары, поддельные компании могут нарушить это правило. Еще важно подметить, что фальсификация товаров несёт ущерб экономике: совершают сделку покупки с поддельными производителями, вследствие чего

оригинальные компании подвергаются меньшему финансированию, а это может привести к будущей проблеме в нехватке персонала.

Неконтролируемый процесс производства того или иного товара может без затруднений вызвать сомнения в качестве производимой продукции, способствуя к использованию некачественных ингредиентов или неправильному их сочетанию, одновременно с этим, приводя к возможному отправлению потребителей.

Отсутствие контроля на производстве медицинской продукции – ещё более серьёзная проблема, способная привести к выпуску некачественных и неправильно разработанных лекарственных средств, а подобные погрешности могут вызвать не улучшение состояния человека, а к вероятному его ухудшению, или даже летальному исходу.

В настоящее время отсутствуют общие стандарты к продовольственным товарам, вследствие чего производитель может допустить абсолютно разный состав своего продукта [3, с. 40]. Хотя существует необходимость указывать полный состав на упаковке, всё еще существует вероятность содержания в нем нежелательных добавок, вызывающих у людей разные реакции.

Исходя из перечисленных проблем можно сделать вывод, что в 2023 году в России фальсифицированные товары не подвергаются идентификации, некоторые компании допускают бесконтрольность производства товаров, а также отсутствуют единые общие стандарты к продовольственным товарам. Все эти проблемы могут стать коммерческой выгодой производителям, привести к проблеме со здоровьем потребителей и многим другим последствиям отрицательного характера.

Список использованных источников:

1. Вернигора Д.С. Фальсификация и качество продовольственных товаров // Форум молодых ученых. – 2019.– №12 (40).– URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/falsifikatsiya-i-kachestvo-prodovolstvennyh-tovarov>
2. Лихачева А.Б. О стратегических эффектах односторонних санкций: российский опыт // Финансовый журнал.– 2021. – №4. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/o-strategicheskikh-effektah-odnostoronnih-sanktsiy-rossiyskiy-opyt>

3. Мажаева Т.В., Сеницына С.В. Оценка экономического ущерба потребителя и хозяйствующего субъекта при обращении недоброкачественной пищевой продукции // Индустрия питания / Food Industry. – 2021. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-ekonomicheskogo-uscherba-potrebitelya-i-hozyaystvuyuschego-subekta-pri-obraschenii-nedobrokachestvennoy-pischevoy>

М.А. Зайлер

МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск

Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

БИЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТА ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОДЕЖДЫ С ПРИНТОМ

Бизнес-план – стандартный документ, в котором подробно обосновывается концепция реального инвестиционного проекта и приводятся его основные цифровые параметры.

Элементы структуры бизнес-плана представлены на рисунке.



Рис. 1. Структура типового бизнес-плана

В нашем проекте по производству одежды с принтом в резюме отражена характеристика выпускаемого продукта, указаны потенциальные клиенты, отражено наличие конкурентов и объем необходимых для реализации проекта инвестиций.

Стратегия проекта в основном посвящена завоеванию рыночной ниши, в которой в качестве целевой аудитории выступают молодые люди от 14 лет. Основным конкурентным преимуществом является то, что продукция будет выпускаться лимитированными партиями с дизайном принта, разработанным под конкретного заказчика.

План по персоналу включает описание системы оплаты труда и премиального положения. Поскольку исполнителем и руководителем проекта будет одно и то же лицо, данный проект не очень насыщен информацией.

Технологический план раскрывает специфику производственного процесса, то есть разработки дизайна и нанесения принта на приобретенном для проекта цифровом текстильном принтере модели DTX-400 СМΥΚ+White.

Организационный план раскрывает суть и последовательность бизнес-процессов: от сбора заявок до доставки продукта до клиента.

Финансовый план основывается на результатах составления бюджета доходов и расходов, а также инвестиционного бюджета, и позволил определить сумму необходимого кредитного финансирования проекта, составляющую 700 тыс. руб. Именно эта сумма является необходимым для реализации проекта стартовым капиталом.

Проект генерирует рентабельность продаж 32,1%. Рентабельность проекта (собственных средств) составляет 178,5%, что, с одной стороны, связано с незначительным объемом собственного капитала, инвестированного в проект, а с другой стороны – характеризует проект как инвестиционно привлекательный, поскольку кредит может быть полностью погашен за 11 месяцев.

С.В. Казанцев
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Ю.Н. Кулакова, д.э.н., доцент

ПРОБЛЕМА ОТБОРА БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА НОВОГО ПЕРСОНАЛА

2022 год стал достаточно ёмким в плане набора персонала на многих предприятиях. К примеру, на ПАО «Челябинский кузнечно-прессовый завод» (ПАО «ЧКПЗ») в 2021 году среднесписочная численность персонала составляла 4357 человек, в 2022 году уже 5138 человек [1], и число сотрудников растёт и сегодня, о чём свидетельствуют текущие новости о наборе персонала.

Но в связи с быстрым набором большого количества сотрудников зачастую падает качество изделий, нарушаются сроки изготовления, портится микроклимат в коллективе. Немалую часть новых сотрудников заменяют другие, образуя текучесть кадров.

Почему сейчас наблюдается большая текучесть кадров на предприятиях? Дело в том, что до 2022 года люди искали работу по своим способностям и соответствующему образованию, а не по льготам, которые даёт конкретное предприятие.

Организации не стоят на месте, открывают новые направления, цеха. Отсюда вытекает необходимость в найме новых сотрудников, но сам процесс найма, как правило, не меняется, что впоследствии сказывается как на затратах на персонал, так и на работе коллектива в целом.

На ПАО «ЧКПЗ» используют классические методы оценки персонала, такие как устное собеседование, рекомендации с предыдущих мест работ. Устное собеседование, конечно, может многое рассказать о человеке, но более правильным вариантом, на наш взгляд, будет внедрение многофакторных методик для исследования личности кандидата, а также тестирование непосредственно на желаемом рабочем месте.

Многофакторные методики исследования личности помогут понять, способен ли человек к быстрому обучению, адаптации внутри коллектива, к

быстрому исполнению поступающих задач. Тестирование на рабочем месте, в свою очередь, поможет выявить проблемные и сильные места кандидата. Например, методика Кэттелла используется в психодиагностической практике как за рубежом, так и у нас в стране. Его опросник универсален, практичен, дает многогранную информацию об индивидуальности человека. Опросник диагностирует черты личности, но не мотивационно-потребностную сферу (мотивы, потребности, интересы и ценности). Опросник Кэттелла включает в себя все виды испытаний – и оценку, и решение теста, и отношение к какому-либо явлению [2].

Внедрение углублённых психологических исследований поможет исключить кандидатов, не соответствующих требованиям должности, уже на этапе отбора, что позволит сократить затраты на дальнейшие этапы приёма на работу.

Если кандидат успешно прошёл психологические исследования, это ещё не означает, что он подходит под конкретную должность. Поэтому будет разумным провести тестирование потенциального кандидата в условиях, максимально приближенных к рабочим, о чём пишет Коровина Т.Ю. [3].

Нынешние методы оценки на ПАО «ЧКПЗ» не подходят для массового набора сотрудников. Организации следует рассмотреть другие методы, такие как многофакторное тестирование, углубленные психологические исследования и тестирование на рабочем месте. Это поможет снизить текучесть кадров, сократить количество брака и сохранит микроклимат в коллективе.

Список использованных источников:

1. Результаты обязательного аудита ПАО «ЧКПЗ». – [Электронный ресурс]. – URL: <https://fedresurs.ru/sfactmessage/00AF5D280A0D43258F2022B000364F67>.
2. Методика многофакторного исследования личности Кэттелла / Энциклопедия психодиагностики. – [Электронный ресурс]. – URL: https://psylab.info/Методика_многофакторного_исследования_личности_Кэттелла.

3. Коровина, Т.Ю. Деятельность кадровых служб промышленного предприятия по подбору и отбору персонала / Т.Ю. Коровина // КиберЛенинка. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnost-kadrovyyh-sluzhb-promyshlennogo-predpriyatiya-po-podboru-i-otboru-personala/>.

Д.И. Камаева
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЯМЫХ И КОСВЕННЫХ РАСХОДОВ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ПОРТРЕТОВ НА ХОЛСТЕ

Прямые расходы – это расходы, вызванные производством конкретного вида продукции, в нашем случае – портретов на холсте.

Косвенные затраты – это расходы, связанные с производством, которые нельзя напрямую включить в себестоимость конкретного вида изделия.

К косвенным затратам можно отнести:

- аренду помещения и оборудования, коммунальные платежи;
- плату за патент;
- расходы на исследования рынка и рекламу;
- оплату труда управленцев и рабочих, которые напрямую не участвуют в производстве, например, технического директора или бухгалтера.

При составлении бизнес-плана интернет-магазина портретов на холсте к прямым затратам отнесены:

- стоимость подрамников, полотна;
- стоимость упаковочной бумаги;
- стоимость картриджа;
- амортизация производственного оборудования (широкоформатный принтер, степлер, стеллаж для сушки);
- заработная плата исполнителя заказов;
- затраты на почтовую пересылку.

Все эти виды затрат связаны с изготовлением конкретного вида продукции и могут быть отнесены на себестоимость единицы продукции конкретного вида (в нашем случае на себестоимость портретов формата А4, А3, А2).

К косвенным затратам отнесены: затраты на связь и интернет, транспортные расходы, затраты на рекламу, проценты к уплате по кредиту.

Данные виды расходов накапливаются за месяц и включаются в себестоимость изготовленных видов продукции.

При этом в качестве базы для распределения косвенных расходов можно выбрать прямые материальные затраты или прямые затраты труда изготовителя.

Также можно использовать долю продукции в совокупных прямых затратах. В нашем случае наибольшую долю в совокупных прямых затратах занимают портреты на холсте формата А2, так как стоимость материалов по ним существенно выше. Следовательно, на эту продукцию будет распределена большая доля косвенных затрат.

Распределение косвенных затрат играет значимую роль, поскольку в случае неверного распределения может искусственно сделать прибыльный товар убыточным.

В рыночных условиях необходимо анализировать цены реализации конкурентов, исходя из них планировать цену реализации товара каждого вида и только после этого решать вопрос со схемой распределения косвенных затрат, чтобы все продукты были рентабельными.

С.А. Комиссарова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Н.П. Пасечник, к.э.н.

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПЕРСОНАЛОМ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Одной из основных задач таможенных органов России является на протяжении многих лет, организация деятельности по развитию системы таможенного администрирования. Настали непростые времена для кадровой составляющей таможенной службы, а именно проблема связана со значительными изменениями внешнеэкономической деятельности в условиях глобализации. В этих условиях эффективное исполнение поставленной задачи возможно только при одном условии – это использование кадрового потенциала Федеральной таможенной службы с наибольшей эффективностью, кадровый потенциал является одним из основных ресурсов таможенной системы, и также от эффективности управления кадрами зависит продуктивная деятельность таможенных органов. На мой взгляд, все согласятся с тем, что в данной ситуации актуализируется одна из задач, а именно стратегическое направление реализации таможенной политики, повышение результативности кадровой политики.

Федеральная Таможенная служба занимает одно из ключевых мест в обеспечении национальной безопасности, да и в целом экономической безопасности страны, ведь они являются инструментами осуществления экономической политики государства в условиях рыночных отношений.

Целью данной научной работы является выявление через изучение процесса подготовки в условиях глобализации специализированных административных кадров таможенного органа его сильные и слабые стороны.

В качестве исследовательского инструментария при выполнении работы использованы общенаучные методы: анализ, сравнение, официальные статистические данные.

В процессе работы получены новые знания о кадровом потенциале таможенных органов России в условиях глобализации, как они функционируют и на чём основываются. Проведён анализ и оценка состояния кадрового потенциала федеральных таможенных органов. На основе всех данных сделан вывод: оптимизация государственной деятельности не представляется возможной без модернизации или смены модели управления кадровым потенциалом государственных органов. Новая же модель управления кадровым потенциалом должна ориентироваться на функционирование более эффективной и экономически обоснованной системы организации кадровой политики государственной службы России.

В последние годы компетентная модель управления персоналом в таможенных органах, основанная на обучении, развитии навыков и компетенций сотрудников, получила большую популярность и стала ключевой стратегией повышения эффективности и потенциала организаций.

В нашей реальности очень важна компетентная модель управления человеческими ресурсами для успешного функционирования любой организации. Для того, чтобы таможенники успешно выполняли свои задачи, компетенции должны сочетаться не только с профессиональными, но и с управленческими компетенциями [1].

Профессиональные компетенции включают в себя: понимание таможенной деятельности; правильное оформление таможенных деклараций; контроль товаров; понимание функционирования таможенных процедур; таможенное расследование; таможенный тариф и классификация тарифов; определение таможенной стоимости и происхождения товаров; анализ рисков. А также в настоящее время ко всему этому добавляется адаптация уже существующих навыков в новых условиях глобализации [4].

Управленческие компетенции предполагают, что это такие компетенции, которые особенно полезны для людей, выполняющих управленческие функции в таможенной администрации. К ним относятся: любые виды лидерства;

управление процессами; стратегическое управление информационными технологиями и др. [2].

Сотрудники таможенных органов должны достичь различных уровней владения профессиональными, оперативными и управленческими компетенциями в соответствии с их конкретной ролью, обязанностями, задачами в организации. Это требует, чтобы кадровый потенциал таможни постоянно обновлял знания и навыки сотрудников. Один из способов сделать это – организовать для них учебные занятия. В экономике, основанной на знаниях, обучение должно быть непрерывным процессом. Систематическое обогащение знаний и новых навыков приносит пользу, как таможенным органам, так и сотрудникам таможенных органов [3].

Опираясь в целом на нынешнее состояние российских таможенных органов, в настоящее время в условиях глобализации законодательство требует существенных изменений. Основываясь на всём вышесказанном, оценка результатов обучения обязательна в отношении приобретенных знаний и навыков в таможенных органах по окончании базовых учебных курсов, организованных в рамках программ обучения. Исходя из выявленных сильных и слабых сторон процесса подготовки сотрудников таможенных органов, можно сформулировать предложения по его совершенствованию.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 21.07.1997 N 114-ФЗ (ред. от 30.04.2021) «О службе в таможенных органах Российской Федерации»/Статья 23. Подготовка кадров для таможенных органов. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15264/8522055f9ceb743a70c18cd5da59fcba92fd9db7/ (дата обращения 12.01.2022.)

2. Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 N 2575-р (ред. от 10.02.2018) «О Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140447/ (дата обращения 14.01.2022).

3. Попова В. Е. Проблемы формирования и совершенствования кадрового потенциала таможенной службы Российской Федерации / В.Е. Попова // Экономика и бизнес. – 2013. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-i-sovershenstvovaniya-kadrovogo-potentsiala-tamozhennoy-sluzhby-rossiyskoj-federatsii>. (дата обращения 03.02.2022).

4. Согрина Н.С., Гиберт С.Н. Инструменты, методы и технологии повышения конкурентоспособности персонала (на примере Челябинского филиала ООО «Практика ЛК»)// Экономика и общество в условиях пандемии: взгляд молодых. Сборник статей и тезисов докладов XVII национальной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов с международным участием/ Челябинский филиал Финуниверситета. – Челябинск. – 2021. – С. 206–212.

А.К. Комлев
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ТРЕБОВАНИЯ К ФИНАНСОВОМУ ПЛАНУ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Бизнес-план – это дорожная карта, программа действий на ближайшее будущее, которая описывает этапы развития бизнеса и все, что для этого необходимо. На документ особое внимание обращают инвесторы. Поэтому от его содержания во многом зависит, получит ли проект финансирование или останется без него.

Финансовый план составляется после завершения составления всех составляющих операционного бюджета и отвечает на вопрос, в каком объеме необходимо привлекать финансирование, из каких источников и сколько это будет стоить.

Типовое содержание разделов финансового плана включает: текущую, инвестиционную и финансовую деятельность. В рамках каждого вида деятельности планируются поступления и выплаты денежных средств, определяется их сальдо.

Если по текущей деятельности, например, связанной с продажами товаров, формируется положительное сальдо денежных средств, это означает, что поступления от продажи продукции, превышают закупочные цены плюс издержки обращения и выплаты заработной платы, аренды, коммунальных платежей.

Если в рамках бизнес-плана планируется приобретение объектов недвижимости, оборудования, то это приводит к превышению значений выплат по инвестиционной деятельности над поступлениями по ней, то есть формируется отрицательное сальдо денежных средств.

Текущая деятельность призвана компенсировать этот недостаток. Если временно свободных денежных средств по текущей деятельности недостаточно для финансирования инвестиций, то привлекаются кредиты и мы перемещаемся к финансовой деятельности.

Решения о кредитном финансировании принимаются коммерческими банками на основе финансовых показателей за предыдущие годы (если у вас существующий бизнес). Данные показатели представлены в отчете о финансовых результатах и балансе предприятия.

Финансовый план составляется в квартальном или ежемесячном исполнении и должен завершаться прогнозным значением наличия денежных средств.

На основании данных финансового плана составляется баланс предприятия на конец проектного периода, на основании которого определяются показатели эффективности проекта. Если они не удовлетворяют плановым (установленным инвестором) значениям, то процесс финансового планирования повторяется.

Таким образом, финансовое планирование, с одной стороны, завершающий этап составление бизнес-плана, а с другой – первичный при составлении скорректированного бизнес-плана.

В любом случае, без финансового плана решение и реализации проекта принято быть не может.

*Е.А. Коробейникова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – И.Д. Голышев, к.э.н., доцент*

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Обучение и развитие персонала является одной из важнейших составляющих развития и эффективного функционирования организации. Повышение квалификации персонала положительно влияет на мотивацию работников, оказывает непосредственное влияние на финансовые показатели организации, а также обеспечивает более благоприятный климат в коллективе и преемственность в управлении.

Кадровая политика современного предприятия использует два подхода к обучению своих работников. Формирование плана обучения персонала осуществляется в зависимости от выбранного проактивного или реактивного подхода к обучению.

Реактивный подход к обучению предполагает, что существует некая конкретная проблема, и основная цель обучения – устранить ее. При проактивном обучении осуществляется постоянное системное предотвращение трудностей в соответствии со стратегией организации.

Формы обучения также претерпевают изменения. Можно выделить три основные формы обучения персонала компаний:

1. Обучение с преподавателем. В его роли также могут выступать бизнес-тренер, консультант или наставник.
2. Дистанционное обучение.
3. Подкастинг.

Руководителю компании необходимо знать, чем отличаются эти три формы обучения, чтобы выбрать наиболее подходящие для своей компании и регулярно их использовать в обучении сотрудников.

Рассмотрим эти формы обучения:

1. Обучение с преподавателем. Это наиболее традиционная форма обучения, при которой происходит прямая передача информации, практически без искажений: лекции, семинары, тренинги.

2. Дистанционное обучение. Это формат обучения с применением технологий, позволяющих преподавателям общаться со своими слушателями удаленно, используя различные средства связи (интернет, видеоконференции, спутниковая связь и т.д.), а также применяя разные технические средства – мультимедийные устройства, электронные порталы и пр. Основное его преимущество заключается в том, что у участников есть возможность обучаться на большом территориальном удалении от преподавателя и в удобное для них время.

3. Подкастинг (англ. podcasting – повсеместное вещание, широковещание) – процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов – подкастов. Это формат обучения, в котором используются аудио- и видеозаписи, сделанные на определенную тему и размещенные в интернете. Это наиболее высокотехнологичная форма обучения. Она актуальна для неформализованного обучения, повышения квалификации и самообучения.

Крупнейшая рекрутинговая фирма России HeadHunter приводит следующие данные о наиболее востребованных формах обучения персонала в 2020 году (<https://chelyabinsk.hh.ru/article/28188>):

- дистанционное обучение и онлайн-курсы (35 %);
- курсы повышения квалификации (32 %);
- тренинги и курсы по приобретению навыков, напрямую не связанных с профессией (по 19 %).

Обучение персонала в современных условиях – это один из инструментов конкурентной борьбы, способ уменьшить текучесть кадров, сформировать устойчивую трудовую мотивацию у персонала.

А.К. Лякина
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – П.П. Лутовинов, д.э.н., профессор

ПОВЫШЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ ФИРМЫ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Нестабильность экономики и внешнеполитической ситуации, угроза критического загрязнения окружающей среды стали реалиями сегодняшнего дня, что оказывает очень большое влияние на развитие бизнеса и ужесточение конкуренции. Поэтому, современные фирмы должны заботиться о повышении всех своих качественных показателей, в том числе устойчивости развития. Стратегия устойчивого развития может быть достигнута только при непрерывном и эффективном управлении персоналом. Уровень образования, способности, опыт работников фирмы во многом определяют её возможности (компетентность) по использованию имеющихся ресурсов в направлении устойчивого развития.

Анализ существующих методических подходов показал, что для объективной оценки в контексте достижения целей устойчивого развития фирмы, целесообразно применять методологию комплексной, прогнозной, многоуровневой, цифровой оценки компетентности персонала.

Для оценки устойчивого развития проанализированы отчеты четырех крупных предприятий. В результате выделено три группы показателей (экономические, экологические и социально-институциональные), которые использовались с соответствующими весовыми коэффициентами для получения обобщенной оценки.

Использование алгоритма связи показателей оценки результатов устойчивого развития фирмы и компетентности с размерами премирования работника повысит мотивацию его труда на достижение целей устойчивого функционирования фирмы.

А.А. Мануйлова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – П.П. Лутовинов, д.э.н., профессор

ОЦЕНКА УРОВНЯ ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Определение основных показателей уровня и качества трудовой жизни имеет колоссальную практическую значимость для объективной оценки динамики процессов по улучшению трудовой жизни людей. Трудовая жизнь – широкий комплекс характеристик, отражающих условия выполнения трудового процесса и его конкретные результаты, ведущие к реализации трудового потенциала [1].

От уровня жизни зависит продуктивность работников, то есть количество производства потребительских благ. Под качеством трудовой жизни работник понимается совокупность характеристик, способствующих удовлетворению его обусловленных и предполагаемых потребностей посредством трудовой деятельности.

Оценка уровня трудовой жизни проводилась на основе данных о среднемесячной заработной плате на 1 работника в металлургическом производстве.

Сравнительная оценка трудовой жизни по средней зарплате населения Челябинской, Свердловской областей и Российской Федерации показала, что по этому критерию Челябинская область занимает второе место. Расчеты динамики средней заработной платы в Челябинской области показали, что душевые доходы работающего населения за 5 лет возросли. В 2017 году среднемесячная номинальная заработная плата по Челябинской области составляла 43775,2 рублей, а к 2021 году выросла на 27,8% и составила 55929,1 рублей [2].

Данные государственной статистики и экспертов показывают, что индекс потребительских цен за вышеуказанный период составляет 118–128%.

Для объективной картины и реализации принципа социальной справедливости нужны дифференцированные расчеты для каждой категории работников, например, для инвалидов-колясочников, многодетных семей, семей с детьми-инвалидами. Объективность оценки будет выше, если использовать показатель, получаемый как отношение номинальной зарплаты к величине прожиточного минимума.

Важным показателем оценки уровня трудовой жизни является уровень занятости, определяемый как отношение численности занятого населения к численности рабочей силы. Существующая система регистрации безработных привела к ситуации, когда многие безработные (особенно это касается сельской местности) не регистрируются и многие годы не могут найти работу.

Положение населения России улучшится за счет более интенсивной помощи безработным в их трудоустройстве, улучшения обеспечения предприятий более объективной дифференцированной цифровой оценки уровня жизни при формировании программ социально-экономического развития.

Список использованных источников:

1. Социо-эколого-экономические факторы качества жизни населения региона : коллективная монография/ Под общей редакцией В.Н. Белкина и Г.Н. Пряхина// – Челябинск: Энциклопедия, 2019. – 344 с. [Электронный ресурс]. – URL: file:///C:/Users/%D0%9B0_2019.pdf
2. Федеральная служба государственной статистики, 2022. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13212>.

А.С. Мирошниченко
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Н.Р. Балынская, д. полит. н.

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ

Кризис – это обострение всех противоречий в какой-либо конкретной области социального развития. При наличии кризиса всестороннее, эффективное развитие общественных, производственных, государственных, международных отношений и т.д. может быть затруднено или даже остановлено. Кризис может охватить все сферы общества.

Многие компании абсолютно уверены в своих служащих. Предполагается, что они хорошо информированы, лояльны и мотивированы, их действия направлены на достижение успеха предприятия. Но необходимо иметь в виду, что служащие воспринимают угрозы, связанные с кризисом, очень лично. Их беспокоят многие осложнения: возможность потери работы, уменьшения заработной платы, вопросы морали и духа коллективизма. Но больше всего они боятся того, как все вышеупомянутое может повлиять на их карьеру и уровень жизни.

В связи с этим руководители не должны игнорировать важность коммуникаций со служащими даже в том случае, когда они уверены, что служащие осознают проблему. Служащие могут подумать, что менеджмент компании не считает нужным обсуждать с ними ситуацию и пути ее разрешения. Это даст питательную почву для слухов и спровоцирует объединение их в группировки вокруг лидеров, преследующих в кризисной ситуации свои эгоистические цели.

Таким образом, перед руководителями стоит задача – создать такие коммуникационные отношения, которые позволят сделать служащих союзниками во время кризиса. При этом повышать сложность задачи будет антагонизм между собственниками и наемными работниками компании. Весьма вероятно, что он будет обостряться во время кризиса, в связи с необходимыми

мерами по сокращению той части благ, которая будет приходиться на долю служащих.

Когда кризис становится реальностью, компания или фирма призвана оценить свои коммуникации, мобилизовать их, подготовить всех участников антикризисного управления к работе со средствами массовой информации, активизировать кризисных менеджеров.

В обстановке обострения кризиса система управления антикризисными коммуникациями должна осуществить следующие действия:

1) предоставить информацию о развитии кризисной ситуации всем заинтересованным лицам и организациям, включая СМИ. Информация должна иметь содержание о трудностях компании и ее проблемах;

2) применить эффективные средства коммуникации (электронную почту, факс, брифинг и т.д.) для распространения информации во внешней среде и в самой организации;

3) обеспечить использование достаточного количества каналов связи для запросов информации со стороны.

Кризис обычно возникает внезапно, события кризисного характера развиваются ускоренно, и организация не всегда успевает на них реагировать. В этих случаях информационная ситуация может выйти из-под контроля. Средствам массовой информации нужна достоверная и обширная информация, инвесторам нужны конкретные ответы на их вопросы. Потребители хотят знать, что вообще происходит и т.д. На компанию осуществляется давление, возможны панические настроения.

Все эти вопросы в той или иной степени связаны с эффективностью коммуникаций – задачей донести до служащих то, чего от них ожидают менеджеры, направлять их активность, избавлять от страхов и забот и, наконец, дать им почувствовать свою значимость в организации во время кризиса. Таким образом, служащие могут стать как самыми яркими сторонниками компании, так и ее противниками. А коммуникации во многом и определяют, кем они станут.

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Управление человеческими ресурсами осуществляется во всех организациях. Как правило, на средних и крупных предприятиях с персоналом работают специально учрежденные кадровые службы.

Предприятия малого бизнеса отличают следующие особенности управления персоналом:

– комплексный характер деятельности работников (нет четкого функционального разделения между административным и производственным персоналом), что требует гибкой организации труда;

– отсутствие многоуровневой организационной структуры приводит к тому, что карьера заключается в расширении и усложнении функциональных обязанностей, а не повышении в должности;

– на многих предприятиях малого бизнеса отсутствуют коллективные договоры, профсоюзы, что снижает социальную защищенность работников по сравнению со средним и крупным бизнесом;

– отсутствие системы обучения персонала из-за неопределенности перспектив развития предприятия, нехватки средств, низкой оценки существующих курсов обучения;

– меньшая дистанция между работодателем и персоналом позволяют легче разрешать производственные проблемы и конфликтные ситуации.

Перечисленные особенности управления персоналом непосредственно отражаются на организации кадровой работы:

– возможности и потребности малого предприятия существенно ограничивают содержание работы с кадрами;

– на малых предприятиях обычно не учреждают специализированную кадровую службу;

- кадровая работа в значительной степени носит неформальный характер и сильно зависит от личности сотрудника, на которого оно возложена;
- осуществление функций кадровой работы на малых предприятиях происходит в прерывистом режиме;
- ключевая задача кадровой работы – обеспечение оперативных интересов компании, а не стратегических;
- на малых предприятиях отсутствуют некоторые виды кадровой документации, применяемые на средних и крупных предприятиях.

Названные особенности работы с персоналом в малых предприятиях определяют основные особенности формирования и реализации кадровой политики. Руководители предприятий малого бизнеса должны уделять повышенное внимание следующим элементам кадровой политики.

Одной из первоочередных задач политики занятости для субъектов малого бизнеса является привлечение высококвалифицированных специалистов. Для этого руководитель предприятия должен обладать навыками привлечения высококвалифицированных кандидатов, создании для них привлекательных условий труда и обеспечения его безопасности.

Политика обучения и развития персонала также является важным направлением деятельности по управлению персоналом. Это является также фактором устойчивого развития малого предприятия. С учетом необходимости экономии средств руководству малого предприятия следует ориентироваться на дистанционное и онлайн-обучение.

В политике трудовых отношений руководителям малых предприятий необходимо придерживаться стратегии соблюдения ТК РФ, стремиться разрабатывать локальные нормативные акты, аналогичные документам, принятым на средних и крупных предприятиях.

Таким образом, в условиях малого бизнеса, существует возможность сформировать коллектив единомышленников и профессионалов своего дела.

ПЛАНИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ПЕРСОНАЛЕ И ЗАТРАТ НА ОПЛАТУ ТРУДА ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА МИНИ-ГОСТИНИЦЫ

Каждый бизнес-проект требует наличия производственных ресурсов: основных, оборотных средств и персонала.

Персонал выступает ключевым ресурсом, от которого зависит не только эффективность производственно-хозяйственной деятельности, но и конкурентоспособность бизнеса, имидж фирмы.

Планирование потребности в персонале основывается, во-первых, на плане продаж, то есть объеме услуг, который мы планируем оказать, организовав мини-гостиницу. В проекте предусмотрена организация деятельности мини-гостиницы с семью номерами. На такое количество номеров достаточно пяти человек персонала: менеджер, два администратора, две горничные. Администраторы и горничные будут работать посменно. Режим работы напрямую влияет на систему оплаты труда, применяемую к данным должностям. Администратор и горничная, в случае крайней необходимости, могут подменять друг друга. Затраты на оплату их труда будут рассчитываться исходя из планового количества смен в месяц, длительности смены и часовой ставки оплаты труда. Можно сделать вывод, что такая система оплаты труда ближе к сдельной, где объем выплат привязывается к объему работ.

Менеджер будет работать по стандартному графику при сорокачасовой рабочей неделе. Его заработная плата будет относиться к повременной. Оклад плюс надбавки за объемы продаж.

Во-вторых, количество и требования к профессиональным компетенциям зависят от вида экономической деятельности. В нашем проекте персонал должен соответствовать по своим компетенциям требованиям нескольких профессиональных стандартов:

07.005 – «Специалист административно-хозяйственной деятельности»
либо 33.007 – «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса» – для менеджера.

33.022 – «Работник по приему и размещению гостей» – для администраторов.

33.021 – «Горничная» – для горничных.

Соответствие по данным профессиональным стандартам требует от работников соответствующего уровня образования.

Для трудоустройства на должность менеджера предполагается наличие у кандидата высшего образования (бакалавриат) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Для администраторов и горничных достаточно среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Помимо штатных работников в мини-гостинице требуется повар, бухгалтер, программист. Данные трудовые обязанности планируется выделить на аутсорсинг. Аутсорсинг – это передача организацией на основании договора определенных видов или функций производственной деятельности другой компании, действующей в нужной области.

Затраты на оплату труда и страховые взносы будут составлять в затратах мини-гостиницы весомую долю – 61,7% в среднегодовом измерении. Поскольку большая часть этих затрат относится к постоянным – не зависящим от количества клиентов, менеджеру проекта необходимо внимательно относиться к заполняемости гостиницы, поскольку, чем больше доля постоянных затрат, тем позже достигается точка безубыточности бизнеса. Повышение заполняемости, с одной стороны, ведет к повышению интенсификации труда персонала, но с другой – к росту доходов, а следовательно – потенциального премиального фонда.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ SNW-АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЕРСПЕКТИВ НОВОГО БИЗНЕСА

SNW-анализ – это анализ факторов внутренней среды, которые влияют на конкурентоспособность предприятия. К таким факторам относят организационную структуру, маркетинг, производство, логистику и т.д.

Факторы оцениваются по трем значениям:

S – Strength – сильный;

N – Neutral – нейтральный;

W – Weakness – слабый.

SNW-анализ помогает проанализировать внутреннюю среду организации и повысить ее конкурентоспособность. Он показывает состав и иерархию подразделений, как работает фирма, какие процессы происходят внутри. Метод дает оценку системе управления, производства, маркетинга и является основной для стратегического планирования.

Основная цель SNW-анализа – выявить позитивный и негативный ресурс, найти точки роста предприятия. Позитивный ресурс: сильные и нейтральные стороны, которые следует сохранить и усилить. Негативный ресурс – слабые стороны. Их необходимо выявить и перевести в нейтральные или сильные.

Преимущества и слабости можно рассматривать как критерии позиционирования фирмы или нового продукта на рынке. Поэтому SNW-анализ используют при составлении бизнес-планов.

Чтобы провести SNW-анализ, необходимо следовать алгоритму из четырех этапов:

1. Определить факторы оценки.
2. Рассчитать среднерыночные показатели.
3. Оценить компанию по каждому фактору.
4. Сделать выводы и составить список рекомендаций.

Применительно к проекту по сдаче квартир в аренду в городе Москве, были подобраны внутрифирменные параметры, которые прямо или косвенно влияют на выручку, конкурентоспособность, наличие квалифицированного персонала.

Основные элементы внутренней среды, которые были изучены: общая стратегия, система управления, маркетинг, финансы, услуги, корпоративные ценности.

Каждый элемент можно разделить на составляющие. Например, при анализе трудовых ресурсов оценивают уровень заработной платы, формы и принципы выплаты премий, квалификацию персонала, внутренний кадровый резерв.

При проведении SNW-анализа компанию сравнивают с конкурентами в отрасли. Информацию о конкурентах можно найти в исследованиях маркетинговых компаний, публичных финансовых отчетах, опросах, открытых источниках (сайт и рекламные материалы, сайты по поиску работы, СМИ).

Результатом SNW-анализа являются выводы о текущей ситуации в компании и список рекомендаций по укреплению нейтральных и сильных элементов среды и устранению слабых.

*А.Д. Рахматулин
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – И.Д. Голышев, к.э.н., доцент*

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Современная ситуация в сфере занятости населения является непростой. Сегодня на сферу занятости населения влияют глобальные социальные, трудовые и экономические процессы. Они создают высокую нестабильность внешней среды организации, обуславливающую в ряде случаев кризисные явления в развитии предприятий. Среди множества задач, которые приходится

решать руководству компаний в таких условиях, актуальной является стимулировать персонал.

