

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



11 2024
ЧАСТЬ V

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 11 (510) / 2024

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук
Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук
Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук
Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук
Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)
Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)
Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук
Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)
Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук
Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук
Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук
Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук
Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук
Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук
Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения
Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)
Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)
Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук
Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук
Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук
Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук
Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук
Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук
Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук
Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук
Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук
Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук
Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук
Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)
Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)
Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук
Рахмонов Азизхон Боситхонович, доктор педагогических наук (Узбекистан)
Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук
Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук
Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук
Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры
Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)
Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук
Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)
Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)
Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)
Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)
Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)
Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)
Буриев Хасан Чутбаевич, доктор биологических наук, профессор (Узбекистан)
Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)
Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)
Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)
Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)
Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Досманбетов Динар Бакбергенович, доктор философии (PhD), проректор по развитию и экономическим вопросам (Казахстан)
Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)
Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)
Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)
Кадыров Кулуг-Бек Бекмуратович, доктор педагогических наук, и.о. профессора, декан (Узбекистан)
Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)
Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)
Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)
Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Кыят Эмине Лейла, доктор экономических наук (Турция)
Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)
Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)
Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)
Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)
Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)
Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)
Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)
Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)
Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)
Узаков Гулом Норбоевич, доктор технических наук, доцент (Узбекистан)
Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры (Россия)
Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)
Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)
Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)
Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук (Россия)

На обложке изображен Пол Эдвард Стемец (1955), американский миколог и предприниматель, продающий различные грибные продукты. Он пропагандирует использование лекарственных грибов в медицине и микоремедиацию.

Стемец родился в Салеме, штат Огайо. Вырос в Колумбии. Он окончил колледж вечнозелёного штата в Олимпии, штат Вашингтон, со степенью бакалавра в 1979 году.

Пол Стемец утверждает, что интерес к микологии ему привил брат Джон. Сам он изучать микологию начал, будучи студентом. Не имея академической подготовки выше степени бакалавра, он начал свою карьеру в лесу в качестве лесоруба и в основном занимался самообразованием в области микологии. Стемец внёс огромный вклад в её развитие и достиг признания в научном мире. Он является автором более двух десятков книг о грибах, а также сотен научных статей. При этом Пол еще и активный защитник грибов. Он считает, что грибы могут играть важную роль в решении многих проблем, с которыми сталкивается человечество. Например, грибы могут помочь очистить загрязненную почву и воду, а также их можно использовать для производства лекарств и других полезных продуктов.

Пол Стемец описал более 100 новых видов грибов; разработал методы выращивания грибов в лабораторных условиях; доказал, что грибы могут играть важную роль в медицине.

Он основал компанию Fungi Perfecti, которая является одним из крупнейших производителей грибных продуктов в мире.

Пол Стемец посвятил свою жизнь изучению этих удивительных организмов и их пользы для человека.

Один из его детей от первого брака назван в честь галлюциногенного гриба.

За свою деятельность Пол Стемец получил награду Invention Ambassador (2014–2015) от Американской ассоциации содействия развитию науки (AAAS).

В 2017 году в эфире «Си-Би-Эс» вышел научно-фантастический телевизионный сериал «Звёздный путь: Дискавери», в котором один из персонажей носит имя Стемец. Также Стемец является героем документального фильма «Фантастические грибы» 2019 года.

*Информацию собрала ответственный редактор
Екатерина Осянина*

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Дайнеко Д. Ю.

Особенности инвестиционной привлекательности предприятия..... 281

Корнев К. А.

Экономическая эффективность деятельности ООО «Стерлибашевская птицеферма»..... 285

Маммедова Я. А., Оразмаммедова Ш. М., Овезбердиева Ш. Д., Мередова Г. Р.

Факторный анализ финансовой отчетности банков..... 287

Mollayeva O. N., Gurbansahedova N. D.

Economic relations in the logistic transport sector..... 289

Назарова А. С.

Автоматизация бизнес-процессов государственных учреждений в современных реалиях 290

Солонченко М. Е.

Роль лидера в управлении качеством: как создать культуру постоянного совершенствования 292

Соснин Б. Е., Ибрагимова И. Д.

Теневая занятость блогеров: проблемы и пути их решения..... 294

Стоянова В. Н.

Цифровые и информационные технологии в АПК 296

Стоянова В. Н.

Цифровизация и ее влияние на деятельность предприятий 298

Цветкова Д. Д., Прошина О. М., Лешедько Э. А.

Оценка влияния антироссийских санкций на деятельность предприятий морского транспорта..... 300

Чаава Д. Т.

Особенности процесса формирования управления конкурентоспособностью промышленного предприятия 303

Ялкапова М. А., Нурбердиева О. М., Ходжащов П. А., Алланазаров Б. А.

Применение строительной информационной модели для оптимизации процессов управления проектами в строительстве 307

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Самонкина М. Е.

Стратегии удержания клиентов компаний на рынке медицинских изделий 309

Сильянов В. Г.

Сущность и особенности продвижения в социальных сетях 312

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Акушенкова Т. С.

Китайско-индийский пограничный конфликт и его влияние на современные двухсторонние отношения Китая и Индии 315

СОЦИОЛОГИЯ

Цихончик Д. С.

Мобильные приложения для решения прикладных задач социальной работы: опыт и перспективы 319

ПСИХОЛОГИЯ

Атаев К. А., Гараджаев М. А.

Социальное восприятие в социальной психологии 321

Башкирова П. А.

Важность уверенности в себе: поддержка и укрепление самооценки среди женщин в условиях современного мира 323

Громов Ю. В., Дюдьбина Я. А.

Психическое здоровье и психологическое благополучие на почтовых марках..... 325

Кудобаева А. К.

Теоретический анализ переживания кризиса
предпенсионного возраста сотрудниками
правоохранительных органов 329

Николаев А. А.

Особенности удовлетворенности жизнью
в молодом и зрелом возрасте..... 333

Хмелевская К. М.

Методы развития эмоционального интеллекта
у студентов колледжа 336

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ**Ложкин Н. С.**

Психологические аспекты разработки имиджа
эстрадного исполнителя 339

ПРОЧЕЕ**Камнев С. Г.**

Организация деятельности штаба военного
округа по материально-техническому
обеспечению 342

Ларченко К. К.

Изменяющиеся требования к журналистам:
как адаптироваться к современной
медиасреде 344

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Особенности инвестиционной привлекательности предприятия

Дайнеко Дмитрий Юрьевич, студент магистратуры
Академия труда и социальных отношений (г. Москва)

На сегодняшний день корпорация является одним из важнейших институтов современной глобальной экономики. Отечественные корпорации ведут активно свою деятельность не только на территории России, но и давно уже стали серьезными членами мирового экономического сообщества, в связи с этим встает закономерный вопрос о таких моделях корпоративного управления, которые были бы применимы и понятны не только для национальных корпораций, но и для других внешних экономических организаций.

В мире уже давно сложилась практика, которая показывает, что за счет эффективного корпоративного управления, компания зачастую имеет более выгодные условия для доступа на рынки капитала, а также повышается ее конкурентоспособность и уровень доверия со стороны инвесторов. Также необходимо отметить, что наравне с тем, как разрабатывается акционерное законодательство и улучшаются механизмы корпоративного управления развивается и рынок ценных бумаг. Все эти факторы непосредственно влияют на приток внешних инвестиций в экономику нашей страны, в связи с этим проблема развития и совершенствования корпоративного управления напрямую затрагивает в целом экономические интересы Российской Федерации и в частности благосостояние ее граждан.

Российский бизнес сегодня вступил в новую стадию развития. Второй этап раздела собственности если еще не завершился, то, по крайней мере, близок к завершению. Главным условием дальнейшего развития национальных компаний можно назвать повышение уровня эффективности их деятельности за счет применения правильной стратегии развития и успешной ее реализации, привлечение дополнительных инвестиций на максимально выгодных для компании условиях, а также последовательное формирование устойчи-

вого баланса интересов всевозможных заинтересованных лиц и групп.

Из этого следует, что у собственников (акционеров) и управляющих (менеджеров) компаний в более значительной степени, чем ранее, возникает потребность в поиске практических методов обеспечения успешного развития своих бизнесов и фирм за счет использования их внутренних и внешних возможностей и улучшения практики и повышения эффективности работы директорского корпуса, т.е. широкого использования принципов и системы корпоративного управления.

Несмотря на существование большого количества методик оценки качества корпоративного управления, разработка наиболее эффективных методических подходов, адаптированных под современную практику хозяйствования, не теряет своей актуальности и сейчас, вызывая дискуссии среди ученых. На сегодня малоисследованными остаются также вопросы: оценки качества деятельности органов корпоративного управления и ее влияния на финансовые результаты деятельности общества в целом; интеграции методик оценки деятельности органов корпоративного управления в общую методику оценки качества такого управления; оценки результативности текущей деятельности органов корпоративного управления.

Финансовая безопасность предприятия определяется разработкой системы мер по реализации финансовых стратегий в условиях неопределенности, которая может привести к финансовым рискам, внешним и внутренним угрозам.

Одной из таких мер служит поиск внешних источников финансирования компанией для покрытия собственных инвестиционных потребностей. На современном этапе развития экономики для эффективной работы и активного развития предприятия нельзя ограничиваться только использованием внутренних фи-

нансовых ресурсов, а значит, привлечение инвестиций становится необходимым фактором успешной деятельности предприятия, финансовой безопасности. Инвестиционная привлекательность является важнейшей характеристикой предприятия, отражающей способность последнего создавать ценность в долгосрочном периоде в результате осуществления инвестиций.

Наиважнейшей задачей предприятия является повышение инвестиционной привлекательности. Данное понятие является важной характеристикой предприятия позволяющей проиллюстрировать уровень развития хозяйствующего субъекта и его потенциал, а также увязать экономические интересы различных категорий пользователей, как инвесторов, так и собственников предприятия. Лишь при высоком значении инвестиционной привлекательности организация сможет получить достаточно денежных средств, которые будут способствовать расширению, функционированию производства, выпуску новой продукции.

Одним из самых эффективных инструментов обеспечения экономической безопасности предприятия является инвестиционная деятельность. Инвестиционная деятельность представляет собой долгосрочное вложение финансирования в различные виды деятельности с целью сохранения и увеличения капитала [7]. С точки зрения обеспечения экономической безопасности предприятия, инвестиции нас интересуют в первую очередь как способ сохранения своего капитала. Для эффективного функционирования инвестиционной деятельности необходимо создавать инвестиционную стратегию.

Инвестиционная стратегия представляет совокупность долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, и выбор наиболее эффективных решений для их достижения.

В инвестиционной деятельности предприятия инвестиционную стратегию приемлемо рассматривать, как основной план действий, определяющий приоритетные направления и формы деятельности, а так же особенности возникновения инвестиционных ресурсов и этапы реализации долгосрочных инвестиционных целей, обеспечивающие запланированное общее развитие предприятия. Объединение в рамках инвестиционной стратегии, как системы целей и путей достижения поставленных целей является основой для потенциальной и будущей инвестиционной деятельности компании. Инвестиционную стратегию предприятия также можно охарактеризовать в качестве системы формализованных критериев, основываясь на которые оно должно оценить и реализовывать свой инвестиционный потенциал, моделировать свою инвестиционную позицию в перспективе и обеспечивать её достижение. Подводя итог, можно определить, что инвестиционная стратегия — это системная концепция, которая направляет и корректирует развитие инвестиционной деятельности предприятия [8].

Составление инвестиционной стратегии подразумевает обширный и многогранный процесс, который включает в себя постановку целей для определения приоритетных направлений инвестиционной деятельности, оптимизацию структуры формируемых инвестиционных ресурсов и их распределения, а также разработку инвестиционной политики по наиболее значимым аспектам инвестиционной деятельности и поддержание взаимоотношений с внешней инвестиционной средой.

Классификация инвестиционной деятельности по содержанию:

- прямая, т.е. непосредственные вложения средств в производство товаров, работ, услуг, строительство или реконструкцию объекта.
- ссудная, т.е. в форме предоставления займа, кредита.
- портфельная, т.е. в форме приобретения ценных бумаг [9].

Важнейшей составляющей инвестиционной стратегии является такой метод обеспечения безопасности капитала как диверсификация. Диверсификация инвестиций — это инструмент инвестиционной стратегии, связанный с распределением инвестиционного портфеля по разным финансовым активам с целью снижения риска падения стоимости одного из них.

Инвестиционные портфели ценных бумаг, которые построены, основываясь на принципах диверсификации, подразумевают комбинирование большого объема ценных бумаг с разной динамикой движения курсовой стоимости. Диверсификация, направленная на снижение инвестиционного риска за счёт обеспечения максимального уровня доходности, основана на изменениях доходов и курсовой стоимости ценных бумаг.

Несистематические, т.е. определенные риски возникают под влиянием определенных факторов, влияющих на дивиденды отдельных ценных бумаг для отдельно взятой организации или отрасли. По этой причине определенные риски могут быть диверсифицированы, т.е. могут и должны быть снижены.

Диверсификация — комбинация инвестиционных объектов, за счет которой достигается не только их разнообразие, но наряду с этим и определенная взаимозависимость доходности с рисками.

Традиционный подход к диверсификации заключается в том, что инвесторы вкладывают средства в определенное количество активов и надеются, что изменения ожидаемой доходности портфеля будет незначительной. Например, применение такого подхода к диверсификации подразумевает обладание разными видами ценных бумаг, ценными бумагами отдельных предприятий, компаний из разных отраслей. Такой подход может привести к выводу, что наилучшая диверсификация — это инвестирование во множество ценных бумаг разных компаний. Однако на практике было доказано, что можно добиться оптимальной степени диверсификации и максимального снижения рисков, при содержании в портфеле 10–15 различных ценных бумаг, существенно не увеличивая стоимость этого портфеля. Последующее увеличение портфеля не является целесообразным, по той причине, что из-за этого возникает эффект избыточной диверсификации, приводящей к таким отрицательным последствиям, как:

- высокий уровень сложности качественного управления портфелем;
- повышение вероятности покупки недостаточно надежного, доходного или ликвидного актива;
- увеличение затрат на подбор ценных бумаг и т.д.

Небольшое количество ценных бумаг в портфеле может привести к увеличению риска, поскольку вероятность разовых отклонений в инвестиционном качестве ценных бумаг возрастает в сторону уменьшения [10].

В современных экономических условиях необходимым атрибутом развития региона и всего государства является формирование финансово-устойчивых предприятий, способных не только обеспечить высокую капитализацию бизнеса, максимизировать прибыль, обеспечить интересы инвесторов, но и обеспечить финансовую стабильность региона и повысить экономическую безопасность. Без достаточного уровня финансовой безопасности хозяйствующих субъектов достичь заявленных целей вряд ли удастся. В настоящее время особую актуальность получила проблема повышения финансовой безопасности компании. Главным образом это связано с финансовой нестабильностью в мире, глобализацией финансовых рынков, постоянными колебаниями цен на энергетические ресурсы, валюту и прочие факторы.

Одной из таких мер служит поиск внешних источников финансирования для покрытия собственных инвестиционных потребностей. От того на сколько компания инвестиционно привлекательна, зависит результат действий менеджмента компании, направленный на формирование капитала.