Самое простое решение – материальное стимулирование. Но, учитывая сегодняшнюю сложную экономическую ситуацию, на этот шаг руководство компаний идет неохотно (или просто у них нет такой возможности). Другой путь – использование нематериальных стимулов.

Аналитические материалы сайта hh.ru свидетельствуют, что в кризисных условиях существует ряд проблем в мотивации работников:

- резкое нежелание сотрудников работать на результат;
- дефицит кадров из-за ухода квалифицированных сотрудников;
- тяжелая внутренняя обстановка в коллективе;
- низкая мотивация оставшихся сотрудников;
- отсутствие инициатив, что не способствует выходу из кризиса.

В кризисных условиях удержание ценных, квалифицированных работников путем повышения денежных выплат и применения натуральных материальных стимулов затруднительно. Поэтому наиболее актуальными и доступными видами стимулирования работников могут быть:

- обучение;
- карьерный рост;
- благодарность;
- социальные поощрения.

Обучение препятствует профессиональному выгоранию и позволяет поддерживать интерес к профессии на протяжении долгого времени. Тем более, что некоторые из видов обучения бесплатные или условно бесплатные: профильная электронная литература, вебинары, менторинг, дискуссии в специально отведенное время для обсуждения профессиональных вопросов.

Карьерный рост. Важно составить для каждого сотрудника карьерный план и курировать его профессиональную деятельность. Компании заинтересованы,

чтобы сотрудники становились лучше, ведь профессионализм напрямую влияет на доходность бизнеса.

Благодарность – стимул, который может не стоить ни рубля, но доставит удовольствие работнику и мотивирует его на достижение высоких результатов в работе. Есть масса способов сделать это необычно:

- запишите видеоблагодарность сотруднику;
- позвоните подчиненному утром, похвалите и пожелайте хорошего дня;
- предложите добраться домой на служебной машине;
- разрешите по пятницам не придерживаться дресс-кода и др.

Применять гибкие социальные поощрения. Проявлять лояльность и не наказывать за опоздание на работу на несколько минут, если этот случай единичный. Можно «узаконить» перерывы на чай, чтобы люди смогли переключиться и отдохнуть. Если сотрудник выполняет план, показывает отличные результаты, то можно разрешить уходить пораньше в пятницу без потери зарплаты, добавить оплачиваемые дни к отпуску.

Конечно, использование таких стимулов должно быть продуманным, уместным, с соблюдением необходимой меры. Но если человек знает, что при необходимости всегда сможет помочь близким, взяв несколько часов, то и работать он будет спокойнее и старательнее.

К.В. Рязанова
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ГЕНЕРАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕИ

Бизнес-идея – это идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании. Как правило, бизнес-идея направлена на создание товаров или услуг, которые могут быть проданы за деньги, благодаря сформулированной в бизнес-идее новой бизнес-модели. Для внедрения такой идеи в жизнь составляется

бизнес-план. Для реализации задуманного может использоваться собственный или заемный капитал. Сами бизнес-идеи могут быть проданы путем заключения договора, на основании которого за реализацию проекта берется другой менеджер. В свою очередь, разработчик идеи получает процент от прибыли бизнеса или разовое вознаграждение.

Процесс генерации бизнес-идей осуществляется в несколько основных этапов.

1. Создание команды: это процесс, который включает участие членов команды, сотрудничество и воспитание командного духа между членами команды. Для успешного бизнеса предпринимателю, для начала, необходимо собрать команду опытных профессионалов, которые будут приносить в нее свои уникальные знания и обеспечивать отличные результаты.

2. Просвещение: на этом этапе команда изучает все особенности и детали бизнеса и рынка: кто является целевой аудиторией, какие бизнес-модели уже функционируют, какие современные технологии внедряются.

3. Выбор критериев: после того, как созданы и оглашены новые идеи, нужно выбрать наиболее подходящие из них. В этом помогут тщательно разработанные критерии, отражающие специфику предприятия. В результате последнего этапа команда останавливается на одной идее и начинает ее активно развивать как теоретически, так и практически.

Наиболее популярные и эффективные методы генерации бизнес-идей:

1. Мозговой штурм – коллективное решение поставленной задачи при помощи высказывания участниками группы любых предложений и идей. Высокая эффективность этого метода объясняется концентрацией большого количества разных взглядов на решение одной задачи в одном месте и в одно время.

2. Обратный мозговой штурм – метод генерации плохих идей и поиск решений для их превращения в хорошие.

3. Метод «Шесть шляп». Процесс генерации идей проводится в шести параллельных режимах, каждый из которых образно представлен цветом «шляпы мышления». Белая шляпа – обсуждение проблем с фокусировкой на факты и цифры. Красная шляпа – фокусировка при обсуждении проблемы на чувствах, эмоциях, интуитивном мышлении. Желтая – обсуждение идеи, ее значимости для бизнеса в позитивном ключе. Черная – выявление и обсуждение всевозможных рисков и негативных сценариев. Зеленая – обсуждение с максимальным фокусом на креативность, творческое мышление, поиск шокирующих и провокационных идей. Синяя – выработка конкретных шагов для реализации идей: что нужно, чтобы воплотить идею в жизнь, насколько идея реалистична, какие шаги придется предпринять.

Любой бизнес начинается с рассмотрения бизнес-идеи, от которой может зависеть успех предпринимателя, поэтому важно знать и уметь пользоваться методами генерации бизнес-идей.

К.С. Саяпин
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ В ПРОЕКТЕ СОЗДАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ШКОЛЫ

Маркетинговые исследования целевой аудитории на первых этапах планирования бизнеса проводятся с использованием следующих методов: статистические методы, массовые опросы (количественная оценка), интервью (качественные исследования), экспертные гипотезы. Являясь учеником художественной школы, я применил статистические методы, в результате которых было выявлено количество конкурентов, средняя длительность и периодичность проведения занятий, а также применил метод «экспертной гипотезы» – сформировал обоснованное предположительное суждение эксперта, основанное на результатах предварительного исследования о тех

фактических данных и обстоятельствах, которые подлежат установлению в процессе исследования.

Результаты позволили обосновать актуальность создания художественной школы. Частная художественная школа – относительно редкое явление в нашей стране. А все потому, что практически в каждой общеобразовательной школе и центре досуга школьников есть секции и кружки по рисованию и художественному искусству. Однако уровень образования там дается начальный, да и для взрослого человека, который вдруг решил реализовать мечту детства, иного варианта, кроме как искать частного репетитора, нет. А художественная школа как раз и способна дать альтернативу: высокий уровень образования, удобное место для занятий и общение с другими начинающими любителями пластических искусств.

В основном, в художественных школах предлагают обучиться искусству графики и живописи. Но есть и другие варианты: художественная лепка, вышивка и многое другое. Все зависит от наличия в регионе преподавателей. В зависимости от предложения формируются группы учеников.

Статистические методы и массовые опросы позволили определить, что средняя стоимость часового урока в г. Челябинске составляет около 500 рублей с человека. На занятия одновременно занимаются 3–8 человек. Возможны дополнительные индивидуальные занятия стоимостью от 1 тыс. рублей.

В нашем проекте предполагается предлагать абонементы, наличие которых положительно сказывается на регулярности посещения художественной студии и увеличивают доходность.

Прежде чем открыть художественную школу, следует определить целевую аудиторию (потенциальных учеников). Изначально надо понять, кто будет ключевым клиентом: ребенок или взрослый человек. В соответствии с этим и определяется месторасположение школы, подбираются специалисты, которые готовы работать с детьми, выбирается дневной график и закупается соответствующее оборудование.

Для анализа целевой аудитории используются следующие методы: фокус-группа, экспертные мнения, человек-«монитор». Именно последний метод, заключающийся в нахождении в художественной студии во время занятия, фиксации в специально разработанную анкету: количества учеников, продолжительности их действий во время освоения учебной программы, наличия и потребности в материалах, инструментах, позволили мне сделать вывод, что рациональнее открыть художественную школу смешанного типа: и для детей, и для взрослых. В этом случае необходимо проводить занятия для детей с 13 до 17 часов, а для взрослых – с 17 до 19 часов в будни. В этом случае, основной процент учеников будет приходиться на школьников – около 40%, потом женщины с 30–40 лет – около 30%, далее молодые девушки и парни от 25–35 лет. Формирование групп численностью 5 человек при 4-дневном рабочем графике, обеспечит до 200 обучающихся в месяц. На основе данной информации происходит планирование всех остальных операционных бюджетов проекта.

А.А. Степанова
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НОВОГО БИЗНЕСА ПО УСЛУГАМ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Количество товаров на рынке сегодня в разы превышает потребительский спрос. Чтобы в таких условиях выдержать жесткую конкуренцию, любой компании нужно продвигать свой продукт и бренд. В этом помогает процесс позиционирования.

При помощи бизнес-позиционирования компания определяет собственные конкурентные преимущества. Чтобы занять выигрышное положение по отношению к остальным участникам рыночных отношений, необходимо

грамотно разработать стратегию продвижения, рассчитанную на долгосрочную перспективу.

Позиционирование товара можно рассматривать как первый шаг к успешной «раскрутке» бренда. Маркетинговый процесс, основанный на формировании наиболее выигрышных преимуществ продукта, называется позиционированием. Данное мероприятие имеет огромное значение как для новых фирм, так и для давно существующих марок с громким именем.

При правильно разработанной концепции позиционирования компания получает информацию о прямых и косвенных конкурентах, преимуществах и недостатках их продукции, может использовать эти сведения с выгодой для себя. Бизнес-позиционирование помогает выбрать наиболее простой, наименее затратный и максимально эффективный путь продвижения.

При разработке своего бренда по услугам графического дизайна необходимо составить портрет покупателя. Определение целевой аудитории нужно для того, чтобы выбрать правильное позиционирование и начать запуск бренда по услугам графического дизайна. Чтобы рекламная кампания повышала узнаваемость бренда, сайт попадал в интересы пользователей, дизайнер должен понимать, для кого он создаёт все визуальные решения.

Применительно к нашему проекту услуги предназначены для аудитории B2B, или business to business, бизнес для бизнеса, – компания продаёт свой товар или услуги другим компаниям, потому нужно проанализировать следующие характеристики покупателей: 1) мотивационные: какая проблема у клиента и как мы можем ее решить; 2) визуальные особенности (использование цветовой гаммы, шрифтов, орнаментов с акцентом на традиционные для бизнеса клиента элементы); 3) поведенческие: чем покупатель занимается и что предпочитает.

Позиционирование бренда графического дизайна. Бренд представляет ожидание потребителем выгоды от товара. Поэтому важно правильно прописать позиционирование бренда. Позиция компании – это ассоциации,

возникающие у покупателя при упоминании торговой марки. Она включает как физические характеристики, так и социальные. Итак, варианты позиционирования, которые мы можем использовать: 1) позиционирование по соотношению «цена-качество» – акцент делается на ценовой политике бренда – типично для недорогих услуг средней или малой сложности; 2) позиционирование по потребителю – конкретная продукция ассоциируется с классом покупателей. 3) Позиционирование: незаурядный бренд для молодежных субкультур; 4) позиционирование по культурным символам: продукция обособляется с ощущением культурной принадлежности покупателя.

Разработка фирменного стиля фирмы: фирменный стиль состоит из множества компонентов – разработки логотипа бренда, истории, описания миссии и ценностей. Задача заключается в том, чтобы обыграть фэшн-брендинг максимально выгодно.

*Д.А. Суздалева
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Ю.Н. Кулакова, д.э.н., доцент*

ОБЗОР РЫНКА СТРАХОВАНИЯ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Несмотря на многочисленные вызовы, российский рынок страхования по итогам 2022 года показал незначительный рост – плюс 0,5% к 2021 году. При этом на протяжении года динамика менялась. Так, например, во 2 квартале наблюдалось существенное падение сборов, а в 4 квартале страховым компаниям удалось их нарастить на 8,1% по сравнению с 2021 годом.

Продажи полисов КАСКО выросли в России за 2022 год в три раза. По итогам 2022 года было оформлено 6 млн договоров. Это на 600 тысяч больше, чем годом ранее. При этом в 2021 году число полисов увеличилось только на 182 тысячи.

Рост числа договоров КАСКО связан с резким подорожанием автомобилей и запчастей к ним. Это может быть связано и с тем, что выросли кражи автозапчастей и угон автомобилей. Росгосстрах сообщил о всплеске числа краж автозапчастей в 2022 году почти в 1,5 раза [2]. В первую очередь, речь шла о хищении легкоъемных деталей: зеркал, фар, запасных колес, колпаков и других. В результате теперь даже владельцы подержанных машин, которые обычно раньше не использовали КАСКО, покупают такие полисы.

Рост продаж КАСКО стал снижать продажи полисов ОСАГО. Отказников от обязательного страхования в прошлом году в стране стало почти на 2 млн больше. Увеличение спроса на КАСКО привело к уменьшению средней цены полиса. Страховщики предлагают усеченный вариант страхования. В результате стоимость полисов КАСКО и ОСАГО сближается. Цена полиса КАСКО в среднем по стране уменьшилась на 3,5% по сравнению с 2021 годом, почти до 37 тыс. руб. Стоимость полиса ОСАГО на 2022 год составила от 1646 до 7535 руб. [3].

На данный момент в Челябинской области работает 45 страховых компаний, из них в тройку лучших входит АльфаСтрахование, Газпром страхование и Ингосстрах [1]. Средняя цена на полис КАСКО в Челябинской области в прошлом году снизилась сразу на 36%, до 17,5 тыс. руб. Параллельно с этим растет стоимость полиса ОСАГО. В Челябинской области страховой рынок становится более востребованным. По итогам 2022 года в Челябинской области вырос спрос на КАСКО, но при этом растет стоимость ОСАГО.

В 2021 году в Челябинске отозвали лицензию у крупной страховой компании «АСКО-Страхование» [4]. Причиной назвали несоответствие размеров собственного капитала новым, повышенным нормативам Центрального Банка, из-за чего видели возможность банкротства и риски нестабильности для всего рынка. В компанию была назначена временная администрация – Агентство по страхованию вкладов; по итогам ее работы,

представленным в середине марта 2022 года, признаков банкротства обнаружено не было. Тем не менее, вернуться к прежнему формату работы в виде самостоятельного предоставления страховых услуг компании не разрешили. «АСКО-Страхование» стало генеральным партнером ГСК «Югория», фактически являясь агентом-посредником сторонней организации. Временная администрация компании «АСКО-Страхование» прекратила работу с 14 марта 2022 года. Теперь страховщик будет самостоятельно рассчитываться с кредиторами, за исключением компенсаций по ОСАГО.

В заключение можно отметить, что в целом рынок страхования в Челябинской области на 2022 год показывал хорошую динамику продаж по сравнению с 2021 годом.

Список использованных источников:

1. Рейтинг страховых компаний Челябинской области – https://chel.dk.ru/wiki/rejting-strakhovykh-kompaniy_
2. В России в полтора раза чаще стали воровать запчасти – <https://oboz.info/v-rossii-v-poltora-raza-chashhe-stali-vorovat-zapchasti/>
3. Темпы продаж полисов КАСКО выросли в три раза за прошлый год – https://b-port.com/news/278410_
4. Центробанк отозвал лицензию у компании «АСКО-Страхование» – <https://74.ru/text/economics/2021/12/03/70292798/>.

В.В. Терентьев
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Ю.Н. Кулакова, д.э.н., доцент

ВНЕДРЕНИЕ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПАО «ЧМК»

Бережливое производство – это концепция управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь, технология постоянного снижения издержек, повышения производительности труда и активного вовлечения сотрудников в процесс преобразования предприятия [1].

Челябинский Metallургический комбинат (ПАО «ЧМК») с 2021 года начал внедрение системы бережливого производства, целью которой является изменение производственного процесса таким образом, чтобы максимально устранить все виды потерь, вовлечь в процесс улучшений каждого сотрудника и увеличить объем производства металлопродукции.

Проект предполагает интегрирование в производственные процессы инструментов бережливого производства: системы 5С по организации и рационализации рабочего места, методик улучшения, быстрой переналадки, всеобщего обслуживания оборудования, картирования и анализа производства.

Пилотным объектом для внедрения системы бережливого производства стал участок машины непрерывного литья заготовки №5 (МНЛЗ-5) в кислородно-конвертерном цехе. На начальном этапе провели диагностику производственной системы и ее анализ, позволивший понять, как рационально использовать все ресурсы агрегата. На основе собранной информации составили дорожную карту и выполнили картирование – графическое представление потока производственного процесса. На участке создали информационный стенд для эффективного обмена информацией между сотрудниками, разработали чек-листы по обходам. Провели аудит рабочих зон по системе 5С, уделив особое внимание удобному расположению инструментов сотрудника [2]. Система сразу показала положительные результаты: снизился

простой оборудования с 5,3% до 4,8%, стали более эффективно использоваться человеческие и материальные ресурсы. Из 66 предложений по улучшению производственного процесса 42 уже внедрены, 24 – в процессе внедрения, экономический эффект от уменьшения простоев составил 43327 руб., повысилось качество продукции [3]. В результате было принято решение применять систему бережливого производства на других производственных объектах ПАО «ЧМК».

К 2023 году бережливое производство внедрили в прокатных цехах №3, №4, в цехе ремонта механооборудования (ЦРМО). В прокатном цехе №3 объектом внедрения стал универсальный рельсобалочный стан, в прокатном цехе №4 – стан 2300/1700, в ЦРМО – участок ремонта кристаллизаторов МНЛЗ-5. Каждый проект составлялся на основе производственного анализа, в ходе которого были выявлены уязвимые места подразделений, на каждую проблему был составлен паспорт ее решения. Большая часть мероприятий не требует вложений, так как потери обычно носят организационный характер [3].

Сейчас инструменты бережливого производства внедряются во многих подразделениях в той или иной степени, есть планы по их масштабированию. Кроме того, на комбинате существует система подачи предложений по улучшениям. Она напрямую влияет на снижение потерь и оптимизацию процессов, ведь именно работники, как никто другой, знают слабые стороны своего оборудования. За 2022 год было внесено около 450 предложений, подавляющая их часть внедрена или находится на стадии рассмотрения. В планах дальнейшее развитие этого направления.

Список использованных источников:

1. Бережливое производство как инструмент повышения производительности труда //lean-kaizen.ru [Электронный ресурс]. – <https://lean-kaizen.ru/berezhlivoe-proizvodstvo-kak-instrument-povysheniya-proizvoditelnosti-truda.html>.

2. ЧМК внедряет бережливые технологии на производстве //mechel.ru [Электронный ресурс]. – https://www.mechel.ru/press/news/chmk-vnedryaet-berezhlivye-tekhnologii-na-proizvodstve/?sphrase_id=1924693.

3. Моисеенко, М. Итоги подведены, планы намечены/ М. Моисеенко // Челябинский металлург, №4 от 03.02.2023.

*Н.Р. Федотова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТuСО», г. Челябинск
Научный руководитель – И.Д. Голышев, к.э.н., доцент*

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЛУЖБЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ

Цель кадровой политики бюджетного учреждения имеет отличие от целей кадровой политики организаций других организационно-правовых форм. Она заключается в достижении следующих результатов:

- обеспечение баланса процессов обновления и сохранения численного и качественного состава кадров;
- создание сплоченных, ответственных и высоко квалифицированных коллективов.

Основные задачи кадровой деятельности бюджетного учреждения направлены на постоянное совершенствование организации обслуживания населения, систематическое повышение квалификации всех специалистов, использование современных технологий, осуществление обмена опытом работы и его распространение среди коллег. Работа службы персонала бюджетных учреждений, в основном, сводится к административным функциям: ведение штатного расписания, прием, увольнение, перевод работников, соблюдение трудового законодательства.

Часто служба персонала бюджетного учреждения работает в режиме «нон-стоп» при закрытии «горящих» вакансий. Это связано с тем, что молодежь неохотно идет работать в бюджетные учреждения, поскольку престижность работы в бюджетной сфере сейчас крайне невысока. Соответственно, на низкоквалифицированную и низкооплачиваемую работу в большинство

бюджетных учреждений трудоустраиваются граждане пенсионного возраста, что влечет наличие большого количества дней нетрудоспособности работников. Вследствие этого и возникает непредвиденное и непланируемое количество вновь открываемых вакансий.

Рост текучести персонала бюджетного учреждения связан, прежде всего, с его возрастными особенностями. Работники пенсионного возраста вправе увольняться, не предупреждая работодателя об увольнении за две недели, в отличие от работников других возрастных категорий. Часто сотрудники пенсионного возраста увольняются по собственному желанию в течение одного дня.

Предотвращение увольнения работников по собственному желанию обеспечивается выявлением их трудовой мотивации, а также созданием привлекательных условий прохождения адаптации вновь принятых работников (особенно в первые шесть месяцев их работы). Мероприятия, проводимые при адаптации персонала, дают возможность снизить затраты на подбор персонала, минимизировать текучесть кадров.

Известно, что стабильный состав персонала формирует сплоченный и эффективный трудовой коллектив. Принцип сплоченности коллектива и организации базируется на регулярном и своевременном информировании сотрудников о состоянии дел в компании, целях, задачах, неудачах и ее успехах. Это способствует развитию у персонала чувства вовлеченности в процесс достижения глобальных целей организации, чувства сопричастности делам учреждения.

В отличие от коммерческих организаций, бюджетные учреждения не могут себе позволить включить в штат сотрудника, отвечающего за адаптацию новичков, введения их в должность, организацию обратной связи от линейного руководителя об особенностях прохождения испытательного срока вновь принятых сотрудников.

Таким образом, основные усилия кадровых служб в современных бюджетных организациях направлены на решение проблем привлечения и закрепления молодых кадров и укрепления сплоченности трудовых коллективов.

С.А. Шаповалов
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ПЛАНИРОВАНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА ПРОЕКТА «ПРОГРАММИРОВАНИЕ ФРИЛАНС»

В наши дни трудно представить компанию, не представленную в Интернете. Веб-сайт – элемент цепочки коммуникаций с потребителем, который напрямую или косвенно влияет на выручку компании. Именно поэтому компании вкладывают средства в разработку сайтов и их поддержку.

В разработанном нами бизнес-плане описана технология программирования фриланс, основные продукты которого – разработка сайтов и поддержка готовых проектов.

Услугами фриланс программирования может воспользоваться предприятие из любой отрасли: мелкая, средняя или крупная фирма, которой требуется обновить устаревший сайт, или стартап, исследующий рынок.

Клиентами могут быть зарубежные заказчики, но для этого потребуются знание английского языка и специфики привлечения трафика контекстной рекламой и SEO-оптимизацией.

В настоящий момент времени запросы на создание сайтов или их поддержание являются постоянно востребованной услугой.

На рынке данного вида услуг в г. Челябинск конкуренты представлены не менее, чем 20 организациями. Наиболее известные из них: «Студия сайтов», «174web», «Дэкстра», «Дексис», «Изюмно», «Intec» и многие другие.

В качестве основных видов услуг, предусмотренных проектом, выделим:

1. Приветственная страница. Цена – 15000 руб., срок 1 неделя.

Приветственная страница или «страница-заглушка» нужна перед открытием основного сайта проекта или в первые месяцы работы компании. Страница расскажет посетителям о проекте и дате полноценного запуска. Форма подписки поможет собрать адреса или телефоны заинтересованных посетителей, чтобы напрямую рассказать им об открытии основного сайта, вовремя сообщить об акциях и скидках. Приветственная страница – хороший способ собрать базу потенциальных клиентов ещё до запуска основного проекта.

2. Разработка корпоративного сайта. Цена – 25000 руб., срок 2 недели (при условии, что работать нужно не менее 8 часов в день).

Если для проекта надо структурировать большую базу данных и внедрить сложные функции, то необходимо разработать полноценный сайт на собственной системе управления с любыми заданными функциями и дизайном. Система управления подбирается под конкретный проект.

3. Разработка программ. Цена в диапазоне 4000 руб., сроки в районе недели (при условии, что программа создана исключительно для компании, а не для общего пользования).

Именно параметры цены услуг и сроков их исполнения оказывают прямое влияние на планирование объемов продаж и являются ограничивающим объемом деятельности фактором.

Цена ограничивается средним уровнем на услуги конкурентов. Время выполнения услуг – количеством исполнителей, предусмотренных проектом.

При увеличении количества заказов, может быть запланирована субподрядная схема выполнения заказов, что увеличит как количество трудочасов, так и объем продаж, а, следовательно, выручку и прибыль проекта.

МЕТОДЫ ГЕНЕРАЦИИ БИЗНЕС-ИДЕЙ

Разработке бизнес-проекта предшествует анализ ситуации на территории ведения бизнеса, рынке товаров, в среде конкурентов. Результаты анализа обрабатываются в том числе и экспертными методами, к которым относят методы генерации бизнес-идей:

1. Мозговой штурм – это то, что практикуется во многих успешных компаниях. Основная идея состоит в том, что участники мозгового штурма обсуждают поставленный вопрос. Каждый предлагает свое решение поставленного вопроса. Идеи должны быть разные, желательно высказывать все, что приходит в голову, не бояться. Даже если решение кажется фантастическим, его необходимо озвучить. Далее, самые лучшие идеи необходимо записать и уже более детально обговорить.

2. Метод «шести шляп». В ходе творческого процесса человек поочередно должен надеть шесть разных шляп. У каждой свой определенный цвет, который отвечает за ту или иную функцию. Так, надев белую шляпу, участник беспристрастно проверяет все цифры и факты. Черную – необходимо найти все негативные черты и риски данного бизнеса. Надевая желтую, участник должен проанализировать все плюсы данного бизнеса. В зеленой – сгенерировать еще больше новых идей развития проекта, а в красной – может себе позволить эмоционально высказываться по поводу представленной идеи. В последней, синей шляпе, участник должен подвести итоги всей проделанной работы. Очень интересный метод, который превращается в игру, но тем самым, способен невероятным образом стимулировать процесс мышления и увеличивать возможность генерировать новые бизнес-идеи.

3. Метод «ментальных карт». Основная идея заключается в том, что весь процесс мышления и креатива тесно связан с памятью человека. Именно ее нужно развивать, стимулировать, стараться как-то взбудоражить. Берется

большой лист бумаги формата А1, в центре фиксируется идея, от которой необходимо отталкиваться, а далее постепенно рисуются ветви, на которых записываются все возникающие ассоциации. Таким образом, получается своеобразная карта, состоящая из множества ассоциаций, связанных между собой ключевой идеей. Это позволяет включить креативный процесс мышления, создать целую сетку ассоциативных понятий, из которых можно вывести новые интересные идеи.

4. Метод фокальных объектов призван объединить признаки разных объектов в одном целом, и за счет этого вывести новый объект. Например, за основу берем празднование Нового Года. Ассоциаций много и у каждого они будут свои, но у меня сразу в голову приходят мандарины, елка, бенгальские огни и свечи, которые родители ставили на стол. Идея такова, что можно в воск свечи добавить перетертые бенгальские огни, и мы получили интересную свечу, которая будет искриться.

5. Метод непрямых стратегий. Суть в том, что вы даете определенные инструкции самому себе, но предварительно не знаете, что должны будете выполнить и куда приведет результат выполнения того или иного указания. Раньше для этого использовались специальные карты, на которых писали команды типа «спроси свое тело», «отбрось обычные инструменты», «сделай это наоборот». В наше время, достаточно зайти на сайт futura.ru/Oblique.htm и вы найдете генератор случайных указаний.

6. Метод «автобус, кровать, ванная». Данный метод основывается на том, что идеи приходят к нам всегда и в различных местах. Как правило, самые интересные идеи застают нас врасплох, например, в 3 часа ночи, или в обеденный перерыв. Озарение приходит спонтанно, но вы должны быть к этому готовы. Носите с собой ручку и блокнот, записывайте все, что кажется интересным.

Итак, новые бизнес-идеи генерировать не так уж и сложно. Другой вопрос в том, что любая идея должна быть подобающим образом реализована, чтоб превратиться из концепции в стоящее дело.

С.Д. Ярославцев
МБОУ СОШ №121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА

Планирование производственной программы является одним из важных этапов при составлении бизнес-плана. Эта программа определяет технологию производства, необходимые ресурсы и соответствующую логистику.

Для начала необходимо определить продукцию, которую вы будете производить. Также следует учесть прибыльность данного продукта, анализируя конкурентов и рынок в целом. Кроме того, необходимо учитывать сезонность предложения и спроса на товар.

Важный шаг в планировании производственной программы – определение технологических процессов и необходимых этапов производства. Нужно учитывать процессы формирования ценности продукта и определить место каждого этапа в целом процессе производства.

Следующим шагом является определение потребностей в рабочей силе и материалах на каждом этапе производственного процесса. Также необходимо учитывать, достаточно ли ресурсов и квалификации у вашего персонала, чтобы выполнить нужные задачи во время производства продукта.

Кроме этого, при составлении производственной программы нужно учитывать логистику. Это включает в себя определение оптимального автопарка, регулярность поставок, а также процессы управления складами и предоставления услуг доставки.

Важно также учитывать резервы в производственной программе. Это означает, что должны быть готовы к возможным изменениям потребностей в ресурсах, а также приспособлении к изменениям спроса на продукцию.

И наконец, необходимо провести анализ финансовых рисков, связанных с планированием производственной программы. Чтобы предотвратить возможные непредвиденные затраты, нужно учитывать все возможные риски и иметь запасы на возможные непредвиденные затраты.

Таким образом, планирование производственной программы при составлении бизнес-плана является критическим шагом для того, чтобы успешно реализовать цели производственного процесса. Этот план учитывает все необходимые этапы производства и ресурсы, необходимые для выполнения каждого этапа, улучшает эффективность объединений производственных ресурсов и оптимизирует процессы, чтобы производить качественный продукт с максимальной прибыльностью.

РАЗДЕЛ V. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

М. Агапеева
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ЧТО ТАКОЕ БРЕНД ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА «ВКУСНО – И ТОЧКА»)

Бренд – это имя, термин, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного производителя или группы производителей, а также отличия их товаров и услуг от товаров и услуг конкурентов. Структура бренда – это сочетание материализованных и не овеществлённых составляющих.

В своем исследовании мы изучили специфику материальных составляющих бренда на примере сети ресторанов быстрого питания, созданной на базе сети McDonald's – «Вкусно – и точка»:

Название или зарегистрированное торговое имя, нейминг, название: «Вкусно – и точка».

Логотип, эмблема: «две палочки картошки-фри жёлтого цвета и бургер – жёлто-оранжевого». Зелёный фон «символизирует качество продукции и обслуживания, к которому привыкли гости».

Фирменный стиль – цвета, стиль шрифта, спецодежда с логотипом и прочее. Цвета: желтый, оранжевый, красный, зеленый. Спецодежда с логотипом: рубашки с коротким рукавом в светлых тонах с эмблемой заведения на груди, однотонные темные фартуки, головные уборы: козырек, шапочка; перчатки, темные однотонные брюки.

Фотографии, графика и иллюстрации: фотографии блюд выполнены на белом фоне, блюда представлены в готовом виде, и именно данные продукты продаются в сети ресторанов быстрого питания.

Слоган: «Название меняется, любовь остаётся».

Сайт и его дизайнерское оформление. Главный сайт сети ресторанов быстрого питания «Вкусно – и точка» выполнен с учетом фирменных цветов и дизайна. На главной странице сайта можно сразу заметить традиционные цвета компании, логотип и рекламу акций, которые проходят в настоящее время. Кроме того, на основной странице вверху расположены разделы, такие как: меню, акции, новинки, новости и различные другие полезные разделы. Официальное мобильное приложение выглядит аналогично официальному сайту и выполняет те же функции.

Правила поведения и корпоративная культура: в разделе «О нас» на официальном сайте представлены основные управляющие сетью ресторанов. Фотографии выполнены профессиональным фотографом, в едином деловом стиле. При трудоустройстве в компанию сотрудник сразу вовлекается в мероприятия, связанные с формированием корпоративной культуры: бесплатное обучение, питание, стильная униформа, программы личного и профессионального развития.

Применительно к клиентам корпоративная культура проявляется в правилах посещения и поведения в заведении. Так не разрешены: вход с домашними питомцами, фото- и видеосъемка, использование электрических розеток, создание помех и неудобств другим посетителям, перекрытие доступа к прилавку, нецензурная лексика, совершение любых действий оскорбительного характера по отношению к работникам предприятия и другим посетителям.

Лицом рекламной кампании «Вкусно – и точка» стал Шеф-повар Константин Ивлев.

Тактильные составляющие – материалы, которые используются в производстве, упаковка, специфические ароматы. Упаковка выполнена в фирменных цветах бренда, в ресторанах быстрого питания соблюдается порядок, чистота, фоном используется спокойная или динамичная (в случае большого наплыва клиентов) музыка.

Материальные составляющие бренда «Вкусно – и точка» близки детям, молодежи, людям зрелого возраста, что позволяет эффективно использовать бренд для увеличения объемов продаж и финансовых результатов.

Е.С. Азарова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – А.Г. Епифанова, доцент

ВЛИЯНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ГОРОД И ЕГО ЖИТЕЛЕЙ

Многих восхищают фотографии старых городов, их дизайнерские решения, но почему, выходя в современную версию этого же города, у людей это не вызывает таких же эмоций? Всё очень просто. На исторических фотографиях всё ещё сохранились те прекрасные архитектурные сооружения в своём первозданном виде, которые сегодня невозможно разглядеть среди «визуального» шума, вызванного большим количеством наружной рекламы. Некоторые могут задаться вопросом: «Что плохого в обилии цветной рекламы, ведь без неё город станет совсем серым и скучным?», но город не станет пустым без рекламы, если позаботиться о его состоянии и удобстве для людей. Реклама же создаёт множество проблем для самих жителей, обезличивает город, скрывая все его архитектурные замыслы. И чтобы не допустить этого, был придуман дизайн-код.

Дизайн-код – это свод правил и рекомендаций, которые формируют стилистически единую городскую среду с учётом её национальных особенностей. Это решение является единственным шансом остановить безграничное «размножение» рекламных баннеров и создать единый стиль для каждого города.

Чтобы понять, насколько важно для городов России иметь чёткие ограничения, достаточно провести социальный эксперимент, который был организован на одной из улиц Вены австрийскими художниками Кристофером Штайнбреном и Райнером Демпфом. В качестве эксперимента они заклеили

всю рекламу, включая вывески и указатели, жёлтой плёнкой. Такая акция наглядно показывает, насколько много визуального шума ежедневно встречается нам в повседневной жизни.

Однако испорченный внешний вид города не единственная проблема, к которой приводит обилие наружной рекламы. Не маловажным фактором является вызываемое негативное влияние на человека. По мнению большинства психологов, яркие плакаты рассеивают внимание пешеходов и автомобилистов, что нередко провоцирует ДТП. Ежедневно находясь в городском пространстве, человеку приходится сталкиваться с множеством зрительных объектов, это не может не сказываться на психическом и физическом состоянии, в связи с этим у человека развивается усталость от «визуального шума» и появляется «синдром большого города». Поэтому можно сказать, что наряду с загрязнением окружающей среды, визуальная загруженность городов является экологическим фактором, с которым нужно бороться.

Одним из способов борьбы с визуальным шумом может стать альтернативная реклама, которая включает в себя: арт-объекты, благоустройство города и таргетированная реклама. Если с таргетированной рекламой всё понятно, то другие два варианта стоит разобрать более подробно.

Начнем с благоустройства, этот способ рекламы позволяет размещать рекламу на очень людных местах, взамен на внесение своего вклада в городскую среду, в виде установки скамеек, досок информации, указателей и так далее [1].

Интересным способом рекламы могут стать арт-объекты. Такой способ рекламы способствует узнаваемости продукта. Арт-объекты могут стать достопримечательностями, возле которых люди будут назначать встречи и устраивать фотосессии, что, несомненно, станет плюсом для компании.

Таким образом, ответственный подход к созданию корректно-спроектированной наружной рекламы, дает возможность воздействовать на потенциального клиента косвенно, без активного визуального взаимодействия.

Список использованных источников:

1. Галеева, Т. А. Современное искусство Екатеринбурга : учебно-методическое пособие / Т. А. Галеева. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. – 76 с.

Е. Белоусова
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЛИЧНОСТИ

Актуальность выбранной темы состоит в том, что изучение характеристик и типа личности человека необходимо для объяснения процессов принятия тех или иных решений в различных жизненных ситуациях.

К настоящему времени известны следующие подходы к изучению личности.

1. Психодинамический подход к изучению личности (Зигмунд Фрейд): настоящие направляющие и движущие процессы нашей душевной жизни – бессознательны, скрыты от нас самих. Ставится под сомнение способность понимать причины и мотивы нашего поведения.

2. Психоаналитический подход (Зигмунд Фрейд) базируется на идее того, что наша личность формируется в результате взаимодействия нашего сознания (Эго – «я» – действует по принципу – «реальность»), бессознательного (Ид – «оно» – действует по принципу «удовольствия) и внешней среды (Суперэго – «сверх-я» – внутриличностная совесть, моральная цензура). Психоаналитики считают, что детство является критическим периодом для формирования личности и, что наши детские воспоминания и опыт могут оказывать влияние на нашу личность и поведение во взрослой жизни.

3. Гуманистический подход к изучению личности (А. Маслоу, К. Роджерс): сосредоточен на том, что человек может самостоятельно решать свои проблемы и развиваться.

4. Когнитивный (поведенческий) подход к изучению личности (А. Бандура) предполагает, что личность формируется на основе взаимодействия

между внутренними психическими процессами, такими как восприятие, мышление, внимание и память, и внешней средой. В этом подходе личность рассматривается как набор когнитивных структур и процессов, которые отвечают за восприятие, обработку и хранение информации о себе и окружающем мире, а также за формирование и контроль поведения.

5. Деятельностный подход к изучению личности: личность формируется в процессе ее взаимодействия с окружающей средой через различные виды деятельности.

6. Диспозиционный подход к изучению личности: личность формируется в результате взаимодействия врожденных (генетических) и приобретенных (накопленных в течение жизни) особенностей индивидуального развития, таких как темперамент, характер, свойства личности и т.д.

Таким образом, личность является сложным и многогранным понятием, которое изучается в рамках разных научных дисциплин, таких как: психология, философия, социология, биология и так далее.

Существуют разные подходы к изучению личности, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Например, когнитивный подход позволяет более глубоко понять процессы формирования личности и помогает разработать эффективные методы личностной коррекции, но он ограничен в своей возможности рассмотреть сложные процессы, а психодинамический подход допускает, что какие-то наши действия вообще не могут получить простых объяснений. Изучение личности имеет практическое значение во многих областях, таких как психотерапия, подбор персонала, образование, маркетинг, управление и т.д. Несмотря на значительные успехи в изучении личности, эта область все еще остается предметом научных дискуссий и споров, и новые подходы и методы постоянно появляются и развиваются. Таким образом, изучение личности остается актуальной и важной областью, и понимание основных подходов и методов этого изучения может быть полезным для разных сфер жизни и деятельности.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ, ОСНОВАННЫХ НА СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ ИНДИВИДА И ПОТРЕБИТЕЛЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЯХ

Актуальность темы заключается в том, что инструменты и задачи поведенческого маркетинга дают возможность бизнесу распознавать и идентифицировать намерения клиентов.

Поведенческий маркетинг – это комплекс действий, направленных на продвижение и продажу продуктов бренда с помощью рекламы на сайте, в e-mail рассылках, социальных сетях, чат-ботах и так далее.

Эти маркетинговые каналы предоставляют разные инструменты для использования моделей поведения клиентов и достижения поставленных целей.

Инструменты поведенческого маркетинга: позволяют настроить рекламу для целевой аудитории, помогают привлечь больше потенциальных клиентов, увеличивают продажи, помогают установить взаимоотношения с целевой аудиторией.

Поведенческий маркетинг эффективно работает тогда, когда объединены следующие три этапа деятельности: 1) сбор и анализ данных; 2) сегментация аудитории; 3) использование полученной информации.

Есть масса простых, но одновременно эффективных практик, которые могут применить на практике все ритейлеры. Практические советы для оптимизации процесса ценообразования включают:

«Правило трех». Всегда лучше предлагать по меньшей мере три варианта покупателям. Можно назвать эту модель «хороший – лучший – самый лучший». Но надо убедиться, что клиенты могут выбрать ту альтернативу, которая им по душе.

«Подталкивание по умолчанию». Предложение клиентам альтернатив усложняет их выбор. В большинстве случаев, это может означать купить

лучшее или самое лучшее. Но оформление ценников словами «лучшая цена», «лучшее предложение» и т.п. – хороший пример того, как на практике можно подтолкнуть клиента к покупке.

«Ценовые пороги» – это особые невидимые зоны, которые означают предельную цену, которую готов заплатить покупатель. Например, большинство покупателей в Европе готовы купить среднюю шоколадку менее чем за 1 евро. И как только стоимость шоколадки превышает 1 евро, желание ее купить мгновенно падает. Знать такие ценовые пороги очень важно для повышения прибыли, но при этом удерживая лояльность покупателей.

«Ценовые якоря». Пример Apple с новым телефоном по необоснованно высокой цене, которая была снижена сразу после выпуска его на рынок, является хорошим примером работы ценового якоря. Зачеркните предыдущую цену и напишите более привлекательную, и вы увидите, как мощно работают ценовые якоря.

«Эффект подарка». Отличной мотивацией для покупателя является получение чего-то сверх купленного. Карта лояльности, возможность вернуть или поменять товар, и другие услуги создают дополнительную ценность, которая так привлекательна для клиентов.

Это базовые практики, которые могут служить хорошей стартовой площадкой для ритейлера, который хочет оптимизировать свое ценообразование.

Поведенческий маркетинг уже длительное время используется, как и в больших корпорациях с миллиардными оборотами, так и в относительно небольших предприятиях.

Таким образом, поведенческий маркетинг позволяет организациям увеличить объем продаж, получить больше прибыли, уменьшить нерациональные расходы, а иногда спасает компании от банкротства.

ВЛИЯНИЕ АРХИТЕКТУРЫ ВЫБОРА НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕМ

Часто рядовой потребитель не догадывается, что его выбор предопределен маркетологами и специалистами по поведенческой экономике. Архитектура выбора – это разработка различных способов предоставления выбора индивиду, с помощью которых можно повлиять на его решение.

Целью исследования было изучение различных подходов к формированию архитектуры выбора.

Архитектура выбора – это разработка различных способов предоставления выбора индивиду, с помощью которых можно повлиять на его решение. Термин «Архитектура выбора» был первоначально введен Ричардом Талером и Кассом Санстейном в их книге 2008 года «Nudge. Архитектура выбора». Архитекторы выбора могут влиять на поведение людей с целью оздоровления, улучшения и продления жизни. С помощью различных аспектов специалисты подталкивают людей к эффективному выбору, не запрещая ничего и не внося заметных изменений в их экономические привычки. Инструменты:

- Количество альтернатив;
- Выбор по умолчанию;
- Выбор с течением времени;
- Параметры секционирования;
- Избыток характеристик.

Помимо представленных инструментов архитектуры выбора, на него оказывают влияние:

1. Взаимное расположение вариантов, например, расположение блюд в школьных столовых, может подтолкнуть школьников к выбору здоровой пищи вместо фастфуда.

2. Презумпция согласия – часто мы выбираем не более выгодный вариант, а более простой, требующий наименьшего количества действий.

3. Стадный инстинкт существует и работает – мы склонны учиться у других и повторять за ними.

5. Озвученный выбор имеет больший вес – измеряя намерения людей, можно повлиять на их поступки. Если задать людям вопрос об их намерениях, они с большей вероятностью поступят в соответствии со своим ответом.

6. Контекст и «малозначительные» атрибуты обуславливают выбор: люди склонны поддаваться импульсам, вызванным второстепенными и вроде бы не имеющими отношения к делу атрибутами.

7. Мы склонны доверять подсознательным сигналам больше, чем опыту.

8. Самостоятельный выбор – это не всегда хорошо, так как абсолютная вседозволенность и многообразие выбора может ввести любого человека в заблуждение.

Итак, совокупность альтернатив выбора, согласно теории, называется «архитектурой» альтернатив выбора. Соответственно «архитектор» – это человек (в данном случае лидер или менеджер), который применяет методы ТМП – теории мягкого подталкивания с целью изменения поведения как отдельного человека, так и целой группы людей. Этот термин делает акцент на то, что возможность воздействия на поведение определяется определенным набором выборов, который будет стимулировать людей к принятию решения. Основным показателем, определяющим успех ТМП является отношение людей к «архитектору» выбора.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ, ОСНОВАННЫЕ НА СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ ИНДИВИДА И ПОТРЕБИТЕЛЯ

Социальная психология – это раздел психологии, занимающейся изучением закономерностей поведения и деятельности людей. В дальнейшем из социальной психологии развилась психология потребительского поведения, которая нацелена на изучение закономерностей социального поведения и деятельности людей в ситуациях приобретения и использования товаров, услуг, идей и способов действий, а также в процессе распоряжения ими.

Ключевую роль в психологии потребительского поведения играет эффект социального подтверждения. Социальное подтверждение – это психологическое явление, происходящее, когда некоторые люди не могут определить предпочтительный способ поведения в сложных ситуациях. Предполагая, что окружающие лучше знакомы с ситуацией, такие люди считают их поведение предпочтительным. Социальное подтверждение может применяться к товарам и интенсивно используется в маркетинге и продажах. В качестве примера можно привести искусственную очередь в ночные клубы, пропуск людей становится дольше и из-за этого люди думают: «Раз такая большая очередь – значит место хорошее!»

Эффект «стадного» поведения также является объектом изучения в социальной психологии. Основой этого эффекта является толпа. Толпа – это не организованное, хаотичное скопление людей. Она возникает «на эмоциях» при привлечении внимания к какому-либо событию. Это психический паттерн, заставляющий человека выбирать модели поведения большинства, когда он не может объективно оценить ситуацию. Эффектом «стадного» поведения называют склонность людей делать что-либо (например, совершать покупки в определенном магазине), потому что другие поступают точно так же.

Особенно активно используемым в маркетинге и продажах, изучаемым в психологии потребителя является «эффект взаимности». Он сводится к одному простому утверждению: после получения подарка или оказания любезности люди испытывают чувство долга.

Примером являются чаевые официантам. По результатам исследований и экспериментов, проведенных в точках общественного питания, чаевые выросли на 3 процента, после того как посетителям после ужина стали дарить мятный леденец. Тем самым побуждая клиента оставить больше денег.

Методика, практикуемая владельцами магазинов на протяжении десятилетий: посетителям предлагают еду, напиток или даже небольшой сувенир, чтобы вызвать чувство долга, тем самым критично увеличив расположенность к покупке.

Бесплатная доставка также может показаться примером маркетингового хода, построенного на принципе взаимности. Бесплатный шиппинг ранее, действительно, вызывал чувство взаимности, но со временем стал широко использоваться и утратил эффективность – бесплатная доставка стала восприниматься не как подарок, а как нечто должное. Клиенты больше не испытывают чувство долга или лояльность к бизнесам, которые оплачивают шиппинг их заказа.

В заключение необходимо отметить, что за счет уловок и эффектов продавцы самых различных товаров побуждают клиента произвести непредусмотренную или даже ненужную покупку. Знание влияния данных эффектов на потребителя позволит последнему не поддаваться данным эффектам и в конечном счете – сэкономить свои денежные средства.

А.В. Ишмаев
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ, ОСНОВАННЫХ НА СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ ИНДИВИДА И ПОТРЕБИТЕЛЯ В МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЯХ

Актуальность темы заключается в том, что теория игр стала широко распространенным инструментом микроэкономического анализа, использование которого выходит далеко за традиционные рамки экономической теории. В тоже время наблюдаемые результаты реального взаимодействия индивидов зачастую показывают очевидные отклонения в поведении от прогнозируемого теорией.

Цель исследования – выявить, каким образом элементы теории игр могут быть использованы при обосновании принятия решений.

Теория игр – это раздел математической экономики, изучающий решение конфликтов между игроками и оптимальность их стратегий. Конфликт может относиться к разным областям человеческого интереса: чаще всего это экономика, социология, политология. Конфликтом является любая ситуация, в которой затронуты интересы двух и более участников, традиционно называемых игроками. Для каждого игрока существует определенный набор стратегий, которые он может применить. Пересекаясь, стратегии нескольких игроков создают определенную ситуацию, в которой каждый игрок получает определенный результат, называемый выигрышем, положительным или отрицательным. При выборе стратегии важно учитывать не только получение максимального профита для себя, но также возможные шаги противника, и их влияние на ситуацию в целом.

Основы теории игр зародились еще в 18 веке, с началом эпохи просвещения и развитием экономической теории. Впервые математические аспекты и приложения теории были изложены в классической книге 1944 года Джона фон Неймана и Оскара Моргенштерна «Теория игр и экономическое

поведение». Во второй половине 20 века начинаются попытки практического применения теории игр в экономике. В начале 50-х Джон Нэш разрабатывает методы анализа, в которых все участники или выигрывают, или терпят поражение. Эти ситуации получили названия «равновесие по Нэшу». По его теории, стороны должны использовать оптимальную стратегию, что приводит к созданию устойчивого равновесия. Игрокам выгодно сохранять это равновесие, так как любое изменение ухудшит их положение. Эти работы Нэша сделали серьезный вклад в развитие теории игр, были пересмотрены математические инструменты экономического моделирования.

Выделяют следующие основные типы игр: кооперативная и некооперативная игра, игры с нулевой суммой и с ненулевой суммой, параллельные и последовательные игры, игры с полной или неполной информацией, метаигры.

Безусловно, следует указать и на наличие определенных границ применения аналитического инструментария теории игр: 1) тот случай, когда у игроков сложились разные представления об игре, в которой они участвуют, или когда они недостаточно информированы о возможностях друг друга; 2) теорию игр трудно применять при множестве ситуаций равновесия; 3) если ситуация принятия стратегических решений очень сложна, то игроки часто не могут выбрать лучшие для себя варианты; 4) экспериментально доказано, что при расширении игры до десяти и более этапов игроки уже не в состоянии пользоваться соответствующими алгоритмами и продолжать игру с равновесными стратегиями. К сожалению, ситуации реального мира зачастую очень сложны и на столько быстро изменяются, что невозможно точно спрогнозировать, как отреагируют конкуренты на изменение тактики. Тем не менее, теория игр полезна, когда требуется определить наиболее важные и требующие учета факторы в ситуации принятия решений в условиях конкурентной борьбы.

ЛОГОТИП БРЕНДА: НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА «ТОЙОТА»

Сегодня мы все живем в мире брендов, которые окружают нас повсюду. Рассказ о шопинге и новой покупке уже невозможно себе представить без перечисления брендов, причем одного их упоминания бывает достаточно, чтобы собеседники прекрасно понимали друг друга. Скажите просто: «Я собираюсь купить часы «Tissot» – и сразу становится ясно, какой это бренд, страна производитель и примерная стоимость. («Tissot» – известная швейцарская компания-производитель, которая находится на рынке более 160 лет).

Бренды настолько сильно влились в нашу обыденную жизнь, они буквально заполнили наше пространство. Просыпаетесь вы на кровати из «Ikea», пьете кофе «Nescafe», одеваете «Levi's», «Lacoste», «Incity», «Esco», садитесь в «ТОУОТА» и едете на работу.

Бренд – это имя, термин, знак, символ, дизайн или их комбинация, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного производителя или группы производителей, а также отличия их товаров и услуг от товаров и услуг конкурентов. Влечение к бренду основывается на физиологической потребности человека. И чтобы ее удовлетворить, люди на подсознательном уровне, выбирают тот или иной продукт, который, по их мнению, является лучшим по сравнению с остальными.

К примеру, владея автомобилем «ТОУОТА», ты ощущаешь надежность, силу инженерной мысли, атмосферные двигатели выдают реальные лошадиные силы, а не надутые моторами с турбинами. Простые и интуитивно понятные органы управления, простота обслуживания и многое, многое другое дают владельцам непередаваемые положительные эмоции от общения с автомобилем, а также подчеркивают статус. Добиться лидерства позволила реклама, которая по сравнению с конкурентами, не предлагавшими ничего,

кроме обладания автомобилем, была «имиджевой» и доносила образ обладателя. Автомобили «ТОУОТА» стали неотъемлемой частью имиджа делового, солидного и успешного человека, который хочет выделиться, показать себя, заявить о своей особой позиции и повторяющей слоган: «ТОУОТА» – управляй мечтой.

Рассмотрим подробнее значение логотипа бренда «ТОУОТА»:



Красный цвет в логотипе Toyota означает энергию, страсть, азарт, а серебристый – отражает изысканность и совершенство продукции компании.

О том, что значит логотип Тойота догадываются немногие: эмблема проста в изображении, но достаточно сложна в трактовке.

Два пересекающихся внутренних овала олицетворяют связь, возникающую между сердцами клиентов и сердцем компании. Они также символизируют доброжелательные и прочные доверительные отношения. Кроме того, овалы складываются в скруглённую букву «Т» – первую букву фамилии основателя – Киитиро Тоёда.

Существует ещё одно значение: вертикальный овал – игла, полуовал – нить, продетая в её ушко (отсылка к изначальному виду деятельности: впервые о «Тойоте» стало известно в 1924 году, когда японский изобретатель Сакити Тоёда создал автоматический ткацкий станок, получивший название «Тойода». До 1929 года устройства собирались на маленьком японском конвейере, затем патент на сборку основатель продал британской компании. Вырученные средства стали первым крупным вложением в развитие производства автомобилей.). Третий овал логотипа Toyota представляет собой Землю, ведь бренд популярен во всём мире.

ВОСПРИЯТИЕ ЦЕНЫ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Различные рыночные сегменты оценивают товары по-разному. Менеджеры должны обеспечить целевые рынки товарами с нужными для них свойствами и устранить те из них, которые не создают необходимого уровня ценности. Затем они должны установить такую цену на товар, чтобы она была воспринята целевым рынком как хорошая, подходящая. Для некоторых рынков это означает надлежащее качество и низкие цены; для других рынков – превосходное обслуживание по высокой цене. Воспринятая потребителем ценность товара – производная от уровня известности и имиджа фирмы, свойств ее товара и степени соответствия им цены.

Восприятие качества потребителем определяет соответствие «цена-спрос». Цена сама может служить для многих покупателей индикатором качества. У разных сегментов потребителей различные приоритеты качественных характеристик. Устойчивое представление потребителей о повышенном качестве товара способствует созданию соответствующего имиджа фирмы, росту авторитета торговой марки и, как следствие, возможности назначать завышенную цену.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, зная степень восприятия цены своих товаров и услуг покупателями, можно принимать грамотные управленческие решения по управлению ценой, стремясь установить оптимальный баланс «цена-качество» и привлечь наибольшее количество потребителей.

Цена – это представление о ценности чего-либо. Но (это важно) ценность не присуща продукту, она может меняться.

Ценность – это то, чем мы ее воспринимаем. Как же люди воспринимают ценность? Это зависит от контекста.

Принципы поведенческого ценообразования включают:

1. Правило трех: всегда лучше предлагать по меньшей мере три варианта покупателям. Можно назвать эту модель «хороший – лучший – самый лучший». Клиенты могут выбрать ту альтернативу, которая им по душе.

2. Подталкивание по умолчанию: предлагая клиентам альтернативу, продавец не заставляет их принять конкретное решение о покупке. В большинстве случаев, это может означать купить лучшее или самое лучшее. Но оформление ценников словами «лучшая цена», «лучшее предложение» и т. п. – хороший пример того, как на практике можно подтолкнуть клиента к покупке.

3. Ценовой порог. Ценовые пороги – это особые невидимые зоны, которые означают предельную цену, которую готов заплатить покупатель. Как только стоимость товара превышает ценовой порог, желание его купить мгновенно падает. Знать такие ценовые пороги очень важно для повышения прибыли, но при этом удерживая лояльность покупателей.

4. Ценовые якоря. Установление заведомо завышенной цены – цены точки отсчета.

5. Эффект подарка. Отличной мотивацией для покупателя является получение чего-то сверх купленного. Карта лояльности, возможность вернуть или поменять товар, и другие услуги создают дополнительную ценность, которая так привлекательна для клиентов.

Вывод: для того, чтобы полностью использовать потенциал поведенческой науки в ритейле, необходимо применять автоматизированные платформы ценообразования на базе машинного обучения.

СЕНСОРНЫЙ МАРКЕТИНГ

Сенсорный маркетинг – это тип маркетинга основной задачей которого является воздействие на чувства покупателей, на их эмоциональное состояние, с целью увеличения продаж. Сенсорный маркетинг подразумевает воздействие на пять органов чувств покупателей для формирования у них положительных ассоциаций с брендом, товарами и услугами с помощью вкусовой, звуковой, зрительной, обонятельной, осязательной информации.

Цвет. Удачное цветовое оформление интерьера привлекает покупателей, создает особую атмосферу, способствует комфортному времяпрепровождению. Как показывают специальные исследования, 80% цвета и света «поглощаются» нервной системой и только 20% – зрением.

Звук. Музыка может оказать влияние на поведение покупателя. Роль слухового восприятия особо отмечается в экспериментальных исследованиях эффективности воздействия рекламных средств на аудиторию. Психологи установили, что быстрая музыка вынуждает покупателей быстрее двигаться вдоль рядов, а медленная, соответственно, способствует увеличению времени на выбор товаров. Когда звучит громкая музыка, покупатели проводят в магазине меньше времени, однако денег тратят больше.

Музыкальный слоган. Некоторые компании имеют собственный звуковой логотип и/или звуковой слоган, который становится гармоничным дополнением фирменного стиля компании и создает дополнительную эмоциональную связь с потребителями.

Словесный слоган – краткая яркая формулировка ключевого качества, определяющего привлекательность товара, а музыкальный – это тот же самый слоган, но положенный на музыку. Как отмечают специалисты в области рекламы, музыкальный слоган имеет некоторые преимущества перед словесным, а именно: музыкальная интонация делает речевую интонацию

более выразительной; запоминаемость музыкального слогана выше, чем словесного, так как звук является активным средством техники улучшения запоминания.

Музыкальный логотип – звуковая эмблема – мощный идентификатор товара или производителя. Механизм формирования такого рода отличительного знака компании довольно прост: закрепление и многократное повторение конкретного звукового сигнала за определенного типа информацией вызывает у слушателей что-то наподобие условного рефлекса. Таким образом, если на протяжении нескольких лет в различных рекламных роликах определенной компании будет появляться один и тот же мотив, то по прошествии определенного времени он приобретет статус звукового логотипа.

Рекламная песенка – многократные эксперименты доказали, что произнесенное слово воспринимается легче написанного, а произнесенное нараспев еще сильнее привлекает внимание. Большая эмоциональная выразительность рекламной песенки, легко запоминающаяся мелодия, основанная на типовых интонационных оборотах, способствуют привлечению внимания; текст песенки обыгрывает товарную категорию или марку продукта. Характер мелодии, ритм, тембровая окраска должны гармонировать с предметом рекламы, по-особому организовывать звуковое пространство.

Запах. Магазины по всему миру – от булочных и бутиков женской одежды до универмагов и магазинов мебели, даже магазины по продаже бытовой электроники – используют силу ароматов для стимулирования продаж. Запахи могут непосредственно влиять на настроение человека и изменять его, вызывая расслабление, возбуждение или усиление чувственности.

Осязание – физический контакт является важнейшей составляющей принятия решения о покупке. Именно по этой причине потерпело крах множество интернет-магазинов одежды. Ведь при покупке одежды ее необходимо почувствовать, примерить, ощутить фактуру.

Использование инструментов сенсорного маркетинга позволяет увеличить объем товарооборота при организации розничных продаж.

*А.С. Мирошниченко
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Н.Р. Бальнская, д. полит. н.*

ВЛИЯНИЕ ДЕФИЦИТА ВНИМАНИЯ НА ВОСПРИЯТИЕ РЕКЛАМЫ

Люди затрачивают огромное количество времени на просмотр быстрого контента (минутные ролики и короткие посты). Привычка ни на чем не сосредотачиваться, переключать внимание с одного на другое, оставляя его при этом рассеянным, приводит к тому, что возникают проблемы с восприятием действительно важной и нужной информации. Внимание потребителя будет сосредоточено на контенте, который не требует усидчивости и внимания к деталям.

В современном мире у многих пользователей клиповое мышление – восприятие информации короткими кусками, сменяющимися друг друга. Быстро рассеивается внимание и постоянно хочется перескакивать с одной информации на другую.

Дефицит внимания можно смело назвать приметой времени. И проблема эта имеет глобальный масштаб. Многие развлекательные интернет-ресурсы рассчитаны на людей с дефицитом внимания: исследования показывают, что современный взрослый человек в среднем способен удерживать внимание на каком-либо новом тексте около 10 секунд.

В связи с этим производители рекламы поняли, что людей привлекает короткая динамичная картинка, и на телевидение появилось много клипов и коротких роликов. Производители детских мультфильмов тоже охотно начали использовать часто сменяющиеся друг друга яркие картинки, когда заметили, что дети не отрывают глаз от телевизора во время рекламной паузы. Положение усугубилось с появлением соцсетей и коротких видео.

Из-за того, что информация стала подаваться таким образом, всё, что нас окружает, не воспринимается как одно целое и снижается понимание причинно-следственной связи. Мир воспринимается как цепочка несвязанных между собой событий.

Дефицит внимания приводит к феномену: любому человеку сегодня в один клик доступны различные бесплатные библиотеки и книги, с их помощью можно самостоятельно разобраться в интересующей проблеме. Однако большинство предпочитает пойти по простому пути, вбить в поисковик запрос и рассеянно скользить взглядом по антинаучному бреду, что может находиться на просторах интернета в статье ненадежного эксперта. Все это происходит не от недостатка интеллекта, а от слабости внимания, невозможности сосредоточиться на тексте и вникнуть в его суть. Прочитать несколько статей на английском и сделать какой-то вывод – задача, для людей с дефицитом внимания невыполнимая.

Этим пользуются издательства, выпуская бесчисленное количество псевдонаучных книг и журналов: в них масса ничем не обоснованных или устаревших сведений, но зато они будут обладать красивым дизайном. Из-за дефицита внимания пользователи могут не захотеть искать опровержение каким-либо фактам, потому что низкая концентрация внимания часто сопровождается повышенной отвлекаемостью и внушаемостью.

В интернете разные элементы пользовательского интерфейса и типы контента постоянно борются за внимание пользователя. Чтобы эффективно выполнять свои задачи, пользователи научились обращать внимание только на полезные элементы (панель навигации, строка поиска, заголовки) и игнорировать те блоки, которые обычно не содержат полезной информации. Реклама – главный элемент этой категории. Так появляется естественная реакция психики в условиях переизбытка информации – баннерная слепота.

Баннерная слепота тесно связана с понятием селективного восприятия. Пользователь обращает внимание только на определённый набор сигналов –

как правило, связанных с целью, которую он преследует. Это происходит потому, что возможности нашего внимания ограничены. Наш мозг быстро научился игнорировать баннеры на бессознательном уровне. Ситуация усугубляется тем, что очень часто рекламные объявления располагаются в «слепых» зонах страницы (например, сверху или снизу страницы).

*А.Д. Никифоров
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент*

МАТЕРИАЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ БРЕНДА НА ПРИМЕРЕ БРЕНДА «NIKE»

В сознание современного потребителя плотно вошло понятие бренд. При этом потребитель даже не отдает себе отчета в том, насколько огромно это влияние. Выбор товара совершается на подсознательном уровне. В 90% случаев потребитель выбирает неосознанно. Бренды все больше овладевают подсознанием людей, формируя определенный стиль жизни. Потребители становятся частью бренд-общества.

Актуальность выбранной мною темы заключается в том, что за последнее время с развитием рыночной экономики, одним из основных принципов функционирования новых фирм становится отход от традиционного маркетинга, который основан на рассмотрении запросов нескольких групп потребителей. Создание эффективного бренда стимулирует выпуск товаров на рынок, а также максимизирует прибыль, что, таким образом, делает рассмотрение понятия «бренд» важным в экономике.

В качестве бренда, который мы исследуем, выбран бренд «Nike».

Цель «Nike» – быть лидером в производстве продуктов для выявления лучших спортсменов.

Согласно девизу компании «Если у тебя есть тело, ты спортсмен». В заявлении говорится о влиянии и вкладе Nike в спортивную индустрию.

Миссия компании состоит в том, чтобы преобразовать спортивные способности и повысить их уверенность в себе, чтобы построить лучшую версию себя.

Рассмотрение материальных ценностей на примере «Nike»:

1. Название или зарегистрированное торговое имя: «Nike».
2. Логотип, эмблема:



Сегодня галочка, олицетворяющая фирму Nike, узнаваема каждым. Линия изображает крыло богини Ники, подарившей бренду название. В Древней Греции Ника символизировала победу и покровительствовала, в том числе, спортсменам. Компания начинала с создания кроссовок, а значит, целью было связать логотип с бегом, скоростью, энергией. Название «swoosh», известное теперь всему миру, передает звук при большой скорости (свист ветра).

3. Фирменный стиль: черный, белый цвета в качестве базовых, либо их использование на ярком фоне.

1) Фотографии, графика и иллюстрации: фотографии выполнены в качественной динамичной съемке, посвящены спорту.

2) Слоган: «Just do it».

3) Сайт и его дизайнерское оформление (дизайн): представлен в фирменных черно-белых цветах.

4. Корпоративная культура: проявляется в логотипе, лозунгах, способах взаимодействия с окружающей средой и т.п., в жёсткой подборке поставщиков, высоком качестве обслуживания потребителей в магазинах «Nike», в ценностях компании, разделяемых сотрудниками компании.

5. Лицо бренда Nike: Майкл Джордан, Леброн Джеймс, Андре Агасси, Мария Шарапова и другие известные спортсмены.

б. Тактильные составляющие – качественные материалы, которые используются в производстве спортивных товаров.

Материальные ценности бренда Nike разделяются большим количеством спортсменов, что делает бренд популярным как в спортивной среде, так и среди прочих клиентов.

*М.Д. Никифоров
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент*

КАК ЭФФЕКТЫ «ПО УМОЛЧАНИЮ», ФРЕЙМИНГА, ПРИМАНКИ И «ПАРАДОКС ВЫБОРА» ВЛИЯЮТ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

Актуальность темы заключается в том, что использование поведенческих эффектов в маркетинге и продажах направлено на формирование определенного выбора потребителя, что дает возможность бизнесу наращивать объемы продаж и, следовательно, финансовые результаты.

Эффект «По умолчанию» связан с психологией потребителей и означает, что в ситуации, в которой мы должны сделать выбор, гораздо более вероятно, что мы останемся с тем выбором, который отмечен прошлым опытом или выбран по умолчанию.

«Эффект фрейминга» (framingeffect, от англ. frame рамка, обрамление) – когнитивное искажение, при котором форма подачи информации влияет на ее восприятие человеком. Так, одно и то же утверждение, в зависимости от формулировки и смысловых акцентов, может быть представлено как в негативном, так и в позитивном свете, в качестве выгоды или потери.

Преодолеть «эффект фрейминга» можно, изложив суть проблемы на иностранном языке. В рамках такого подхода, несмотря на увеличение «когнитивной нагрузки», срабатывает механизм дистанцирования: эмоциональная связь с иностранным языком у людей слабее, чем с родным – это позволяет респондентам принимать менее предвзятые решения.

«Эффект приманки» срабатывает, когда вам намеренно предлагают дополнительный, чуть менее привлекательный вариант. В примере с порциями кофе средняя проигрывает по сравнению с большой и кажется дорогой, в результате вы платите больше, чем хотели бы. Исследования подтверждают: представляя варианты описанным способом, можно подтолкнуть людей к покупке определенных, зачастую более дорогих товаров.

Не все люди в одинаковой мере подвержены влиянию «эффекта приманки». Исследователи обнаружили, что степень воздействия на людей этого и других когнитивных искажений зависит от их стиля мышления. Так, при принятии решений кто-то в большей степени доверяет внутренним ощущениям, а кто-то склонен анализировать и взвешивать варианты. На «приманки» чаще попадаются те, кто привык полагаться на интуицию.

Свою лепту сюда вносят и гормоны: люди, чей уровень тестостерона выше, более импульсивны, за счет чего более чувствительны к «эффекту приманки». К слову, это еще одно свидетельство того, что историческое представление о мужчинах как о «рациональном поле» совершенно необоснованно.

«Парадокс выбора» заключается в том, что наличие слишком большого количества вариантов приводит к парадоксальному, на первый взгляд, результату: не к удовольствию от этого самого большого выбора, а к утомлению от процесса принятия решения, размышлениям о том, правилен ли был выбор и, вероятно, даже отказу от предмета выбора. «Больше не значит лучше» – так сформулировали исследователи принцип действия парадокса выбора.

Как преодолеть «Парадокс выбора»?

1. Принимайте ВАШИ решения, в соответствии с собственными ценностями и интересами, а не чужими принципами.
2. Сузьте рамки выбора и установите лимит на принятие решения, не откладывая его принятие на дни, недели и месяцы.

3. При принятии решения установите для него параметры и критерии.

4. Наличие конкретного плана действий на случай неудачи поможет избежать стрессов от неожиданного для вас поворота событий и поможет легче принять решение.

5. Не позволяйте чувству разочарования в случае неудовлетворительного решения овладевать вами, ищите возможности воспользоваться этим опытом и быть более подготовленным к принятию решений в будущем.

Д.Т. Новиков
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ТЕСТИРОВАНИЯ АССОЦИАЦИЙ С БРЕНДОМ

В повседневной жизни мы сталкиваемся с брендами на каждом шагу. Часть брендов ассоциируется у нас с хорошим качеством или доступной ценой, что вызывает положительную реакцию на рекламу данных брендов, усиливает желание совершить покупку товара данного бренда. Иные бренды, наоборот, вызывают отрицательные эмоции, и «отбивают» желание приобретать тот или иной товар.