В настоящее время в экономической деятельности все чаще встречается понятие «инвестиционная привлекательность». Это связано с объективным присутствием в экономике России инвестиционных процессов и их интенсивной динамикой.

Несмотря на актуализацию проблемы инвестиционной привлекательности, в экономических изданиях до настоящего времени нет единообразного подхода к определению этого понятия, не выбраны научные рекомендации по методологии оценки данной категории. В связи с этим задачи и проблемы, возникающие, в ходе инвестиционного процесса решаются инвесторами самостоятельно, опираясь на субъективные представления данных вопросов.

Инвестиционная привлекательность выступает как характеристика целой совокупности объектов инвестиционной деятельности: стран, регионов, отдельных отраслей народного хозяйства, хозяйствующих субъектов, конкурентных проектов, разных видов активов предприятия. Перечисленные объекты имеют различную сложность своего состава, следовательно, и смысловая наполненность понятия «инвестиционная привлекательность» будет разной по отношению к каждому из них. Поэтому для дальнейшего оперирования данным понятием следует целесообразным систематизировать встречающиеся в научной литературе трактовки «инвестиционной привлекательности» применительно к субъектам хозяйствования (предприятиям, организациям).

Общее понимание сущности исследуемой категории следующее: инвестиционная привлекательность предприятия — это экономическая характеристика целесообразности инвестирования. Сложившееся определение довольно абстрактно и не раскрывает всей полноты рассматриваемого объекта, поэтому в научной среде сложилось несколько авторских точек зрения на содержание понятия инвестиционной привлекательности предприятия, представленные двумя подходами. Первый подход основан на том, что с точки зрения инвестора привлечение инвестиций является прямым условием инвестирования.

Таким образом, в рамках этой концепции инвестиционная привлекательность (или непривлекательность) — это субъективная оценка инвесторами предприятия, принимающая решение о финансировании в предприятие. Субъективная оценка основана на анализе объективных характеристик предполагаемого объекта инвестирования, одной из главных и практически всеохватывающей характеристикой этого объекта является инвестиционная среда. Таким образом, авторы, вышеупомянутых определений, Теплова Т.В. и Максимов В.Ф., указывают на следующее свойство понятия «инвестиционная привлекательность» — субъективная оценка конкретного инвестора, которая складывается на основе сочетания объективных признаков [11].

Второй подход основывается на раскрытии сущности понятия руководством самой компании, так в работе Крайник А.П. под инвестиционной привлекательностью предприятия понимается предпочтительность вложения средств, в данный объект по сравнению с другими, исходя из интересов потенциальных инвесторов [12].

Другие ученые инвестиционную привлекательность предприятия рассматривают с точки зрения его финансового состояния. В их работах отмечается, что исследуемая категория зависит от показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, а финансовая устойчивость выступает одной из важнейших характеристик инвестиционной привлекательности субъекта хозяйствования.

При рассмотрении объекта исследования следует четко различать трактовку таких понятий как «инвестиционная привлекательность» и «финансовое состояние» предприятия. Финансовое состояние предприятия является комплексным понятием и характеризуется системой показателей, которые отображают наличие и размещение средств, реальные и потенциальные финансовые возможности предприятия, то есть дает представление о текущем состоянии активов и обязательств предприятия в целом.

Инвестиционная привлекательность предприятия является незаменимой характеристикой, имеющей многоаспектный характер с точки зрения перспектив развития предприятия, его финансового состояния, позволяющая увязать экономические интересы инвесторов, предприятия и отрасли. Тем самым можно утверждать, что финансовое состояние может быть лишь одним из аспектов, характеризующих инвестиционную привлекательность предприятия, причем следует отметить, что не всегда неудовлетворительное финансовое состояние может иллюстрировать плохую инвестиционную привлекательность предприятия.

Инвестиционная привлекательность предприятия — это экономическая характеристика предприятия, интегрально отражающая существующий и потенциально достижимый уровень его экономического развития, финансового состояния, корпоративного управления, характеризующая целесообразность вложения средств в него и используемая для сравнения этого уровня во временном тренде.

Таким образом, привлекательность инвестиций зависит как от внешних факторов, характеризующих уровень развития отрасли положение рассматриваемого предприятия, так и от внутренних факторов, которые являются деятельностью внутри

Таблица 1. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия

Внешние факторы	
Инвестиционная привлекательность территории	Политическая, экономическая ситуация в стране, регионе;
	Совершенство законодательной и судебной власти;
	Уровень коррупции в регионе;
	Развитость инфраструктуры;
	Человеческий потенциал территории;
Инвестиционная привлекательность отрасли	Уровень конкуренции в отрасли;
	Динамика и структура инвестиций в отрасль
	Текущее развитие отрасли;
	Стадия развития отрасли.
Внутренние факторы	
Финансовое состояние предприятия	Коэффициент соотношения заемных и собственных средств
	Коэффициент текущей ликвидности
	Коэффициент оборачиваемости активов
	Рентабельность продаж
	Рентабельность собственного капитала по чистой прибыли
Организационная структура управления компанией	Доля миноритарных акционеров в структуре собственников компании
	Степень влияния государства на компанию
	Степень раскрытия финансовой и управленческой информации
	Доля дивидендов за последние годы
Маркетинговая политика предприятия	Степень инновационности продукции компании
	Стабильность генерирования денежного потока
	Уровень диверсификации продукции компании

предприятия. Предложенная классификация факторов представлена в Таблице 1.

Таким образом, под инвестиционной привлекательностью понимается экономическая характеристика предприятия, интегрально отражающая существующий и потенциально достижимый уровень его экономического развития, финансового

состояния, корпоративного управления, характеризующая целесообразность вложения средств в него и используемая для сравнения этого уровня во временном тренде. Инвестиционная привлекательность находится под воздействием внутренних и внешних факторов, что обуславливает выбор методики ее оценки.

Литература:

1. Корпоративное право: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению «Юриспруденция» / Е. Г. Афанасьева, В. Ю. Бакшинская, Е. П. Губин и др.; отв. ред. И. С. Шиткина. — М.: Волтерс Клувер, 2017. С. 103.
2. Осипенко О. В. Корпоративный контроль: экспертные проблемы эффективного управления дочерними компаниями. — М.: Статут, 2019. Кн. 2: Обеспечение корпоративного контроля. С. 96.
3. Могилевский С. Д. Корпорации в России: Правовой статус и основы деятельности: Учебное пособие / С. Д. Могилевский, И. А. Самойлов. — М.: Дело, 2017. С. 108.
4. Могилевский С. Д., Самойлов И. А. Корпорации в России: правовой статус и основы деятельности: учеб. пособие. 2-е изд. М.: «Дело», 2017. С. 123.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. Ст. 3301.
6. Безденежных А. В. Проблемы корпоративного управления при реализации современных моделей корпоративного управления российскими предприятиями // Безопасность бизнеса. 2021. № 4. С. 28–32.
7. Правила инвестирования Уоррена Баффетта / Д. Миллер — «Альпина Диджитал», 2022. С. 89.
8. Разумный инвестор: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2019. — 672 с
9. Уильям Ф. Шарп. Инвестиции. Учебник. Издательство: НИЦ ИНФРА-М, 2018. С. 125.
10. Ферри, Р. Всё о распределении активов / Ричард Ферри; пер. с англ. Леонида Веригина. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. С. 134.
11. Теплова Т. В. Инвестиции: учебник для вузов / Т. В. Теплова. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2021. — 724 с
12. Крайник А. П. Обзор теоретических концепций стратегического управления на основе роста стоимости компании Финансовый менеджмент. — 2018. — № 1. — С. 40–48

Экономическая эффективность деятельности ООО «Стерлибашевская птицеферма»

Корнев Константин Александрович, студент

Научный руководитель: Аскарова Айгуль Альмировна, кандидат экономических наук, доцент
Башкирский государственный аграрный университет (г. Уфа)

В статье рассмотрены особенности управления экономической эффективностью предприятий птицеводства. От экономической эффективности деятельности зависит конечный финансовый результат предприятия, его конкурентоспособность, капитализация и развитие в будущем.

Ключевые слова: птицеводство; деятельность, экономическая эффективность, управление.

Эффективность деятельности предприятий отрасли АПК является одним из важнейших условий развития отрасли. В условиях ограниченных ресурсов, которые можно использовать для удовлетворения потребностей, эффективное их использование становится обязательным фактором успешного развития. В связи с этим проблема оценки экономической эффективности деятельности предприятий АПК всегда занимала особое место.

Экономическая эффективность может включать в себя прибыль, рентабельность, окупаемость затрат, платежеспособность предприятия, задолженность по кредитам и др. показатели.

Экономическая эффективность влияет на финансовое положение организаций АПК, его конкурентоспособность и рыночную стоимость.

Экономическая эффективность деятельности предприятий АПК в целом определяется такими показателями как рентабельность производства, рентабельность продаж [4, с. 20].

Экономическая эффективность птицеводства характеризуется системой показателей, важнейшими из которых являются:

- продуктивность — яйценоскость кур и среднесуточный прирост живой массы птицы;
- затраты труда на 1 тыс. яиц и 1 центнер прироста;
- расход кормов на единицу продукции;
- себестоимость 1 тыс. яиц и 1 центнер прироста;
- прибыль от реализации продукции птицеводства, уровень рентабельности производства яиц, мяса птицы и в целом по отрасли.

Как видно из данных таблицы 1, поголовье птиц в 2023 г. выросло на 10,6% по сравнению с 2021 г. Производство мяса птицы увеличилось в 2023 г. по сравнению с 2021 г. на 6,58%, а яиц снизилось на 49,29%.

Уровень рентабельности производства мяса птицы увеличился в 2023 г. по сравнению с 2021 г. в 2,19 раза. При этом уровень рентабельности производства вырос всего на 9,29%. В основном это связано с ростом реализационных цен на рынке.

Общие показатели экономической эффективности птицефермы «Стерлибашевская» — рентабельность производства, снизилась в 2023 г. по сравнению с 2021 г. на 49,87% и рентабельность продаж, снизилась на 45,79%, что представлено ниже на рисунке 1.

Кумачев А. С. считает, что в условиях современной рыночной экономики составляющие элементы повышения эффективности включают в себя не только экономичность и производительность, но также и правильный выбор целей, оценка масштаба и характера потребностей и т.д. Поэтому, в настоящее время существуют разные классификации факторов, влияющих на экономическую эффективность деятельности предприятия, и о некоторых из них пойдет речь далее. Существует такая обобщенная классификация факторов, влияющих на экономическую эффективность организаций, где показатели подразделяются на категории, которая представлена в таблице 2 [2, с. 7].

Данная обобщенная классификация факторов, оказывающая влияние на эффективность деятельности компании, по-

Таблица 1. Экономическая эффективность деятельности ООО «Стерлибашевская птицеферма»

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г. в% к 2021 г.
Поголовье птицы, тыс. голов	1038	1298	1148	110,60
Производство мяса птицы (в убойной массе), ц	119778	120661	127655	106,58
Производство яиц, тыс. шт.	12767	12939	6473	50,70
Среднегодовая яйценоскость кур несушек, шт.	250	235	234	93,60
Среднесуточный прирост живой массы, г.	34,4	39,1	40,5	117,73
Средняя цена реализации, руб.:				
1 ц прироста	13065	13916	15201	116,35
1 тыс. яиц	10916	11598	11819	108,27
Уровень рентабельности,%:				
производства мяса птицы	12,3	41,1	27,0	219,51
производства яиц	22,6	42,6	24,7	109,29
Рентабельность производства, в%	12,03	0,41	6,03	50,13
Рентабельность продаж, в%	33,84	22,52	18,35	54,21

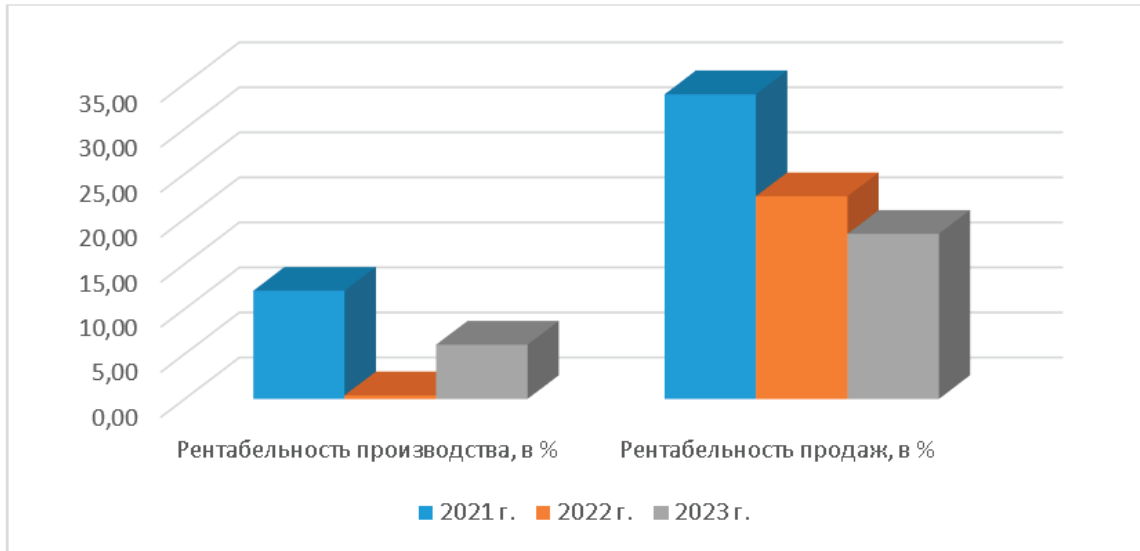


Рис 1. Динамика показателей экономической эффективности деятельности ООО «Стерлибашевская птицеферма»

Таблица 2. Классификация факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия, по категориям показателей

Категории показателей	Примеры
Отраслевые	Основные группы потребителей, динамика спроса на продукцию отрасли
Территориальные	География деятельности предприятия, природные и климатические условия
Общие	Особенности отрасли деятельности, состояние сырьевой базы
Интенсивные	Рост качественных показателей, таких как фондоотдача, фондоемкость, производительность труда, уровень квалификации работников и эффективность их труда и т.д.
Экстенсивные	Увеличение количественных показателей, таких как материалы, оборудования, трудовые ресурсы и т.д.
Структурно-организационные	Структура организации производства, сбыта, управления и их степень соответствия
Рисковые	Уровень риска, необходимость в хеджировании

зволяет компании структурированно находить оптимальные пути решения поставленных задач для каждой сферы деятельности, которыми занимается компания [2, с. 7].

Для повышения экономической эффективности деятельности предприятий АПК необходимо проводить эффективную политику производства и сбыта, а именно:

- соблюдение технологии производства продукции;
- контроль качества продукции на каждом производственном этапе и цикле производства;
- анализ производственных показателей;
- рациональный учет производства и реализации продукции;
- анализ экономических показателей эффективности производства продукции и ее продажи;
- контроль производственной и сбытовой деятельности предприятия;
- маркетинговые исследования для продвижения товара на рынке, увеличения объемов продажи продукции и др. [3, с. 63].

Повысить доходность отрасли птицеводства может переработка, но сейчас более 90% производимого яйца реализуется в натуральном виде. Структура рынка куриного яйца в России

остаётся неизменной. Его главная отличительная особенность — преобладание производства и потребления яйца в натуральном виде.

На долю продуктов переработки приходится менее 10%, при этом их выпуск рассчитан в основном на промышленного потребителя. Готовые к употреблению яичные продукты составляют лишь 1,5% от объема переработки, а такой сегмент, как производство из яйца пищевой продукции — лизоцима, овомукоидов, авидина, фосфолипидов, липопротеинов и т.д.— отсутствует совсем [1, с. 3855].

В качестве альтернативных вариантов повышения рентабельности деятельности предприятий птицеводческой отрасли предложены изменение структуры выручки, углубление переработки яиц, значительное увеличение доли яичных продуктов в ассортименте продукции предприятия, разработка принципиально новых видов продукции для рынка спортивного питания. Это обеспечивает рост цен на производимую продукцию и резкое увеличение выручки без изменения поголовья кур и затрат на приобретение кормов [1, с. 3858].

Таким образом, от экономической эффективности деятельности зависит финансовое состояние предприятий, их конкурентоспособность и дальнейшее развитие бизнес-процессов.

Литература:

1. Исмагилов Р. Х., Сергеев Ю. А., Гумеров А. В. Повышение эффективности деятельности предприятий птицеводческой отрасли // Российское предпринимательство. — 2018. — Том 19. — № 12. — С. 3847–3862. doi: 10.18334/rp.19.12.39534
2. Кумачев А. С. Особенности оценки эффективности экономической деятельности на предприятиях и в отраслях промышленности (на примере АвтоВАЗ) / А. С. Кумачев // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № s2. — URL: <https://esj.today/PDF/12FAVN223.pdf>
3. Юдина Т. И. Особенности управления производственно-бытовой деятельностью // Вектор экономики. — 2021. — № 5. — С. 62–64.
4. Яшина С. В. Система управления производством и реализацией продукции / С. В. Яшина // Экономика и управление. — 2022. — № 1. — С. 19–22.

Факторный анализ финансовой отчетности банков

Маммедова Яныл Аннагелдиевна, старший преподаватель;
Оразмаммедова Ширин Мырадовна, старший преподаватель;
Овезбердиева Ширин Джорагелдиевна, преподаватель;
Мередова Гулнар Ровшеновна, преподаватель
Туркменский государственный институт финансов (г. Ашхабад, Туркменистан)

Финансовые банковские учреждения. Финансовые банковские учреждения несут ответственность за финансовое посредничество, сосредоточившись главным образом на удовлетворении потребностей различных экономических агентов. Учреждения такого типа должны иметь специальные правила, поскольку любое отклонение в их функциях или услугах может иметь негативные последствия для экономики. Другие организации, предоставляющие коммунальные услуги, также подлежат особому надзору, такие как компании по электроснабжению, телефонной связи и водоснабжению. Соответственно, банковские учреждения должны действовать в соответствии с руководящими принципами, регулируемые органами государственного надзора, учитывая их специфические функции и важные услуги, которые они предлагают обществу.

Конкуренция в банковском секторе побудила финансовые учреждения разрабатывать новые продукты для удовлетворения потребностей рынка, повышая конкурентоспособность и расширяя объем предлагаемых услуг. Учитывая этот сценарий, в который включены банковские учреждения, анализ финансовой отчетности вызывает интерес как у менеджеров (внутренних по отношению к компании), так и у различных сегментов внешнего анализа. Этот вид анализа считается одним из наиболее важных в финансовом менеджменте, поскольку его основной целью является оценка экономических и финансовых показателей деятельности организаций.

Анализ показателей для банковских учреждений. Оценка финансово-экономических показателей банковских учреждений может быть проведена путем анализа финансовой отчетности. Банковский учет имеет некоторые особенности, которые приводят к различиям между отчетами, представленными финансовыми учреждениями, и отчетами, представленными промышленными и коммерческими компаниями или другими компаниями в секторе услуг экономики

Управление ликвидностью финансовых учреждений является непростой задачей, учитывая специфические характеристики финансового посредничества. Посредническая деятельность, осуществляемая посредством внесения депозитов (сбор средств для банка), представляет собой обязательство перед третьими сторонами и отражается как пассив. Использование этих ресурсов классифицируется как активы. Например, это может быть в форме наличных денег или в форме предоставленных займов. Т. е. финансовые банковские учреждения «обменивают» обязательство (депозит до востребования) на право (займы к получению). Это создает трудности в выравнивании периодов получения и оплаты, а также большие трудности в структуре активов.

Создание экономических и финансовых показателей использовалось для облегчения управления финансовыми институтами. Эти показатели направлены на оценку деятельности компании с точки зрения получения финансовых результатов. Экономическая эффективность, обеспечиваемая компанией, является результатом принятых решений, связанных с политикой структуры капитала, методами работы на рынке и управлением ресурсами, доступными администраторам. Попытка выбрать некоторые показатели, которые важны для анализа финансовой отчетности, необходима для проведения экономической и финансовой оценки банков.

Некоторые авторы предлагают использовать различные показатели, которые адекватно отражают действительность субъектов банковского сектора. В этом контексте предлагаются 3 основных блока показателей, которые должны использоваться для экономического и финансового анализа банковских учреждений. Приводится расчет 17 показателей, классифицированных по 3 группам. В таблице 1 приведены расчетные формулы и связанные с ними понятия.

Таблица 1

Формулы и концепции экономических и финансовых показателей эффективности	
Показатели платежеспособности и ликвидности	
Добровольное соответствие (ДС)	= Наличие депозитов / Депозиты до востребования <i>Определяет непосредственные финансовые возможности для покрытия снятия средств с депозитов</i>
Немедленная ликвидность (НЛ)	= (Доступность + Межфинансовое заявление) / Депозит до востребования <i>Определяет способность учреждения покрывать депозиты до востребования и часть срочных депозитов.</i>
Кредиты на депозиты (КД)	= Кредитные операции / депозиты <i>Раскрывает на каждые 1,00 долларов заемного капитала сумму, привлеченную в виде депозитов</i>
Проценты по займам (ПЗ)	= Кредитные операции / Общая сумма активов <i>Определяет процентную долю активов, используемых в кредитных операциях</i>
Показатели риска и капитала	
Финансовая независимость (ФН)	= Кредитные операции / Общая сумма активов <i>Определяет уровень финансовой независимости в отношении использования ресурсов третьих сторон.</i>
Кредитное плечо (КП)	= Общий объем активов / собственного капитала <i>Определяет уровень кредитного плеча учреждения при использовании активов.</i>
Соотношение Капитал/вкладчик (СКВ)	= Собственный капитал / депозиты <i>Определяет соотношение между использованием собственных ресурсов и привлечением средств в виде депозитов.</i>
Собственный капитал Основные средства (СКОС)	= Постоянные активы / Собственный капитал <i>Определяет уровень основных средств, относящийся к собственным ресурсам</i>
Чувствительность к процентным ставкам (ЧПС)	= Чувствительные активы / Чувствительные обязательства <i>Определяет, как процентные ставки по чувствительным активам и обязательствам коррелируют с рынком.</i>
Показатели экономической эффективности и рентабельности	
Рентабельность собственного капитала (РСК)	= Чистая прибыль / собственный капитал <i>Показывает процент, отраженный как следствие нормы прибыли, относящейся к собственному капиталу.</i>
Рентабельность общих инвестиций (РОИ)	= Чистая прибыль / Общие активы <i>Показывает результаты использования бизнес-возможностей учреждением.</i>
Чистая маржа (ЧМ)	= Чистая прибыль / Доход от финансового посредничества <i>Позволяет оценить основную функцию финансового посредничества учреждения.</i>
Финансовая маржа (ФМ)	= Валовой доход от финансового посредничества / Общая сумма активов <i>Позволяет оценить валовой доход от финансового посредничества до учета кредитного риска.</i>
Рентабельность активов (РА)	= Доход от финансового посредничества / Совокупный актив <i>Позволяет оценить доход от финансового посредничества, полученный в результате инвестиций в совокупные активы.</i>
Средняя стоимость сбора средств (ССС)	= Финансовые расходы на сбор средств / Срочные депозиты <i>Позволяет оценить соотношение между финансовыми расходами и срочными депозитами.</i>
Проценты к уплате (ПУ)	= Посреднические расходы / Общая сумма обязательств <i>Относится к капитальным затратам, понесенным при нескольких типах инвестиций.</i>
Эффективность (ЭФ)	= Операционные расходы / Доход от финансового посредничества <i>Позволяет оценить потребность в операционной структуре для поддержания деятельности.</i>

Первая группа — это платежеспособность и ликвидность, которые направлены на то, чтобы выделить собственные ресурсы организации по отношению к ее обязательствам, и пытаются отразить компетентность в удовлетворении потребностей в денежных ресурсах для покрытия финансовых обязательств.

Вторая группа — это капитал и риск, структура которых состоит из показателей, оценивающих объем собственного капитала учреждений или минимальный капитал, который они должны сохранить.

Третья группа — это экономическая эффективность и рентабельность, состав которых структурирован показателями, оценивающими максимизацию благосостояния организации через соотношение риска и доходности. Таким образом, они отражают особенности экономических и финансовых характеристик данного сектора.

Применение факторного анализа в исследованиях, оценивающих финансовые показатели. В ходе анализа финансовые показатели могут быть сгруппированы по факторам, позво-

ляющим понять поведение исходных данных. Исследователь может предположить, что несколько его показателей должны составлять фактор, но вместо того, чтобы субъективно предлагать создание показателя, он может предпочесть подвергнуть данные факторному анализу. И результаты этого анализа должны объективно указывать на такую группировку мер.

Факторный анализ направлен на уменьшение сложности большого числа переменных в меньшем масштабе, чтобы объяснить явление более подробно. Этот тип многомерного метода решает проблему анализа структуры корреляций между большим числом переменных, определяя набор общих базовых измерений, называемых факторами.

Таким образом, применение такой методики позволяет выявить основные показатели, которые следует учитывать при анализе экономических и финансовых показателей деятельности организаций. Данная методология используется с целью обобщения и подтверждения наблюдаемых взаимосвязей. Такая цель достигается путем определения минималь-

ного числа факторов, объясняющих максимальную долю отклонений всех показателей.

Что касается финансовых банковских учреждений, то не было выявлено никаких научных исследований, в которых применялся бы факторный анализ для оценки экономических и финансовых показателей. Что, следовательно, свидетельствует о возможности применения такой методики, которая, по-видимому, имеет отношение к определению основных показателей и которая может внести значительный вклад в улучшение анализа эффективности таких учреждений.

Заключение. При использовании факторного анализа можно определить показатели, объясняющие максимальную дисперсию из наименьшего возможного числа переменных. Мы приходим к выводу, что наиболее релевантными экономическими и финансовыми показателями для оценки дея-

тельности банковских учреждений являются: Рентабельность общих инвестиций (РОИ), Чистая маржа (ЧМ), рентабельность собственного капитала (РСК), соотношение Капитал/вкладчики (СКВ), индекс кредитов/депозитов (ИКД), немедленная ликвидность (НЛ), добровольная подгонка (ДП) и индекс чувствительности к интересам (ИЧИ). Таким образом, мы наблюдаем необходимость мониторинга ряда показателей, значительно меньших, чем было представлено первоначально.

Более того, факторный анализ способствует тому, чтобы менеджеры, аналитики и инвесторы обратили внимание на возможность консолидации финансовых показателей, оценивающих деятельность компаний в рамках конкретного сектора. Кроме того, это помогает этим агентам устанавливать меньшее количество показателей и упрощает процесс анализа компаний, что позволяет лучше разобраться в данных.

Литература:

1. Клири, С., & Хебб, Г. (2016). Эффективная и функциональная модель для прогнозирования проблем банков: на основе выборочных данных и за их пределами;
2. Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). Многомерный анализ данных (6-е изд.).

Economic relations in the logistic transport sector

Mollayeva Oguljema Halbayeva, candidate of economic sciences
Turkmen State Institute of Economics and Management (Ashgabat, Turkmenistan)

Gurbansahedova Nurgozel Dovletovna, teacher
International University for the Humanities and Development (Ashgabat, Turkmenistan)

Keywords: *transport logistics, a legal entity.*

The effective management of the transport logistics routes in the context of market economic relations, the radical modernization of the transport sector, the build-up of transport and logistics potential, improvement of the quality of customer service and the degree of efficiency of the operating capacities and technique are among the measures to ensure further intensification of the national automobile transport sector. The logistic transport sector is one of the most dynamically growing segments of the national economy. Automobile, railway, sea and air communication routes, which are integral parts of the national transport and logistics system, serve as a source of significant revenues within the framework of economic intensification. Article 134 of the Constitution of Turkmenistan states: «The economy of Turkmenistan is based on the principles of market relations». The constitutional consolidation of the foundations of economic regulation of the processes of formation and development of these principles serves as a fundamental legal basis for regulating the behavior of contract participants within the dynamically developing market. In a society based on the production relations of the market model of economy the contract serves as a legal document to consolidate the relations of equal economic entities within the framework of the inter-action of various forms of ownership in the context of

commodity money relations. The fuller and freer the nature of commodity money interaction the wider the contractual forms of regulation are.

Successful implementation of the planned goals should significantly increase the capacity of the domestic highway network, contribute to the growth of the quality of logistics services, and create additional prerequisites for expanding the international transit transportation system and interstate trade and economic cooperation. The high-speed highway will create favorable conditions for a significant increase in the volume of goods transported from the territory of Turkmenistan and increase the speed of movement. In this regard, great opportunities emerge in the development of transport relations with neighboring Uzbekistan. The construction of a high-speed highway connecting the eastern and central regions of our country and its reunification into a major highway Ashgabat-Turkmenbashi will open up new opportunities for expanding the cargo flow to the Turkmenbashi International Seaport and further transit through the Caucasus to Europe, the southern regions of the Russian Federation, to the north of Iran, with subsequent access to the Persian and Oman Gulfs. Legal norms in the field of motor transport arise from results of the contract conclusion. The legal status of the con-

clusion of contracts in the automobile sector is formed on the basis of a two-way paid real deal. Both legal entities and physical persons can act as parties to the conclusion of the contract in the automobile segment, regardless of the form of ownership. Contractual relations between a legal entity and an individual in the automobile sector arise on the basis of a contract of carriage. The sender of the cargo and the carrier directly become a party to the contract. Relations on obligations in the field of transportation of passengers are implemented on the basis of a multilateral agreement within the framework of current transfer operations, for example: transportation of passengers and luggage on separate intercity, suburban and intercity routes. According to the contract of carriage, the carrier is obliged to deliver or transport the cargo to the place of destination. Individuals are free in concluding the contracts in accordance with the law and define the content of these contracts. This obligation applies to all types of motor vehicles and is governed by this agreement. Movable property transported by road is the subject of the contract. The contract of carriage contains the carrier's obligation to deliver the passenger or cargo to the place of destination. There are clear parallels between a transportation contract and a tourist contract. In particular, the subject of the contract is a service provided by the contractor for the performance of any work or the construction of a certain building (structure). As well as the subject of the tourist contract is a service, the organization of tourist services. Similarly, the contract of carriage provides for the service of transporting cargo from one point to another assigned to its subject. However, unlike a contractor's contract, the priority in the contract of carriage is not the transportation process itself, but the ultimate goal of this process, that is, the fact of delivery of the cargo to the point of destination. A characteristic difference between a transport contract and other contracts is that it is concluded on the basis of a bill of lading, while an ordinary contract can also be concluded by agreement of the parties. In the field of automobile transport, the contract can be concluded both orally and in writing. The subject of a written contract is cargo, movable property, things. On the basis of an oral agreement, for example, the driver of a passenger taxi, at the request of the passenger, is obliged to provide a payment receipt. This is by its nature a two-way, consensual, paid transaction in oral form. According to the passenger transportation contract, the car driver is obliged to deliver the passenger to the des-

tinuation for an appropriate fee, and in case the passenger delivers his own luggage, he is also obliged to transport the luggage to the appropriate stop and hand it over to the passenger upon arrival. The passenger, in turn, is obliged to pay the cost of transportation at the price established by the contract of carriage, and in the presence of baggage weighing more than the limit set by the carrier, also pay the cost of transportation of the excess weight.