Производитель товара – владелец бренда, прилагает немало усилий к тому, чтобы создать позитивные ассоциации со своим брендом. Для этого в рекламных кампаниях принимают участие известные люди, компании жертвуют существенные средства на благотворительность и пиарят данную информацию...

Но предварять создание и внедрение в сознание потребителя бренд-ассоциаций должен анализ текущего положения дел.

Компания – владелец бренда должна четко понимать, с чем ассоциируется ее бренд в настоящее время. Для выявления подобной информации и используются многочисленные поведенческие методы тестирования ассоциаций с брендом.

Цель исследования – изучить сущность бренд-ассоциаций и особенности поведенческих методов тестирования ассоциаций с брендом.

Бренд-ассоциации – это ассоциации бренда с качеством товаров, работ, услуг, раскрывающие ключевые черты, концепции и даже эмоции, связанные с брендом. Обычно это то, что первым приходит покупателю на ум, когда он задумывается о бренде, и это не всегда точно характеризует компанию.

Существующие методы исследования бренд-ассоциаций (БА), используемые практиками в настоящее время сгруппированы по выполняемым задачам: 1) разработка и планирование выстраивания БА; 2) выявление наличия БА у целевой аудитории; 3) анализ результативности выстраивания БА.

Разработка и планирование выстраивания бренд-ассоциаций происходит с помощью бренд-карт – инструмента, позволяющего как описать планируемые ассоциации, так и отслеживать эффективность кампаний, направленных на их выстраивание.

Выявление наличия БА у целевой аудитории осуществляется с помощью следующих методов: 1. Закрытые опросы – респонденту предлагается выбрать те слова, которые он ассоциирует с изучаемым брендом. 2. Открытые опросы – респонденту предъявляется только бренд, ассоциации с которым респонденту необходимо записать самостоятельно, без подсказок. 3. Леддеринг – специализированная методика глубинного интервью. 4. Семантические сети – методика по составлению сети ассоциаций с продуктом в схематичном виде.

Недостатками указанных методов являются: отсутствие возможности проверить, насколько достоверны полученные данные, отсутствие возможности узнать, были ли у респондента другие ассоциации с брендом, указание респондентом большего или меньшего количества ассоциаций с брендом. Как следствие, исследователь получает избыток или недостаток информации. Поэтому нередко результаты исследований не используются в разработке стратегий и бренд аудите по причине недостоверности данных или их недостатка. Однако, отсутствие проведения исследований при планировании

является одним из самых больших рисков для компаний – ошибка в позиционировании или расширения бренда может стоить бренду потери доли рынка. Поэтому разработка метода, позволяющего снизить ошибку исследования является актуальной на сегодняшний день задачей. Данная работа станет заделом нового направления исследования бренд ассоциаций с помощью подходов нейромаркетинга.

*П.В. Осокина
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – А.Г. Епифанова, доцент*

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КОМПАНИИ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

В эпоху развития бизнеса через социальные сети фирменный стиль компании должен быть специально адаптирован к цифровому миру. Ниже представлены основные тенденции фирменного стиля в этой области:

1. Онлайн-идентификация. Фирменный стиль компании должен быть сразу узнаваемым и ассоциироваться с теми ценностями, которые она обещает. С учетом того, что все больше людей используют социальные сети для поиска компаний, брендинг должен быть адаптирован для онлайн-потребителей.

2. Использование визуальных элементов. Визуальные элементы, такие как логотипы и цветовые схемы, должны быть адаптированы к формату социальных сетей. Компании должны использовать знакомые и узнаваемые элементы, чтобы помочь пользователям легко опознать бренд.

3. Оригинальный контент. Бренд должен производить качественный контент, который соответствует его ценностям и философии. Это не только помогает продвинуть бренд, но также может привести к лучшему взаимодействию с потенциальными клиентами.

4. Поддержка социальных норм. Бренд должен создавать контент, отражающий социальные нормы и ценности. Компании могут использовать

социальные сети, чтобы высказывать свое мнение по различным социальным проблемам и привлечь внимание потенциальных покупателей.

5. Интерактивность. Компании должны использовать социальные сети, чтобы взаимодействовать с потенциальными клиентами, например, путем проведения опросов и конкурсов. Это помогает измерять ваши результаты и предлагать лучший продукт.

6. Использование хештегов. Хештеги помогают в организации контента в социальных сетях. Компании могут использовать их, чтобы отметить свои посты и получить больше внимания.

В целом, фирменный стиль компании в эпоху развития бизнеса через социальные сети должен быть адаптирован к новым форматам, при этом сохранять узнаваемость и профессионализм, не нарушая своих ценностей и философии.

Список использованных источников:

1. Епифанова, А. Г. Дизайн-деятельность как социокультурная практика: репрезентация в актуальном рекламном дискурсе : монография // Челябинск : Южно-Уральский технологический университет. 2020. С.127

2. Лавреньтьев, А. Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов // Москва : Издательство Юрайт. 2022. С. 208

*Д.О. Павлова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – А.Г. Епифанова, доцент*

ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА НА РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

В 2022–2023 гг. большим приоритетом государственной политики является развитие внутреннего туризма. Особое внимание будет уделено внутреннему туризму, который рассматривается как одна из задач импортозамещения [1].

Развитие туризма является приоритетом в отдельных регионах России, в том числе в Челябинской области. Ниже представлен перечень приоритетных направлений развития региона:

2022–2030 годы – атомная промышленность, инжиниринг, туризм, аддитивные технологии, новые материалы, информационные технологии, профилактическая медицина и реабилитация, образование [2].

Главная проблема исследования заключается в низком уровне информированности населения о городских туристических объектах. В век цифровизации основным местом получения материалов по различным темам являются интернет-платформы. Исходя из проведенного нами опроса, большинство опрошенных узнает информацию о туристических и культурных объектах при поездке в незнакомый город с помощью первых сайтов поисковой строки. Культурно-познавательная осведомленность жителей России напрямую влияет на уровень внутреннего туризма страны.

Нами был проведен анализ туристических сайтов г. Челябинска по следующим критериям, определяющим доступность и качество информации о туристических: дизайн, юзабилити, текст, содержание, актуальность информации, адаптация под мобильное устройство.

В рамках проведенного анализа было выявлено, что в г. Челябинске достаточно низкий уровень представленных веб-ресурсов на туристические запросы. Пользователю сайта необходима четкая, структурированная информация, размещенная последовательно с возможностью четкого перехода между блоками для облегчения культурно-познавательной осведомленности жителей г. Челябинска о богатых культурно-исторических и природных ресурсах, а также для повышения уровня внутреннего туризма страны.

Таким образом, необходимо развивать туристическую информированность среди жителей регионов, в том числе г. Челябинска. Вышеперечисленные данные говорят о том, что в регионах низкий уровень туристической информированности. Один из факторов информированности – наличие

грамотно структурированных и визуализированных веб-страниц. Так как интернет-ресурсы являются главным источником культурно-познавательной информации о туризме, мы сделали вывод о необходимости наличия качественного сайта у г. Челябинск.

Список использованных источников:

1. Правительство Российской Федерации. Распоряжение. Концепция федеральной целевой программы: развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2019–2025 г от 5 мая 2018 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/557414759> (дата обращения: 14.10.2022 г.). Текст: электронный.

2. Стратегия социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года / Законодательное собрание Челябинской области. 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobr74.ru/activity/strategy2035> (дата обращения: 14.10.2022 г.). Текст: электронный.

Н.В. Печенкин
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент

КАЛЕНДАРНЫЕ АНОМАЛИИ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Анализ фондового рынка проводится уже десятки лет как отечественными, так и зарубежными учеными-экономистами. Обобщение его результатов позволило выявить различные аномалии, влияющие на динамику цен на активы.

Календарные аномалии – это эффекты, влияющие на аномальное поведение цен и зависящие от повторяющейся временной составляющей: «эффект месяца года», «эффект дня недели», «эффект начала и конца года», «эффект праздничного (послепраздничного) дня».

Стоимостные аномалии (value anomalies): инвесторы зачастую переоценивают перспективы роста компаний или недооценивают рыночную стоимость компаний.

Аномалии, связанные с корпоративными событиями: IPO, обратным выкупом акций, слияниями и поглощениями, «эффект инсайдерской торговли», слабая реакция на объявление изменений объемов прибылей на акцию.

Одними из первых были обнаружены так называемые календарные аномалии. Среди них наиболее ранним из обнаруживаемых на всех исследуемых рынках в те или иные периоды анализа, а потому наиболее интересных, является «эффект понедельника», впоследствии обобщенный до эффекта дня недели. Он заключается в возникновении негативной тенденции на фондовом рынке, то есть снижении фондового индекса, падении цены акций ряда компаний в начале рабочей недели по сравнению с другими днями.

В 2004 г. М. Курашиновым было проведено исследование российского рынка акций на данных двух отечественных индексов: РТС и ММВБ. По индексу РТС анализ проводился с 1 августа 1998 г. по 31 августа 2004 г., по индексу ММВБ – с 1 июля 1999 г. по 31 августа 2004 г. Показано, что пятница – самый доходный день недели (прирост индекса 0,35 для РТС и 0,3 для ММВБ). В этом российский рынок похож на большинство западных рынков, но при этом средняя доходность среды существенно ниже, чем доходности в остальные дни недели. Более того, в среду она заметно ниже нуля (в среднем минус 0,27), при том, что доходность во все остальные дни недели положительная.

В исследовании М. Кантолинского в 2010 г. для выявления эффекта дня недели также анализировалась средняя дневная доходность индексов РТС (с 1 сентября 1995 г. по 28 апреля 2007 г.) и ММВБ (с 22 сентября 1997 г. по 28 апреля 2007 г.) по дням недели без учета торговых дней в субботу и воскресенье. Исследователь обнаружил признаки существования «эффекта среды», то есть аномально низкой доходности в среду на российском фондовом рынке.

Существование данной аномалии объясняется отложенным проявлением эффекта понедельника и эффекта вторника на развитых и части развивающихся

рынков. Это свидетельствует о том, что поведение российских акций вторично по отношению к внешним бумагам: потоки ликвидности формируют динамику цен с задержкой, а сам рынок является зависимым от поведения иностранных инвесторов.

Знание данной календарной аномалии может быть полезно при осуществлении спекулятивных операций (получение прибыли от частой купли-продажи ценных бумаг с целью купить подешевле, продать подороже): покупать ценные бумаги следует в среду, а продавать в пятницу или понедельник.

Для осуществления вложения капитала на длительный срок данная аномалия важна только в момент приобретения ценных бумаг. Дешевле их покупать по средам. В таком случае они демонстрируют больший прирост стоимости за весь период инвестирования, чем купленные в другие дни недели.

*Д.А. Подувальцева
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТусО»
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ В МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЯХ, МЕНЯЮЩИХ ВОСПРИЯТИЕ ЦЕНЫ

Поведенческие эффекты – это устойчивые отклонения от рационального поведения, проявляющиеся определенным образом в определенных контекстах, и носящие социальный, а не универсальный характер. Поведенческие эффекты изучают в рамках такой науки как поведенческая экономика и активно используются маркетологами для разработки новых стратегий и наиболее эффективного осуществления продаж.

Одна из таких поведенческих аномалий – эффект ИКЕА. Это когнитивное искажение, проявляющееся, когда покупатели непропорционально высоко оценивают ценность товаров, которые они отчасти создают сами. Эффект был открыт и описан исследователями Гарвардской школы бизнеса в 2011 году. В

ходе трёх экспериментов оказалось, что участники были готовы больше заплатить за мебель, которую собрали сами, давали одинаковую цену оригами, которые сделали профессионалы и они сами, а участники, которые осуществляли полную сборку мебели, были готовы платить больше, чем те, что осуществляли лишь частичную сборку. Дополнительный эксперимент показал, что труд ведёт к дополнительной ценности, только если он плодотворен.

Эффект владения – это психологический феномен, заключающийся в том, что человек больше ценит те вещи, которыми уже владеет, а не те, которыми может овладеть. Был впервые отмечен Ричардом Талером в 1970-х и описан вместе с Дэниелом Канеманом. Канеман предложил такой пример: Фанат одной группы покупает билет на концерт за 200 долларов. Ему предлагают продать билет за 3000 долларов, но он отказывается.

Гиперболическое дисконтирование – свойство людей предпочитать меньшие и немедленные награды большим и более поздним. Этот эффект очень часто используется в маркетинге при создании временных акций, скидок, в предложении кредитов и микрозаймов.

Неприятие потерь – свойство испытывать больше неудовольствия от потери, чем удовольствия от получения эквивалентной прибыли. Впервые данная концепция была описана учёными Амосом Тверски и Дэниелом Канеманом в рамках их Теории перспектив. В том числе за открытие этого эффекта Канеман получил Нобелевскую премию по экономике.

Подсознательная бухгалтерия – отношение людей к деньгам в зависимости от того, как они были получены: как правило, выигрыш в лотерею и ежемесячную зарплату люди тратят разными способами.

Эффект Тома Сойера назван в честь эпизода книги Марка Твена о том, как заглавный герой так убедил своих друзей выполнить всю работу за него – покрасить забор, – они не только не возражали, но ещё и отблагодарили его за это. Используется в маркетинге при построении отношений с клиентом, как с

партнером, соавтором. При этом соавтор-клиент должен часть работы осуществить самостоятельно – например, мойка машин своими силами.

Эффект плацебо в маркетинге – явление, когда идентичные продукты воспринимаются потребителями совершенно по-разному только потому, что имеют разную цену или упаковку. Во многом он пересекается с классическим пониманием эффекта плацебо из медицины – так же, как некоторым пациентам становится легче от пустышки, впечатлённый убедительной рекламой клиент может найти в самом обычном кофе невероятные нотки вкуса, присущего лишь самым редким и дорогим сортам.

Таким образом, можно сделать вывод, что каждый из нас ежедневно подвергается описанным выше поведенческим эффектам. Маркетологам необходимо использовать их для достижения наибольшего эффекта от рекламы и продвижения товаров, а простым потребителям, которыми независимо от нашего желания являемся мы все, полезно знать об этих поведенческих аномалиях для рационализации наиболее важных покупок и решений.

*В.О. Поленина
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Т.П. Макашова, доцент*

**СЕНТЯБРЬСКИЕ ПОПРАВКИ 2022 ГОДА
В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН О РЕКЛАМЕ №38-ФЗ:
ВЫЯВЛЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ
И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ**

По данным Роскомнадзора с сентября по февраль в ЕРИР поступило более 12.000.000.000 креативов и приблизительно 6.000.000 договоров. И это только часть рекламы, находящейся в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Оценить однозначно работу Роскомнадзора, присоединившихся к нему ФАС И ФНС, на конец марта 2023 года сложно. Можно лишь вынести предположения, увидеть недостатки и достоинства на сегодняшний день, но

вывод, который можно с уверенностью высказать заключается в безусловной уверенности в необходимости регулирования рекламы в системе Интернет.

Есть потребность в определении ряда категорий платформ, на которые дети часто заходят, с целью ограничения оборота электронной рекламы на них. То есть на страницах платформ электронных почт, социальных сетей, все страницы, на которых размещены мультики, можно внести в список сайтов, на которых разрешается реклама только до определённого возраста.

В сфере регулирования рекламы в сети Интернет существует три способа: саморегулирование, национальное и международное. Одно без другого не работает, но на примере выявленной проблематики можно сказать, что саморегулирование – это базис, на котором законодатель основывает поправки 2022–2023 годов. Низкий уровень социальной ответственности, убежденность в безнаказанности, желание заработать больше и легче, а также непросвещенность в правовых аспектах ставит под угрозу цели, поставленные изменениями.

Необходимо внести в Кодекс об административных правонарушениях РФ не просто санкцию за невнесение сведений об интернет-рекламе ОРД, но и ответственность за преднамеренное невнесение сведений, за хулиганство при заполнении анкет. Также требуется внести наказание за повторное умышленное игнорирование не только в увеличенном размере штрафов, но и запрет на размещение рекламы на определённый период времени.

Внести определение в ст. 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» определение рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Необходимо в будущих разъяснениях ФАС России придать огласке вопрос «заказных отзывов», с целью пояснения являются ли они рекламой или нет. Так как, если рассматривать их с точки зрения рекламной продукции, то подобные материалы должны отражаться в ЕРИР.

Также нужно будет внести изменения в Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», где будет прописан механизм регулирования, ответственность, сроки и др. В будущем грядёт разработка методических рекомендаций для граждан, публикации в СМИ, рассылки компаниям, ИП и другим гражданам и юридическим лицам, имеющим сайты.

Как нам кажется, вопросы регулирования тарифов у ОРД, условий заключения сделок, добросовестной конкуренции между операторами рекламных данных, тарифы на свои услуги должны быть поставлены острее при работе Роскомнадзора. Особенно это важно, в связи с увеличением количества интернет-технологий на рынке, начиная с октября 2022 года, из-за боязни ответственности, непонимания пользователя, как работать с новой системой, а также сложностей, связанных с модерацией рекламных записей.

Наблюдается путаница в разъяснениях Роскомнадзора, ФАС, ФНС, в комментариях к нормам права и др. некоторая информация устаревает буквально за месяц, где-то описан лишь предполагаемый механизм действия, поэтому нужно сформировать единые методические рекомендации, размещённые на сайтах органов власти, автоматически рассылаемыми клиентам ОРД.

*М.М. Сивриков
МБОУ СОШ № 121, г. Челябинск
Научный руководитель – О.В. Зубкова, д.э.н., доцент*

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ценообразование – один из важнейших элементов успешного бизнеса. Разумно поставленные цены помогут увеличить прибыль, привлечь клиентов, а также поддерживать долгосрочную деятельность. Но есть и другая сторона медали: неправильное ценообразование может «убить» бизнес. Чтобы избежать

этого, предприниматели должны соблюдать следующие советы по ценообразованию:

1. Исследуйте конкурентов. Прежде чем определить свои цены, предприниматели должны определить ценность своего продукта, для этого лучше всего исследовать рынок и узнать, какие цены устанавливают конкуренты. Это поможет разработать цены, которые будут привлекательны для потребителей и достаточно выгодны для бизнеса.

2. Знайте место на рынке. Если вы представляете миру новый товар, то это хорошая возможность установить якорную цену. Это будет точкой отсчета, с которой будут сравниваться другие аналогичные продукты. Но если вы конкурируете с другими аналогичными продуктами, лучше построить свою модель ценообразования, так, чтобы она казалась разумной в свете рыночных альтернатив.

3. Определите значение и справедливость вашего продукта. Прежде чем установить цену, предприниматели должны понять, как их продукты или услуги помогают потребителям. Они должны рассчитать дополнительную стоимость, которую потребители потратят на их продукты.

4. Примените ценовые стратегии. Предприниматели могут использовать различные ценовые стратегии, такие, как предложение по цене, акции и скидки, например:

Дисконтные карты, дегустации, подарки. Предлагая дисконтную карту клиенту, продавец побуждает его к совершению повторных покупок. Дегустация побуждает клиента приобрести товар, который прежде не был покупателю знаком и не входил в продуктовую корзину. Подарок вызывает у клиента чувство благодарности и склоняет к решению о приобретении товаров данного бренда.

Правило трех (средний вариант всегда выгоднее). При наличии двух альтернативных товаров, отличающихся различными параметрами качества (объема) и цены, выбор одного из них становится затруднителен для клиента. В

этом случае рекомендуется представить третий товар, который еще более «непривлекателен» с позиции сочетания качества (объема) и цены. Данная рекомендация ускорит принятие решения клиентом в пользу либо первого, либо второго товара.

Создание искусственного дефицита. Использование в рекламе инструментов «Не более 5 единиц товара в одни руки», «Распродажа продлится до пятницы», «До конца акции осталось 23 часа 42 минуты 35 секунд», «В наличие осталось 2 единицы товара» – побуждает клиента ускорить принятие решения о покупке товара или приобрести его в большем количестве.

Следуя этим советам, предприниматели могут разработать успешную ценовую стратегию для своих продуктов и услуг. Это поможет им повысить прибыль и поддерживать долгосрочное развитие бизнеса.

Поведенческая экономика и психология восприятия важны для понимания того, как люди реагируют на цены. Мы выяснили, что люди реагируют на цены по-разному, в зависимости от ценности товара, справедливости и других моральных факторов.

Таким образом, при планировании стратегии продаж и привлечения потребителей важно понимать, как цены влияют на потребительское поведение.

Л.И. Шинкарь
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТuCO», г. Челябинск
Научный руководитель – И.Р. Фефелова, ст. преподаватель

ПАМЯТИ ПЕДАГОГА (ДАНИЛОВОЙ Г.В.)

2023 год объявлен президентом России В.В. Путиным Годом педагога и наставника. Как говорит Министр просвещения Сергей Кравцов: «Если смотреть на наше историческое наследие – педагог всегда был в центре системы образования. Становление лицеев в царской России, школы в дореволюционный и постреволюционный период, высокие результаты советского образования, фундаментальность которого не просто не вызывала

сомнений, а являлась недостижимой высотой для подавляющего большинства зарубежных стран, – все это зиждилось на ярких и неординарных учителях».

Таким примером являлась замечательный преподаватель Ур СЭИ с многолетним педагогическим стажем Данилова Галина Васильевна.

Данилова Г.В. окончила Челябинский государственный педагогический институт по специальности «Английский язык». Она всю трудовую жизнь посвятила высшему образованию. Общий научно-педагогический стаж – более 47 лет, 20 лет из них она преподавала в Ур СЭИ. В этот институт она перешла в 1996 году, основала кафедру иностранных языков и возглавляла ее в течение 16 лет.

За высокий профессионализм и ответственность Галине Васильевне были присвоены звания Отличника народного просвещения (1995г.) и Почетного работника высшего профессионального образования (2005 г.). Так же являлась кандидатом филологических наук, имела присвоенное учёное звание профессора по кафедре иностранных языков.

Галина Васильевна – соавтор изданных совместно с АТиСО учебников английского языка, имеющих гриф Министерства Образования РФ, «Мир труда» (1999, 2000 гг.) и «Английский для менеджеров» (2004–2012 гг.). В 2011 г. И 2014 г. в Издательском доме «АТиСО» в соавторстве с преподавателями кафедры изданы учебные пособия по английскому языку для бакалавров.

Галину Васильевну всегда отличали интеллигентность и человечность, мудрость и достоинство. Галина Васильевна являлась достойным примером опытного, ответственного, работоспособного, заинтересованного и грамотного наставника и руководителя. Ее не покидала тяга к жизни, желание работать, действовать, решать проблемы, помогать, интересоваться всем новым, участвовать по возможности в происходящих внутри института событиях. Преподаватели отмечали ее глубокую профессиональную и человеческую заинтересованность.

Галина Васильевна была в меру требовательна, умела быть начальником, руководителем, но ей важно было иметь единомышленников, а не подчиненных. Заботясь, прежде всего, о деле и ставя во главу угла учебные и научные интересы кафедры, она не пренебрегала преподавателями, а стремилась разрешить ситуацию с возможной пользой для них. Достигнув карьерных высот, заработав авторитет своей научной деятельностью, Данилова Г.В. никогда ни перед кем не выставляла напоказ свои заслуги, всегда общалась «наравне» с любым своим коллегой, оценивая собеседника не по официальным регалиям, а по человеческим и профессиональным качествам.

Так вспоминает Данилову Г.В. ее студентка, а затем и коллега Наталья Федорова: «Я хотела бы вспомнить замечательного человека, педагога с большой Буквы! Светлая память этой чудесной, мудрой светлой женщине. Это очень грамотный педагог и действительно профессионал своего дела. Как сейчас помню ее слова, когда позади экзамены, впереди лето – каникулы: «Уважаемые студенты, читайте больше литературы, выписывайте газеты на английском языке, слушайте передачи, смотрите фильмы на иностранном языке, иначе все полученные знания за год уйдут в песок». О ней всегда отзывались сотрудники и студенты тепло и доброжелательно. Очень чуткий, справедливый и отзывчивый человек».

РАЗДЕЛ VI. ГУМАНИТАРНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Г.Р. Ахметжанова
ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.Г. Махмутова, к.п.н., доцент*

РАЗВИТИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МОДЕЛЕЙ СМЕШАННОГО ОБУЧЕНИЯ

Познавательная активность обучающихся на уроках математики является важным фактором улучшения и одновременно показателем эффективности и результативности процесса обучения, поскольку она стимулирует развитие самостоятельности, поисково-творческий подход к овладению знаниями по математике, побуждает к самообразованию.

Познавательная активность как педагогическое явление – это двусторонний взаимосвязанный процесс: с одной стороны, это форма самоорганизации и самореализации обучающегося, с другой – результат особых усилий педагога в организации познавательной деятельности обучающегося. Большими возможностями в обеспечении познавательной активности младших школьников на уроках математики обладает смешанное обучение – системный подход в организации образовательного процесса, выражающийся в сочетании очного и электронного обучения.

На уроках математики в начальной школе возможно применение следующих моделей смешанного обучения: смена рабочих зон, индивидуальный план, перевернутый класс, стандартный перевернутый класс, дискуссионно-ориентированный перевернутый класс, демонстрационно-ориентированный перевернутый класс, фальшивый перевернутый класс, групповой перевернутый класс.

Рассмотрим конкретный пример организации учебного процесса по математике с применением информационных технологий в условиях

смешанного обучения по модели «Смена рабочих зон» по теме «Задачи на встречное движение».

Модель «Смена рабочих зон» состоит из нескольких зон (обучение онлайн, работа с учителем, индивидуальная самостоятельная работа, групповая самостоятельная работа), предполагает закрепление определенного вида деятельности за определенной рабочей зоной, что снижает временные затраты на включение обучающихся в соответствующий вид деятельности.

В зоне обучения онлайн школьники смотрят в течение нескольких минут видеоурок по теме урока, после чего проходят обучающий тест. В зоне работы с учителем обучающиеся знакомятся с типовой задачей на встречное движение и решают ее под руководством педагога. Учитель может пояснить процесс разбора задачи и ответить на возникающие вопросы. В зоне самостоятельной работы ученики изучают материал учебника по теме, работают над решением задачи с выполнением чертежа и записью решения несколькими способами. В зоне групповой самостоятельной работы младшие школьники проходят блиц-опрос в группе, отвечая на вопросы по изученной теме.

Таким образом, использование моделей смешанного обучения на уроках математики в начальной школе позволяет с учетом современных средств обучения обеспечить освоение учебного материала. При этом используются различные формы работы, меняются виды деятельности, что повышает мотивацию обучающихся в участии в образовательном процессе, а главное – развивается познавательная активность младших школьников.

Д.А. Бурлаков
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – А.Д. Рабинович, к.ю.н., доцент

ПРОБЛЕМЫ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПО ИНВАЛИДНОСТИ

Законодатель определяет, что инвалидом является человек, который имеет физические или другие выраженные отклонения. Под иными отклонениями подразумеваются психические, сенсорные или умственные. Все инвалиды делятся на несколько групп, в зависимости от степени тяжести увечья и ограничений в жизнедеятельности.

В преамбуле Конвенции о правах инвалидов (Принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи от 13 декабря 2006 года) дается общее понятие инвалидности: «это эволюционирующее понятие и инвалидность является результатом взаимодействия, которое происходит между имеющими нарушения здоровья людьми и отношенческими и средовыми барьерами и которое мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другим».

Согласно ст. 1 Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» № 181-ФЗ, инвалид – это «лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты».

По мнению Н.А. Коростелевой: «Термин «инвалид» в силу сложившейся традиции несет в себе дискриминационную идею, то есть выражает отношение общества к инвалиду, как к социально бесполезной категории. В большинстве это связано с тем, что инвалид ограничен в отношениях с внешним миром и подвижности в силу субъективных факторов (его физическое и психическое здоровье) и преобладающего общественного сознания».

Кроме того, можно увидеть, как меняется отношение к пониманию данного понятия «инвалид» в обществе с течением времени и можем сделать вывод что инвалидность – это не только форма и наличие кого-то заболевания или патологического состояния, которое ограничивает некоторые способности человека, это и особые взаимоотношения человека с обществом. Но в обыденном понимании закрепилось узкое значение, при котором инвалидом является человек, имеющий стойкое расстройство здоровья. Хотя само слово «инвалид» практически не используется в цивилизованных странах, а те, кто потерял некоторые компоненты здоровья из-за болезни или несчастного случая, называются «инвалидами», правовой смысл все еще закреплен в понятии «инвалид». Определение «человек с ограниченными возможностями» является наиболее оптимальным для использования в современной науке и социальной практике, так как предполагает минимальную степень дискриминации, интеграции в окружающую среду, обеспечение соответствующих условий для данной категории людей. Следовательно, по нашему мнению, в законодательстве нашей страны необходимо заменить понятие «инвалид» на понятие «человек с ограниченными возможностями».

Еще одной актуальной проблемой является сам процесс назначения пенсии по инвалидности. Суть проблемы состоит в том, что законодателем определено, что за назначением пенсии инвалид обращается лично с предоставлением всех необходимых документов в органы пенсионного фонда по месту жительства. Но люди с ограничениями по зрению не всегда могут самостоятельно посетить организации для подачи документов и вовремя собрать нужный пакет документации. У инвалида может быть законный представитель, но в данном случае необходим нотариально заверенный документ или же оформленное опекуновство. Оформление доверенности или опекуновства – сложный и довольно долгий процесс. В связи с этим время подачи документов ощутимо затягивается и в итоге пенсия инвалиду назначается значительно позже.

Представляется, что механизм назначения пенсий по инвалидности нужно дифференцировать с учетом тех ограничений здоровья, которые привели к инвалидности.

А.Р. Галямова
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Т.В. Пищулина, к.п.н., доцент

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ О ПРАВОВОМ ПОЛОЖЕНИИ ПАТЕНТНОГО ПОВЕРЕННОГО

Как известно, институт патентных поверенных существует уже более ста лет. Согласно историческим сводкам, в Российской Федерации данный институт начал зарождаться задолго до судебной реформы 1864 года. Так как интеллектуальная собственность довольно молодая ниша в российском праве, патентными поверенными выступали инженеры и технари, то есть специалисты, обладающие специальными знаниями в области физико-математических прикладных наук. После октябрьской революции в 1917 году необходимость в данных специалистах пропала, так как согласно принятой политике частная собственность, в том числе и на изобретения, утратила свое значение. Долгое время в России не было необходимости в создании института патентного поверенного, так как невозможно было заявлять об авторстве на то или иное изобретение. Далее, как отмечается некоторыми исследователями, «первые шаги по возрождению института были предприняты в 1992 году с принятием ряда законов о правовой охране промышленной деятельности».

Федеральный закон № 316-ФЗ «О патентных поверенных», заменивший «Положение о патентных поверенных» от 12 февраля 1993 года, был принят в 2008 году. Важно отметить, что указанный Федеральный закон действует и в настоящее время, однако, при анализе рассматриваемого нормативно-правового акты мы пришли к выводу, что не все его положения актуальны на сегодняшний день.

Таким образом, стоит сказать, что Федеральный закон № 316-ФЗ в настоящее время требует пересмотра и принятия новых положений, отражающих современную реальность.

В указанном выше «Положении о патентных поверенных» от 12 февраля 1993 года законодатель закрепил правовой статус, указав: «Патентные поверенные – это граждане, получившие в установленном законом порядке статус патентного поверенного и осуществляющие деятельность, связанную с правовой охраной, результатами интеллектуальной деятельности и мерами индивидуализации, защитой интеллектуальных прав, приобретением исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, распоряжение этими правами».

В настоящее время в юридической доктрине нет однозначного мнения о значимости и нужности института патентного поверенного. Некоторые специалисты считают, что в данном институте нет необходимости, так как все указанные в законе № 316-ФЗ полномочия могут также относиться и к юристам, не имеющим статус патентного поверенного. На наш взгляд развитие института патентного поверенного необходимо в век развития информационных технологий и расширения объектов интеллектуальной собственности, ведь патентный поверенный должен иметь не только юридическую квалификацию, а также физико-математическую.

Резюмируя необходимо отметить, что специалист по интеллектуальной собственности, приобретая статус патентного поверенного имеет исключительную возможность взаимодействия с Федеральной службой по интеллектуальной собственности. Согласно анализируемому Федеральному закону № 316-ФЗ, патентные поверенные не ограничены в своей деятельности, они могут заниматься иной приносящей доход деятельностью, имеют право заниматься и частной практикой, а также работать по трудовому договору. Приобретение статуса патентного поверенного не требует нотариального

удостоверения, поэтому патентные поверенные могут представлять интересы своих клиентов на основании простой, незарегистрированной доверенности.

А.В. Гордусенко
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

К ВОПРОСУ О ЗАИМСТВОВАНИЯХ

Любой язык – это живой организм, который постоянно развивается и изменяется. Современный словарь русского языка имеет продолжительный путь становления. Великий русский писатель И.С. Тургенев писал: «...о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык!...». Как бы могуч не был русский язык, в нем постоянно появляются слова, заимствованные из других языков. С этими словами мы встречаемся повсюду: в бизнесе и политике, в науке и культуре, спорте и музыке, в повседневной жизни. Они прочно вошли в нашу жизнь и большинство из них не имеют аналогов в русском языке. Как сегодня можно обойтись без пальто (от франц. paletot) или кашне (от франц. cache-nez), шляпы (от нем. Slappe) или галстука (от нем. Halstuck), карандаша (от тюрк. karandas) и портфеля (от франц. portefeuille)? Эти и многие другие слова настолько прижились в русском языке, что мы и не догадываемся об их истинных корнях.

В русском языке наблюдается рост специальной лексики, что вызвано потребностями научно-технического прогресса и расширением культурных, экономических и политических связей с другими странами. В разные периоды истории в русский язык вошли слова: аренда, офис, глобус, оптика, компьютер, Интернет, рецепшн, и многие другие.

Среди причин и условий заимствования определенная роль отводится общественной оценке «чужого» слова, как более престижного, чем аналогичное по лексическому значению родное: «презентация» вместо «представление», «бизнесмен» вместо «деловой человек», «имидж» вместо «образ»,

«инаугурация» вместо «вступление в должность», «бонус» вместо «премия», «тренд» вместо «направление».

Великий русский писатель, мастера слова, сам великолепно владевший иностранными языками, Л.Н. Толстой писал: «Известный процент иностранных слов вращается в язык. И в каждом случае инстинкт художника должен определить эту меру иностранных слов, их необходимость. Лучше говорить лифт, чем самоподымальщик, телефон, чем дальнеразговорная...но там, где можно найти коренное русское слово, – его нужно находить». В качестве примера остановлюсь на футбольной терминологии, в которой на равных «голкипер» конкурирует с «вратарем», «форвард» с «нападающим», а «пенальти» с «одиннадцатиметровым».

Русский писатель и публицист Н.С. Лесков отвергал большое использование в русской речи иностранных слов: «Я не считаю хорошим и пригодным иностранные слова... Надо беречь наш богатый и прекрасный язык от порчи». Отрицательное отношение к заимствованиям выражал и русский писатель, этнограф и создатель толкового словаря великорусского языка В.И. Даль, который предлагал заменить иностранные слова на русские синонимами: кашне (от франц. cache-nez) – носопрятка; гимнастика (от нем. Gymnastik) – ловкосилие; кондитер (от лат. conditor) – сладник. Сегодня то, что предлагал В.И. Даль кажется смешным, потому что вышеприведенные слова прочно вошли в наш язык, и мы не ощущаем их инородности.