The contract of carriage of a passenger by bus is confirmed by a travel document and in the case of baggage transportation in excess of the norm by a letter of baggage payment. A signed contract of automobile transportation concluded by the parties the carrier and the customer of the car, without selling a travel document to each passenger, is an official document. Forms of road documentation for carriers are approved by the competent authority. The invoice also contains information about the cost of the contract. The bill of lading is drawn up in triplicate and signed by the carrier. The first copy remains with the sender; the second is filed together with the documents accompanying the cargo, the third remains with the carrier. The more diverse the cargo or the types of transport used for its transfer, the higher the potential and the need for drawing up more detailed invoices. This is the situation, in particular, when the cargo is distributed among several vehicles, or when it comes to different types of cargo or cargo transportation in batches. In such cases, at the request of the carrier or the sender, the consignment notes may be drawn up in a number corresponding to the quantity of vehicles or shipments.

The obligations of the carrier when transporting passengers by automobile transport are also regulated. For example: an employer, a tourist carrier, in order to transport a passenger in a timely manner due to damage to the health of passengers or damage to cargo, or the timely arrival of passengers and their luggage to the destination or the corresponding stop. The contractual obligation of the carrier is to transport the cargo from the place of loading to the place of unloading. The carrier is not responsible for loading and unloading. The carrier has the right to demand the price of the cargo being shipped. The recipient of the payment is the recipient, and the carrier may claim compensation for additional expenses incurred on the way from the recipient. But as for the tariffs related to the transport business, the parties can also agree on which of the parties will be charged.

References:

1. The Constitution of Turkmenistan. Ashgabat, Turkmen State Publishing Service, 2020
2. The Civil Code of Turkmenistan. Ashgabat, Turkmen State Publishing Service, 2014
3. The Law of Turkmenistan «On Road Transport». Ashgabat, 2013

Автоматизация бизнес-процессов государственных учреждений в современных реалиях

Назарова Арина Сергеевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Медникова Оксана Васильевна, кандидат технических наук, доцент

Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

В статье авторы рассматривают проблемы и важность перехода государственных учреждений на российские информационные системы из наиболее востребованных на рынке.

Ключевые слова: автоматизация бизнеса, государственные учреждения, российские информационные системы, импортозамещение.

Автоматизация государственных учреждений — это процесс внедрения информационных технологий и систем автоматизации для улучшения работы и эффективности государственных организаций. [5] Он способствует:

- 1) повышению эффективности работы;
- 2) сокращению временных и финансовых затрат;
- 3) повышению прозрачности и качества предоставляемых услуг;
- 4) улучшению взаимодействия с гражданами и бизнесом,
- 5) повышению уровня доверия к государственным органам.

Если посмотреть на объем государственных организаций по данным Росстата за 2021–2023 года, который представлен в таблице 1, то можно предположить, что по сравнению с коммерческими организациями их не так много и сложности в автоматизации быть не должно, тем более есть государственные системы, которые закрывают частичную потребность бизнеса. Но зачастую здесь и возникает большое количество вопросов.

Не все программные продукты могут использоваться для внедрения в государственные учреждения, у которых есть свои стандарты и нюансы в учете. [6]

Таблица 1. Количество федеральных государственных учреждений (по данным государственной регистрации)

	на 01.01.21	на 01.01.2022	на 01.01.2023
всего	13681	12300	12010
<i>из них</i>			
федеральные государственные автономные учреждения	190	199	203
федеральные государственные бюджетные учреждения	3148	2919	2783
федеральные государственные казенные учреждения	10343	9182	9024

Основными проблемами автоматизации бизнес-процессов в государственных учреждениях являются:

- 1) Долгий процесс согласования и выделения бюджета. Бюджет, выделяемый на изменения в информационной структуре, предварительно планируется и согласовывается с вышестоящими инстанциями. После чего закладывается в план на следующий год.
- 2) Долгий переход на новые системы. Часто в таких организациях работают люди, которые работают с определенной

системой продолжительное время, исходя из этой системы складывается определенный процесс работы, и его изменение может замедлить работу сотрудников в первое время.

- 3) Множество различных систем. Т. к. спектр услуг государственных учреждений обширен, то не всегда одно программное обеспечение может закрыть все потребности бизнеса. Для этого приходится находить несколько систем, настраивать интеграцию между ними, а возможность интеграции с государственными системами не всегда представляется возможной,



Рис. 1. Отечественная альтернатива иностранному ПО [7]

одному сотруднику нужно параллельно работать в нескольких системах.

4) Саботаж сотрудников. Не все сотрудники в компании могут быстро приспосабливаться к изменениям, и даже если процесс работы упрощается, то изучение новой информации и новых механизмов не всегда принимают радушно.

Исходя из всего выше сказанного для большинства государственных организаций такие изменения проходят «болезненно», а всего «болезненного» хотелось бы избежать. Но здесь так же есть нюансы.

В связи с политической ситуацией с 2022-го года российский рынок покидают многие ИТ-вендоры. Многие компании оперативно решают вопросы о переходе на отечественное ПО. Особенно эти изменения касаются государственных организаций. Российские операционные системы (ОС), офисные пакеты, ан-

тивирусные программы и системы виртуализации они должны будут использовать с 1 января 2025 г., а системы управления базами данных (СУБД) — с 1 января 2026 г. [4]

Основные блоки и программы, которыми компании могут заменить иностранные программные продукты представлены на рисунке 1.

Как и у любого бизнеса в государственных учреждениях есть необходимость в автоматизации процессов. У каждого свои ключевые блоки автоматизации, на которые необходимо обратить внимание. Многие из представленных на рисунке программных продуктов стали популярны и неотъемлемы в жизни многих пользователей, например, Windows, MS SQL Server, SAP, Oracle и другие. Но отечественные разработчики делают основной упор на качество и функциональность своих продуктов, чтобы пользователи не заметили потерь в переходе на отечественное ПО.

Литература:

1. Тырса, К. А. Автоматизация бизнес-процессов в корпоративном и государственном управлении / К. А. Тырса. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 48 (443). — С. 8–11. — URL: <https://moluch.ru/archive/443/97206/> (дата обращения: 10.03.2024).
2. Обушева, К. А. Цифровая трансформация государственного управления / К. А. Обушева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 20 (415). — С. 490–493. — URL: <https://moluch.ru/archive/415/91855/> (дата обращения: 10.03.2024).
3. Москвитина Н. В. Цифровая трансформация государственного управления // Социология. — 2021. — № 4. — С. 114–128.
4. Для госкомпаний установили сроки перехода на отечественный софт. — Текст: электронный // Ведомости: [сайт]. — URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2024/01/25/1016648-dlya-goskompanii-ustanovili-sroki-perehoda-na-otchestvennii-soft> (дата обращения: 10.03.2024).
5. Автоматизация процессов для государственных учреждений — Текст: электронный // Axe-tech: [сайт]. — URL: https://axe-tech.ru/industry_solutions/gos_uchrezhdeniya/?ysclid=ltmyhvxlw367899610 (дата обращения: 10.03.2024).
6. Количество федеральных государственных учреждений. — Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/FGU-01012023.xlsx> (дата обращения: 10.03.2024).
7. Импортозамещение зарубежного программного обеспечения решениями 1С. — Текст: электронный // Первый БИТ: [сайт]. — URL: <https://1solution.ru/events/articles/importozameshchenie-zarubezhnogo-programmnogo-obespecheniya-resheniyami-1s/> (дата обращения: 10.03.2024).

Роль лидера в управлении качеством: как создать культуру постоянного совершенствования

Солонченко Михаил Евгеньевич, студент

Белгородский государственный технологический университет имени В. Г. Шухова

В современном мире, где рынки постоянно эволюционируют и конкуренция усиливается, роль лидера в управлении качеством становится критически важной. Лидеры играют ключевую роль в формировании культуры организации, в частности, культуры постоянного совершенствования. Это требует не только стратегического видения и способности к инновациям, но и умения мотивировать и вдохновлять свою команду на достижение высоких стандартов.

Создание культуры постоянного совершенствования — задача, требующая систематического подхода и постоянного внимания. Лидер должен быть не только инициатором изменений, но и их гарантом, обеспечивая прозрачность процессов и от-

крытость к новым идеям. В этой статье мы обсудим, как лидеры могут использовать различные инструменты и методики для повышения качества работы их организаций, и какие личные качества помогают им в этом [1].

Лидерство в сфере управления качеством играет ключевую роль в создании и поддержании культуры постоянного совершенствования. В условиях высокой конкуренции и постоянных изменений рыночной среды успешность организации во многом зависит от её способности не просто поддерживать высокие стандарты качества, но и постоянно искать пути для их улучшения. Лидеры, в этом контексте, выступают как ключевые фигуры, способные вдохновлять коллектив на изучение и вне-

дрение новых подходов и методологий работы, стимулируя инновационный процесс и повышая общую производительность.

Эффективное управление качеством требует от лидера не только глубоких знаний в применяемых методах и стандартах, но и высокого уровня коммуникативных навыков, чтобы успешно преодолевать сопротивление изменениям, создавать мотивацию среди сотрудников и формировать у них стремление к постоянному самосовершенствованию. В этом контексте особое значение приобретает способность лидера быть примером, демонстрируя личную приверженность принципам качества и непрерывного улучшения в своей ежедневной работе.

Подходы к лидерству в управлении качеством могут быть разнообразными, однако успешные лидеры чаще всего используют стратегии, основанные на принципах вовлеченности всех уровней персонала в процесс управления качеством, развитии корпоративной культуры, в которой поощряется инициативность, новаторство и стремление к улучшениям, а также на постоянном обучении и развитии сотрудников. В процессе реализации этих стратегий большое внимание уделяется обратной связи, анализу полученных результатов и поощрению достижений, что способствует построению позитивного и продуктивного рабочего окружения.

Таким образом, роль лидера в управлении качеством заключается не только в формировании стратегии и политики качества, но и в повседневной работе по созданию условий для постоянного совершенствования, включая обучение персонала, мотивацию к инновациям и поддержание высоких стандартов работы. От того, насколько эффективно лидер сможет справиться с этими задачами, в значительной мере зависят конкурентоспособность на рынке, удовлетворенность клиентов и, в конечном итоге, успех всей организации.

Создание культуры постоянного совершенствования — задача не из простых, требующая от лидера не только визионерства, но и способности вдохновлять команду, поддерживать ее интерес и мотивацию к непрерывному развитию и улучшению процессов. Основой такой культуры является понимание и принятие всех сотрудниками идеи, что совершенствование — это непрерывный процесс, не имеющий конечной точки [2].

Первый шаг на пути к созданию такой культуры — это формирование общего видения. Лидер должен ясно представлять и артикулировать, куда движется организация, какие ценности и принципы лежат в ее основе. Это видение должно включать в себя стремление к совершенству как ключевую ценность. Вторым шагом будет интеграция этого видения в ежедневные процессы и деятельность каждого сотрудника. Люди должны не просто знать о целях компании, но и чувствовать свою причастность к их достижению, понимая, как именно их вклад способствует общему делу.

Организация обучения и развития — следующий ключевой элемент. Совершенствование невозможно без непрерывного обучения. Предоставление возможностей для профессионального роста и развития не только повышает квалификацию сотрудников, но и способствует росту их личной мотивации.

Поддержание открытого диалога и обратной связи позволяет сотрудникам чувствовать себя слышанными, вовлеченными в процесс совершенствования и в итоге более преданными общему делу. Лидер должен стимулировать обмен

идеями, предлагать регулярную обратную связь, а также открыто признавать успехи и анализировать ошибки, чтобы совместно находить пути улучшения [3].

Внедрение системы поощрения за инновации и улучшения — еще один способ поддержания интереса и мотивации команды. Награды за вклад в совершенствование процессов и достижение высоких результатов укрепляют позитивный настрой среди сотрудников и способствуют их активному участию в жизни компании.

Таким образом, роль лидера в создании культуры постоянного совершенствования несомненно велика. Через формирование общего видения, обучение и развитие команды, поддержание открытого диалога и внедрение системы поощрений лидер способен задать тон всей организации, направив ее на путь непрерывного улучшения.

Лидер, стремящийся к управлению качеством и культивированию постоянного совершенствования, должен обладать определенным перечнем навыков и качеств. На первом месте стоит стратегическое мышление, способность видеть «большую картину» и определять долгосрочные цели и задачи в рамках управления качеством. Коммуникативные навыки также имеют ключевое значение: лидер должен уметь четко и ясно передавать свою видение и стандарты, а также вдохновлять и мотивировать команду на достижение высоких результатов [4].

Важно быть хорошим слушателем, открытым к обратной связи и готовым к диалогу для постоянного улучшения процессов. Лидер должен демонстрировать приверженность качеству не только словами, но и личным примером, таким образом выстраивая доверие внутри команды. Эмпатия и способность к решению конфликтов помогают поддерживать позитивную рабочую атмосферу и сосредоточить энергию команды на улучшении, а не на внутренних разногласиях.

Лидер, осуществляющий управление качеством, должен проявлять решительность в воплощении изменений и иметь уверенность в принятии трудных решений. Управление изменениями требует способности адаптироваться к новым условиям и непрерывающегося поиска улучшений. Это также подразумевает осведомленность о последних тенденциях и лучших практиках в индустрии, а также готовность к непрерывному обучению и развитию как личному, так и профессиональному.

Подводя итог, можно сказать, что лидерство в управлении качеством основывается на сочетании вдохновляющей видения, открытости к новым идеям и методам, а также на построении культуры непрерывного улучшения и совершенствования.

Создание и укрепление культуры постоянного совершенствования — основополагающий элемент успешного управления качеством в организации. Лидеры, стремящиеся к развитию такой культуры, должны инициировать и поддерживать серию ключевых шагов, направленных на мотивацию, обучение и вовлечение всех сотрудников в процесс улучшения [5].

Первым шагом является установление четкой и понятной видения постоянного совершенствования. Лидер должен определить, что означает культура качества для организации и каковы её цели. Это видение необходимо постоянно коммуницировать сотрудникам через различные каналы, устраивая обучающие сессии, встречи и семинары.

Следующий шаг — привлечение сотрудников к идее постоянного улучшения через их непосредственное участие в процессе. Создание междепартаментальных групп для решения конкретных задач, развитие системы предложений и их реализация позволяет каждому ощутить свою важность и вклад в общий успех.

Критически важно также обеспечить постоянное обучение и развитие навыков сотрудников. Лидер должен способствовать доступу к тренингам, вебинарам и мастер-классам, повышая квалификацию и развивая культуру непрерывного образования.

Помимо этого, необходимо создать систему мотивации и награды, которая бы стимулировала сотрудников к активной работе над улучшением. Это может быть как материальное вознаграждение за достигнутые результаты, так и признание вклада на общественных мероприятиях компании.

Наконец, важно постоянно анализировать и оценивать процесс улучшения, корректируя стратегию и приоритеты при необходимости. Лидер должен быть примером адаптивности и готовности к изменениям, вдохновляя своим примером команду на постоянные усилия в достижении высокого качества работы.

Таким образом, лидеры играют ключевую роль в создании и укреплении культуры постоянного совершенствования, через вдохновение, направление движения вперёд и поддержку каждого сотрудника на этом пути.

Эффективное лидерство в управлении качеством выходит за рамки простой проверки выполнения заданий и становится фундаментом для создания культуры постоянного совершенствования. Лидеры, успешно воплощающие эту культуру, по-

рождают разнообразные положительные результаты и выгоды для своих организаций. Во-первых, такие организации отмечают повышенную вовлеченность и мотивацию сотрудников. Когда лидеры подчеркивают важность качества и вовлекают команду в процесс его улучшения, сотрудники ощущают свою значимость и видят, как их усилия способствуют общему успеху.

Кроме того, ориентация на качество ведет к улучшению продуктов или услуг, что, в свою очередь, укрепляет лояльность клиентов и их удовлетворенность. Постоянное совершенствование качества помогает не только в выполнении текущих задач, но и в предвидении потребностей и ожиданий клиентов, что является ключом к долгосрочному успеху на рынке.

Результатом такого подхода также является повышение эффективности операционной деятельности. Процессы становятся оптимизированными, что приводит к снижению издержек и увеличению операционной прибыли организации. Это достигается через минимизацию ошибок, предотвращение повторного выполнения работы и более эффективное использование ресурсов.

Наконец, введение и поддержание культуры постоянного совершенствования укрепляет репутацию компании как лидера качества в своей отрасли. Это не только привлекает новых клиентов, но и делает компанию более привлекательной для талантливых специалистов, стремящихся работать в среде, где качество и инновации стоят на первом месте. Таким образом, эффективное лидерство в управлении качеством предоставляет организации сильное конкурентное преимущество, открывая двери к устойчивому росту и процветанию.

Литература:

1. Алиев В. Г. Проблема лидерства и руководства.
2. Базаров Т. Ю. Управление персоналом 8-е изд., стереотип. — М.: Академия, 2010. — 224 с.
3. Балунов М. С. Педагогическое стимулирование лидерства у курсантов военно-экономического вуза: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Кострома, 2010. — 126 с.
4. Белов В. В. Акмеологический подход к формированию лидеров организаций для инновационной экономики региона. // Экономика и управление. 2008. № 6. С. 70–73.
5. Бовин А. А., Никитина О. А. Теории лидерства. — Новосибирск: Изд-во ИДМИ, 2009. — 67 с.

Теневая занятость блогеров: проблемы и пути их решения

Соснин Борис Евгеньевич, студент;

Ибрагимова Ирада Джаваншировна, студент

Научный руководитель: Шурпаев Шамиль Мурадович, кандидат экономических наук, кандидат юридических наук, доцент, зав. кафедрой Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Университета прокуратуры Российской Федерации

В статье обобщены сведения о теневых аспектах деятельности блогеров. Охарактеризованы негативные последствия теневой деятельности блогеров. Определены приоритеты в развитии данной сферы в России.

Ключевые слова: блогеры, теневая экономика, теневая деятельность, налоги.

В современном информационном мире общество постоянно преобразуется. Люди своей ежедневной практикой,

особенно в информационном пространстве, создают совершенно новые тенденции развития общества. Основной при-

чиной таких изменений является появление социальных сетей. Данное явление на современном этапе развития общества сопровождает человека практически на протяжении всей его жизни. Одной особенностью такого явления стало её огромное влияние на экономическую сферу. Так оно затронуло рынок труда и стало предпосылкой к появлению нового вида деятельности — «блогерство».

Супхапхан-Ковалева В. К. определяет «блогерство» как «вид деятельности, при котором человек, владеющий собственным блогом, создает свой уникальный контент» [7, с. 178]. Е. В. Панкратова, Е. В. Тенчова понимают под блогерством «процесс содержательного наполнения собственного сайта (иначе — блога), вид деятельности, при котором человек, владеющий собственным блогом, создает свой уникальный контент» [3, с. 126].

Сегодня популярными интернет-площадками для данного вида деятельности являются Instagram¹, Вконтакте, Youtube, Facebook* и Telegram.

Блогерство, как и многие другие виды экономической деятельности, приносит человеку доход. Он, в свою очередь, зависит от количества людей (аудитории) и непосредственной вовлеченности этой же аудитории в блог. Общими источниками дохода от блогерства для разных интернет-площадок являются: во-первых, интегрированная реклама. Именно она является основной частью дохода блогеров. Зачастую, она представляет собой коллаборацию с брендами или другими блогерами. Первые получают деньги, а вторые в свою очередь увеличение собственной аудитории. Во-вторых, курсы и вебинары. Такой источник дохода возможен, если блогер является профессионалом в каком-то вопросе или же он смог убедить собственную аудиторию, что является таковым. Данный источник дохода имеет значительный разброс в ценах, которые могут начинаться от 1 тысячи рублей до 100 тысяч в месяц. Например, средняя цена курса ораторского мастерства составляет 9 тысяч рублей, а фитнес-курса 5 тысяч.

На сегодняшний день остаётся открытым вопрос о теневой занятости блогеров. «Теневая занятость может быть рассмотрена как любая экономическая активность, вовлекающая доход или обмен товарами и услугами, о которых не сообщается правительству» [1, с. 102]. Блогерство стало объектом постоянных дискуссий в области размеров доходов, уплаты налогов блогерами и их экономической деятельности.

Как отмечается в исследованиях, ежемесячный доход российских блогеров за второй квартал 2023 год вырос на 27% (с 12,4 тыс. руб.) по сравнению с первым кварталом 2022 года и более чем на 30% по сравнению с 2021 годом (12,1 тыс. руб.) [2].

До сих пор правовой статус блогеров остаётся открытым вопросом, что ставит вопрос о легализации данной профессии. К примеру, 1 августа 2017 года Роскомнадзор прекратил вести реестр блогеров [6]. Государство заинтересовано в том, чтобы формализовать блогерство [4]. Внимание налоговой службы, в большей частности, привлекают закономерно блогеры с заметными объемами доходов.

Дробление бизнеса — распространенная проблема теневой деятельности блогеров. «Это деление компании и искусственное распределение выручки между взаимозависимыми лицами для получения необоснованной налоговой выгоды» [5]. Целью данного способа является экономия на уплате налогов при спецрежиме и получения налоговых льгот. Блогер являющийся владельцем бизнеса может совершить его дробление, признаками чего станет: перевод сотрудников без изменения их задач и рабочих мест в новые компании, общие поставщики и покупатели, помещения, сайты, контактные телефоны и это только некоторые из признаков.

Долгое время сфера блогеров оставалась вне внимания налоговых органов, и это привело к тому, что доходы, получаемые блогерами, не находились под отчётом фискальных органов.

В России сейчас не существует отдельного законодательства для регулирования доходов блогеров и уплаты по ним налогов, однако обязанность их уплаты для всех граждан закреплена в пункте 1 статьи 3 Налогового кодекса Российской Федерации и подтверждается письмом Минфина России от 20.08.2018 № 03–04–05/58764. За уклонение от уплаты налогов, в том числе путем дробления бизнеса предусмотрена юридическая ответственность, в том числе уголовная.

Как правило, аккаунты блогеров не имеют юридического закрепления за определёнными людьми, следовательно и легализации рекламной деятельности так же не существует, как и налога на прибыль от неё.

Другой проблемой, связанной с теневой деятельностью блогеров можно назвать распространение информации о социально деструктивных видах деятельности, например, оказание букмекерских услуг с предоставлением 100% выигрышной ставки.

На сегодняшний момент для решения проблем теневой занятости блогеров можно предложить следующие пути их устранения. Во-первых, проведение образовательных программ и консультаций для блогеров о процессе регистрации и уплаты налогов может помочь им осознать важность соблюдения законодательства. Во-вторых, поддержка и стимулирование. Государство может предоставлять блогерам различные стимулы и поддержку с целью вывода их из тени. В-третьих, важно проводить контроль за теневой деятельностью блогеров и принимать комплексные меры по профилактике и противодействию данной деятельности.

Таким образом, блогерство можно назвать относительно сложным объектом регулирования. Полагаем целесообразным разработку институтов, специально регламентирующих блогерскую деятельность, которая является по сути одной из разновидностей производства, распространения и предоставления информации. При этом избыточное регулирование и контроль в данной сфере может оказать негативное влияние на конкурентную среду и качество продуцируемой блогерами информации, что повышает риски изменения моделей потребления такой информации российскими пользователями сети Интернет, в том числе путем переориентации на использование информационных продуктов зарубежных блогеров.

¹ Instagram и Facebook, продукты компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России.

Литература:

1. Белов, Е. А. Феномен теневой занятости населения в контексте некоторых научных подходов // Вестник Казанского юридического института МВД России. — 2010. — № 1. — С. 101–108.
2. Доходы русскоязычных блогеров выросли, несмотря на политику и новый закон. Почему рекламодатели вновь тратят на продвижение через лидеров мнений [Электронный ресурс] URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/19/04/2023/643e54649a7947142b896cc9 (дата обращения: 19.02.2024).
3. Панкратова Е. В., Тенчова Е. В. Социологический анализ блогерства как нового канала социальной мобильности // Социальные науки. — Нижний Новгород: Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2023. — С. 125–131.
4. Путин допустил, что блогеров обяжут платить налоги [Электронный ресурс] URL: <https://ria.ru/20180607/1522256657.html?in=t> (дата обращения: 19.02.2024)
5. Риски дробления бизнеса на несколько компаний [Электронный ресурс] URL: <https://clck.ru/399i22> (дата обращения: 19.02.2024)
6. Роскомнадзор прекращает вести реестр блогеров [Электронный ресурс] URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news48342.htm> (дата обращения: 19.02.2024)
7. Супхапхан-Ковалева В. К. Особенности теневой занятости блогеров // Экономика и социум. — 2019. — № 8. — С. 177–182.

Цифровые и информационные технологии в АПК

Стоянова Валентина Николаевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Шарафутдинов Айдар Газизьянович, кандидат экономических наук, доцент
Башкирский государственный аграрный университет (г. Уфа)

В статье рассмотрена особенность цифровизации финансово-хозяйственной деятельности предприятий. Сегодня практически все общество, экономические субъекты и государство в целом применяют цифровые технологии в деятельности. От уровня цифровизации зависит конкурентоспособность и возможность развиваться в оптимальных условиях.

Ключевые слова: цифровизация, технологии, инновации, финансово-хозяйственная деятельность.

В современном мире экономический рост уже невозможно характеризовать общеизвестными типами роста. Происходит становление нового информационного типа экономического роста. Новое и современное производство в значительной степени уже зависит от количества и качества информации, которая применяется в бизнес-процессах и производственных процессах.

Сельское хозяйство тоже не является исключением. Перспективой повышения эффективности сельскохозяйственного производства и аграрного сектора является внедрение информационных и цифровых технологий.

Чем быстрее внедрится цифровизация и информационные технологии тем эффективнее будут функционировать хозяйствующие субъекты отрасли сельского хозяйства [3, с. 165].

Цель данного исследования состоит в изучении роли внедрения новых информационных технологий в аграрную отрасль страны.

Производственные процессы в АПК должны быть «умными», то есть она должна быть ориентирована не только на спрос и предпочтения потребителей, но и на снижение расходов предприятий и рост эффективности за счет применения «умных» технологий. К таким, например, можно отнести применение мобильных приложений различного вида, GPS систем, спутниковые снимки, применение дронов и многих др. технологий.

Способствовать развитию «умного» сельского хозяйства будет современная инфраструктура. Одним из таких технологий является IoT.

Именно цифровизация и применение новых информационных технологий выступает залогом успеха экономических субъектов в столь экономически тяжёлые времена, тем более в период санкций против России.

Внедрение таких технологий необходима не только для развития финансово-хозяйственной деятельности, но и для поддержания окружающей среды и недопущения экологических катастроф.

На сегодняшний день Россия занимает 15-е место в мире по степени внедрения новых информационных и цифровых технологий. Мы в три раза отстаем от Германии, Франции и в четыре раза от США. Это можно считать колоссальным разрывом.

Правительство и др. органы создают различные программы, дорожные карты по внедрению информационных технологий в отрасль сельского хозяйства [2, с. 140].

К примеру, Агентство Стратегических Инициатив вместе с представителями бизнес-сообществ в 2017 г. представили дорожную карту по развитию рынка продовольствия FoodNet. Она выступает частью Национальной Технологической Инициативы. В соответствии с этим документом к 2035 г. представители сельскохозяйственных предприятий РФ должны занять 5% мирового рынка в основных пяти сегментах.

Лидером из этих сегментов является такой сегмент как «умное» сельское хозяйство. При этом рост рынка должен составить 12% и порядка через 20 лет рынок должен составить 480 млрд долларов вместо 46 млрд долларов в 2015 г.

В 2020 г. также была создана единая информационная система для обращения за государственными помощи предприятиям АПК.

Данная государственная поддержка должна обеспечить открытость и прозрачность предоставления субсидий и оценку их эффективности.

Сбербанк, кроме этого, разрабатывает модуль льготного кредитования для Минсельхоза РФ. Она выполнит работы по проектированию клиентских сценариев и пользовательского пути в концепции данной системы.

Одной из основных частей цифровизации и инновационной трансформации сельского хозяйства выступает разработка льготного кредитования для предприятий сельского хозяйства.

Планируется, что к 2024 г. экспорт продукции сельского хозяйства должен вырасти более чем в 2 раза и составить около 45 млрд руб. Данные показатели достигнуть невозможно без применения IT-технологий. По планам к 2026 г. рынок ИКТ в России должна вырасти в 5 раз.