Заимствования слов из других языков – естественный, необходимый и реально существующий процесс, который обусловлен международными связями. Мы живем в условиях трансляции чужой культуры. Когда чужеродное слово произносится по-русски, склоняется или спрягается, обрастает родственными однокоренными словами, оно по существу становится русским. В качестве примера приведу слово «харизма» (особая одаренность, исключительность личности в интеллектуальном, духовном или каком-либо другом отношении, способность взывать к сердцам) – определение из

современного словаря Л.П. Крысина. От данного слова произошли однокоренные слова – харизматичность (сущ.), харизматичный (прил.). Пока есть возможность, заимствуйте, делайте чужое слово своим, или, как говорил Николай Бухарин: «Обогащайтесь». Ведь мы живем во времена глобализации. Русский язык открыт для заимствований.

К.Э. Гредина
Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель – И.В. Рязанов, к.фил.н., доцент

ТОРГОВЛЯ НА УРАЛЕ В ГОДЫ НЭПА

В других регионах страны взаимодействие между промышленностью и торговлей осуществлялось по классической схеме – промышленность производит, а торговля реализует. На Урале промышленность – источник существования 190 тысяч рабочих и служащих, состояние и развитие промышленности определяет главную часть спроса населения на товары. Промышленность на Урале предоставляла населению работу и, следовательно, средства, а товары должна была предоставить торговля, применяя при этом самые разнообразные источники. От ее гибкости, умения разбираться в многоукладной экономике зависела эффективность обеспечения населения и, в конечном счете, работоспособность занятых в сфере производства. В период нэпа торговля являлась отображением существовавших экономических укладов. Для представления пестроты рыночных отношений важно изучить все субъекты предпринимательской деятельности. Торговый аппарат Урала включал в себя следующие составляющие:

1. Обособившийся от производственных объединений сбытовой аппарат госпромышленности (синдикаты);

2. Госторговля, как в чистом виде (организации, у которых основная цель – торговое посредничество), так и госорганы, и общественные организации, осуществлявшие торговое посредничество в качестве подсобного занятия, но имеющие своей целью другие функции;

3. Потребительская кооперация как система, в основе своей торгово-посредническая;

4. Прочие виды кооперации, поскольку они осуществляют торговопосреднические функции;

5. Частная торговля [1].

Легальная частная торговля, в том числе и на Урале, на рубеже 1920–1930-х годов была практически уничтожена. Вчерашним предпринимателям в этих обстоятельствах необходимо было бы менять род деятельности, или переходить в сектор теневой экономики. Защитником нового строя стала частная торговля, которая спасала его не только в кризисные периоды отечественной истории, нэпа, но и в дальнейшем на протяжении всего «советского периода» [2].

Частный сектор был всегда, даже в самые трудные периоды политики военного коммунизма. Этому способствовала зависимость Урала от поставок продовольствия и промышленных товаров из других частей страны. В годы нэпа многоукладность уральской экономики стала одним из факторов, позволивших восстановить хозяйство региона до довоенного уровня в относительно короткие сроки [2].

Список использованных источников:

1. Российская Академия Наук Уральское отделение Институт Истории и Археологии «Частное торговое предпринимательство на Урале в годы нэпа» А.П. Килин [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/36067/1/kilin_1994.pdf

2. А. П. Килин «Частная торговля и кредит на Урале в годы нэпа: экономические, политические и социальные аспекты: монография» – Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2018. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/2019-03-013-kilin-a-p-chastnaya-torgovlya-i-kredit-na-urale-v-gody-nepa-ekonomicheskie-politicheskie-i-sotsialnye-aspekty-monografiya/viewer>

Э.Д. Григорьева
АНПОО «ЯГК», г. Якутск

Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

ПАНДЕМИИ, КОТОРЫЕ ИЗМЕНИЛИ МИР

*«Убивает не столько агрессивность вируса,
сколько неизвестность, помноженная на панику и страх,
которые она порождает среди населения».*

Франк Телье

Пандемия – высшая степень развития эпидемического процесса, исключительно сильная эпидемия, при которой заразная болезнь за сравнительно короткое время поражает значительную часть населения многих стран, иногда на разных континентах. Коронавирус – не первая пандемия, которая испытывает человечество на прочность. Миру известны такие пандемии, как чума, черная оспа, испанский грипп, холера, проказа.

Государственная политика в периоды пандемий была направлена на то, чтобы искусственно вызвать изменения в поведении людей, стимулировать сокращения межличностных контактов. Одной из важных форм защиты от массовых пандемий является вакцинация, высокоэффективный способ профилактики инфекционных заболеваний у детей и взрослых. Вакцинация позволяет ежегодно сохранять от 2 до 3 миллионов жизней. Во многом, благодаря вакцинации, снизилась младенческая и детская смертность, а также пожизненная инвалидность, которая раньше развивалась после ряда инфекций. А натуральная оспа, истязавшая население планеты тысячелетиями, оказалась полностью побеждена!

У истоков вакцинации стоял французский химик и микробиолог, член Французской Академии Луи Пастер, которого еще при жизни стали называть благодетелем человечества. Он создал вакцины против бешенства, сибирской язвы и куриной холеры, раскрыл сущность брожения и стал профессором в 26 лет!

После прекращения эпидемий чумы в Европе главной болезнью стала оспа. Ее очагами стали большие города. Повсеместные вспышки, фактически эндемии оспы, сплошь и рядом влияли и на повседневную жизнь, и на большую политику. Умирили монархи, десятками тысяч гибли солдаты. Великий иконописец Андрей Рублев, как и римский император, Марк Аврелий стали жертвами чумы, французский король Людовик XV скончался от оспы, гениальный русский композитор Петр Чайковский также стал жертвой оспы.

Пандемия продемонстрировала полную беспомощность средневековой медицины в борьбе с чумой. Вторая пандемия чумы дала мощный толчок развитию медицины вообще и поиску методов лечения инфекционных больных. Изобретение противочумного костюма относят к 1619 году и приписывают французскому медику Шарлю де Лорму, который был личным врачом дома Медичи. «Противочумный костюм» – это комплект специальной одежды, используемый персоналом медицинских учреждений при работе в условиях возможного заражения возбудителями особо опасных инфекций.

Сегодня противочумные костюмы медицинские работники используют для защиты от особо опасных инфекций. Современный противочумный костюм состоит из комбинезона (пижамы), двух халатов, капюшона, косынки, защитных очков, ватно-марлевой маски, резиновых перчаток, сапог, чулок и полотенца. До сих пор подобную экипировку называют противочумными костюмами, хотя врачи и ученые носят ее и при работе с другими возбудителями болезней: оспы, птичьим гриппом, коронавирусом. Сегодня противочумные костюмы бывают многоразовыми и одноразовыми. В таких костюмах медики приезжают на вызовы к больным с подозрением на коронавирус, встречают пассажиров в аэропорту или работают с больными.

В настоящее время при производстве противочумных костюмов используются новые дышащие материалы, респираторы полнолицевые маски (защитные экраны) и т.п. Современный противочумный костюм находит

широкое применение в специализированных и медицинских учреждениях общей практики.

И.А. Гришина
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТuCO», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.М. Спирина, к.п.н., доцент

ПРОФСОЮЗЫ И ВОПРОСЫ ОХРАНЫ ТРУДА

Охрана труда является элементом трудовых отношений государства, работодателей и профсоюзов, строится на нормативно-правовой базе по регулированию отношений в сфере труда и включает в себя:

Международные нормы, Федеральное законодательство, отраслевое нормирование, региональное законодательство, регулирование вопросов охраны труда с помощью соглашений и коллективных договоров.

Профсоюзы вправе участвовать в формировании государственных программ по вопросам охраны труда и окружающей среды, а также в разработке нормативных правовых и других актов, регламентирующих вопросы охраны труда, профессиональных заболеваний и экологической безопасности.

Через своих профсоюзных уполномоченных (доверенных) лиц по охране труда, а также собственные инспекции по охране труда, могут осуществлять контроль за состоянием охраны труда и окружающей среды, посещать организации, независимо от форм собственности и подчиненности, их структурные подразделения, рабочие места, где работают члены данного профсоюза, участвовать в расследовании несчастных случаев на производстве (работе), защищать права и интересы членов профсоюза по вопросам условий труда и безопасности на производстве (работе), рассматривают вопросы возмещения вреда, причиненного их здоровью на производстве (работе), а также по другим вопросам охраны труда и окружающей среды в соответствии с федеральным законодательством.

В случаях выявления нарушений, угрожающих жизни и здоровью работников, профсоюзные органы в организации, профсоюзные инспектора по

охране труда вправе потребовать от работодателя немедленного устранения этих нарушений и одновременно обратиться в Федеральную инспекцию труда для принятия неотложных мер. При невыполнении требований по устранению нарушений, особенно в случаях появления непосредственной угрозы жизни и здоровью работников, профсоюзные органы, инспектора по охране труда вправе требовать от работодателя, органа управления организацией, должностного лица приостановления работ впредь до принятия окончательного решения Федеральной инспекцией труда. Работодатель за неустранение нарушений несет ответственность, предусмотренную законодательством.

Профсоюзы вправе участвовать в экспертизе безопасности условий труда на проектируемых, строящихся и эксплуатируемых производственных объектах.

Таким образом: участие профсоюзов в охране труда закреплено международным и национальным законодательством, региональными и отраслевыми нормативными актами; вопросы охраны труда являются составной частью соглашений и коллективных договоров где за профсоюзами закреплены контроль за соблюдением прав работников в области охраны труда, вопросы охраны труда, указана ответственность работодателя за состояние охраны труда на производстве и обязанность возмещения работнику нанесенный ущерб и другие формы контроля.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.].
2. Основы профсоюзного движения: рабочий конспект студента / Т. Л. Фролова, С. Е. Демидова, В. И. Наумов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: АТИСО, 2010. – 135 с.
3. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_34683/
4. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8840/eec31151739ff2aeacfc933b69557cae6f81d6ed/

Е.В. Жирохова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель

ЫСЫАХ – ГЛАВНЫЙ ПРАЗДНИК ЯКУТИИ

Ысыах – якутский национальный, долгожданный праздник для народа саха. По якутскому календарю с 22 июня начинался самый длинный день – первый день солнцестояния. Он является сигналом к началу организационного ритуального праздника Ысыах – праздник Нового года, всеобщий день рождения Природы и Человека. На Ысыахе люди придерживаются праздничного этикета. Участники торжества приходят в традиционной праздничной одежде, женщины надевают блестящие серебряные украшения.

Праздник начинается с древнего ритуала – окропление огня, земли и деревьев традиционным напитком – кумысом. Ритуал символизирует рождение Вселенной и человека. Кумыс – напиток из кислого кобыльего молока. Кумыс пьют из чорона, сакрального сосуда. Во время Ысыаха через распитие кумыса осуществляется приобщение людей к высшим таинствам бытия.

Первый день солнцестояния, момент восхода солнца якуты считали великим чудом. Праздник Ысыах якуты начинали встречать с самого раннего утра, встречая утреннюю зарю. Этим якутский народ демонстрировали радость лету, наступающему после долгой, длинной зимы, отмечали пробуждение природы Земли-Матери. Считается, что через солнечные лучи люди запасаются энергией и силой. Алгысчылт (благопожелатель) готовит людей к церемонии при полной тишине, он протягивая руки к солнцу, обращается к высшему божеству и духам природы. Лучами восходящего солнца люди очищались от всего греховного, что накопилось за год. Собравшиеся люди повторяют жесты алгысчыта.

На Ысыахе особое внимание уделяется народным спортивным играм, которые символизируют борьбу между зимой и летом. «Игры Дыгына» – это многоборье, состоящее исключительно из якутских национальных видов спорта: борьба, стрельба из лука, мас-рестлинга, перенос камня и другие.

Алгысчыт проводил Ысыах, на который созывал из районов самых достойных, сильных, ловких. Эта традиция сохранилась у народа. Ежегодно на городском празднике проводятся спортивные состязания, в которых участники стремятся показать свою красоту, ловкость, силу. Помимо игр Дыгына есть множество состязаний – «Кылыы» (прыжки на одной ноге), «Куобах» (прыжки на обеих ногах), «Ыстанга» (прыжки с чередованием ног), борьба «хапсагай» – якутская борьба, где проигрывает коснувшийся земли хоть пальцем, также стрельба из лука. Победителями становятся самые сильные, ловкие и удачливые, которых чествуют и награждают «Мюся» (мясными лытками) и ценными подарками.

Традиция празднования Ысыах неразрывно связана с эпосом народа Саха «Олонхо». Именно здесь говорится о том, что Бог, Юрюн Айыы Тойон, сотворил всё то, что мы можем или не можем воспринимать, богов и человека, животное царство и мир духов. При этом человеку дарован Срединный мир. Люди являются родственниками божеств-айыы. Поводья и уздечки, которые держат за спинами люди – это символы тех поводьев и уздечек, которые держат в руках небожители. Они управляют людьми, но не в качестве рабов. Скорее, божества видят ограниченность людей и приходят на помощь в трудных ситуациях.

В настоящее время Ысыах представляет собой крупнейший региональный фестиваль, где, помимо традиционных обрядов, проводятся кулинарные конкурсы, выступления народных музыкантов, мастер классы ремесленников и события, связанные с многовековыми традициями коневодчества.

Смысл Ысыаха заключался в том, что в этот день народ объединялся, невзирая на то богат он или беден.

Всё заканчивается тем, что все присутствующие на этом празднике принимают участие в круговом танце «Осуохай», всеобщим единением людей, который символизирует замкнутый, жизненный круг. Все танцующие, двигаясь по ходу солнца, совершают круговорот по времени и пространству. Участники

традиционного праздника, взявшись за руки, чувствуют положительную энергию друг друга.

Н.А. Иванов
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РОССИИ ВО ВРЕМЕНА ПРАВЛЕНИЯ ПЕТРА I

Принципиальное изменение политической карты мира и массового сознания, принимающего новое положение вещей, называется геополитической эпохой. Эпоху императорской России, начавшуюся царствованием Петра Великого (1682–1725 гг.) принято считать пятой эпохой в развитии российского государства и русского этноса.

К концу XVII века Россия была одной из самых больших стран в мире, это было многонациональное государство с различным статусом территорий и различным статусом разных групп населения. В стране была очень низкая плотность населения; в начале XVIII века в ней проживало всего около 17 миллионов человек. В связи с этим возникали многочисленные проблемы, связанные с управлением этой территорией. Законодательство и система администрирования управления носили архаичный характер. Государство развивалось, но по темпам технологического и экономического развития значительно уступало ведущим западноевропейским державам.

К концу XVII века изменилось и геополитическое положение России. Присоединив Левобережную Украину, Россия стала граничить с Османской империей (Ныне Турция), одним из сильнейших государств того времени. Внешняя политика России стала меняться; Россия впервые вступила в международный союз – антитурецкую коалицию европейских держав, Священную лигу. В это время происходит кардинальное изменение: Россия становится союзницей Священной Римской империи, Венецианской

республики и Речи Посполитой и через противостояние с Турцией входит в Европу. Российское общество при Петре I стало европейской нацией.

Геостратегически программа Петра I делилась на две части: выход к Балтийскому морю, дававший возможность прямого взаимодействия со странами развитой части Европы, и выход к Черному морю, который увеличивал возможности контактов с Османской империей и в целом с Востоком, а также открывал путь через черноморские проливы в Южную и Северную Европу. Для достижения первой геостратегической цели России следовало выиграть войну у Швеции, великой державы, державшей под контролем практически все побережье Балтики. Для достижения второй цели необходима была победа над Ближательной Портой, могучей империей, простиравшейся от Ирана до Египта.

Ни одна из этих целей не могла быть достигнута без ускоренного развития и модернизации не только науки, промышленности и торговли, но также армии и флота. Главной целью Северной войны был выход к Балтийскому морю, так как Петр I понимал, что Россия должна развиваться как торгово-промышленная держава, а для торговли выход к морю был необходим. Выход к Балтийскому морю решал важнейшую экономическую задачу, так как торговля с Европой была значительно более выгодной по морю, чем по суше. После окончания Северной войны, которая длилась 21 год, Российская империя стала могущественной державой. Санкт-Петербург получил огромный стимул для развития оборонной промышленности, работающей для обеспечения нужд армии и флота. Потребности быстро растущего населения города привели к торговому буму с российскими и европейскими торговцами. Были построены дороги к Новгороду, Риге и Москве. За несколько лет были построены гостиные дворы, таможни и биржи.

После окончания Северной войны в 1721 г. Петр решил совершить поход на западное побережье Каспийского моря, чтобы, овладев им, продолжить свободный торговый путь в Европу из Центральной и Южной Азии в Россию. В

результате Персидского похода к России отошли Баку, Дербент с прилежащими областями, а также Гилян, Мазендаран и Астрабад на южном побережье Каспийского моря. Однако, выход к Черному морю не был осуществлен из-за смерти Петра I.

Геополитика Петра Великого была продолжена в век Екатерины II.

Е.Г. Капралова
ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.Г. Махмутова, к.п.н., доцент

ПРИЕМЫ РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ АЛГЕБРАИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

Развитие познавательного интереса связано с формированием у младших школьников познавательных учебных действий, представляющих собой совокупность операций, участвующих в учебно-познавательной деятельности. В этой связи задания, направленные на развития познавательного интереса, должны опираться не только на получаемые знания, но и на познавательные учебные действия, а также основываться на реальных жизненных ситуациях.

Особым потенциалом в развитии познавательного интереса младших школьников обладает математика, считающаяся одним из самых трудных учебных предметов, но выполняющая системообразующую роль в образовании.

Основная роль элементов алгебры в курсе математики начальных классов состоит в том, чтобы способствовать формированию обобщенных представлений детей о понятии «количество» и смысле арифметических действий. К алгебраическим понятиям, с которыми знакомятся младшие школьники, относятся: математическое выражение (числовое выражение, выражение с переменными), числовое равенство / неравенство, уравнение.

Для знакомства с выражениями применяется такой вид работы, когда даются составные выражения, а обучающимся необходимо записать простые выражения, из которых оно составлено, или наоборот. Такие задания

направлены на формирование у детей знаний математической терминологии и умения записывать выражения, прочтенные разными математическими формулировками.

Способствуют поддержанию познавательной активности задания, сочетающие в себе несколько видов работ, например, вместо окошек вставить подходящие числа в неравенства, чтобы сделать их верными. Такие упражнения интересны тем, что могут как иметь несколько вариантов решения, так и не иметь их вовсе, а при их выполнении задействованы операции логического мышления.

Творческая деятельность также является основой формирования познавательного интереса у младших школьников, поэтому стоит применять упражнения, требующие выделить или закрасить что-то различными цветами.

Большим потенциалом в организации учебной исследовательской деятельности младших школьников обладают математические фокусы. В их основе лежат тождественные алгебраические преобразования. При этом сама формулировка таких заданий, упоминание «фокусов» способствует повышению мотивации и любознательности учащихся.

Способствует развитию интереса к обучению методический приём «Ошибка учителя», когда педагог сообщает, что при нахождении значения выражений получились определенные ответы, и предлагает детям самим найти значения выражений, а затем сопоставить их ответы с ранее полученными. Дети находят ошибки и на основе изучения частных фактов формулируют правило.

Для изучения алгебраического материала могут применяться настольные, дидактические, интеллектуальные игры и игры-путешествия. Также повышают интерес к предмету и изучаемому материалу прием театрализации и прием задания условия задачи необычным способом, например, в виде шифровки с помощью загадок, ребуса, набора рисунков, лотереи, сказки.

Применение методов и приемов интерактивного обучения дает возможность педагогу активизировать познавательную активность обучающихся, формировать привычку учиться самостоятельно, развивать наблюдательность и умение самостоятельно делать выводы.

Итак, в процессе изучения алгебраического материала на уроках математики при подборе приемов следует учитывать познавательные универсальные действия, формируемые в этом возрасте, и сферы жизнедеятельности человека, в которых изучаемые знания и формируемые умения могут быть использованы.

Е.М. Кипман
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.А. Василенко, к.ю.н., доцент

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПРОТИВ СЕМЬИ И НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ПО РОССИЙСКОМУ УГОЛОВНОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

Преступления против института семьи и несовершеннолетних являются предусмотренные статьями 150–157 главы 20 Уголовного Кодекса РФ умышленные, общественно опасные действия или бездействия, которые могут покушаться на интересы несовершеннолетних и интересы семьи, и могут причинить вред здоровью и физическому, психическому, нравственному, а также интеллектуальному развитию несовершеннолетних.

По особенностям объекта все преступления, которые предусмотрены главой 20, можно разделить на две группы: преступления против несовершеннолетних и преступления против семьи.

Уголовный Кодекс предусматривает и ряд иных преступлений, которые направлены на нормальное физическое и нравственное развитие несовершеннолетних (например, половое сношение или иные действия сексуального характера с лицом, не достигшим шестнадцатилетнего возраста – ст. 134 УК, развратные действия – ст. 135 УК, захват заложника п. «Д» ч. 2 ст.

206 УК; склонение к потреблению наркотических средств или психотропных веществ – п. «В» ч. 2 ст. 230 УК). Однако они имеют совершенно другой видовой объект и именно поэтому не относятся к главе 20 «Преступления против семьи и несовершеннолетних».

Непосредственным объектом преступлений, предусмотренных в главе 20 УК, являются конкретные общественные отношения, которые обеспечивают формирование личности несовершеннолетнего либо нормального существования нетрудоспособных родителей или взрослых детей. При анализе конкретных составов преступлений возможно выделение основного, дополнительного и факультативного объектов.

Потерпевшими могут быть: малолетние, несовершеннолетние, родители, усыновители. Законные интересы потерпевших защищаются независимо от их возраста, уровня интеллектуального развития, состояния здоровья.

Субъектом преступления против семьи и несовершеннолетних являются лица, достигшие к моменту совершения преступления шестнадцати лет, а в некоторых составах – 18. Субъект может быть общим или специальным. В качестве субъектов по некоторым статьям УК выступают родители, опекуны, работники медицинских и детских учреждений и т.п.

Определенными особенностями характеризуется субъект анализируемой группы преступлений. В ряде случаев предусматривается повышенный (18 лет) его возраст (ст. 150, 151, ч. 2 ст. 157), в иных случаях он обычный – 16 лет. К отдельным составам (например, разглашение тайны усыновления или удочерения – ст. 155) предполагается наличие специального субъекта. Это лица, которые обязаны хранить сведения об усыновлении как служебную, так и профессиональную тайну; родители или иные лица, на которых возлагаются обязанности по воспитанию несовершеннолетнего или осуществлению контроля за ним; родители или совершеннолетние трудоспособные дети.

Признаки специального субъекта в некоторых составах преступления выступают усиливающими наказанием обстоятельствами (ч. 2 ст. 150 и ч. 2 ст.

151). В некоторых случаях конструктивным признаком основного состава считаются корыстные или иные низменные побуждения (ст. ст. 153, 155).

К.О. Киселева
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.А. Василенко, к.ю.н., доцент

УБИЙСТВО С ОТЯГЧАЮЩИМ ОБСТОЯТЕЛЬСТВОМ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИМ ОБЪЕКТ ПРЕСТУПЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ КВАЛИФИКАЦИИ УБИЙСТВА БЕРЕМЕННОЙ ЖЕНЩИНЫ

В соответствии с отечественной доктриной уголовного права и действующим российским законодательством, убийство определяется как преступление против жизни человека. В ходе анализа 105 статьи Уголовного Кодекса обнаружились противоречивые вопросы, связанные с формулировками законодателем отягчающих обстоятельств, предусмотренных за исследуемое деяние, а также возможные сложности в практике их применения.

Так, пункт «г» ч. 2 ст. 105 Уголовного кодекса, характеризующий объект преступления по признаку – потерпевшего, отягощает репрессию за убийство «женщины, заведомо для виновного находящейся в состоянии беременности». Данный критерий схож с пунктом «а» рассматриваемой статьи, так как происходит реальное посягательство на жизнь женщины и потенциальное посягательство на жизнь ребенка. Известно, что для квалификации содеянного по исследуемому пункту срок беременности и жизнеспособность плода не имеет значения. Если субъект исполнил противозаконные действия по отношению к беременной женщине после начала родовых схваток должен быть поставлен вопрос о посягательстве на жизнь двух или более лиц, тогда преступное деяние следует квалифицировать по п. «а» ч. 2 ст. 105 [2]. При использовании судами данного критерия в приговоре возникают сложности в определении умысла виновного.

«Заведомость» исключает возможность сомнений у субъекта относительно наличия состояния беременности у потерпевшей и служит приоритетным аспектом для вынесения судебного заключения [1]. Если же субъект не знал, что жертва находится в положении, то данное квалифицирующее обстоятельство ему не вменяется. Однако, в ситуации, когда виновный убивает женщину, которую ошибочно считал находящуюся в положении, но в действительности состояния беременности нет, возникает сложный вопрос о рассмотрении исследуемого пункта в приговоре. Необходимо рассмотреть возможные пути решения появившейся проблемы.

Так, в подобной ситуации ошибка в осведомленности убийцы не может иметь значения, само противоправное деяние подлежит квалификации по направленности умысла как оконченное убийство женщины, находящейся в состоянии беременности (п. «г» ч. 2 ст.105). Однако считается, что данная концепция противоречит принципу справедливости, поскольку ложное суждение никак не способствовало увеличению общественной опасности. Тем не менее, если рассматривать анализируемое уголовное преступление, как простой состав убийства по ч. 1 ст. 105, то пренебрежение умыслом создает потенциальную угрозу Конституционным гарантиям индивида.

Таким образом, рассмотрев отягчающее обстоятельство убийства беременной женщины, обнаружились противоречивые вопросы, связанные с формулировкой данного пункта. Он не разграничивает умысел на жизнь потерпевшей от посягательства на жизнь плода, а также не определяет оценку противоправного деяния виновного, ошибочно полагающего, что потерпевшая находится в состоянии беременности, что значительно усложняет задачу для вынесения приговора субъекту.

Список использованных источников:

1. Венёвцева Надежда Валерьевна Проблемы квалификации убийства женщины, заведомо для виновного находящейся в состоянии и беременности // Отечественная юриспруденция. 2019. №2 (34). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-kvalifikatsii-ubii-stva-zhenschiny-zavedomo-dlya-vinovnogo-nahodyaschei-sya-v-sostoyanii-beremennosti> (дата обращения: 15.03.2023).

2. Павалаки, Адриана. Вопросы квалификации убийства женщины, заведомо для виновного находящейся в состоянии беременности / Право: современные тенденции: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2017 г.). – Краснодар: Новация, 2017. – С. 112-115. – URL: <https://moluch.ru/conf/law/archive/225/11722/> (дата обращения: 15.03.2023).

А.С. Клиндух

*Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель – И.В. Рязанов, к.фил.н., доцент*

УРАЛЬСКОЕ КАЗАЧЕСТВО НА СЛУЖБЕ ОТЕЧЕСТВУ

Казачество как явление связано с реалиями российской истории: становлением государства, охраной границ, поддержанием правопорядка.

Казачества всегда имели свои отличительные особенности: уклад жизни, общественная организация, быт, культура, идеология, поведенческие стереотипы и фольклор.

Кзаками назывались профессиональные конные воины, приспособленные к действиям в степных условиях.

Уральское казачье войско имеет достаточно самобытную историю. Время возникновения казачьих общин на берегах реки Яик (Урал) – первая половина XVI века. Днем основания считается 9 июля 1591 года – согласно летописи.

Уральские казаки размещались на западе Уральской области (ныне северо-западные области Казахстана и юго-западная часть Оренбургской области), по среднему и нижнему течению реки Урал (до 1775 – Яик).

Около шести столетий существования уральских казаков, влияло на развитие всего казачества и государства России.

По приданию, между 1520 и 1550 годами, во главе с атаманом Василием Гугник реке Яик пришли с Дона вольные казаки. Основными занятиями были охота, рыболовство, добыча соли.

В 1605 году крымский хан разорил Яицкий городок, но позже стали образовываться маленькие городки (общины).

Община сочетала в себе следующие функции: социальные, военные, хозяйственные.

В 1613 году яицкое казачество было принято в подданство Московского государства, но свою «вольность» оно сохранило. Уже в 1615 году войску была пожалована царская грамота на «вечное» владение рекой Яик. Военный опыт, хорошая самоорганизация войска привлекала чиновников. Их стали нанимать для военных походов.

Основной задачей было охранять степные границы государства. Участвовали в Северной войне (1700–1721), Кубанском походе генерала Апраксина (1711), походе на Хивинское ханство в составе войска князя Бековича Черкасского (1717).

В 1772 году, под предводительством Емельяна Пугачева вспыхнуло восстание яицких казаков, переросшее в «крестьянскую войну». Восстание было подавлено царскими войсками.

Екатерина II 15 января 1775 года переименовала реку Яик в реку Урал, а город Яицк в Уральск. Соответственно войско стало «уральским». После жестокого подавления восстания были ликвидированы казачьи круги (органы самоуправления). Теперь назначить атамана мог только император.

Казакам было запрещено иметь свою артиллерию, а военная служба стала регулярной. Несмотря на притеснения правительства, казаки верные своему воинскому долгу, продолжали участвовать во всех войнах России.

Повелением государыни Уральское казачье войско стало подчиняться астраханскому или оренбургскому генерал-губернатору, а управление Войском перешло коменданту гарнизона Уральска.

С 1798 года уральские казаки стали служить в российской гвардии. В 1799 году чины офицеров Уральского казачьего войска были уравнены с общеармейскими чинами.

В 1920 году, после октябрьской революции, постановлением советской власти Уральское казачье войско было упразднено. Изымали оружие, отбирали имущество и передавали беднейшему населению, а семьи арестовывали.

В современном мире, традиции казаков возрождаются их потомками. В России возродилось Казачье войско. Организованы Казачьи кадетские корпуса. Казачьи народные ансамбли по-прежнему знакомят современников с культурой своего народа.

*Д.Д. Кожемякина
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.А. Василенко, к.ю.н., доцент*

ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЪЕКТИВНЫХ И СУБЪЕКТИВНЫХ ПРИЗНАКОВ КРАЖИ

Тайное хищение имущества (кража) – самое часто встречаемое в следственной и судебной практике преступление. Так, за 2022 год было выявлено 697,6 тыс. краж, что составляет 35,5% среди всех преступлений [1].

Кража определяется в законе как тайное хищение чужого имущества. Именно тайный способ изъятия имущества у собственника определяет сущность данной формы хищения в отличии других форм. Стоит отметить, что «Особенность тайного похищения состоит в том, что преступник стремится завладеть чужим имуществом таким образом, чтобы не встретить противодействия со стороны потерпевшего или третьих лиц».

С каждым годом появляются новые способы совершения краж. Одним из способов совершения кражи, является незаконное завладение имуществом граждан посредством использования усложняющихся технических средств вычислительной техники, телефонов, электронных средств платежа. Так, Федеральный закон от 23.04.2018 «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации» № 111-ФЗ в ч. 3 ст. 158 Уголовного кодекса РФ ввел квалифицирующий признак п. «г», предусматривающий ответственность за

кражу, совершенную с банковского счета, а равно в отношении электронных денежных средств.

Субъективным признаком кражи, согласно закону, является корыстная цель, преследуемая виновным при его совершении. Корыстной целью при краже является стремление получить фактическую возможность владеть, пользоваться и распоряжаться чужим имуществом как своим собственным [2].

Изучение современной правоприменительной практики, знакомство с работами теоретиков в области уголовного права позволило утверждать, что современный набор средств дифференциации «кражи» нуждается в уточнении, а именно:

– Ст. 158 УК РФ изложить в следующей редакции: «Статья 158. Кража. 1. Кража, то есть тайное хищение движимого имущества...».

– Понятие тайности должно даваться в ст. 158 УК РФ. Под тайным хищением чужого имущества следует понимать любое ненасильственное завладение чужим имуществом при отсутствии у потерпевшего и третьих лиц осознания фактического характера и общественной опасности, совершаемых с ним действий, а также при уверенности самого виновного в том, что его посягательство для окружающих является незаметным либо неочевидным.

– Кражу следует считать оконченной с момента завладения имуществом.

– Нельзя квалифицировать изъятие банковской карты как оконченное преступление, предметом которого становятся средства на счете держателя этой карты, поскольку лицо только незаконно завладело картой как ключом к чужой квартире, а поэтому сам факт хищения карты не может быть расценен как оконченное преступление;

Таким образом, проблема регламентации уголовно-правовой характеристики кражи на сегодняшний день, актуальна и играет огромную роль в охране конституционных прав граждан. Предложенное совершенствование норм уголовного законодательства, будет способствовать соответствующей правовой оценке содеянного, единообразию правоприменительной практики

Список литературы:

1. Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь-декабрь 2022 года URL: <https://мвд.рф/reports/item/309> (дата обращения: 20.11.2022).

2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. От 28.11.2022, с изм. От 24.02.2022) [Электронный ресурс]: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения 01.04.2022)

А.С. Колесова
ЯЭПИ (филиал) ОУП ВО «АТусО», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель

ЯКУТСКИЕ НАРЯДЫ И УКРАШЕНИЯ

У национальной одежды различных народов, как правило, имеется весьма четкий отпечаток не только особенностей жизни и быта, но и климатических условий жизни того или иного народа, и якуты в данном случае не являются исключением. Логично, что национальные наряды якутов создавались с учетом условий проживания на Крайнем Севере.

Якутский национальный наряд, который сложился примерно в XIII столетии, включает в себя ряд составляющих, причем наиболее значительным образом это находит свое проявление в верхней одежде. В данном случае можно отметить использование множества разных материалов, а именно: различных видов меха, сукна, ровдуги, кожи, а также жаккардового шелка [3,с.77]. Украшения якутского национального костюма состоят из орнаментальных вставок, бисера, металлических пластинок и подвесок.

В качестве наиболее распространенного кроя якутского национального наряда можно назвать такие его разновидности, как оноолоох/бууктаах, которые достаточно давно были переняты у русских военных и путешественников и видоизменены в соответствии с культурно-художественными традициями и представлениями якутов. У верхней одежды этого кроя в обязательном порядке имеются боковые складки, а также складки

по среднему шву спинки («оноо»). Кроме того, рукав содержит сборку по окату («буук»). Верхняя одежда такого кроя является принадлежностью как женского, так и мужского костюма, различаясь только особенностями декора.

В качестве самого древнего кроя якутской одежды принято считать крой «таналай». Этот вид одежды выполняется из ровдуги с отделкой из меха. В качестве наиболее характерных отличительных особенностей этого наряда можно назвать меховую надставку в верхней части рукава, разрезы по боковым швам, а также декоративный элемент, включающий металлические подвески по бокам изделия на уровне талии. В различных вариантах такого рода оформление можно найти в различных видах одежды сезонного и функционального назначения. В качестве наиболее яркого примера данного стиля можно назвать одежду с укороченными рукавами из меха, кокеткой, отлетным элементом по переду, который богато украшен бисером и металлическими элементами. Тем не менее, необходимо отметить, что такой крой практически полностью исчез из употребления к началу XX столетия.