Несмотря на то, в мире уже давно широко используется инновационные технологии во многих отраслях промышленности, медицины и др. отраслей, внедрение инновационных и цифровых технологий только зарождаются. Следует указать на то, что на самых крупных предприятиях АПК безусловно цифровизация внедрена давно, но до средних и малых предприятий пока не дошло.

Благодаря появлению более точных и оперативных данных ускорится процесс принятия управленческих решений, расширятся аналитические возможности для прогнозирования и планирования показателей развития отрасли АПК.

Если провести цифровизацию отрасли, внедрить инновационные и информационные технологии нового поколения, это позволит построить оптимальную систему производства, хранения, транспортировки и переработки, и в конечном итоге, продажи готовой продукции и доведения ее потребителям.

Кроме этого, это позволит регулировать оптимальность выполнения производственных планов, даст возможность снижения затрат на производство и на управленческие нужды, что будет достигаться за счет исключения человеческого фактора [3, с. 164].

Литература:

1. Агузарова, Ф. С. Информационные технологии в сельском хозяйстве: понятие, проблемы и перспективы // *Налоги и налогообложение*. — 2019. — № 11. — С. 1024–1028.
2. Буклагин, Д. С. Цифровые технологии управления сельским хозяйством / Д. С. Буклагин // *Международный научно-исследовательский журнал*. — 2021. — № 2 (104). Часть 1. — С. 136–144.
3. Инновационное развитие агропромышленного комплекса в России. Agriculture 4: докл. к XXI Агр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / Н. В. Орлова, Е. В. Серова, Д. В. Николаев и др.; под ред. Н. В. Орловой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2020. — 128 с.

Все это требует поддержки со стороны государства тех предприятий, которые заняты в отрасли АПК и которые будут осваивать эти новые технологии. Данные предприятия будут осваивать новые технологии и технику с высоким интеллектуальным составляющим. Внедрение новых технологий позволит ускоренно перейти разрозненных IT — решений к интеграции всех имеющихся бизнес-процессов. Они будут иметь прогностические возможности моделирования. И конечно возникнет возможность подготовки новых высококвалифицированных трудовых ресурсов [1, с. 1025].

На основании цифровых технологий и цифровых платформ можно также создавать и их подсистемы. К ним можно отнести сбор данных, хранение и обработка данных, интеллектуальный анализ и исследование данных с большими массивами данных, прогнозирование и моделирование показателей отрасли сельского хозяйства, бюджетирование и др. подсистемы, а также поддержка сельхоз товаропроизводителей как на региональном и федеральном уровне.

Сегодня на практике используются такие цифровые технологии как блок-чейн, интернет вещей, зондирование Земли дистанционным путем, радиочастотные технологии по идентификации.

Однако, следует учесть и то, что многие предприятия сельского хозяйства при внедрении новых информационных технологий и цифровизации отрасли столкнутся с такими проблемами как: недостаточная квалифицированность сотрудников; тяжелая адаптация сельского населения к новым технологиям и цифровизации; неготовность направлять большие затраты на продвижение новых технологий.

Для этого необходимо провести со стороны государства следующие мероприятия: в учебных заведениях готовить специалистов, которые смогут на практике применить цифровые технологии при трудоустройстве в сельскохозяйственных организациях, внедрять программы повышения квалификации для уже работающих специалистов, также необходимо выделение финансовых ресурсов от государства на данные мероприятия.

Итак, можно говорить о том, что внедрение новых информационных технологий в сельском хозяйстве, цифровизация экономики сельского хозяйства и производственных процессов позволит улучшить конкурентоспособность сельхоз товаропроизводителей, их финансовое положение.

Цифровизация и ее влияние на деятельность предприятий

Стоянова Валентина Николаевна, студент магистратуры

Научный руководитель: Шарафутдинов Айдар Газизьянович, кандидат экономических наук, доцент

Башкирский государственный аграрный университет

Статья посвящена изучению роли цифровизации деятельности компаний, а также изучению рисков, которым могут быть подвержены компании.

Ключевые слова: цифровизация, риски, внутренние факторы, внешние факторы.

Экономические субъекты, которые имеют грамотных и профессиональных сотрудников и специалистов, тех экономических субъектов, которые внедрили цифровые технологии имеют преимущества, так как за счет этого они приобретают повышенную конкурентоспособность, более успешное развитие бизнес-процессов.

Стоит отметить то, что цифровизация естественно приведет к повышению ведения финансово-хозяйственной деятельности предприятий, их конкурентоспособности, но только в том случае, если предприятия смогут правильно организовать процесс внедрения новых цифровых технологий в деятельность.

При проведении цифровизации, при внедрении новых инновационных технологий меняется система управления предприятием, что представлено на рисунке 1.

На рисунке 1 выделены основные особенности системы управления экономическими субъектами в период цифровизации экономики.

Сегодня в РФ действует Программа «Цифровая экономика в РФ», ключевыми элементами которой стали информационные технологии, электронные услуги, большой объем массивов данных, новые технологии обработки и передачи информации ее пользователям, новые возможности хранения информации.

Сегодня можно выделить такие проблемы, с которыми могут сталкиваться экономические субъекты при внедрении цифровых и новых технологий в своей деятельности:

- отсутствие крепкой нормативной и правовой базы, которая регулирует процесс новых преобразований в экономике, и любой другой отрасли государства при внедрении цифровой экономики;

- появление новых технологий, новых субъектов экономических отношений ведет к стремительному росту объемов данных, которые становятся формой капитала;

- большой поток информации может привести к потере информационной безопасности предприятий, к проблемам по хранению такой информации;

- появление все новых и новых технологий может привести к частой модернизации инфраструктуры компаний.

Если рассматривать цифровизацию в определенном контексте деятельности предприятия, то ее можно определить так: это система экономических отношений внутри и вне экономического субъекта, в основе которой лежат использование современных и инновационных технологий коммуникации, достижений «Индустрия 4.0».

В первую очередь, нужно говорить о том, что цифровизации необходимо подвергать производственную деятельность предприятия, только потом производить цифровизацию и модернизировать систему финансовую или иную часть системы управления предприятием, так как именно основные производственные процессы будут влиять на все остальные более емко.

В таблице 1 представлены данные о цифровизации компаний.



Рис. 1. Управление экономическим субъектами в процессе цифровизации

Таблица 1. Цифровизация бизнес-процессов компании

Бизнес-процесс	Цель цифровизации процесса	Инструменты
Технологический процесс	Создание единой цифровой сети технологических данных, которая позволит: анализировать состояние оборудования; прогнозировать вероятность сбоя работы, необходимость замены оборудования предвидеть и предотвращать производственные простои автоматический расчет основных производственных показателей	Единая цифровая модель Интеграция информационных систем, обеспечивающих обмен данными Big Data Цифровые двойники
Закупочная деятельность	оптимизация процессов закупок проведение закупочных процедур, выбор оптимальных решений на основе искусственного интеллекта автоматизированные системы управления ресурсами	Технологии искусственного интеллекта Big Data
Кадровое обеспечение	развитие компетенций персонала электронное делопроизводство автоматизированная кадровая отчетность	Big Data
Управление рисками	риск-ориентированное управление компанией на основе анализа больших данных формирование системы рисков с возможностью мониторинга рисков в режиме онлайн нивелирование рисков	Облачные технологии Big Data
Финансы и экономика	автоматизированное формирование отчетности автоматизированная система контроля отклонений от бизнес-планов	Big Data
Инвестиционная деятельность	повышение прозрачности инвестиционных программ система контроля за реализацией инвестиционных программ	Big Data

Помимо ожидаемых положительных эффектов в части повышения производительности труда и эффективности бизнес-процессов компании следует отметить ряд рисков, которые могут возникнуть в процессе цифровизации современных компаний. Все риски компаний укрупненно можно разделить на внешние и внутренние, которые также разделены на подгруппы.

Таким образом, можно отметить, что применение новых технологий и цифровых, в частности, отразится на финансовой и хозяйственной деятельности предприятий, поэтому предприятия несут определенные риски. При решении компании применить цифровые технологии необходимо проработать все возможные положительные и отрицательные влияния на компанию и только потом приступать к внедрению и применению ее в деятельности.

Построить гибкую систему организационных структур можно с помощью применения цифровых информационных технологий нового поколения. Для того чтобы можно было построить такую структуру руководителям компаний необходимо предъявлять сотрудникам повышенные требования к знаниям и навыкам в области как менеджмента, так и ИТ-технологий современного мира [2].

Таким образом, предприятия, в условиях цифровизации получают новые возможности, приобретают новые технологии, которые позволяют снизить и оптимизировать затраты, дают возможность увеличить скорость производства и др. Но при этом они также сталкиваются и с проблемами — это и нехватка квалифицированных сотрудников, которые могли бы справиться с поставленными задачами в условиях новых технологических процессов. Это и риски потери информационной безопасности и др.

Следует помнить, что цифровизация финансово-хозяйственной деятельности рано или поздно достигнет все экономические субъекты и необходимо достойно процесс цифровизации.

Таким образом, цифровизация финансово-хозяйственной деятельности будет развиваться и все экономические субъекты с этим столкнутся в любом случае. Поэтому необходимо проводить политику, которая позволит обучить сотрудников к цифровизации и новым технологиям, что позволит обеспечить правильную организацию процесса цифровизации финансово-хозяйственной деятельности.

Литература:

1. Кучина, О.В. Проблемы функционирования компаний в эпоху цифровой трансформации экономики / О.В. Кучина, А.А. Костенко // Молодой ученый. — 2022. — № 13 (408). — С. 64–66. — URL: <https://moluch.ru/archive/408/89913/> (дата обращения: 10.03.2024).

2. Савельева, Н.К., Макарова, М. В. Цифровизация современных компаний: возможности реализации и риски // Креативная экономика. — 2021. — Том 15. — № 10. — С. 3755–3768. — doi: 10.18334/ce.15.10.113632.

Оценка влияния антироссийских санкций на деятельность предприятий морского транспорта

Цветкова Дарья Дмитриевна, студент;

Прошина Ольга Михайловна, студент;

Лешедько Эллина Алексеевна, студент

Государственный морской университет имени адмирала Ф. Ф. Ушакова (г. Новороссийск, Краснодарский край)

В статье рассматривается влияние антироссийских санкций на деятельность предприятий морского транспорта. Последствия влияния санкций систематизированы в причинно-следственной модели основных последствий. Представлены результаты опроса предприятий морского транспорта г. Новороссийска.

Ключевые слова: санкции, морские контейнерные перевозки, морской транспорт, импорт, экспорт, импортозамещение.

Assessment of the impact of anti-Russian sanctions on the activities of enterprises maritime transport

The article deals with the impact of anti-Russian sanctions on the activities of maritime transport enterprises. Negotiation consequences are systematized in a cause-and-effect model with major consequences. The results of a survey of maritime transport enterprises in Novorossiysk are presented.

Keywords: sanctions, sea container transportation, sea transport, import, export, import substitution.

Антироссийские санкции в 2022 году оказали влияние на морские перевозки грузов и работу инфраструктурных предприятий морской отрасли. Морской транспорт является самым крупным перевозчиком грузов в сфере международных перевозок и играет важную роль в развитии мировой торговли [1]. На морские перевозки приходится более 80% мирового грузооборота по физическому объему перевозимых товаров [2].

В условиях санкций произошло резкое изменение логистики международных перевозок и маршрутов доставки грузов с северных портов России грузопотока на порты Азово-Черноморского и Дальневосточного бассейнов [3]. После обострения геополитической ситуации с российскими грузами отказались работать ведущие мировые логистические гиганты, прежде всего корпорации, связанные с морскими контейнерными перевозками. Перестала действовать система бронирования, а контейнеры, направлявшиеся в Россию, были выгружены в портах, причем российский бизнес был вынужден оплачивать хранение грузов в портах. Число застрявших на пути в Россию контейнеров оценивается более чем в 300 тыс. единиц. Из-за контейнерного бойкота оказалось заблокировано до 50% импортных в Россию товаров, и до 60% российского экспорта [4].

На рисунке 1 представлена причинно-следственная модель основных последствий влияния санкций на деятельность предприятий морского транспорта.

В 2022 году иностранные производители пропульсивных установок, главных двигателей, валовых винтов, винто-рулевых ко-

лонок и оборудования либо совсем ушли от сотрудничества, либо отложили исполнение своих договорных обязательств на неопределенные сроки. В результате темпы роста отечественного судостроения замедлились. Для решения возникших проблем в отрасли разработана программа импортозамещения при строительстве новых судов. Однако, следует учитывать и обслуживание уже построенных судов. Через некоторое время они столкнутся с необходимостью проведения ремонтных работ и обслуживания высокотехнологичного иностранного оборудования. Эти вопросы также придется решать отечественным производителям и специалистам в области пусконаладочных работ и написания программного обеспечения (поставки импортного программного обеспечения прекращены, вызов иностранных специалистов по вопросам сервисного обслуживания и гарантийных ремонтов невозможен) [5].

Еще одной из проблем является отключение электронных систем навигации судов российских судовладельцев от обновлений, от корректуры электронных навигационных карт. Российским судам запрещают заходы в порты или отказывают в обработке российских грузов, а также крупные международные перевозчики, такие как Maersk, Mediterranean Shipping Company и другие приостановили деятельность на рынке Российской Федерации.

Лондонская компания Lloyds Register, поставляющая судам торгового флота всего мира лицензии на электронную навигацию и обновления электронных карт, являющаяся ос-



Рис. 1. Причинно-следственная модель основных последствий влияния санкций на деятельность предприятий морского транспорта

новным провайдером таких обновлений для российских судов, объявила об уходе с российского рынка. Фирма перестала продавать навигационные обновления не только судам, которые принадлежат российским судовладельцам, но и судам, находящимся в управлении у российских компаний или контролируемым российскими компаниями иными способами [6].

Для оценки влияния санкций на деятельность предприятий морского транспорта было проведено опрос компаний города Новороссийска. В анкетировании участвовали экспедиторские, агентствующие, сюрвейерские компании; предприятия занимающиеся сухопутной, морской и ж/д перевозкой; снабжением судов, а также обеспечением безопасности мореплавания в акваториях морских портов и на подходах к ним.

Снижение импорта и экспорта отметили 16% и 19% опрошенных соответственно. 13% заявляют, что после введения санкций усложнился поиск оптимального маршрута транспортировки груза, а также появились перебои в поставках.

Большая часть компаний (77%) перевозят (перегружают/экспедируют) грузы в контейнерах. Оставшиеся 23% указали,

что занимаются насыпными, генеральными, опасными и скоропортящимися грузами.

Также результатами опроса «Повысилась ли стоимость ваших услуг в связи с введением санкций», 60% респондентов отметили, что произошло частичное повышение, 23% заявили о повышении стоимости и 17% не изменили прейскурант (рисунок 2).

Одна из проблем — это изменение логистических маршрутов грузоперевозок. С ней столкнулось более 50% опрошенных компаний.

Однако это не сильно повлияло на поиск клиентов. Лишь 29% респондентов ответили, что произошло усложнение. 55% указали, что ничего не изменилось. Об улучшении условий заявили 16% предприятий.