В более современное время традиционный якутский наряд развивался в рамках широкого распространения и использования различных видов тканей, причем необходимо отметить влияние данного фактора не только на крой одежды якутов, но и на культуру традиционного якутского наряда в целом.

Далее представляется целесообразным сказать несколько слов о якутских украшениях.

Основными якутскими женскими украшениями можно считать следующие: начельник, серьги, нашейные и нагрудные украшения, наручные украшения (браслеты) и кольца [1, с.107].

Большая часть украшений делалась из меди, латуни и бронзы. Интересно отметить, что отношение якутов к золоту было пренебрежительным, поскольку считалось, что оно мало чем отличается от бронзы. Наиболее предпочитаемым материалом для украшений было серебро, которое привлекало якутов своей чистотой и белым цветом.

Традиционными мужскими украшениями якутов являются серьги, кольца и наборные пояса, которые вплоть до настоящего времени представляют собой часть национального костюма [2, с.14].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что якутские наряды и украшения представляют собой часть культурного наследия якутов. Изучение этого пласта якутской культуры дает возможность глубже понять особенности культуры и быта нашего народа.

Список использованных источников:

1. Никифорова С.В., Покатилова И.В. Мир саха: народное искусство. – Якутск: Бичик, 2014. – 236 с.
2. Осипова С.В., Шамаева М.Е. Якутские мужские украшения // Юный ученый. – 2019. – №7 (27). – С. 13–14.
3. Петрова С.И. Якутская национальная одежда: традиции, проблемы современной реконструкции и адаптации // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – №4. – С. 76–81.

*В.Э. Кондратьева, А.Е. Макарова
АНПО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель*

КУХНЯ ЯКУТИИ

В якутской традиционной кухне лежат исторически сложившиеся многовековые влияния традиции северных народов (эвенов, эвенков, чукчей), а также – русских. В XIX веке основная масса якутского народа, проживавшая в центральной и юго-западной частях региона, занималась табунным коневодством и разведением крупного рогатого скота. А та небольшая часть якутов, которая проживала на севере, разводила оленей, скот держала в небольшом количестве. Якуты издревле употребляли в пищу конину. Повсеместно сохранились способы приготовления разнообразных блюд из нее, из молока кобылицы приготавливались полезные напитки. Конину даже

предпочитали говядине, а кумыс считали самым лучшим напитком, придающим силу.

Особенности якутской кухни:

1. Основные способы приготовления: сбраживание, заморозка, отваривание. Много употребляется в сыром виде.

2. Сорта мяса, которые используются: конина, говядина, оленина, дикая птица.

3. Мясо в национальной кухне никогда не отбивается и не перемалываются – только нарезка.

4. Очень популярны у якутов блюда из потрохов и крови животных.

5. Якуты стараются использовать максимум продукта, поэтому даже рыбные головы и потроха задействуются в приготовлении.

6. Приправ в блюдах минимум: соль и черный перец.

7. Из растительной пищи используется не много, в основном, ягоды (брусника, голубика, земляника).

8. Выпечка сводится к домашним лепешкам, использующихся вместо хлеба. Иногда готовятся якутские пирожки.

9. Чай в чистом виде не употребляется. Его пьют только с молоком. Но все же больше внимания морсам из ягод.

Хаан – кровяная колбаса. Готовят из свежей говяжьей или конской крови, наполняя ею кишки (как толстой, так и тонкой). Издревле известно два вида кровяных колбас: деликатесная – субай и простая, так называемая «черная» кровь. Во время забоя скота кровь отстаивают. Верхняя жидкая часть – это субай, а нижняя – «черная» кровь. Колбаса из субая вкуснее и мягче, глаже, с легким оттенком блеска, светлее. Колбаса из черной крови гуще, темнее по цвету, менее вкусная.

Строганина. Древнее блюдо с тысячелетней историей. Придумали её северные народы, ведь северные моря богаты вкусной и жирной рыбой, которая идеально подходит для приготовления строганины. Раньше её называли

«струганиной», так как приходилось в прямом смысле этого слова стругать рыбу. Строганиной в Якутии называют нарезанную тонкой стружкой свежемороженную рыбу, которую едят сырой, макая в соус. Якутская национальная кухня в основном представлена разнообразными блюдами из мяса, рыбы и кисломолочных продуктов. Главное достоинством якутской кухни является использование натуральных продуктов, которые востребованы в лучших ресторанах.

Ежегодно в начале декабря в городе Якутск проходит фестиваль «Вкус Якутии», на котором лучшие повара Якутии презентуют свои блюда якутской кухни и проводят мастер-классы по их приготовлению.

Таким образом, якутская кухня отражает историю народов Якутии, межэтнические контакты. Якутская кухня по праву является культурным наследием.

Т.Н. Корнилова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

ЧТО ЗНАЧИТ БЫТЬ СВОБОДНЫМ?

*«Свобода есть право делать все,
что дозволено законами».*
Ш. Монтескьё

Свобода – это право, которое люди получают с момента рождения. В словаре русского языка под редакцией А.П. Евгеньевой дается следующее определение свободы: свобода – это способность человека действовать в соответствии со своими интересами и целями, опираясь на познание объективной необходимости. Свобода – это личная независимость, отсутствие зависимости от кого-либо или от чего-либо.

С древних времен свободу пытались осмыслить все великие мыслители, и приходили они зачастую к совершенно разным выводам. В древнегреческой

философии свобода понималась в качестве социально-политического положения человека, не имеющего личной зависимости от других людей. Свободным человек может быть даже в тюрьме, если его дух отрешен от тела, природы, страданий. Сократ и Платон говорили о свободном человеке, противопоставляя его рабу. Так же свобода понималась и в Древнем Риме.

В Новое время вновь возрастает интерес к понятию свободы. По мнению английского философа-материалиста Томаса Гоббса, «свобода – это отсутствие внешних препятствий, которые нередко могут лишить человека части его власти делать то, что он хотел бы». Французские философы-просветители Руссо и Вольтер заявляют, что все люди свободны от рождения. А немецкий философ эпохи Просвещения Эммануил Кант ввел понятие «закон свободы», который означает, что человек способен устанавливать границы собственного произвола, признавая других людей разумными и достойными персонами. То есть, согласно его теории «свобода – это право давать закон самому себе». Свобода начинается с личного произвольного решения, которое позволяет выйти на уровень персонального бытия.

В современном общественном сознании свобода трактуется как возможность самоопределения, саморазвития, возможность достижения намеченных целей; в праве – свобода – возможность определенного поведения человека. Конституция Российской Федерации закрепляет за каждым человеком и гражданином свободу и личную неприкосновенность, свободу совести, вероисповедания, мысли, слова, труда, творчества, экономической деятельности. Каждый гражданин имеет свободу выбора профессии и рода деятельности. Каждый человек строит свое будущее, опираясь на свое мировоззрение.

Каждый человек обладает свободой и личной неприкосновенностью. Свободным может считаться только тот, кто признает свободу других. Если человек нарушает свободы окружающих, он нарушает их права, за что может быть лишен своей свободы. Если кем-то данная свобода нарушается

посредством, например, похищения человека, незаконного лишения свободы, использования рабского труда, государство квалифицирует такое поведение как тяжкое преступление, за которое полагается наказание в виде лишения свободы на длительный срок. Следовательно, если один человек лишает свободы другого, он будет лишен своей свободы государством. Свободный человек, выражая свое мнение, не должен при этом задевать чувства и мировоззрение других людей. Никто не имеет права каким-либо образом ущемлять права другого человека. Свобода не является абсолютным правом, у нее тоже есть свои ограничения. Абсолютная свобода для одного человека будет означать ущемление для другого. Свобода, которая представляет угрозу для общества и нации, в которой мы живем, не является свободой в реальном смысле. То есть предоставленной свободой нужно пользоваться обдуманно.

П.И. Крупенина
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

О ХАРАКТЕРЕ И ТЕМПЕРАМЕНТЕ

Темперамент – это заострение вашей личности.
Надо быть любым.
Н.И.Козлов

Порой люди путают понятия характер и темперамент, считая это одним и тем же. Однако это не так. Темперамент человека определяет динамические особенности его психики и поведения, характер же определяет реальное ценностное, моральное и другое содержание поступков человека. В темпераменте проявляются чувствительность человека внешним воздействиям, эмоциональность его поведения, импульсивность или сдержанность, общительность или замкнутость, лёгкость или затруднённая социальная адаптация и общении. Процесс формирования характера находится в зависимости от свойств темперамента. Черты характера проявляются только тогда, когда уже достаточно развит темперамент. Следовательно, темперамент

служит базой для развития характера, но характер не определяется темпераментом. Он формируется под влиянием внешней окружающей среды. Поэтому люди с похожими свойствами темперамента могут быть совершенно разными по характеру.

Термин «темперамент» произошел от латинского слова *temperamentum* – соотношение частей. Тип темперамента является врожденным свойством нервной системы, но может немного измениться под влиянием условий жизни или воспитания. Шотландский философ Дэвид Юм (1711–1776) писал: «Тот счастлив, кто живет в условиях, соответствующих темпераменту, но тот более совершенен, кто умеет приспособлять свой темперамент к любым условиям». А американский писатель конца XIX – начала XX веков Теодор Драйзер словами своего героя в романе «Титан» говорил: «Каждый действует согласно своему темпераменту, которым он не сам себя наделил и потому не всегда умеет им управлять и которым не всегда умеют за него управлять другие».

Первым интерес к темпераменту проявил древнегреческий врач Гиппократ. Именно он выделил четыре типа, которые понимались им в чисто физиологическом плане. Его классификация людей на сангвников, холериков, флегматиков и меланхоликов представляла собой лишь одну из многочисленных систем оценки психологических особенностей человека. В своих учениях Гиппократ обосновал свою теорию так: у каждого человека есть свой доминирующий «жизненный сок». У холериков доминирует желчь (холе), которая не позволяет в полной мере контролировать эмоции. Сангвиниками управляет кровь (сангуа), которая придает им веселья и энергии. Меланхолики подвластны влиянию «черной желчи» (мелэне холе), которая внушает им страх, грусть и самобичевание. А флегматиками управляет лимфа (флегма), которая действует как успокоительное.

У каждого темперамента можно найти как положительные, так и отрицательные свойства. Хорошее воспитание, контроль и самоконтроль даёт возможность проявиться: меланхолику, как человеку впечатлительному с

глубокими переживаниями и эмоциями; флегматику, как выдержанному, без скоропалительных решений человеку; сангвинику, как высоко отзывчивому для любой работы человеку; холерику, как страстному, неистовому и активному в работе человеку.

Отрицательные свойства темперамента могут проявиться так: у меланхолика – замкнутость и застенчивость; у флегматика – безразличие к людям, сухость; у сангвиника – поверхностность, разбросанность, непостоянство; у холерика – поспешность решений. В «чистом» виде темпераменты практически не встречаются, и каждый человек комбинирует в себе черты разных психологических типов.

Изучение собственного темперамента и работа над своим характером необходима, чтобы наладить взаимодействие между окружающими. Понимание самого себя, раскрытие собственного потенциала – это путь к самому себе, который необходимо пройти каждому думающему человеку.

*П.Ю. Кузьмишина
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – А.Д. Рабинович, к.ю.н., доцент*

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ПРИ ИСЧИСЛЕНИИ СТРАХОВОГО СТАЖА

Страховой стаж постепенно выходит за рамки пенсионной системы и приобретает все большее значение в целом на уровне национальной системы социального обеспечения, что также обусловило актуальность выбранной темы.

На сегодняшний день сохраняется проблема подтверждения страхового стажа для получения досрочной пенсии. И в случае необоснованного отказа Социального фонда РФ в назначении пенсии, граждане вынуждены обращаться в суд за защитой своих прав и интересов. Основания для отказа в назначении досрочной пенсии у Социального фонда РФ встречаются разные:

1. Наименование структурного подразделения не предусмотрено списками, установленными Постановлением Правительства РФ от 29.10.2002 N 781.

2. Отсутствие документов установленного образца, подтверждающих проживание в особых зонах (регистрация по месту жительства или месту пребывания), предусмотренных Законом РФ от 15.05.1991 N 1244-1 «О социальной защите граждан, подвергшихся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС».

3. Отсутствие в индивидуальных сведениях за определенные периоды кода за выслугу лет.

4. Нахождение на курсах повышения квалификации или в командировках – не подлежит включению в страховой стаж.

Еще одной важной проблемой, которая была выявлена в период пандемии COVID-19, связана с исчислением специального страхового стажа медицинского персонала. Так в августе 2020 года было принято Постановление Правительства Российской Федерации, которое вводит льготный порядок исчисления специального страхового стажа медицинским работникам, оказывающим медицинскую помощь пациентам с новой коронавирусной инфекцией COVID-19 и подозрением на новую коронавирусную инфекцию COVID-19. Данное Постановление было принято не случайно и решение можно отнести к непопулярным, поскольку указанные периоды работы будут исчисляться в двойном размере и ускорят возможность выхода на пенсию медицинским работникам. Однако, в п.3 указанного Постановления регламентировано, что льготный порядок расчета применяется только к периодам соответствующей работы, имевшей место с 1 января по 30 сентября 2020 года. Следовательно, несмотря на то, что после 30 сентября 2020 года медицинские работники продолжали работу в условиях определенного риска, последующие периоды засчитывался в специальный стаж в обычном (календарном) порядке.

Таким образом, считаем необходимым внести изменения в п.3 Постановления № 1191 и производить исчисление специального стажа в льготном порядке за весь период такой работы.

По нашему мнению, чтобы обеспечить наиболее эффективную государственную политику в сфере пенсионного обеспечения науке права социального обеспечения необходимо разработать и сформулировать рекомендации и предложения с целью последующего их нормативного закрепления по таким основополагающим проблемам данного института, как понятие содержание и юридическое значение страхового стажа. Тем не менее, мы должны понимать, что процесс формирования системы социального обеспечения в нашем государстве не завершился. В настоящее время мы с уверенностью можем говорить о юридическом значении страхового стажа в рамках пенсионной системы и в институте пособий и иных денежных выплат.

Ю.А. Кулешова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО» г. Челябинск
Научный руководитель – Л.М. Спирина, к.п.н., доцент

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОФСОЮЗОВ РОССИИ

Российские профсоюзы являются неотъемлемой частью всемирного профсоюзного движения и играют в нем активную роль.

Смысл профдвижения ФНПР на мировой арене, можно определить следующим образом: российские профсоюзы, с одной стороны, стремятся извлечь из своих международных контактов конкретную пользу для внутреннего развития страны и ее профсоюзов, а с другой, принимают активное участие в международных усилиях по упорядочению позиций профдвижения в условиях глобализации на основе его сплочения и солидарности.

ФНПР является членом Международной конфедерации профсоюзов.

С 2000 года ФНПР является членом Международной конфедерации свободных профсоюзов. Являясь частью мирового профсоюзного движения,

она выступает за повышение уровня жизни трудящихся и членов их семей, обеспечение всеобщей занятости, расширение сети социальных услуг, обеспечение эффективного равенства прав и возможностей женщин и мужчин, реализации прав человека, полного искоренения детского и принудительного труда, стабильное развитие демократии.

ФНПР состоит и активно участвует в работе международного профсоюзного объединения – Всеобщей конфедерации профсоюзов (ВКП); регулярно принимает участие в важнейших международных форумах, таких как «Профсоюзная двадцатка» (L20), которая представляет интересы трудящихся в «Группе двадцати», и Профсоюзный форум БРИКС.

Важную роль в международных отношениях ФНПР играют двусторонние контакты с профцентрами зарубежных стран такими как Франция, Китай, Южная Корея, Япония и т.д. Уделяя особое внимание отношениям с профсоюзами стран ближнего зарубежья и вопросам трансграничного сотрудничества с такими странами как Республика Беларусь, Казахстан, Приднестровская Молдавская Республика, Литва, Латвия и т.д. Сохраняются или возобновляются старые, испытанные десятилетиями контакты с Турцией, Республикой Беларусь и устанавливаются, развиваются новые, например, с странами Португалия, Сербия, Вьетнам.

Одним из ключевых направлений работы в международной деятельности является её участие в работе Международной Организации Труда (МОТ), как важного инструмента защиты социально – трудовых и экономических интересов наёмных работников, прав и свобод профсоюзных организаций во всём мире.

Реальный прогресс в решении проблем мира зависит от активного участия всех государств в обеспечении устойчивого и экологически приемлемого социального и экономического развития, ФНПР вместе с зарубежными профсоюзами добивается от правительств РФ и других стран включения социальных требований о защите прав трудящихся и их профсоюзов в

международные торгово-экономические договоры и соглашения, а так же реализации в России социально ориентированных разделов деклараций и программ действий, одобренных МОТ, Всемирной конференцией ООН по вопросам развития и окружающей среды.

Список использованных источников:

1. Деятельность Федерации Независимых Профсоюзов России / [Электронный ресурс] // ФНПР: [сайт]. – URL: <https://fnpr.ru/activity/mezhdunarodnaya-rabota/> (дата обращения: 26.03.2023).
2. Самвелян К. Г. Международные стандарты деятельности профсоюзов по обеспечению прав трудящихся / Самвелян К. Г. // StudNet. – Владивосток:, 2020. – С. 9.
3. НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ // Московская федерация профсоюзов URL: <https://mtuf.ru/about/directions/international-cooperation/> (дата обращения: 30.03.2023).

*Ю.М. Мокишина
ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.Г. Махмутова, к.п.н., доцент*

**ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ
МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ВЕЛИЧИН
НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ**

Актуальность проблемы развития творческих способностей младших школьников на уроках математики обуславливается интересом к проблемам творчества вообще и детского творчества в частности. В реалиях сегодняшнего времени обучение, ориентированное на выявление и проявление творческого потенциала подрастающего поколения на этапе становления личности, не только оказывает влияние на процесс обучения в рамках школьной программы, но и предполагает высокий уровень социализации в дальнейшем.

Однако, несмотря на значительный интерес исследователей к проблеме развития творческих способностей на уроках математики, к пониманию его места и значения, а также накопленный на сегодняшний день опыту и другим

сопутствующим факторам, проблема развития творческих способностей младших школьников на уроках математики, в частности при изучении величин, по-прежнему остается недостаточно разработанной.

Цель исследования – на основе изучения теоретических аспектов проблемы и эмпирического исследования выявить методы и приемы, способствующие развитию творческих способностей младших школьников при изучении величин на уроках математики.

Развитие творческих способностей вне деятельности невозможно, при этом на уровень развития влияют не только успешная деятельность, но и темперамент, мотивация и самооценка. Творческие способности представляют собой сочетание определенных качеств, определяющих успех творческой деятельности. Они не зависят от интеллектуальных особенностей человека.

Творческие способности младших школьников нуждаются в специально организованных занятиях, направленных на стимулирование продуктивного воображения, развитие логических операций мышления, расширения опыта практической деятельности и знаний об окружающем мире. Кроме того, должна быть создана положительная мотивация учения.

Математика – предмет, наиболее эффективный для развития творческого потенциала младших школьников, а также для формирования познавательных интересов и способностей. В процессе обучения математике развивается речь обучающихся, обогащается специальными математическими терминами и выражениями их словарь. Обучение математике организует и дисциплинирует младших школьников, способствует формированию таких черт личности, как аккуратность, настойчивость, воля, воспитывает привычку к труду, желание трудиться, умение доводить любое начатое дело до конца. Уроки математики одновременно с вооружением обучающихся математическими знаниями, формированием разнообразных умений и навыков (вычислительных, измерительных, графических, решения задач), умственной и учебной деятельности способствуют развитию творческих способностей.

В современной литературе существует некоторое разнообразие приемов развития творческих способностей младших школьников, которые можно применить на уроках математики при изучении величин: разрешение проблемных ситуаций; изложение различных точек зрения на один и тот же вопрос; побуждение делать анализ, сравнение, обобщение, сопоставление фактов, вывод; постановка творческих задач; применение исследовательского, проектного методов; решение задач-головоломок; ребусов; занимательных задач; задач на смекалку; математические конкурсы, дидактические игры и пр.

Критериями, по которым можно судить о развитии творческих способностей младших школьников, являются: творческое воображение, творческое мышление и уровень вовлеченности в творческую деятельность.

Нами были применены приемы развития творческих способностей младших школьников при изучении величин в ходе опытно-экспериментальной работы. Полученные данные свидетельствуют о положительных изменениях в структурных компонентах творческих способностей младших школьников.

Р.Р. Новикова, Д.Е. Атакова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель
ЯКУТСКИЙ НАРОДНЫЙ ТАНЕЦ

Осуохай (якут. оһуохай) – традиционный хороводный круговой танец якутов, исполняемый большим количеством танцующих – возникшее у якутов как ритуальный танец благодарения и обращения к божествам айыы и духам – хозяевам природы иччи. Во время него танцующие, взяв друг друга за руки перемежаются с ноги на ногу двигаясь в неторопливом темпе. Темп движения непостоянный, регулируется ведущим и ускоряется на припеве. В хороводе присутствует ведущий (осуохайдыт), в чьи обязанности входит исполнение песен и регулирование темпа движения хоровода.

В 2012 году на национальном празднике якутов Ысыах, был установлен рекорд Гинесса по количеству людей одновременно исполняющих танец. Рекордное мероприятие прошло в архитектурно-этнографическом комплексе «Ысыах Туймаады».

Народный танец как феномен человеческой культуры формировался под влиянием природно-климатических и социально-исторических условий народа. Народный танец опирается на традиции и впитан этническими ориентирами, носит коллективный характер. Он обладает специфичным материалом, каковым является человеческое тело, аккумулирующее пластический потенциал художественного языка танца.

Создание и популяризация современных народных сценических якутских, эвенкийских, юкагирских танцев ряда других народов Крайнего Севера способствовала обогащению культуры народов Якутии.

Якутский традиционный танец осуохай, возникший в глубокой древности, продолжает своё бытование до наших дней. Элементы национальных спортивных игр и состязаний, которые являются частью обряда Ысыах, где в обязательном порядке проводились эти игры и состязания: «Кылыы», «Ыстана», «Мас тардыһыта», «Тутум эргиир», «Сууруу», «Кыыс сырсыыта», «Таас кете5уутэ», «Хапсаҕай». Множество танцев, отражающие окружающую их природу, рассказывающие об их близости и нерасторжимости с ней. Наиболее архаичными и широко распространенными в прошлом у якутов были танцы «Орел» («Хотой үнкүүтэ»), «Стерх» («Кыталык үнкүүтэ»). Существуют много танцевальных движений, взаимосвязанных из наблюдений в природе – «Куобах» (заяц), «Кырынаастыыр» (горностай), бег сохатого, бег оленя. Также распространены якутские танцы, отражающие красоту природы, природные явления: «Эрэкэ-дьэрэкэ» – духи-хозяева растений, трав, цветов, «Сайын» (Лето), «Ньургуһуннар» (Подснежники), «Сардаана» (Цветок Сардаана), «Холорук үнкүүтэ» (Танец вихря). Во все эти танцы испокон веков якуты

вложили свое понимание природы и человека как единого и нерасторжимого целого.

А так же имеются не мало литературы тему защитник кандидатской диссертации, с публикациями «Народные танцы Якутии» и «Хореографическое искусство коренного населения Северо-востока Сибири».

Таким образом, народные танцы сохраняют истоки национальной культуры, прививают любовь к культуре, и расширяют кругозор, ведь изучая танцы народов мира, танцующие не просто выполняют ряд движений, а узнают историю стран, музыку и костюмы.

В.Р. Ноговицын
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель

КУЛЬТУРОЛОГИЯ ЯКУТИИ

Якуты – тюркоязычный народ которые проживают в субъекте России в Республике Саха (Якутии). У этого народа есть самоназвание «Саха» этноним согласно тунгусским словообразованием произносили как «ёкё», а русские, переняв от тунгусов словообразование как «ёкёт», переделали как «якут» вот из-за этого русские саха называют якутами если заметить языковые термины отличаются друг от друга, Например Нюрбинский улусе языковой диалект говорит оскуома с переводом гвоздь, а люди ближе к столице Хангалаский улус на их нем диалекте Тобого будет, не Оскуома как в Нюрбинском улусе. Сквозь время и разобщенность в древности даже языковые диалекты стали отличаться.

В якутской культуре есть доказательства и традиции, которые связывают с курыканским наследием. Культура которых существовало примерно в VI–X веков в территории Прибайкалье Тункинский край, Верховье лены до Верхоленска, позднее монгольские племена оттеснили курыкан. Захватывая Прибайкалье и Забайкалье, которые вошли в монгольскую Империю после оттеснения монголами, курыканы заняли ленский бассейн в (нынешнее место

города Якутск) курыканы ассимилировались в ленском бассейне с другой культурой юкагиров часть вытеснили на окраины. В итоге этноформирование якутов является результатом долгих историко-культурных и этнических связей тюрков, монголов и тунгусов при преобладающей роли первых. Таким образом, Центральная Азия и Южная Сибирь были первичной родиной якутов, Прибайкалье и Забайкалье – второй, современная Якутия – третьей. В XVI в. якуты представляли собой постплеменную народность, определившуюся в условиях раннеклассового общества на базе существующих пережитков родоплеменной организации и без сформировавшегося государства. В XVII—XVIII вв. существовали две формы семьи: патриархальная семья, кроме самого тойона, его братья, сыновья, племянники, вскормленники, холопы (рабы) с женами и детьми. Такая семья называлась ага-кэргэн, притом слово ага в дословно переводе «Отец ли Папа». Семейно В изучаемое время у якутов существовало соседская форма общины, которая обычно возникает в эпоху разрушения первобытного строя. частично совместной собственностью на средства производства пастбища, сенокосные, промысловые угодья. Незрелость, незавершенность якутской общины диктовались спецификой аграрного типа хозяйств, расселенных на обширной территории, которые разделялись по улусам, некоторые были враждебными друг другу. Были случаи нападения на якута с другого улуса. Отсутствие органов управления компенсировалось наличием поздне родовых учреждений. Таковыми выступали патриархальный род – агаууса «отцовский род». В его рамках объединение семей происходило по линии отца-патриарха, основателя рода. В пределах XVII в. существовала малая форма ага-ууса, состоящая из братских семей до 9го колена. В последующее время преобладала большая сегментированная форма патриархального рода, прошу заметить, что якутской культуры очень богатая кухня «дагда» «аладьы» «бирэски» «строганина». Якуты любят похлебки и особенно уважают домашние колбасы. Отдельное место занимает замороженное мясо и рыба – так называемая строганина, которая потребляется

без предварительной термической обработка. Якутская культура не очень богатая историей как римская или греческая, но она сама по себе очень интересна великим переселением из Байкала в ленский бассейн и ассимиляция и смешивания культур, которые очень интересны своими формами правления и кухней.

*О.Л. Огочонова, С.Д. Степанова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель*

ЫСЫАХ

Якуты – жители долины Туймаада. Они живут в суровых климатических условиях, зима длится не 3 месяца, а целых 5, так как она начинается с октября и длится почти до конца апреля. Из-за этого приход лета у якутов очень долгожданное событие, так как этот сезон очень короткий. Народ саха празднует приход лета особенным, традиционным праздником – Ысыах!

Ысыах – это якутский традиционный праздник встречи лета и пробуждения природы от долгой холодной зимы. По якутскому календарю с 22 июня начинается первый день солнцестояния. Он длится несколько дней, поэтому его назвали фестивалем. На празднике люди показывают свое уважение и любовь к духам Айыы. В этот день все танцуют, поют, радуются началу лета. В знак уважения духам якуты готовят разную национальную еду и дают их в подарок духам.

Ысыах начинается с ритуала, где алгысчыт просит у верхних божеств даровать людям благодать. Потом он разжигает огонь и дает им угощение, а земле кумыс, наговаривая алгыс. Затем все присутствующие стоят и поднимают руки к солнцу. И только после этого начинается кумысопитие. Кумыс – это священный напиток, его пьют из национального сосуда – чорон.

Главным событием является Осуохай – народный хоровод в виде круга, который является символом жизненного круга. Алгысчыт поет песни, где

восхваляет жизнь и природу. Люди поют вслед за ним. Танцуя осуохай, они получают энергию от солнца.

По якутским преданиям в день Ысыаха вместе с рассветом на землю спускаются Боги Айыы, это божества, жители верхнего мира, где обитают добрые, светлые духи. Они спускаются с неба на белых конях, из-за этого на территории проведения праздника устанавливаются коновязи по якутски – сэргэ – символ дерева жизни, которые украшают разноцветными ленточками, в знак приветствия богов – салама. Салама – это жертвенная лента, сделанная из конского волоса увешенная разноцветными ленточками и маленькими берестяными ведерками.

Аал Луук Мас – дерево мира, главный символ праздника Ысыах. Он символизирует связь между тремя мирами: верхним, где живут добрые духи Айыы, средним, где обитают люди и нижним – мира злых духов. Он имеет восемь ветвей четыре из них указывают направления горизонта, а остальные промежуточные направления. Ветви вырастают обязательно вверх в Верхний мир. В каждом улусе (районе) имеется свой Аал Луук Мас каждая особенно красива по-своему!

В день Ысыаха все одеты очень красиво! Женщины одевают платья – халадай, на которые иногда накидывают жилетку, украшенную узорами и бусинами. Якутские женские украшения – это само превосходство! На голову надевают обод – начельник бастына и нагрудные и наспинные подвески – илин, кэлин кэбийэр. Раньше их делали из металла, но позже стали делать из серебра. Украшения надевали не для красоты, они служили оберегом для женщины и имели сакральный смысл. Мужская же одежда была скромнее женской. Мужчины надевают рубашку, накидывают на нее пальто и обязательно пояс, чтобы злой холод не проникал в тело. На одежде так же присутствуют символические узоры. Дополняют костюм головным убором из конского волоса.

Национальные спортивные игры – неотъемлемая часть Ысыаха. Игры разносторонне показывают области культуры якутов. В целом, игры Ысыаха – это своеобразный диалог с судьбой, в которых могут принять участие все.

Ысыах – необычный праздник, заключающийся в обрядах и ритуалах. Это один из старейших праздников который дошел до нашего времени, не утратив своей актуальности.

М.К. Павлов, В.В. Тихонов
АНПОО «ЯГК», г. Якутск

Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель

ТРАДИЦИИ ЯКУТСКОЙ КУХНИ

В настоящее время, изучение национальной кухни во многом обуславливается интересом населения к традиционной кухне, возрождением традиций и стремлением разнообразить рацион питания.

У каждого народа есть своя материальная культура, которая состоит из ряда различных элементов. Одним из важнейших элементов является пища. Якуты питаются сбалансированно, с рациональным соотношением всех элементов, необходимых для здорового обмена веществ. Якуты не живут в суровых условиях, когда зимой сильный холод, а летом – палящая жара, и при этом якуты не смогли правильно организовать основной фактор существования – питание – это очень особенное явление в материальной культуре якутского народа. Политссыльный А. Шиманский, изучавший якутскую кухню, в 1886 г. писал: «Не подлежит никакому сомнению, что в ряду других причин, давших возможность якутскому племени проявить столь замечательную энергию в борьбе с суровой природой Ленского края, играла немаловажную роль пища». Жители севера по-прежнему придерживаются традиционного питания, улучшая и обогащая национальную еду и напитки. Национальная кухня якутов очень питательная, вкусная и здоровая, состоит в основном из мяса, рыбы и молочных продуктов.

В XIX веке большинство якутов, проживавших в центральных и юго-западных частях региона, занималась табунным коневодством и скотоводством. А небольшая часть якутов, проживавших на севере, занималась оленеводством и разведением крупного рогатого скота в небольшом количестве. Кулинария народа Саха не так бедна, как думают многие. Она изучена не полностью и потому многое осталось забытым. Когда-то проживавший в Якутии, В.Серошевский, писал о том, что главное место в питании у якутов занимала молочная, затем растительная пища, а мясо употребляли в основном зимой, в маленьком количестве. По его словам, состоятельные якуты варили «супы из душистых трав, ягод и кореньев». Якуты издревле употребляли в пищу конину. Сохранились различные рецепты с использованием кобыльего молока. Конину даже предпочитали говядине, а кумыс считали самым лучшим напитком, придающим силу.

Якутские мясные блюда технически схожи с монгольской и казахской кухней, поскольку хозяйство якутов раньше базировалась на кочевом скотоводстве. Многие блюда, особенно с использованием молочных продуктов, напоминают бурятскую кухню. Решающий отпечаток на якутскую кухню наложили условия жизни на Крайнем Севере, вдоль рек Анабар, Индигирка, Оленек, Колыма и Лены. В ней широко используются пернатая дичь, оленина, сибирская рыба: сибирский осетр, чир, омуль, муксун, пелядь, нельма, таймень, хариус. Методы использования пищевого сырья во многом аналогичны принятым в субарктической кухне, то есть рыба и мясо употребляются часто сырыми и только в зимнее время, когда из этих продуктов можно делать строганину (тонко нарезанная рыба в виде стружек, употребляют в пищу вместе с острой приправой). Композиция якутских блюд довольно проста: это отварные продукты (мясо, рыба), либо сырые (молоко, кровь, мясо, рыба, травы), либо сырые сброженные (кумыс, буза). Фрукты и овощи не применялись в блюдах национальной кухни.

Нам бы хотелось добавить, что даже культура любого народа отражается в национальной кухне. Кухня у всех уникальна и пускай, что даже технически схожа с другими. Еда не просто отражает культуру, но и особенности народа: его образ жизни, условия жизни, обычаи, традиции.

А.А. Павлова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

РОЛЬ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

*«Сленг – это язык-бродяга, который слоняется в окрестностях
литературной речи и постоянно старается
пробить себе дорогу в самое изысканное общество».*
Д.Б.Гриноу, Д.Л.Киттридж, английские этимологи

Слово «сленг» (slang) заимствовано из английского языка и перенесено путем калькирования (заимствования иноязычных слов, выражений, фраз буквальным переводом соответствующей языковой единицы). Первое употребление слова «slang» приходится на середину XVIII века, активно используется британскими лексикографами с XIX века. Изначально слово «slang» понимали как словарь простолоюдинов и сомнительных личностей. Позднее термин приобрел свое современное значение: сленг – это набор слов и выражений, которые употребляют лица определенных социальных, возрастных и профессиональных групп. Многие образованные люди используют сленговые обороты внутри своей профессиональной «касты». Примером может послужить выражение «ака» или «зы» в компьютерном сленге. Корни данной аббревиатуры кроются в английском выражении «also as known», что дословно переводится «также известен, как». Касаемо людей, термин употребляется довольно часто: писатель Уильям Сидни Портер, ака – О'Генри или певица Луиза Чакконе, ака – Мадонна.

Основными видами сленга являются: молодежный, профессиональный, компьютерный, уголовный, связанный с хобби и др. Сам по себе сленг является вариацией «тайного языка» и синонимом таких слов, как жаргон или арг.

Согласно теории психосоциального развития американского психолога Эрика Эриксона, молодостью называют период жизни человека от 19 до 35 лет. Российское законодательство дает достаточно широкую трактовку термину «молодежь» – сейчас человека считают представителем этой возрастной группы, если ему от 14 до 30 лет. Молодежный сленг считается самым употребляемым ввиду многочисленности группы. Как правило, сленг не используется в официальном разговорном и письменном языке. Он возникает при необходимости сделать речь более непринужденной и игривой, особенно в своей компании. Благодаря сленговым выражениям, в разговор вкрапляется доля юмора, грубости или шока, например: хайп – (hype – англ. – шумиха) – ажиотаж; «хайпиться» – значит делать что-то напоказ. Или ауф – кайф, круто. Этот возглас используют для выражения самых разных эмоций: восхищения, одобрения, разочарования или грусти; дело только в интонации. В последнее время часто употребляемым стало слово абьюзер (abuser – англ.) – человек, который оскорбляет других, давит на них, причиняет дискомфорт, злоупотребляет доверием. Довольно часто сленговые выражения приобретают широкую популярность и распространяются по всему миру. Отличным примером может послужить слово «ОК», которое стало понятным знаком согласия для большинства людей на планете.

Молодежный сленг является одним из составляющих процесса развития языка, его пополнения и многообразия, лексика которого ограничена интересами и проблемами молодежи: учебной, модной одеждой, музыкой и так далее. Сленг является определительным знаком, «визитной карточкой» определенных групп и слоёв населения.

Понимание сленга является очень важным моментом при изучении иностранных языков, так как именно сленговые термины могут очень ярко

передавать отдельные черты определенной культуры. Знание сленга английского языка способствует активизации познавательной активности школьника или студента, помогает расширить словарный запас, сделать речь говорящего более яркой и образной, а также поддержать интерес к изучению иностранного языка.

*А.И. Петрова
Ур СЭИ (филиал) ОУП ВО «АТиСО», г. Челябинск
Научный руководитель – Л.М. Спирина, к.п.н., доцент*

УЧАСТИЕ ПРОФСОЮЗОВ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ОХРАНЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ

Современная обстановка на рынке труда в стране не спокойна, в ней не останавливается увеличение нарушений трудовых прав работников, увеличивается рост работников и несовершенство трудового законодательства. Работодатели не всегда осуществляют свои требования и положения, которые прописаны законодательством и не всегда вкладывают средства в обеспечение соответствующих условий труда. Такие действия негативно отражаются для сотрудников: получение производственной травмы так и летальные исходы.

Федеральный закон «О профессиональных союзах, их прав и гарантиях деятельности» позволяет профсоюзам представлять и защищать права и круг интересов членов профсоюзов по вопросам индивидуально трудовых и связанных с трудом отношений, а также права и интересы всех работников в независимости от их членства в профсоюзах [2].

В России за 2020 год состояние тяжести травматизма на производстве составляет 49,9%, что на 1% меньше прошлого года. Работодатели скрывают все больше несчастных случаев на производстве, но тяжелый случай, которые уже невозможно скрывать расследуются и регистрируются [1].

Например, на одном из предприятий в Кургане в ноябре 2022 произошел несчастный случай, на котором пострадало три человека. Удалось выяснить

причину возгорания: работники не были обеспечены необходимым оборудованием. В итоге работодатель должен был провести внеплановый инструктаж по охране труда с работниками, обеспечить их средствами индивидуальной защиты и оборудованием, оборудовать помещения системами непрерывного автоматического контроля содержания кислорода в воздухе.

В Челябинске профсоюз смог добиться выплат за вредные условия труда 14 октября 2022 году. Во вредных условиях трудились медработники во врачебно-физкультурном диспансере г. Миасса. Техинспектор труда организации Профсоюза работников здравоохранения РФ оказал консультацию для администрации медучреждения. Руководству диспансера разъяснили требования охраны труда, благодаря чему все работники, занятые на рабочих местах с вредными условиями труда, получили денежные компенсации.

28 сентября 2022 была проведена первая Конференция «Детальность профсоюзов по защите прав работников на безопасные и безвредные условия труда». Председатель ФНПР Михаил Шмаков, отметил о необходимости обсуждения задач профсоюзов по контролю выполнения работодателями принятых обязательств в отраслевых, региональных соглашениях и коллективных договорах.

На данный момент тема охраны труда актуальна. Процент несчастных случаев растет с каждым годом. Профсоюзы проводят коллективные переговоры о заключении и изменении соглашений, разрешений коллективных споров по этим вопросам, осуществляют контроль в той сфере, а также регулирование социально-трудовых отношений. Ведь такое право предоставляется только профсоюзам.

Список использованных источников:

1. Кришталь Д. М./ Доклад заместителя Председателя ФНПР Кришталь Д.М. на Генеральном Совете ФНПР/«О состоянии охраны труда и необходимых мерах по ее обеспечению», 2022 г. / <https://fnpr.ru/upload/iblock/7f0/f7f745zr41otblj0ruz9vqquccwxyzcn3.pdf>

2. Федеральный закон Российской Федерации от 11 марта 1992 г. №2490 «О коллективных договорах и соглашениях».

Е.С. Порубова
Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь
Научный руководитель – И.В. Рязанов, к.фил.н., доцент

РЕПРЕССИИ 20–30-Х ГГ. НА УРАЛЕ

Ста́линские репрéссии (большой террор) – массовые политические репрессии, осуществлявшиеся в СССР в период сталинизма (конец 1920-х – начало 1950-х годов).

Репрессия (лат. repressio) – различные меры принуждения, применяемые государством по политическим мотивам, в виде лишения жизни или свободы, помещения на принудительное лечение в психиатрические лечебные учреждения, выдворения из страны и лишения гражданства, выселения групп населения из мест проживания, направления в ссылку, высылку и на спецпоселение, привлечения к принудительному труду в условиях ограничения свободы, а также иное лишение или ограничение прав и свобод лиц, признававшихся социально опасными для государства или политического строя по классовым, социальным, национальным, религиозным или иным признакам, осуществлявшееся по решениям судов и других органов, наделявшихся судебными функциями, либо в административном порядке органами исполнительной власти и должностными лицами и общественными организациями или их органами, наделявшимися административными полномочиями.

1. При изучении репрессий с первых лет существования советской власти мы сталкиваемся с практикой лишения избирательных прав. Списки лишенных избирательных прав по Нижнему Тагилу, округу и району – один из источников по истории репрессий на Урале.

2. Следующая волна репрессий связана с раскулачиванием – спецссылкой конца 1920-х – 1930-х гг.

3. Почти одновременно с раскулачиванием-спецпереселением в конце 1920-х гг. усиливаются репрессии по контрреволюционным делам.

4. Особый размах репрессии приобрели в 1937 году, они были связаны с именем Николая Ежова, поставленного возглавлять НКВД.

5. В апреле 1930 года было создано Управление исправительно-трудовых лагерей ОГПУ, преобразованное через полгода в Главное Управление исправительно-трудовых лагерей (ГУЛАГ).

В южноуральской Книге памяти репрессированных говорится, что в 1999 г. УФСБ предоставило в архив сведения о репрессиях лишь по 58 статье в отношении 37 041 человека (11 592 из них расстреляны) – это официальные данные лишь по одной из статей УК, точное количество репрессированных в Челябинской области до сих пор тайна. Как и то, какой процент жертв сталинизма покоится в чреве Золотой горы. Но порядка тысячи южноуральцев числятся в печально известных сталинских списках – решение об их убийстве подписывал сам «вождь народов».

Список литературы:

1. «Деревню опустошают»: сталинская коллективизация и «раскулачивание» на Урале в 1930-х годах/ А.А. Раков – М. Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2013. – 327 с. Ил. – (История сталинизма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rulit.me/data/programs/resources/pdf/_Derevnyuopustoshayut_stalinskayakollektivizaciyai_raskulachivanie_naUraleb1930-hgodah_RuLit_Net_323897.pdf

2. В.М. Кириллов «История репрессий в Нижнетагильском регионе Урала» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://gedenkbuch.rusdeutsch.ru/upload/files/El-knigi/Monografia_2.pdf

ПРОТИВОПРАВНОСТЬ ИЛИ АМОРАЛЬНОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТЕРПЕВШЕГО КАК ОБСТОЯТЕЛЬСТВО, СМЯГЧАЮЩЕЕ НАКАЗАНИЕ

В соответствии с пунктом «з» части 1 статьи 61 Уголовного кодекса Российской Федерации смягчающим наказанием признается противоправность или аморальность поведения потерпевшего, явившегося поводом для совершения преступления.

В сравнении с ранее действовавшим уголовным законом Уголовный кодекс 1996 г. расширил содержание этого смягчающего обстоятельства. Если УК 1960 г. содержал указание на неправомерность действий потерпевшего, вызвавших сильное душевное волнение (п. 5 ст. 38), то УК РФ 1996 г. противоправные и аморальные действия потерпевшего, послужившие поводом для совершения преступления, не связывает с возникновением сильного душевного волнения (аффекта) у виновного.

Противоправное поведение – насилие, издевательство, тяжкое оскорбление, психологическое давление со стороны потерпевшего.

Аморальное поведение – нарушение потерпевшим моральных норм и правил поведения в обществе: необоснованное обвинение в преступлении или глубоко аморальном поступке, циничное оскорбление женщины, родных и близких виновного, надругательство над чувствами патриотизма и национальной гордости, родительской любовью, насмешки над физическими недостатками человека, супружеская измена при определенных обстоятельствах, носящие глубоко оскорбительный и издевательский характер циничные действия и т.п.

Во многих случаях совершения преступлений значительная роль принадлежит потерпевшему, т.е. жертве преступления, когда преступление

представляется как результат взаимодействия преступника с жертвой преступления (потерпевшего).

Исходя из личностных признаков в криминологии выделяют следующие виды жертв:

1) агрессивные жертвы, поведение которых связано, как правило, с нападением на потерпевших;

2) активные жертвы, которые прямо не создают конфликтную ситуацию, но активно способствуют причинению им вреда;

3) инициативные жертвы, которые проявляют излишнюю активность.

Провоцирующее поведение всегда носит характер активного проявления деятельности потерпевшего. Именно поведение и личностные качества потерпевшего детерминируют совершение преступления.

По смыслу п. «з» ч. 1 ст. 61 УК РФ для признания данного обстоятельства в качестве смягчающего наказание не требуется, чтобы противоправное или аморальное поведение потерпевшего вызвало сильное душевное волнение у виновного. Это означает, что суд при применении этого смягчающего обстоятельства не обязан устанавливать наличие сильного душевного волнения. В то же время суд должен установить характер противоправного или аморального поведения потерпевшего, его взаимосвязь с ответным поведением виновного и другие обстоятельства происшествия, имеющие существенное значение для принятия правильного решения.

В завершении отметим, поведение потерпевшего как элемент объективной стороны напрямую взаимодействует с такими элементами субъективной стороны, как вина, мотив, цель, и, соответственно, влияет на степень вины, степень общественной опасности совершенного преступления.

Ш.Т. Рахимова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск

Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

РОЛЬ АУДИРОВАНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Язык является важнейшим средством общения, без которого невозможно существование и развитие человеческого общества. Язык является средством общения в двух формах: устной – аудирование и говорение и письменной – чтение и письмо.

Аудирование составляет основу общения, с него начинается владение устной коммуникацией. Оно складывается из умения дифференцировать воспринимаемые звуки, интегрировать их в смысловые комплексы, удерживать их в памяти во время слушания, осуществлять вероятностное прогнозирование и, исходя из ситуации общения, понимать воспринимаемую звуковую цепь. Понимание речи на слух тесно связано с говорением – выражением мысли средствами изучаемого языка. Говорение и аудирование – две взаимосвязанные стороны устной речи. Аудирование не только прием сообщения, но и подготовка во внутренней речи ответной реакции на услышанное. Советский лингвист и психолог Н.И. Жинкин писал: «Для того чтобы научиться понимать речь, необходимо говорить, и по тому, как будет принята ваша речь, судить о своем понимании. Понимание формируется в процессе говорения, а говорение в процессе понимания». Советский педагог, ученый-психолог И. А. Зимняя писала: «...говорение и слушание объединены полным пониманием; общностью способов формирования мысли посредством языка». Таким образом, аудирование подготавливает говорение, говорение помогает формированию, восприятию речи на слух.

Аудирование связано и с чтением. Их объединяет принадлежность к рецептивным видам речевой деятельности. Чтение представляет собой перевод графического языка в звуковой. Читая вслух или про себя, человек как бы слышит воспринимаемый текст. Самым тесным образом связано аудирование и

с письмом. В процессе графического оформления человек проговаривает и слышит то, что пишет.

Являясь мощным средством обучения иностранному языку, аудирование дает возможность овладевать звуковой стороной изучаемого языка, его фонемным составом и интонацией: ритмом, ударением, мелодикой. Аудирование – единственный вид речевой деятельности, при котором от лица, его выполняющего, ничего не зависит. Слушающий, в отличие от читающего, пишущего или говорящего, бессилён что-либо изменить в выполняемой деятельности, облегчить её, снизить трудности, приспособить условия поступления информации к своим возможностям. Весь процесс усвоения иностранного языка и развитие речевых навыков осуществляется главным образом через слушание. Научиться понимать иностранную речь зачастую оказывается сложнее, чем научиться разговаривать. Вот почему аудирование должно быть развито лучше других умений.

Основным средством обучения аудированию как цели является аудиотекст. Являясь центральным звеном методики обучения аудированию, аудиотексты представляют собой рационально отобранные, аутентичные и законченные фрагменты звучащей речи. Аудиотекст обладает смысловой завершенностью, смысловой структурной целостностью, композиционной оформленностью.

Одним из основных требований к аудиотекстам является аутентичность, это должны быть тексты, начитанные носителями языка. Аудирование стимулирует речевую деятельность, обеспечивает управление процессом обучения, выступает как средство формирования навыков и умений во всех видах речевой деятельности и помогает поддерживать достигнутый уровень владения речью, повышает эффективность обратной связи и самоконтроля.

А.Ю. Репп
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – А.Д. Рабинович, к.ю.н., доцент

ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ФОНДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Совершенствование институтов социального государства в современных условиях проявляется в том числе в активной деятельности по обеспечению практической реализации закона и формированию объединенного фонда пенсионного и социального страхования. С 1 января 2023 года объединены Пенсионный фонд России (ПФР) и Фонд социального страхования (ФСС) в Социальный фонд России, а также установлен единый тариф на социальные взносы. Новый закон о создании объединенного фонда решает ряд проблем в области снижения волокиты между двумя фондами. Концентрация оказываемых государственных услуг в области страхования в одном органе в целом видится нам как хорошая перспектива. Но создание такого фонда не решает проблему ряд проблем.

Изменения, которые связаны со слиянием ПФР и ФСС в 2023 году, в значительной мере оказывают влияние на налоговую базу, она становится единой для всех взносов.

Существует и другая проблема. Несмотря на то, что основная цель создания объединенного фонда заключалась в формировании адекватной современным реалиям правовой базы, в пояснительной записке к законопроекту указано, что существующие правовые акты, в том числе акты фондов, сохраняют свое действие до принятия новых документов. Таким образом, обновление законодательства будет осуществляться постепенно в процессе функционирования ФПиСС РФ и с учетом опыта деятельности объединенного фонда.

Третьим минусом, по нашему мнению, является то, что объединение двух фондов может негативно сказаться на качестве управления, так как в

компетенции Социального фонда войдет вдвое больше обязанностей и полномочий в процессе работы.

К еще одному минусу, согласно мнению граждан, обратившихся в Социальный фонд РФ, являются следующие проблемы снижения размера выплат; отсутствие обратной связи и сомнениях в улучшении взаимодействия посредством цифровой доступности; трудности с дозвоном на телефон горячей линии; неадекватность сумм трат, запланированных на рекламу и пиар Соцфонда.

Для бизнеса нашей страны слияние ПФР и ФСС привели к ряду трудностей. В большинстве развитых стран действует правило: больше зарабатываешь – больше платишь. Но в случае социальных сборов в России всё наоборот: самые большие отчисления приходятся на людей с относительно небольшой зарплатой. А люди с солидным доходом получают льготы. До 2023 года взносы в ПФР составляли 22% от зарплаты сотрудника до тех пор, пока сумма начисленных с начала года зарплат (по каждому сотруднику отдельно) не достигнет 1,565 млн рублей. При превышении этой суммы работодатель платил взносы по льготной ставке в 10%. Для взносов в ФСС льгота наступали ещё раньше. Стандартная ставка составляла 2,9% от зарплаты, но после того, как сумма зарплат в течение года достигала 1,032 млн рублей, отчисления в ФСС платить не надо вовсе – ставка обнуляется. В ФОМС просто направлялось 5,1% от зарплаты без всяких условий и ограничений.

Новая формула выглядит так: стандартная ставка – 30% от зарплаты. А когда сумма зарплат, начисленных с начала года, достигнет 1,917 млн рублей, то работодатель переходит на льготную ставку в 15,1% от зарплаты. Всё куда проще нынешних сложных расчётов. Но новый лимит, дающий право на льготу, на 22,5% больше прежнего лимита взносов в ПФР и на 85,7% больше прежнего лимита ФСС.

Итак, считаем, что слияние ПФР и ФСС имеет как свои положительные стороны для населения, так и отрицательные по отношению к бизнесу и работодателям.

Т.П. Рогожников
Уральский филиал Финуниверситета, г. Челябинск

**ОБЗОР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА «АЛЕНЬКИЙ ЦВЕТОЧЕК»
В СФЕРЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ-СИРОТ И ДЕТЕЙ,
ПРИБЫВШИХ ИЗ ОБЛАСТИ ПРОВЕДЕНИЯ СВО**

Дети-сироты и дети, уехавшие из области проведения СВО, оказываются в сложной жизненной ситуации. Они часто воспитываются в детских домах или интернатах, что приводит к социальной изоляции, недостаточному развитию личности и талантов. В настоящее время те методы социализации, что существуют сейчас не возымели должного эффекта. Поэтому есть смысл обратиться к другим, более необычным методам.

«Из всех искусств для нас важнейшим является кино» – В. И. Ленин. Эта цитата остается актуальна и по сей день. В настоящее время особую популярность имеет киноиндустрия, которой интересуется как молодое поколение, так и более старшее.

Сутью проекта является создание некоммерческой организации, специализирующийся на обучении детей-сирот киноискусству. Предполагается создание небольшой киностудии, где воспитанникам детских домов, а также детям, прибывшим из области проведения СВО, будет предоставлена возможность раскрыть свои актёрские, сценаристские, режиссёрские и другие таланты, а также возможность обрести свой дом.

Благодаря реализации данного проекта мы сможем помочь детям-сиротам с профориентацией, раскрытием своих талантов, социализацией, обретением круга близких людей, что особо важно для сирот и созданием собственного, и

уникального контента и размещения его в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Кроме очевидных плюсов для детей-сирот есть ещё целый ряд для государства и частных инвесторов. Например, частные инвесторы смогут заработать репутацию во время реализации данного проекта, а также на выходе получить заинтересованный персонал для своих организаций. Государство же получит определенные гарантии того, что дети-сироты смогут социализироваться и, соответственно, в будущем окупить вложенные в них средства.

Цель проекта – помощь детям-сиротам в социализации и раскрытии своего творческого потенциала, через создание и использование специализированной киностудии «Плётка».

Продуктом проекта является оказание услуг дополнительного образования, на безвозмездной основе детям-сиротам и детям, уехавшим из зоны проведения СВО.

Особенностями проекта являются социальная направленность, относительная простота в реализации и низкие затраты на финансирование.

К конкурентным преимуществам проекта реализация себя как личности, организация ведущих видов деятельности (коммуникативной, трудовой, познавательной, нравственной, патриотической и т.д.), обеспечение гарантий социальной защищенности, построение гуманных отношений в коллективе, привлечение детей к совместному социальному творчеству, поддержка и стимулирование социально значимых инициатив ребенка.

Результатами проекта будут являться:

– привлечение к работе киностудии детей из 10 детских домов в течении 2023 года;

– оказание услуг дополнительного образования, на безвозмездной основе детям-сиротам и детям, уехавшим из зоны проведения СВО.

На создание киностудии необходимо 4 месяца. Проект не ограничен во времени, он будет считаться завершённым, когда все дети, которым интересна тематика кино получат услуги дополнительного образования.

В перспективе в киностудии будут осуществляться следующие виды деятельности:

- производство различных видов творческой продукции, например, фильмов, телевизионных программ, печатных и Интернет-изданий и т.д.;
- реализация социокультурных проектов;
- организация культурно-образовательных экскурсий и других выездных мероприятий, в том числе зарубежных;

Таким образом, мы сделали краткий обзор социального проекта «Аленький цветочек», в сфере социализации детей сирот и детей, прибывших из области проведения СВО.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (ред. от 05.12.2022).

2. Федеральный закон от 21.12.1996 N 159-ФЗ «О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» (ред. от 14.07.2022).

3. Закон Челябинской области от 25.10.2007 г. № 212-ЗО «О мерах социальной поддержки детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, вознаграждении, причитающемся приемному родителю, и социальных гарантиях приемной семье» (ред. от 01.11.2022).

4. Официальный сайт Министерства социальных отношений Челябинской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minsoc.gov74.ru/>

5. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru/>

ПОХОД ЕРМАКА: ЛЕГЕНДЫ И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ

До сих пор существуют спорные вопросы, касающиеся великого похода Ермака в Сибирь. Историки детально изучают всевозможные источники о походах Ермака. Однако это событие произошло более четырехсот лет назад, и по сей день хранит множество загадок.

В 1563 году, власть в Сибирском ханстве захватывает Кучум, потомок младшего брата Батыея. Он отказывается платить Москве дань и совершает набеги на уральские земли, в том числе на вотчины Строгановых. Дабы прекратить эти набеги, Строгановым предоставили возможность иметь свою армию. Именно с этого момента возникают различные разногласия, появляются легенды на счет похода Ермака.

Кто и как организовал поход Ермака?

– Официальная версия гласит, что царская власть организовала поход Ермака;

– Вторая версия говорит о том, что сами Строгановы организовали поход Ермака в Сибирь;

– По третьей версии, считается, что поход в Сибирь – это дело самих казаков, спасавшихся от царской власти, а Строгановы лишь предоставили им средства.

Кто такой Ермак Тимофеевич?

«По одним данным, он родился в Вологодской земле, по другим – в Двинской. Существует версия, что Василий Аленин в молодости был артельным кашеваром на струге, за что и получил прозвище Ермак» [1].

Но, не смотря на все эти противоречия, в истории появляется Ермак Тимофеевич.

Когда точно Ермак и его казаки отправились в поход?

Начальной датой назывались 1579, 1580, 1581 и 1582 гг. – конечной 1584 и 1585 гг.

Однако по итогу, историки сошлись на том, что датой похода считается 1 сентября 1581г.

Численность дружины Ермака?

В летописях возникают разногласия по поводу численности дружины Ермака. Приводятся разные цифры: от 540 до 5000.

Гибель Ермака Тимофеевича:

«5 августа 1585 года, во время остановки дружины Ермака на одном из островков в русле реки Вагай, татары напали на спящих казаков» [2].

- По одной из версий, Ермак обессилел от сражения и погиб у реки;
- По другой, тяжелые доспехи, подаренные царем, утянули атамана на дно;
- Так же существует теория, что атаман утонул, не сумев доплыть до своих лодок.

Подводя небольшие итоги, можно сказать, что этот поход действительно состоялся, как и покорение Сибири, и лишь сама история этого похода полна легенд.

Список использованных источников:

1. Рапов О. М. Ермак Тимофеевич. – http://www.hrono.ru/biograf/bio_je/ermak_timof.php
2. Поход Ермака в Сибирь: Легенды и Реальность – https://vuzdoc.org/168952/istoriya/pohod_ermaka_sibir_legendy_realnost

ВОЗМОЖНОСТИ СМЕШАННОГО ОБУЧЕНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЙСТВИЯ КОНТРОЛЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ

Изменение форм и методов обучения является одним из наиболее важных видимых признаков изменений в процессе внедрения инновационной образовательной практики – смешанного обучения. Смешанное обучение совмещает в себе элементы традиционного урока и инновационные методики обучения, основанные на самостоятельной деятельности обучающихся с помощью компьютерных технологий, включая Интернет.

Однако в связи с внедрением элементов смешанного обучения возникает несколько проблем, одна из которых – формирование действия контроля у младших школьников, в том числе на уроках математики. Проблема осложняется также необходимостью выбора определенной модели смешанного обучения: перевернутого класса, классной ротации, лабораторной ротации, смены рабочих зон, индивидуального учебного плана.

Для решения исследуемой проблемы при выборе модели работы на уроках математики в условиях смешанного обучения необходимо проанализировать и предположить, как будут влиять на результаты учебного процесса те или иные компоненты выбранной модели. В каждой модели смешанного обучения организуется самостоятельная работа обучающихся на компьютере. Младшие школьники учатся искать информацию, планировать время для самостоятельного изучения и брать на себя ответственность за результаты своей работы. При смешанном обучении в школе у детей больше шансов освоить предмет, они могут поговорить с учителем, посмотреть видеоурок и решить тест на онлайн-платформе.

Система контроля в процессе обучения математике в условиях смешанного обучения может осуществляться следующими способами:

- 1) написание контрольных работ;
- 2) осуществление опросов в письменном виде;
- 3) проверка знаний на основании тестов, которые предназначены для контроля усвоения любого учебного элемента (в режиме онлайн);
- 4) выполнение индивидуализированных домашних заданий, в зависимости от конкретных целей обучения математике;
- 5) проведение самостоятельных работ, которые дополняют систему тестов и контролируют формирование умений для применения изученных математических факторов.

Онлайн-платформы позволяют также предоставить возможность ученикам пройти процедуру контроля усвоенных по теме знаний и сформированных умений, а также оценить результаты проверки по определенным критериям. Существует огромное множество математических тренажеров для младших школьников. Среди них можно выделить следующие: «Я легко считаю в уме!», «Отличник», «Начальная школа. Уроки Кирилла и Мефодия» и др. У современного учителя также есть возможность создать собственный интерактивный банк заданий в программе по созданию компьютерных презентаций PowerPoint.

Соответственно, эта тема актуальна, так как умение формирования действия контроля младшего школьника на уроках математики в условиях смешанного обучения – это один из мощнейших инструментов для учителя. При правильной организации образовательной деятельности младших школьников получится сформировать действие контроля по ходу выполняемой работы в условиях смешанного обучения на уроках математики.

ИСТОРИЧЕСКАЯ ЭПОХА ИВАНА ГРОЗНОГО

Эпоха царствования Ивана Грозного венчает собой период становления русского религиозного самосознания. Имя царя Ивана IV в памяти народной сохранилось как имя Ивана Грозного. «Грозный» по-древнерусски означает наводящий страх, гроза, трепет. Иван родился 25 августа 1530 года. Сама погода предупреждала, что родился непростой человек: была страшная гроза, гром и молния. В трехлетнем возрасте после смерти отца Василия III Иван вступил на княжеский престол. Регентшей при малолетнем сыне стала его мать, Елена Глинская. В возрасте 8 лет Иван остался без матери, которую отравили, загадочным образом умирает его опекун, исчезает няня. Иван рос человеком недоверчивым, скрытным, нервным. Уже в 12 лет он отличался буйством нрава: любимым развлечением мальчика было сбрасывание кошек и собак с крыш теремов. Он хорошо держался в седле и мог позволить себе мчаться по московским улицам и площадям, топча народ. Окружающие чувствовали в нем властного и жесткого правителя. Кроме охоты во время досуга Иван увлекался чтением книг, был очень грамотным, часто говорил цитатами, причем воспроизводил их по памяти. В душе молодого князя постепенно вызревали идеи об исключительности его власти, его божественном происхождении. 16 января 1547 года состоялось возложение шапки Мономаха и бармы на Ивана IV. Он стал первым русским царем, правление которого продлилось 51 год.

После Московского пожара 1547 г. Иван IV увеличил состав Боярской думы, включив в ее состав своих сторонников – людей способных и энергичных. В 1549 г. он созвал Собор перемирия, который наметил ряд реформ: прежде всего, преобразования коснулись армии, появились стрелецкие полки; были предприняты реформы в области финансов; в стране появились новые налоги, повышались старые; усилилось центральное управление страной.

Главной целью проводимых реформ было усиление государственной власти и возвышение роли царя. За годы правления Ивана IV расширились границы России: в 1552 г. штурмом была взята Казань, в 1556 г. было присоединено Астраханское княжество, в состав России вошли башкирские земли, земли Поволжья, Приуралья, присоединена Сибирь.

Уничтожению подлежали все, кто когда-либо выступал против Ивана IV. Опричники носили мрачную черную одежду, всадники привязывали на шею лошадей собачьи головы, а к крупу – небольшие метелки. Это означало, что они должны вынюхивать, выгрызть и выметать измену из страны. Опричники одних казнили, других публично отстегивали батогами. Был задушен митрополит Филипп, Владимир Старицкий принял яд по приказу царя. Всех, то попал под подозрение в Новгороде, арестовывали и топили в Волхве. Опричный террор привел к смерти многих одаренных воевод, купцов, ремесленников, крестьян. Государство запустело.

В конце 1570-х годов Иван Грозный много болел: в свои 50 с небольшим лет он выглядел глубоким стариком: руки тряслись, он облысел, глаза слезились, но по-прежнему, он был страшен для окружающих, которые трепетали и ненавидели его. Невероятная подозрительность и жестокость Ивана Грозного была заложена в самой человеческой природе царя, усугубилась неправильным воспитанием и той средой, в которой проходило его детство. В день смерти, 18 марта 1584 года, царь парился в бане, после чего сел играть в шахматы и внезапно повалился навзничь.

Итоги правления Ивана Грозного были для страны крайне противоречивыми. Главным результатом его почти 50-летнего пребывания на престоле явилось оформление централизованного Российского государства – царства, равного великим империям прошлого. Оно приобрело в XVI веке широкий международный авторитет, имело мощный бюрократический и военный аппарат, который лично возглавлял «всея России самодержец».

Д.Н. Сатторов
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – А.Д. Рабинович, к.ю.н., доцент

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГАРАНТИЙ ДЛЯ МОБИЛИЗОВАННЫХ ГРАЖДАН

Государственные гарантии для мобилизованных граждан являются одними из нововведённых гарантий, что на практике вызвало большое число споров.

Так, в период мобилизации граждан, из-за неоднозначной трактовки законодательства исполнительными органами, был допущен ряд нарушений гражданских прав исследуемой категории граждан.

Во время мобилизации Минобороны отдельно уточнило, что к категории «многодетных» с бронью относятся и отцы не только четверых, но и троих детей до 16 лет. Кому-то из мобилизуемых этой категории пришлось доказывать свое право на отсрочку через суд. Например, 40-летнему рядовому запаса Евгению Курчатову из Челябинска, которого уже отправили в расположение Чебаркульской танковой дивизии, поэтому в судебном заседании участвовала только жена истца. Суд частично удовлетворил требования Курчатова, признав вручение повестки законным и указав, что на момент призыва заявителя в сентябре военкомат действовал правильно. Позднее Генштаб дополнительно сообщил об отсрочке для многодетных отцов, поэтому Октябрьский районный суд Челябинска предписал призывной комиссии пересмотреть ранее принятое в отношении Курчатова решение с учетом этих указаний (дело № 2а-859/2022).

Неразбериха случилась и с бронями для самых важных сотрудников многих отраслей, которым Минцифры обещало защиту от мобилизации. На практике военкоматы игнорировали эти распоряжения.

Информация от Минцифры дошла до региональных военкоматов лишь 13 октября, а до районных еще позже – 16-го. Ведомство направило полученные от банков списки критически важных работников в Минобороны еще 30 сентября, а до военкоматов документы так долго шли потому, что их направляли на

бумаге с подписями и печатями, а не электронно, писал «Коммерсант». Возврат уже призванных граждан с бронью тоже проводится на основе бумажных документов.

Не менее важным аспектом социальной поддержки семей военнослужащих является эффективный механизм получения ими всех положенных мер. Представляется целесообразным отказаться от преобладающего в последнее время в праве социального обеспечения принципа адресности мер социальной поддержки в отношении семей мобилизованных военнослужащих. Для реализации этих мер необходимо установление одного юридического факта – принадлежность гражданина к членам семьи военнослужащего. Стоит учитывать, что им оказывается поддержка со стороны государства в нетипичных условиях, к которым члены семьи не были готовы. Необходимо максимально упростить всю процедуру получения социальной помощи (например, уменьшить количество представляемых гражданином документов, возложить на государственный орган получение ряда необходимых сведений посредством межведомственного взаимодействия, не учитывать доходы мобилизованного за предыдущий период при определении права членов его семьи на ту или иную выплату), оказывать её на протяжении всего срока службы.

Таким образом, по нашему мнению, для того, чтобы законодательство в полной степени отвечало современным реалиям, необходимо провести его комплексную модернизацию, направленную на систематизацию и единообразие социально-трудовых гарантий граждан, реализующих право в различных организационно-правовых формах и на различном основании задействованных в составе государственных вооруженных сил при проведении специальной военной операции.

М.М. Сидорова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель

ЯКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОСТЮМ: МНОГООБРАЗИЕ И БОГАТСТВО ВЫРАЖЕНИЯ

У каждого народа любой национальности своя культура, традиция, еда и даже одежда. Одежда любого народа показывает его среду обитания, культуру и религию. Традиционная одежда наших предков является частью материальной культуры, связанная с религиозными верованиями. Культурное наследие, обряды и верования наших предков якутов ярко прослеживаются в покроях их национальной одежды, в узорах и украшениях. Самыми ранними образцами национальной одежды якутов принято считать костюмы, возникшие еще в XIII веке. Саха тангаһа – это национальный костюм якутов. В нём сочетаются культурные традиции разных народов, он приспособлен для полярного климата, что отражается как в крое одежды, так и в её оформлении. Когда якуты освоили скотоводство, основным материалом стал мех домашних животных. Им же и декорировался костюм, например, нашивались манжеты или воротники. Помимо этого, одежда украшалась еще и бархатом. Одним из самых древних считается костюм тангалай. Представлял он собой изделие из сыромятной кожи с меховыми вставками в верхней части рукава. Талия была декорирована металлическими украшениями, по бокам присутствовали разрезы. На данный момент такой костюм уже не носят. Традиционный головной убор, который своим кроем и видом напоминал военный шлем. Большое количество украшений. При этом, украшалось все: одежда, обувь, голова, грудь, руки. Особой популярностью по сей день пользуется якутское бисероплетение.

Украшения – неотъемлемой частью женской одежды являлись украшения. Таким способом подчеркивалось уважение к женщине-матери, так как якуты понимали, что численность народности, деторождение невозможно без женщины. Кроме того, украшения служили своеобразным оберегом.

На конце якутской шапки обычно красовались полная луна или солнце, что знаменовало продолжение рода. Обувь как для мужчин, так и для женщин представляла собой унты – тыс этэрбес. Они изготавливались из шкуры голени оленя – камуса, и прошивались войлоком. В такой обуви можно было комфортно чувствовать себя в мороз до 50 градусов ниже нуля.