Одним из направлений реагирования компаний на санкции является прекращение сотрудничества с многими зарубежными перевозчиками. Например 52% участников опроса говорят об окончании работы с Maersk. Для 16% компаний-участниц такими предприятиями стали: DHL Express, CMA, Ocean Network Express, Hapag-Lloyd, Yang Ming, Evergreen. Оставшиеся 32% указали, что никаких изменений не произошло.

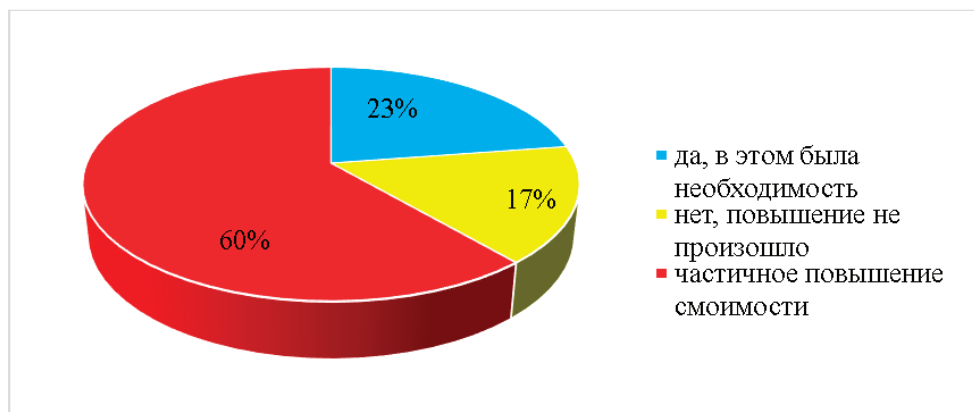


Рис. 2. Анализ повышения цен на услуги из-за санкций



Рис. 3. Структура морских грузоперевозчиков в порту Новороссийск

При этом на смену ушедшим компаниям, пришли новые. Больше половины (56,2%) указали, что начали сотрудничество с грузоперевозчиками (рисунок 3), а также Nord Star, Poseidon, Safetrans, OVP, Akkon, Medkon и другие. Например Maersk частично заменила линия HUB Shipping. 6,2% — приняли решение об открытии собственных контейнерных линий.

Санкции практически не повлияли на вид перевозимого (перегружаемого/экспедированного) груза. Только 16% указали, что перестали работать с такими грузами как: наливные, генеральные, опасные и скоропортящиеся.

Таким образом, можно сделать вывод, что антироссийские санкции усложняют ситуацию на рынке грузоперевозок, но при этом не являются препятствием для развития бизнеса и поиска новых партнеров.

Необходимость адаптации к санкциям привела к изменениям в логистических стратегиях компаний, включая выбор новых маршрутов и поставщиков.

Санкции оказали значительное влияние на систему SWIFT для российских банков, а также увеличили риски и неопределенности при проведении платежных операций.

Введение санкций создало дополнительные риски для компаний в сфере грузоперевозок, увеличивая неопределенность в бизнес-среде и требуя более тщательного управления рисками.

Общий эффект санкций на грузоперевозки в России ощущался через изменения в финансовой устойчивости компаний, логистических стратегиях и операционных расходах.

Морской транспорт подвержен влиянию различных глобальных мировых процессов. Антироссийские санкции привели к изменениям в структуре производственно-сбытовых цепочек, колебаниям структуры потребления и спроса на мировые товары. Однако, предприятия морского транспорта успешно адаптируются к изменяющимся условиям внешней среды, и таким образом, укрепляют свою организационную и экономическую устойчивость на рынке оказания услуг морской перевозки грузов.

Литература:

1. Грасс, М. Г. Системный анализ в деятельности морского транспорта / М. Г. Грасс, Е. Ю. Грасс // Вестник государственного морского университета имени адмирала Ф. Ф. Ушакова. — 2023. — № 1(42). — С. 61–67.
2. Голубева, И. В. Оценка и тенденции грузооборота морских портов Азово-Черноморского бассейна в разрезе развития отечественной логистики / И. В. Голубева, Е. Ю. Грасс // Вестник государственного морского университета имени адмирала Ф. Ф. Ушакова. — 2023. — № 1(42). — С. 56–61.

3. Грасс, Е. Ю. Экономическая безопасность России в контексте состояния и развития отечественного морского торгового флота / Е. Ю. Грасс // Экономическая безопасность: новые подходы в контексте глобализации: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 14 апреля 2021 года / Под редакцией Т. М. Степанян. — Саратов: Общество с ограниченной ответственностью «Амирит», 2021. — С. 29–35.
4. Как организовать грузоперевозки в условиях санкций. Влияние санкций на грузоперевозки. [Электронный ресурс]: — URL: <https://com-stil.com/blogs/kak-organizovat-gruzoperevozki-v-usloviyah-sankczij>. (дата обращения: 5.03.2024 (дата обращения: 5.03.2024)).
5. Влияние санкций на строительство судов. [Электронный ресурс]: — URL: <https://mto.ric.mil.ru/Stati/item/475173> (дата обращения: 7.03.2024).
6. Эксперт оценил санкции против российского морского судоходства Оценка санкций против российского морского судоходства. [Электронный ресурс]. — URL: <https://ria.ru/20220331/sanktsii-1781056735.html> (дата обращения: 5.03.2024).

Особенности процесса формирования управления конкурентоспособностью промышленного предприятия

Чаава Диана Тимуровна, студент магистратуры
Научный руководитель: Медведева Юлия Юрьевна, доктор экономических наук, профессор
Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

В статье автор исследует конкурентоспособность промышленного предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность промышленного предприятия, конкуренция, управление конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность промышленного предприятия является одним из ключевых показателей его успешности. Она определяется способностью предприятия конкурировать на рынке с другими игроками, сохранять и увеличивать свою долю на рынке, а также обеспечивать высокое качество продукции и услуг. Формирование управления конкурентоспособностью промышленного предприятия — это сложный процесс, который требует глубоких знаний и навыков в области экономики, менеджмента и маркетинга.

Проблемы исследования конкурентоспособности предприятий, и связанных с ней аспектов нашли широкое освещение в научной литературе. Теоретико-методологические и практические аспекты конкурентной борьбы отражены в работах отечественных ученых В. В. Царева, Р. А. Фатхутдинова, А. Ю. Юданова, Г. Л. Азоева, Т. Г. Философовой, и др. Среди зарубежных авторов следует выделить труды Й. Шумпетера, Б. Карлоффа, М. Портера, И. Кирцнера и др. [1–3,5,7–11].

Й. Шумпетер создал теорию «созидательного разрушения», которая применима во многих областях, в том числе и в теории конкуренции. По его мнению, сила любого производителя определяется наличием новых товаров, новой технологии, нового типа организации. У рынка, состоящего из нескольких фирм, будет более эффективная структура, если участники будут ориентироваться на научно-технический прогресс.

Главное требование к конкурентным преимуществам — отличие от конкурентов должно быть реальным, выразительным, существенным. Б. Карлофф отмечает, что, «к сожалению, слишком легко заявить о наличии у себя конкурентных преимуществ, не дав себе труда проверить, соответствуют ли эти пред-

полагаемые преимущества потребностям клиентов... В результате появляются товары с вымышленными преимуществами». Фирма должна иметь несколько (четыре-пять) конкурентных преимуществ, которые необходимо защищать. [2].

Резюмирую вышеизложенное, в общем виде, по мнению многих экономистов под конкурентоспособностью понимается способность различных субъектов рынка к успешному соперничеству со своими конкурентами, которое не только более полно отражает требования рынка, но, что особенно важно, ориентирует субъекты конкурентной борьбы на активные действия по завоеванию рыночных позиций, их удержанию, укреплению и расширению.

Конкурентоспособность формируется на различных уровнях, и должна быть представлена как целостная система. Такая конкурентоспособность называется системной, если ее определяющие факторы могут быть понятны только при взаимосвязанном обмене между элементами, формирующейся на различных уровнях общественной системы.

При системном изучении понятия конкурентоспособности Г. А. Азоев и А. Ч. Челенков выделяют иерархическую структуру, последовательно включающую оценку товара, предприятия, отрасли и экономики с точки зрения их превосходства над аналогичными конкурирующими объектами (см. рис. 1).

Процесс формирования конкурентоспособности национальной экономики можно провести в следующем виде: на макроуровне создаются предпосылки для формирования конкурентоспособности на мезоуровне, на мезоуровне непосредственно создается конкурентоспособность товаров. Таким образом, макроуровень опосредованно влияет на конкурентоспособность микроуровня и наноуровня.

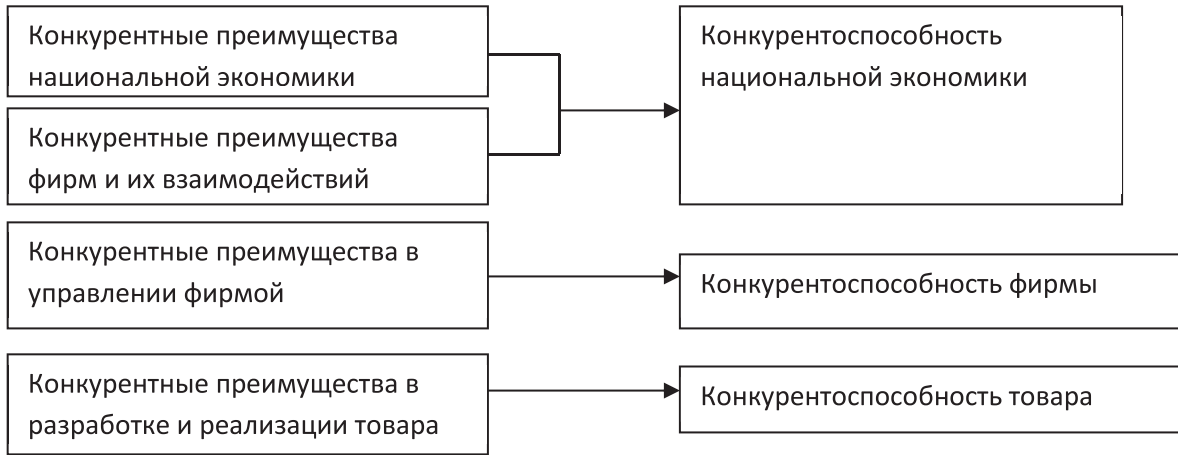


Рис. 1. Иерархическая структура конкурентоспособности. [1]

В развитии российской промышленности следует отметить ряд негативных моментов:

- технологическая отсталость промышленных предприятий от производителей мирового уровня;
- недостаток инновационных, прогрессивных технологий, способных составить конкуренцию зарубежным аналогам;
- сосредоточение современных технологий в финансово-емких ресурсодобывающих отраслях промышленности (нефтегазовая, горнорудная и др.);
- зависимость производственного процесса от зарубежных поставщиков (многие российские промышленные предприятия работают на импортном сырье, материалах, комплектующих), от работоспособности программного обеспечения и нововведений;
- слабая заинтересованность предприятий в инновационном развитии, в связи с тем что предприятиям нет необходимости внедрять инновации, современные технологии для конкурентной борьбы на внутреннем рынке, так как при незначительных затратах на НИОКР, низкой производительности труда, невысоком технологическом уровне предприятия имеют высокую рентабельность;
- недостаточное финансирование инновационной деятельности из-за высоких объемов инвестиций и долгих сроков их окупаемости;
- нехватка материальных средств, из-за чего у промышленных предприятий нет возможности обновить технологическую базу, внедрить инновации и перейти на новый технический уровень развития;
- низкий уровень загрузки производственных мощностей из-за снижения объемов производства и как следствие рост условно-постоянных расходов на единицу продукции в связи с неэффективными расходами на содержание и эксплуатацию зданий, сооружений, машин, оборудования, передаточных устройств, поэтому предприятия вынуждены либо повышать цены на продукцию, либо снижать качество продукции, что делает продукцию неконкурентоспособной;
- нехватка ресурсов при производстве продукции, что вызывает необходимость эффективного и рационального их использования, применение ресурсосберегающих технологий;

- — повышенные расходы сырья, материальных и энергоресурсов в натуральном выражении по сравнению с зарубежными предприятиями при производстве аналогичной продукции;

- неэффективная кадровая политика, не способствующая привлечению квалифицированных специалистов в сферу промышленного производства, научно-технической и технологической деятельности;

- недостаточное внимание к проблемам охраны окружающей среды, что обусловлено сверхнормативными выбросами вредных веществ в атмосферу и водный бассейн, которые наносят непоправимый ущерб здоровью людей.

Для преодоления негативных явлений разрабатываются и реализуются государственные программы развития промышленности, например государственные программы: «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», «Развитие оборонно-промышленного комплекса», «Развитие авиационной промышленности на 2013–2025 годы» и др. [13–15].

Однако, несмотря на сложную современную макро- и внешнеэкономическую обстановку, компании научились находить новые источники для повышения эффективности и производительности, обходясь зачастую даже без дополнительных инвестиций. Компания «Микрон», крупнейший производитель и экспортер микроэлектроники в России, за год значительно увеличила свою эффективность. Объем производства пластин 150 мм вырос на 13%, время изготовления одного изделия было сокращено на 30%, а запасы незавершенного производства уменьшились на 12,5%. Кроме того, в июле 2022 г. завод «Микрон» представил на рынке новую линейку чипов, которая была разработана специально для автопрома. Она включает как стандартные массовые микросхемы, так и адаптированные под требования конкретных автопроизводителей. Компания демонстрирует высокую производительность и продолжает продвигаться вперед, расширяя свой ассортимент и привлекая новых клиентов.

АО «ППО ЭВТ им. В. А. Ревунова», один из ведущих производителей бытовой техники, смогло нарастить прибыль на 21 млн руб. благодаря только оптимизации процессов. Ключевыми факторами успеха стали:

чаявая продукция завода — газовые и электрические плиты, варочные поверхности, духовые шкафы, а также водонагреватели. Благодаря оптимизации процесса перехода оборудования с производства нагревательной поверхности для электроплиты на газовую удалось сократить затраты времени более чем в 2 раза. Теперь этот процесс занимает один час, что позволило увеличить объем производства на 200 плоскостей готовки в день. Благодаря использованию инструментов бережливого производства цех оборудования готов к дополнительному выпуску 150 000 плоскостей готовки ежегодно.

FutureTechnologies — разработчик и производитель оборудования для операторов связи и интернет-провайдеров в России. За последний год компания значительно увеличила объем производства оптических модулей — в 2,5 раза, сократила срок изготовления на 50% и снизила запасы незавершенного производства в 1,5 раза. [12]

Рассмотрим подробнее, как формируется механизм управления конкурентоспособностью на промышленных предприятиях.

По нашему мнению, на основе источников [1,7] можно выделить следующие задачи управления конкурентоспособностью промышленных предприятий:

1. Решение проблем разработки новой конкурентоспособной продукции и организации эффективного и рационального производства. Причинами данных проблем является отсутствие или неэффективное применение на отечественных предприятиях современного и высокотехнологического оборудования, ресурсосберегающих технологий и единой системы менеджмента качества.