Сегодня якуты надевают национальную одежду практически только по праздникам. Но украшения бисером и мехами продолжают использовать. В современном мире для изготовления национальной одежды используется дорогие качественные ткани и меха, сшитые и отделанные в лучших якутских традициях. Конечно, современные дизайнеры достаточно далеко отошли от древнего наследия, постоянно внося свои коррективы, свое видение и свое творчество. Поэтому со временем появились стилизованные национальные костюмы. Стали использовать различные материалы: органза, шифон, крепсагин. Для украшений используют не только серебро, но и мехеор, больше стали использовать бисеры, стразы и различные камни.

На сегодняшний день якутская национальная одежда своим многообразием и богатством выражения заинтересовала многих европейских, российских дизайнеров. А наши дизайнеры с якутской национальной одеждой продвинулись в индустрии моды. Конечно, жизнь меняется, мы живем в ногу со временем и тем не менее и в одежде меняется стиль, вид, материал, но с элементами сохранения традиционной одежды. Но якутская национальная одежда до сих пор удивляет своим многообразием и богатством выражения.

ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАДПИСЕЙ НА ОДЕЖДЕ

Надписи на одежде являются незаменимым дизайнерским атрибутом среди всех элементов гардероба уже на протяжении многих тысячелетий, поэтому данный феномен нельзя называть новомодной тенденцией. Одними из первых были замечены надписи на одежде в Древней Греции, где жители использовали их для идентификации предметов одежды с хозяином и также наносили имена владельцев на ювелирные украшения. А вот футболки с полноценными надписями появились уже в 60-е годы во второй половине XX века. Это случилось благодаря американским военным во время Первой мировой войны, которые печатали на футболках названия своих военных отрядов и взводов. Сначала это была часть военной формы, но позже, на форму обычных рабочих стали наносить названия военных баз, кораблей, предприятий и организаций. Таким образом, надписи на одежде в то время носили более функциональный характер. Однако идея прижилась и у простых американцев, поэтому вскоре одежда с надписями стала распространенным атрибутом гардероба. Многие модельеры следуют данной тенденции и с большим энтузиазмом печатают на одежде собственные слоганы, фразы и логотипы. Это помогает им с помощью покупателей распространить идеи и историю своего бренда. Такой вид росписи одежды, с использованием целых лозунгов впервые был использован в 60-х годах хиппи, которые размещали различные пацифистские слоганы и антиправительственные манифесты прямо на одежде. В 60-е года надписи на одежде широко использовались, чтобы выразить отрицательное отношение к войне во Вьетнаме. Известная фраза «Make love not war» – «Занимайтесь любовью, а не войной» распространилась с огромной скоростью среди всех протестующих. После этого случая модные дизайнеры стали как можно чаще обращать свое внимание на общественные проблемы и отражать свое мнение

на одежде. Протестная мода заинтересовала многих известных дизайнеров. Так, например, Кэтрин Хэммет носила футболки с провокационными надписями на различных светских мероприятиях, что помогало привлечь внимание к актуальным мировым проблемам. Вивьен Вествуд запустила целую компанию, посвященную проблемам экологии, вынося слоганы на вещи из своих коллекций. Сама дизайнер также появлялась на различных вечерах в одежде с надписью «Climate Revolution» – «Климатическая революция», заостряя свое внимание на климатических изменениях, разумном потреблении и экоустойчивости во всем мире. Модные дома Balenciaga и Dior тоже внесли свой вклад в развитие моды на расписанную одежду. Так на одном из своих модных показов Balenciaga представили футболки с надписью «WFP – World Food Program» – «Всемирная Продовольственная Программа», организация, занимающаяся проблемой голода. После чего, Balenciaga пожертвовали около 200 тыс. долларов продовольственной программе. На сегодняшний день надписи являются постоянным атрибутом на модных показах. Так помимо украшения одежды, надписи могут отражать определенные смысловые значения, заложенные авторами. Одежда с простым названием компании будет скучным. А вот с помощью правильных фраз и шрифтов можно создать то, что люди действительно захотят надеть, если они разделяют позицию, которую пытается передать в массы автор.

Список использованных источников:

1. От протеста до логомании: как менялись надписи на футболках / РБК, 09.04.2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://style.rbc.ru/items/5ac342f39a7947dadca864f0> (дата обращения: 12.11.2022).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И МЕЦЕНАТ МЕШКОВ

Меценатами называют покровителей наук и искусств, людей, которые безвозмездно тратят средства на благотворительность, поддержку учебных заведений, музеев, театров, художников, писателей, артистов и других деятелей культуры.

Как правило, меценатами становятся люди, обладающие определенным денежным капиталом: успешные предприниматели, бизнесмены, банкиры. В. Даль отмечал: предприниматель, предприимчивый торговец, склонный, способный к предприятиям, крупным оборотам; смелый, решительный, отважный на дела этого рода.

Ярким примером может послужить Николай Васильевич Мешков. Человек, чья жизнь протекала на рубеже XIX и XX столетий. Успешный купец, ни разу не запятнавший свою деловую репутацию, меценат, талантливый предприниматель-самоучка и советский специалист в области транспортной логистики и экономики, общественный деятель, основоположник высшего образования на Урале, патриот России, прежде всего думающий о её процветании.

Предприятие купца Мешкова было известно до революции по всей Каме, Волге, Вятке и Белой от истоков до устья. Хорошо знали его и в Москве, и в Петербурге, и в Сибири. Он пользовалось полным доверием в финансовом мире России и за границей. Векселя, подписанные для платежей Николаем Васильевичем, принимались любым банком.

Перед революцией состояние купца Мешкова достигало 16 млн рублей. Грузооборот флота, принадлежавшего ему на Каме и Волге, в навигацию 1916 года превысил 50 млн пудов при общей единовременной грузоподъемности в 17 млн пудов. Ежедневно на реках Волжско-Камского бассейна принимали пассажиров и грузы 27 почтово-пассажирских и 19 грузовых современных пароходов, принадлежавших г-ну Мешкову. Гордость купца – буксиры

«Батюшков», «Медвежонок» и «Киев», которые были одними из самых мощных на Каме.

Сотня барж, почти шестьдесят больших дебаркадеров, многочисленные пакгаузы-склады, земельные участки у пристаней и железнодорожных вокзалов – это далеко не полный перечень принадлежавшего Николаю Васильевичу движимого и недвижимого имущества. Огромное речное хозяйство и прочие предприятия Мешкова (затон, механический завод и др.) обслуживали несколько тысяч рабочих.

Постепенно Н.В. Мешков становится видным и авторитетным деятелем Пермского края: членом Губернского земского собрания, правления Пермского отделения Крестьянского банка, Губернского училищного совета, почетный членом Общества содействия начальному образованию, активно выступает за создание фонда в помощь сельским учителям, ходатайствует об увеличении пособия Пермской бесплатной библиотеке, хлопочет о создании в Перми Народного дома, вносит свой вклад в строительство здания для Кирилло-Мефодиевского начального училища. За заслуги перед городом в 1912 году он получает звание Почетного гражданина г. Перми.

Вдохновленный надеждой увидеть город, ставший его второй родиной, центром научной мысли и просвещения на Урале, Н.В. Мешков доказывал в Петрограде сановникам царского правительства необходимость открытия университета в Перми. И добился того, что «...потребность университета в Приуральском крае была признана делом государственной важности». Всего через 3,5 месяца после «высочайшего соизволения», 1 октября 1916 года состоялось торжественное открытие Пермского отделения Петроградского университета.

До сегодняшнего дня мы пользуемся наследием Н.В. Мешкова: работает и является достаточно успешным открытым им университет, в его доме, являющимся историческим памятником, размещен краеведческий музей, Пермский край является крупным промышленным и культурным центром Урала и России.

В.М. Шаповалова
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – М.Г. Прокопьева, ст. преподаватель

К.Д. УШИНСКИЙ – НАРОДНЫЙ ПЕДАГОГ И ГРАЖДАНИН

*«Ушинский – это наш народный педагог,
также как Пушкин – наш народный поэт...»*

Л. Модзалевский

В марте 2023 года исполнилось 200 лет со дня рождения русского педагога, писателя, основоположника научной педагогики в России К.Д. Ушинского. Прожив короткую жизнь, 47 лет, он разработал полноценную педагогическую систему, стал автором десятков книг, среди которых не только фундаментальные научные труды, но и рассказы для детей. Константин Дмитриевич видел целью жизни служение людям, стремясь сделать образование общедоступным.

Первым учителем Константина стала его мать, женщина образованная и интеллигентная. Она настолько хорошо и эффективно преподавала ему основы всех необходимых ребенку наук, что по результатам вступительных экзаменов в гимназию он сразу был зачислен в третий класс. Позднее он писал: «Воспитание, которое мы получили в бедной уездной гимназии маленького городка Малороссии Новгорода-Северского, было в учебном отношении не ниже, но даже выше того, которое в то время получалось во многих других гимназиях».

После окончания гимназии в 1840 году Константин поступил на юридический факультет Московского университета, где слушал лекции профессора истории Т.Н. Грановского и профессора философии государства и права П.Г. Редкина. В 1844 году Ушинский стал кандидатом юриспруденции и был оставлен в университете для подготовки к профессорскому званию.

В 1846 году уехал в Ярославль. Работая в Демидовском юридическом лицее, он пропагандировал прогрессивные взгляды, старался держаться со своими учениками на равных, избегал формальностей во время занятий, что не

нравилось его начальству. Ушинский вынужден был часто менять работу: работал в Министерстве внутренних дел, занимал должность простого чиновника, был преподавателем в Гатчинском сиротском приюте, закрытом средне-специальном учреждении, который опекала сама императрица, где он обнаружил архивы, оставленные его предшественником. Это была целая библиотека работ по педагогике, после знакомства с которыми, он как будто оказался в новом мире. Эти материалы настолько его вдохновили, что Константин написал статью под названием «О пользе педагогической литературы», ставшую знаковой в его биографии. После публикации этой статьи к молодому педагогу пришла популярность. Он активно сотрудничал с «Современником», «Журналом для воспитания», «Библиотекой для чтения». Спустя полтора года Ушинский занял пост редактора «Журнала Министерства народного просвещения». За это время под его руководством журнал стал популярным сборником передовых публикаций.

Кроме этого, Константин регулярно проводил заседания, на которых присутствовал весь педагогический коллектив, где обсуждали насущные проблемы, передовые идеи в образовательной сфере. Учитель И. П. Деркачев вспоминал: «Дружественный тон, которым автор «Родного слова» говорил с учителями, мягкость обращения и простота быстро привлекали к нему всех. Он смотрел на каждого учителя, как на равного себе товарища, и скромно, терпеливо, с непритворным уважением слушал всякое замечание и возражение». Педагоги обсуждали реформы, литературу, театральные премьеры. Константина Дмитриевича любили ученики и коллеги, и только начальство видело в нем вольнодумца. Чтобы как-то отстранить неудобного во всех смыслах педагога, было принято решение отправить его за границу, в командировку, продолжительностью пять лет. Он посетил Швейцарию, Германию, Францию, Бельгию и Италию; он посещал и изучал учебные заведения: женские школы, детские сады, приюты и школы. Свои заметки, наблюдения и письма этого периода он объединил в статье «Педагогическая

поездка по Швейцарии». Итогом всей педагогической деятельности Ушинского стал труд «Человек как предмет воспитания». К сожалению, он так и не смог завершить работу над книгой.

*М.М. Шкаликов
ОУ ВО «ЮУТУ», г. Челябинск
Научный руководитель – М.С. Нагорная, к.и.н.*

СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ СО ЗНАЧЕНИЕМ ЖЕНСКОСТИ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: УПОТРЕБЛЕНИЕ В РЕЧИ СТУДЕНТАМИ

Язык эффективно отражает социальное расслоение общества, в том числе и разное положение женщин и мужчин в обществе. На сегодняшний день вопрос использования феминитивов в русском языке во взаимосвязи с литературной нормой поднимается все чаще. Феминитивы – это любые слова, обозначающие женщин, в том числе и производные, образованные от мужского коррелята [2]. Последний толковый словарь русского языка был издан в 2016 году [1]. За 7 лет в русскоговорящем коммуникативном пространстве многое изменилось, поэтому в целях выявления связиязыковой нормы и действительным употреблением слов, мы провели социологический опрос, в котором приняли участие более 200 студентов высшей школы, обучающихся по разным направлениям подготовки (специальностям). В ходе опроса, в котором приняли участие 70% женщин и 30% мужчин соответственно, было установлено, что нет необходимости выделять результаты по половому признаку, так как в процентном соотношении ответы женщин и мужчин можно считать идентичными.

Анализируя результаты социологического исследования, мы видим, что большинство опрошенных предпочитают слово «Продавщица» мужскому варианту, хоть оно и не зафиксировано в современном толковом словаре, что делает его употребление нарушением языковой нормы. На наш взгляд, стоит также обратить внимание на то, что половина респондентов употребляет

феминитив «Блогерша», который не зафиксирован в словарях и также нарушает норму, а «Авторша» слово, допустимое в разговорной речи, не нарушающее литературную норму почти не употребляется респондентами. Отметим, что в процентном соотношении ответы девушек и юношей практически идентичны. Интересно отметить, что только 33% опрошенных использует феминитив «Директриса», а кто-то и вовсе избегает данное слово, употребляя «Руководитель» (рис. 1).

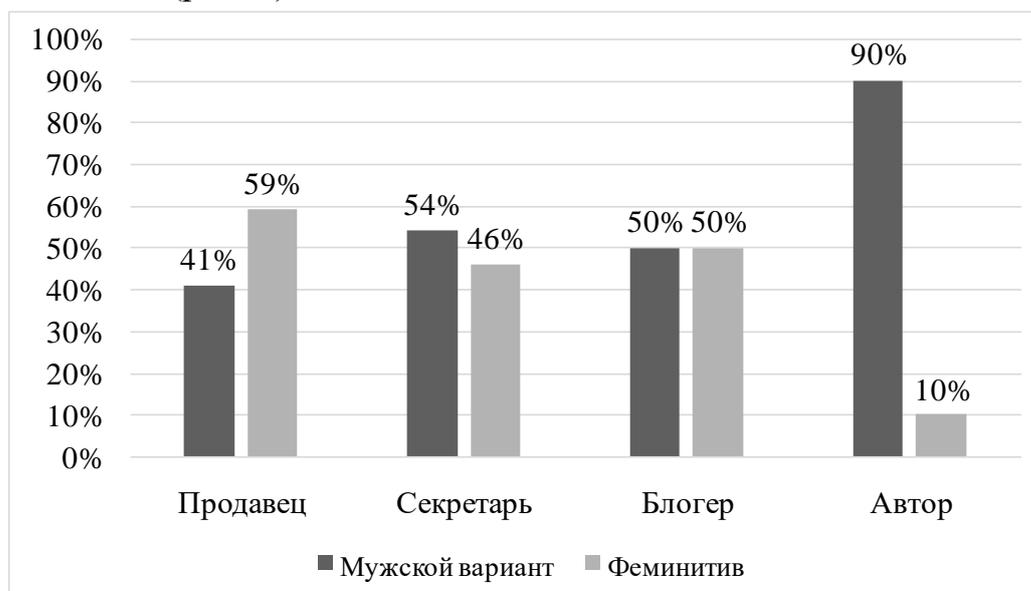


Рис. 1. Авторское социологическое исследование «Как респонденты называют женщин по профессии: мужской вариант или феминитив?»

Таким образом, феминитивы активно внедряются в русскоязычную речь, что обусловлено изменениями в различных сферах государства. Можно сказать, что коммуникативная картина в действительности отличается от того, что зафиксировано как языковая норма в последнем изданном словаре.

Список использованных источников:

1. Морковкин В.В., Богачёва Г.Ф., Луцкая Н.М. Большой универсальный словарь русского языка. Москва: Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина: Словари XXI века: АСТ-ПРЕСС школа, 2016. 1451 с.
2. Шкаликов М.М., Нагорная М.С. Феминитивы в русскоязычном коммуникативном пространстве современности: генезис и эволюция // Управление в современных системах. 2022. № 4. С.67–76.

*Т.И. Янков, С.С. Гоголев
АНПОО «ЯГК», г. Якутск
Научный руководитель – Е.В. Потапова, преподаватель*

ШАМАНИЗМ КАК КУЛЬТУРА НАРОДА САХА

Тотемизм, анимизм, культ предков, фетишизм, монотеизм, шаманизм – все эти виды языческих культов можно встретить в Якутских религиозных верованиях. Более подробно мы бы хотели рассмотреть тему о шаманизме. На основе проанализированных нами источниками, мы можем сказать, что шаманизм появился в каменном веке, а именно, в верхнем палеолите, то есть когда появился разумный человек. В то время, когда появлялось религиозное сознание, любой человек мог быть шаманом, так как не появилась особая фигура, осуществлявшая посредничество между небом и землей.

Шаманизм берет в основу индивидуальный опыт и редко собирается в виде книг или норм. Одно из самых распространенных заблуждений о шаманизме заключается в том, что он трактуется как религия, а шаманы выполняют роль, подобную священнику. Но мы хотим опровергнуть данную точку зрения. На самом деле, в некоторых традиционных обществах шаманы так же выступали в роли проводников священных обрядов и ритуалов. Языческие верования якутов делятся на черный и белый шаманизм. Черным шаманизмом принято считать колдунов и народных служителей, работающих с черной магией. Служителей обрядовых церемоний культа божества принято считать жрецами религии Айыы.

Белый Шаман – занимается предсказаниями, открывает белую дорогу, кормит огонь. Работает, как правило, в период открытых небесных врат с 21 марта – по 21 сентября. Черный Шаман – делает все то же самое, а также проводит обряды по возвращению души, врачует, занимается экзорцизмом и прочей работой с Нижним миром, работать может как в период открытых Небесных врат, так и все остальное время. Считается, что у Черного шамана полномочий больше, но рассуждать при этом, что они сильнее – не совсем верно. В любой профессии (а шаман – это профессия) есть узкие специалисты и наоборот. Даже самому первоклассному профессионалу всегда есть куда

стремиться, и при должных усилиях ученик может значительно превзойти учителя. Белый и Черный не значит добрый или злой, все зависит от помыслов. Цель шаманских ритуалов – построить мост между миром духа и миром повседневной реальности, каким мы его знаем. И во многих случаях все участники ритуалов находятся под влиянием мощных сил самовыражения. Именно это отличает шаманизм от большинства религий. Это прямой, духовный опыт без посредников, особенно духовенства или священников, пытающихся установить божественную монополию. В шаманизме гуру существует только в мире духов, и шаман получает знания там. Шаманизм тесно связан с анимизмом. Во-первых, все существующее является живыми, пропитано духом. Во-вторых, все живые существа связаны друг с другом посредством своих духов. Другими словами, люди, деревья, собаки, кошки, пчелы, камни, горы, океаны, земля, небо связаны друг с другом. Хотя сам шаманизм основан на непосредственном опыте и не является религиозной верой, многие религии, включая христианство, буддизм и некоторые секты ислама, испытали сильное влияние шаманизма. Во многих случаях человек становится шаманом по родословной, и знания передаются из поколения в поколение. Все же один из принципов шаманизма заключается в том, что по-настоящему стать шаманом можно только тогда, когда человек входит в состояние трансформации и способен общаться с местными духами, духами предков и даже духами из других измерений.

В заключении мы хотели бы сказать, что шаманизм – это особый этап в развитии религиозных верований человека, который сложился в то время, когда охота, рыболовство и собирательство были основными средствами к существованию. Для шаманского мышления характерны одушевленность всего окружающего мира, населённого духами, представление об общих взаимосвязях в природе включая человека, тесная связь между человеком и Вселенной, способность приобретать качества духа и посещать другие миры.

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ I. ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

| | |
|--|----|
| <i>Борисова А.А.</i> Кредитование физических лиц: тенденции и проблемы | 3 |
| <i>Васина У.</i> Проблемы и противоречия формирования и использования золотовалютных резервов России в условиях международных санкций..... | 5 |
| <i>Васько Е.М.</i> Анализ финансовой устойчивости банка АО «СМП Банк»..... | 8 |
| <i>Давтян Г.О.</i> Дэвид Рикардо и его теория налогов..... | 10 |
| <i>Зайцева Д.А.</i> Проблемы и перспективы реализации политики импортозамещения в России..... | 12 |
| <i>Зуб В.Д.</i> Опыт инструментов государственного управления оборотом криптовалюты в зарубежных странах и актуальность для России | 14 |
| <i>Кокорева М.В.</i> Влияние санкций на развитие экономики РФ | 16 |
| <i>Королёва Д.К.</i> Проблема импортозамещения в современной России | 19 |
| <i>Максимова Н.Н.</i> Дедолларизация: положительные и отрицательные стороны для Российской Федерации | 21 |
| <i>Мануйлова А.</i> Проблемы и противоречия формирования и использования бюджета РФ в 2022 году | 23 |
| <i>Новикова М.Е.</i> Проблемы инвестиционной деятельности в период санкций у ПАО «Сбербанк» | 24 |
| <i>Райзерова Н.С.</i> Применение цифровых ресурсов в образовательном процессе | 26 |
| <i>Саидов М.М.</i> Как санкции повлияли на экономику страны..... | 28 |
| <i>Соколова Е.А.</i> Методические основы оценки прожиточного минимума | 30 |
| <i>Халезин Д.С.</i> Модернизация конкурентоспособности отечественных предприятий | 31 |
| <i>Швец К.Е.</i> Кредитование в микрофинансовых организациях: преимущества и риски | 33 |

РАЗДЕЛ II. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

| | |
|--|----|
| <i>Гельдт А.И.</i> Единый налоговый платеж | 36 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| <i>Горбунова И.П.</i> Оценка эффективности деятельности ООО «Деливэри+» в меняющейся экономической реальности..... | 38 |
| <i>Зиновьев А.В.</i> Негативные тенденции финансового состояния ООО «Амеск» | 40 |
| <i>Исаева А.С.</i> Система нормативного регулирования по бухгалтерскому учёту в РФ | 42 |
| <i>Каскеева А.С.</i> Понятие и состав бухгалтерской отчетности..... | 44 |
| <i>Лякина А.К.</i> Интересные налоги прошлых лет..... | 46 |
| <i>Мануйлова А.А.</i> Роль акцизов в современной налоговой системе..... | 48 |
| <i>Сапрыкина Е.Д.</i> Учетная политика предприятия..... | 50 |
| <i>Снегатулина А.</i> Нормы ФСБУ 6/2020 о способах начисления амортизации основных средств | 52 |
| <i>Церт П.Д.</i> Оценка финансового состояния АО «СО ЕЭС» Челябинское РДУ в трансформируемой экономической реальности | 54 |
| <i>Шарипова М.М.</i> Баланс по МСФО: что включает отчет о финансовом положении и как его составить | 56 |

РАЗДЕЛ III. ПРИКЛАДНАЯ ИНФОРМАТИКА

| | |
|--|----|
| <i>Демич А.А., Парфенов М.В.</i> Опыт участия в олимпиаде НТО: профиль «Автоматизация бизнес-процессов» (Студенческий трек)..... | 59 |
| <i>Келепова М.Е.</i> Искусственный интеллект: новые возможности и решения | 61 |
| <i>Козина А.С.</i> Инструменты цифрового развития в сфере оказания государственных услуг | 63 |
| <i>Кочеткова В.А.</i> Цифровые образовательные ресурсы по предмету «Окружающий мир» как средство организации учебной деятельности младших школьников | 65 |
| <i>Никитин М.В.</i> Оптимизация логистики готовой продукции на территории «ЧЦЗ»..... | 67 |
| <i>Радочин Д.Г.</i> Модель GPT – это искусственный интеллект или еще нет?..... | 69 |
| <i>Саломатова М.О.</i> Цифровизация как фактор экономического роста в РФ..... | 71 |
| <i>Шишков А.В.</i> Верификация на платформе Discord как средство защиты от нежелательных пользователей..... | 74 |

РАЗДЕЛ IV. МЕНЕДЖМЕНТ

| | |
|--|-----|
| <i>Геворгян Г.А.</i> Менеджмент и управление персоналом..... | 76 |
| <i>Гнутов Е.И.</i> Методы ценообразования, используемые при составлении бизнес-плана производства шейкеров..... | 78 |
| <i>Ерёмин В.А.</i> Методы ценообразования, используемые при составлении бизнес-плана интернет-магазина..... | 80 |
| <i>Жижченко К.С.</i> Факторы-причины низкого уровня ответственности производителей потребительских товаров..... | 82 |
| <i>Зайлер М.А.</i> Бизнес-план проекта по производству одежды с принтом..... | 84 |
| <i>Казанцев С.В.</i> Проблема отбора большого количества нового персонала..... | 86 |
| <i>Камаева Д.И.</i> Планирование прямых и косвенных расходов при составлении бизнес-плана интернет-магазина портретов на холсте..... | 88 |
| <i>Комиссарова С.А.</i> Эффективное управление кадровым персоналом таможенной службы России в условиях глобализации..... | 90 |
| <i>Комлев А.К.</i> Требования к финансовому плану при составлении бизнес-плана..... | 93 |
| <i>Коробейникова Е.А.</i> Современные подходы к обучению персонала в организации..... | 95 |
| <i>Лякина А.К.</i> Повышение устойчивости развития фирмы на основе совершенствования управления персоналом..... | 97 |
| <i>Мануйлова А.А.</i> Оценка уровня трудовой жизни населения России..... | 98 |
| <i>Мирошниченко А.С.</i> Внутренние коммуникации в кризисных ситуациях..... | 100 |
| <i>Панарина А.В.</i> Особенности кадровой политики предприятий малого бизнеса... .. | 102 |
| <i>Пашнин Б.А.</i> Планирование потребностей в персонале и затрат на оплату труда при составлении бизнес-плана мини-гостиницы..... | 104 |
| <i>Ракицкий А.В.</i> Использование результатов SNW-анализа для оценки перспектив нового бизнеса..... | 106 |
| <i>Рахматулин А.Д.</i> Стимулирование персонала в условиях высокой нестабильности внешней среды..... | 107 |
| <i>Рязанова К.В.</i> Этапы процесса генерации бизнес-идеи..... | 109 |
| <i>Саятин К.С.</i> Маркетинговый анализ целевой аудитории в проекте создания художественной школы..... | 111 |

| | |
|---|-----|
| <i>Степанова А.А.</i> Использование методов стратегического позиционирования нового бизнеса по услугам графического дизайна | 113 |
| <i>Суздалева Д.А.</i> Обзор рынка страхования Челябинской области | 115 |
| <i>Терентьев В.В.</i> Внедрение бережливого производства на ПАО «ЧМК» | 118 |
| <i>Федотова Н.Р.</i> Деятельность службы управления персоналом в современных организациях бюджетной сферы | 120 |
| <i>Шаповалов С.А.</i> Планирование объемов продаж при составлении бизнес-плана проекта «Программирование фриланс» | 122 |
| <i>Шипаева Я.К.</i> Методы генерации бизнес-идей | 124 |
| <i>Ярославцев С.Д.</i> Планирование производственной программы при составлении бизнес-плана | 126 |

РАЗДЕЛ V. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

| | |
|---|-----|
| <i>Агапеева М.</i> Что такое бренд для потребителя (на примере бренда «Вкусно – и точка») | 128 |
| <i>Азарова Е.С.</i> Влияние наружной рекламы на город и его жителей | 130 |
| <i>Белоусова Е.</i> Основные подходы к изучению личности | 132 |
| <i>Гольдов Е.И.</i> Использование поведенческих эффектов, основанных на социальной психологии индивида и потребителя в маркетинговых стратегиях | 134 |
| <i>Гущин К.В.</i> Влияние архитектуры выбора на принятие решения потребителем .. | 136 |
| <i>Жданов Е.Д.</i> Поведенческие эффекты, основанные на социальной психологии индивида и потребителя | 138 |
| <i>Ишмаев А.В.</i> Использование поведенческих эффектов, основанных на социальной психологии индивида и потребителя в маркетинговых стратегиях | 140 |
| <i>Лавренко А.В.</i> Логотип бренда: на примере бренда «Тойота» | 142 |
| <i>Леонтьев К.К.</i> Восприятие цены и её влияние на потребительское поведение | 144 |
| <i>Матвеев С.В.</i> Сенсорный маркетинг | 146 |
| <i>Мирошниченко А.С.</i> Влияние дефицита внимания на восприятие рекламы | 148 |
| <i>Никифоров А.Д.</i> Материальные составляющие бренда на примере бренда «Nike» | 150 |

| | |
|---|-----|
| <i>Никифоров М.Д.</i> Как эффекты «по умолчанию», фрейминга, приманки и «парадокс выбора» влияют на выбор потребителя..... | 152 |
| <i>Новиков Д.Т.</i> Поведенческие методы тестирования ассоциаций с брендом..... | 154 |
| <i>Осокина П.В.</i> Основные тенденции фирменного стиля компании в эпоху развития бизнеса через социальные сети..... | 156 |
| <i>Павлова Д.О.</i> Влияние дизайна на развитие внутреннего туризма..... | 157 |
| <i>Печенкин Н.В.</i> Календарные аномалии на фондовом рынке | 159 |
| <i>Подувальцева Д.А.</i> Использование поведенческих эффектов в маркетинговых стратегиях, меняющих восприятие цены..... | 161 |
| <i>Поленина В.О.</i> Сентябрьские поправки 2022 года в Федеральный закон о рекламе №38-ФЗ: выявленные проблемы и предложения по улучшению | 163 |
| <i>Сивриков М.М.</i> Особенности ценообразования в поведенческой экономике ... | 165 |
| <i>Шинкарь Л.И.</i> Памяти педагога (Даниловой Г.В.) | 167 |

РАЗДЕЛ VI. ГУМАНИТАРНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|---|-----|
| <i>Ахметжанова Г.Р.</i> Развитие познавательной активности младших школьников на уроках математики с использованием моделей смешанного обучения | 170 |
| <i>Бурлаков Д.А.</i> Проблемы пенсионного обеспечения по инвалидности | 172 |
| <i>Галямова А.Р.</i> Некоторые вопросы о правовом положении патентного поверенного..... | 174 |
| <i>Гордусенко А.В.</i> К вопросу о заимствованиях..... | 176 |
| <i>Гредина К.Э.</i> Торговля на Урале в годы нэпа | 178 |
| <i>Григорьева Э.Д.</i> Пандемии, которые изменили мир..... | 180 |
| <i>Гришина И.А.</i> Профсоюзы и вопросы охраны труда..... | 182 |
| <i>Жирохова Е.В.</i> Ысыах – главный праздник Якутии | 184 |
| <i>Иванов Н.А.</i> Геополитическое положение России во времена правления Петра I.. | 186 |
| <i>Капралова Е.Г.</i> Приемы развития познавательного интереса младших школьников в процессе изучения алгебраического материала..... | 188 |
| <i>Кипман Е.М.</i> Понятие и виды преступлений против семьи и несовершеннолетних по российскому уголовному законодательству..... | 190 |

| | |
|--|-----|
| <i>Киселева К.О.</i> Убийство с отягчающим обстоятельством, характеризующим объект преступления: проблемы квалификации убийства беременной женщины | 192 |
| <i>Клиндух А.С.</i> Уральское казачество на службе Отечеству..... | 194 |
| <i>Кожемякина Д.Д.</i> Характеристика объективных и субъективных признаков кражи..... | 196 |
| <i>Колесова А.С.</i> Якутские наряды и украшения..... | 198 |
| <i>Кондратьева В.Э., Макарова А.Е.</i> Кухня Якутии..... | 200 |
| <i>Корнилова Т.Н.</i> Что значит быть свободным?..... | 202 |
| <i>Крупенина П.И.</i> О характере и темпераменте | 204 |
| <i>Кузьмишина П.Ю.</i> Проблемы правового регулирования и правоприменительной практики при исчислении страхового стажа | 206 |
| <i>Кулешова Ю.А.</i> Международная деятельность профсоюзов России | 208 |
| <i>Мокина Ю.М.</i> Проблема развития творческих способностей младших школьников при изучении величин на уроках математики..... | 210 |
| <i>Новикова Р.Р., Атакова Д.Е.</i> Якутский народный танец | 212 |
| <i>Ноговицын В.Р.</i> Культурология Якутии..... | 214 |
| <i>Огочонова О.Л., Степанова С.Д.</i> Ысыах | 216 |
| <i>Павлов М.К., Тихонов В.В.</i> Традиции якутской кухни..... | 218 |
| <i>Павлова А.А.</i> Роль молодежного сленга при изучении иностранного языка | 220 |
| <i>Петрова А.И.</i> Участие профсоюзов в обеспечении охраны труда работников..... | 222 |
| <i>Порубова Е.С.</i> Репрессии 20–30-х гг. на Урале..... | 224 |
| <i>Рабинович М.А.</i> Противоправность или аморальность поведения потерпевшего как обстоятельство, смягчающее наказание..... | 226 |
| <i>Рахимова Ш.Т.</i> Роль аудирования при изучении иностранного языка..... | 228 |
| <i>Репп А.Ю.</i> Правовые проблемы деятельности Социального фонда Российской Федерации | 230 |
| <i>Рогожников Т.П.</i> Обзор социального проекта «Аленький цветочек» в сфере социализации детей-сирот и детей, прибывших из области проведения СВО | 232 |
| <i>Сабитова В.Е.</i> Поход Ермака: легенды и действительность..... | 235 |

| | |
|---|-----|
| <i>Савельева А.А.</i> Возможности смешанного обучения в обеспечении формирования действия контроля у младших школьников на уроках математики..... | 237 |
| <i>Санников Е.А.</i> Историческая эпоха Ивана Грозного | 239 |
| <i>Сатторов Д.Н.</i> Правовое регулирование государственных гарантий для мобилизованных граждан..... | 241 |
| <i>Сидорова М.М.</i> Якутский национальный костюм: многообразие и богатство выражения | 243 |
| <i>Синева П.Н.</i> История появления и развития англоязычных надписей на одежде... | 245 |
| <i>Хадеева А.Э.</i> Предприниматель и меценат Мешков..... | 247 |
| <i>Шаповалова В.М.</i> К.Д.Ушинский – народный педагог и гражданин | 249 |
| <i>Шкаликов М.М.</i> Существительные со значением женскости в русском языке: употребление в речи студентами..... | 251 |
| <i>Янков Т.И., Гоголев С.С.</i> Шаманизм как культура народа саха..... | 253 |

Научное издание

РОССИЯ СЕГОДНЯ:
МЕНЯЮЩИЙСЯ МИР, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
И РЕШЕНИЯ. ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ

Подписано в печать 01.06.2023. Формат 60x84 1/16. Усл печ. л. 15,23. Тираж 500 экз. Заказ № 471.

Информационно-издательский центр «АТиСО». Адрес редакции: 119454, Москва, ул. Лобачевского, 90, тел.: 8(499) 739-63-50, 8(499) 739-62-81.
Отпечатано в копировально-множительном отделе «АТиСО», тел.: 8(499) 432-47-45.