2. Решение проблемы подбора и подготовки квалифицированного персонала. Существует острая необходимость в подготовке не только инженеров и техников, но и квалифицированных рабочих для замены специалистов возрастного поколения.

3. Решение проблемы внедрения инновационных технологий. В современных условиях целей повышения эффективности промышленного производства и, следовательно, повышения уровня конкурентоспособности, можно достичь преимущественно за счет развития инновационных процессов, получающих конечное выражение в новых технологиях, новых видах конкурентоспособной продукции. Основной проблемой в инновационной деятельности является проблема организации этой деятельности, т.е. проблема управления. Анализ деятельности промышленных предприятий позволяет сделать вывод о том, что все большее значение приобретает качество управления инновационной деятельностью. Для реализации большинства стоящих перед предприятием задач необходима реорганизация системы управления предприятием на основе новых управленческих технологий. Предприятие, намеревающееся работать гибко, неизбежно приходит к необходимости использования инновационных подходов;

4. Решение проблемы реализации эффективной маркетинговой политики предприятия. Существует острая необходимость в проведении на предприятиях анализа существующих и прогнозирования будущих стратегических потребностей

в определенных видах товаров и услуг, в осуществлении исследований и прогнозировании потребностей рынка, в использовании нормативов стратегической конкурентоспособности технологий, в повышении организационно — технического уровня НИОКР.

Основными этапами процесса формирования управления конкурентоспособностью промышленного предприятия являются:

1. Анализ рынка и конкурентов. На этом этапе проводится анализ рынка, определяются основные конкуренты и их сильные и слабые стороны. Также изучаются потребности и предпочтения потребителей, что позволяет определить преимущества и недостатки существующей продукции.

2. Определение стратегии развития. На основе анализа рынка и конкурентов определяется стратегия развития предприятия. Она может быть основана на снижении затрат, увеличении качества продукции, расширении ассортимента, улучшении сервиса и т.д.

3. Разработка маркетинговой стратегии. На этом этапе разрабатывается маркетинговая стратегия, которая определяет способы продвижения продукции на рынке, ценовую политику, особенности продукта и т.д.

4. Определение ключевых показателей эффективности. Чтобы оценить эффективность управления конкурентоспособностью, необходимо определить ключевые показатели, такие как доля рынка, прибыльность, уровень удовлетворенности клиентов и т.д.

5. Внедрение системы управления конкурентоспособностью. На последнем этапе процесса формирования управления конкурентоспособностью промышленного предприятия внедряется система управления, которая позволяет контролировать выполнение стратегии и достижение ключевых показателей эффективности.

К особенностям процесса формирования, пожалуй, стоит отнести следующее:

— необходимость учета изменений в экономической среде. Рынок постоянно меняется, и чтобы сохранять свои позиции, предприятие должно учитывать эти изменения и адаптироваться к ним. Например, если на рынке появляются новые технологии, предприятие должно рассмотреть возможность их внедрения, чтобы оставаться конкурентоспособным.

— необходимость учета мнения потребителей. Потребители — это главные игроки на рынке, и их мнение о продукции и услугах предприятия имеет большое значение. Поэтому предприятие должно учитывать мнение потребителей при разработке стратегии развития и маркетинговой стратегии.

— необходимость учета внутренних факторов. Внутренние факторы — это факторы, которые находятся внутри предприятия, такие как организационная культура, уровень квалификации персонала, финансовое состояние и т.д. Они могут оказывать существенное влияние на конкурентоспособность предприятия, поэтому их необходимо учитывать при формировании стратегии развития и системы управления конкурентоспособностью.

Важно отметить, что процесс формирования управления конкурентоспособностью промышленного предприятия является непрерывным и требует постоянного анализа рынка и конкурентов, а также корректировки стратегии развития в соответствии с изменениями на рынке.

Таким образом можно определить механизм формирования управления конкурентоспособностью промышленных предприятий как совокупность методов и способов, которые дают возможность предприятию иметь устойчивое положение на рынке, привлекать и сохранять потребителей при реализации основной цели своей деятельности.

К внутренним факторам конкурентоспособности относятся:

- качество управления организацией;
- качество стратегии повышения конкурентоспособности организации;
- потенциал организации;
- организационно-технический уровень производства.

Внешние факторы конкурентоспособности:

- ассортимент производимой продукции;
- уровень цен на товары, система скидок;
- предоставляемые услуги.

Совокупность всех элементов, исходя из их природы, подразделяют на «внешние» и «внутренние» конкурентные преимущества. «Внешние» преимущества основаны на отличительных качествах предприятия, которые образуют ценность для потребителя и обусловлены организацией пространства, стоимости потребительской ценности товара или услуги, качества услуги и т.д. «Внутренние» преимущества характеризует превосходство хозяйствующего субъекта по сравнению с предприятиями — конкурентами в отношении эффективности использования имеющихся в их распоряжении ресурсов. Они образуют ценность для хозяйствующего субъекта и не могут быть оценены потребителями. [4,5]

Совокупность имеющихся в распоряжении предприятия «внешних» и «внутренних» конкурентных преимуществ является ключевым фактором успеха на территориальном рынке

и в отрасли в целом. Это общие для всех предприятий управляемые переменные, реализация которых дает возможность улучшить конкурентные позиции. Элементы, формирующие блок «внутренние» преимущества, исходя из природы, разделены на четыре группы: материально-техническая база, материально-производственные запасы и трудовые ресурсы, финансовые ресурсы.

Элементы, формирующие блок «внешние» преимущества подразделяются на группы: особенности месторасположения, ассортиментная политика, качество сервиса и обслуживания, реклама и сервис.

Комплексная диагностика внешних и внутренних факторов конкурентоспособности товаров и организации позволяет найти конкурентные преимущества организации и формировать для их реализации портфели новшеств и инноваций. В совокупности выполнение этой диагностики позволит повысить конкурентоспособность каждого товара на каждом рынке и организации в целом. Повышение конкурентоспособности промышленного предприятия позволит увеличить массу прибыли для жизнеобеспечения общества (через налоги) и самой организации.

Подводя итог, следует отметить, что формирование управления конкурентоспособностью промышленного предприятия — это сложный процесс, который требует глубоких знаний и навыков в области экономики, менеджмента и маркетинга. Он позволяет предприятию сохранять и увеличивать свою долю на рынке, а также обеспечивать высокое качество продукции и услуг. Важно учитывать особенности процесса формирования управления конкурентоспособностью, такие как учет изменений в экономической среде, мнения потребителей и внутренних факторов предприятия. Проблемы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия в современных условиях требуют разработки и внедрения принципиально новых методов управления, привлечения высококвалифицированных кадров, применения инновационных технологий развития, учитывающих мировой опыт и позволяющих повысить гибкость и выживаемость отечественных предприятий в условиях рынка.

Литература:

1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентоспособность фирмы. — М.: 2011.
2. Карлофф Б. Деловая стратегия. — М.: Экономика, 2001.
3. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
4. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г. Основы управления конкурентоспособностью. — М.: Омега-Л, 2019.
5. Портер М. Конкуренция. Учеб. Пособие. — М: ИНФРА — М, 2021.
6. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. — М.: ИНФРА — М, 2020.
7. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА — М, 2018.
8. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция и конкурентоспособность. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
9. Царев В. В., Кантарович А. А., Черныш В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий: М.: Юнити-Дана, 2008.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития: пер. с англ. — М.: Прогресс, 2002. — 455 с.
11. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. — М.: Гном-пресс, 2010.
12. <https://www.vedomosti.ru/gorod/ourcity/articles/razvitie-vmesto-zastoya-kak-promishlennost-nahodit-tochki-rosta> (дата обращения 11.03.2024 г.)
13. <https://programs.gov.ru/portal/programs/passport/16>
14. <http://government.ru/rugovclassifier/859/>
15. <http://government.ru/rugovclassifier/849/>

Применение строительной информационной модели для оптимизации процессов управления проектами в строительстве

Ялкапова Мая Аганьязовна, старший преподаватель;
Нурбердиева Огулсенем Мухамметбердиевна, преподаватель;
Ходжацов Перхат Акыныязович, студент;
Алланазаров Бердиназар Аннагелдиевич, студент
Туркменский государственный архитектурно-строительный институт (г. Ашхабад)

В современной строительной индустрии использование строительной информационной модели (BIM) становится все более распространенным для оптимизации процессов управления проектами. Этот подход позволяет создавать цифровые трехмерные модели зданий и инфраструктуры, интегрируя в них данные о проекте и процессах строительства. В данном исследовании рассматриваются ключевые аспекты применения BIM для улучшения управления проектами в строительстве, включая повышение эффективности, сокращение издержек и сроков строительства, а также улучшение качества проекта. Результаты исследования могут быть полезны как для практиков в области строительства, так и для академического сообщества, интересующегося современными методами управления проектами.

Ключевые слова: BIM, строительство, информационная модель, управление проектами, оптимизация, эффективность, издержки, качество, цифровые технологии.

Использование строительного информационного моделирования (BIM) стало ключевым подходом в современной строительной отрасли, совершив революцию в процессах управления проектами. BIM облегчает создание комплексных цифровых представлений зданий и инфраструктуры, интегрируя проектные данные и строительные процессы. В этой статье исследуется многогранное применение BIM для оптимизации процессов управления проектами в строительных проектах. В нем рассматриваются основные аспекты внедрения BIM, в том числе его роль в повышении эффективности проекта, сокращении затрат и сроков, а также повышении общего качества проекта. Посредством углубленного изучения стратегий внедрения BIM и тематических исследований в этой статье объясняется преобразующее влияние BIM на практику управления проектами. Результаты подчеркивают значение BIM как катализатора инноваций и эффективности реализации строительных проектов.

Строительная отрасль переживает смену парадигмы, вызванную развитием цифровых технологий. Среди них информационное моделирование строительства (BIM) выделяется как преобразовательный инструмент, меняющий процессы управления проектами. BIM включает в себя создание и управление цифровыми представлениями физических и функциональных характеристик строительных проектов. Используя BIM, заинтересованные стороны могут более эффективно сотрудничать, оптимизировать рабочие процессы и принимать обоснованные решения на протяжении всего жизненного цикла проекта. В этой статье объясняется ключевая роль BIM в оптимизации процессов управления проектами в строительном секторе.

BIM для эффективности проекта

Одно из основных преимуществ BIM заключается в его способности повышать эффективность проекта. Благодаря созданию подробных 3D-моделей BIM позволяет заинтересованным сторонам визуализировать весь проект в виртуальной

среде. Такая визуализация способствует раннему обнаружению противоречий в проекте, тем самым сводя к минимуму доработку и задержки на этапе строительства. Кроме того, BIM облегчает обнаружение конфликтов, позволяя разрешать конфликты до того, как они перерастут в дорогостоящие проблемы на месте. Более того, BIM поддерживает координацию междисциплинарных команд, обеспечивая бесперебойное сотрудничество между архитекторами, инженерами, подрядчиками и другими заинтересованными сторонами. Упрощая коммуникацию и координацию, BIM оптимизирует рабочие процессы проекта, что приводит к повышению эффективности и производительности.

Экономия средств и времени

Помимо повышения эффективности, BIM обеспечивает значительную экономию средств и времени на протяжении всего жизненного цикла проекта. Обеспечивая лучшую координацию и коммуникацию, BIM помогает сократить задержки и сбои в реализации проекта, что приводит к своевременной реализации проекта. Более того, BIM способствует точному количественному анализу и оценке затрат, позволяя заинтересованным сторонам принимать обоснованные решения и уменьшать перерасход средств. Благодаря визуализации последовательностей строительства и моделированию планирования BIM улучшает планирование и составление графиков проекта, оптимизируя распределение ресурсов и сокращая время простоя. В целом интеграция BIM в процессы управления проектами приводит к ощутимой экономии средств и времени, повышению прибыльности и конкурентоспособности проекта.

Повышение качества

Обеспечение качества имеет первостепенное значение в строительных проектах, и BIM играет решающую роль в обеспечении качества проекта. Предоставляя комплексное ци-

фровое представление проекта, BIM позволяет заинтересованным сторонам активно выявлять и решать потенциальные проблемы качества. Благодаря интеграции инструментов анализа характеристик зданий BIM облегчает оценку альтернатив дизайна на основе различных критериев эффективности, таких как энергоэффективность и устойчивость. Кроме того, BIM поддерживает реализацию стратегий управления жизненным циклом зданий (BIM), позволяя заинтересованным сторонам оптимизировать процессы обслуживания и управления объектами после строительства. Развивая подход к управлению качеством, основанный на данных, BIM повышает общее качество проекта и удовлетворенность заинтересованных сторон.

Стратегии реализации и тематические исследования

Успешная реализация BIM требует стратегического подхода, адаптированного к конкретным потребностям и возможностям заинтересованных сторон проекта. В этом разделе рассматриваются различные стратегии внедрения: от пилотных проектов до инициатив по внедрению в масштабах всего предприятия. Опираясь на тематические исследования различных

строительных проектов, включая жилые, коммерческие и инфраструктурные проекты, в этой статье освещаются лучшие практики и уроки, извлеченные при внедрении BIM. Благодаря анализу реальных примеров заинтересованные стороны могут получить представление о потенциальных проблемах и преимуществах внедрения BIM в своих проектах.

Заключение

В заключение отметим, что использование информационного моделирования строительства (BIM) представляет собой сдвиг парадигмы в практике управления проектами в строительной отрасли. Используя BIM, заинтересованные стороны могут повысить эффективность проекта, сократить затраты и сроки, а также улучшить общее качество проекта. Однако успешная реализация BIM требует согласованных усилий и стратегического планирования для преодоления проблем и максимизации выгод. Поскольку цифровые технологии продолжают развиваться, BIM останется краеугольным камнем инноваций и эффективности реализации строительных проектов, продвигая отрасль к более совместному и устойчивому будущему.

Литература:

1. Иванов, А. С. «Применение строительной информационной модели для оптимизации управления проектами в строительстве». Журнал «Строительная инженерия и технология», vol. 25, no. 3, 2018, с. 45–56.
2. Петров, В. Н. «Роль цифровых технологий в управлении строительными проектами: анализ применения BIM в российской практике». Материалы конференции «Инженерное строительство: современные вызовы и перспективы», Москва, 2019, с. 112–125.
3. Козлов, Г. М. «Использование строительной информационной модели для оптимизации процессов управления строительством жилых комплексов». Вестник строительной науки, vol. 18, no. 2, 2020, с. 67–78.
4. Смирнова, Е. А. «Применение BIM в управлении строительством коммерческих объектов». Сборник научных трудов «Инновации в строительстве», вып. 8, Ростов-на-Дону, 2017, с. 89–102.
5. Григорьев, Д. В. «Оптимизация управления строительными проектами с использованием строительной информационной модели: опыт российских компаний». Журнал «Управление строительством и недвижимостью», vol. 10, no. 4, 2016, с. 32–45.
6. Новиков, А. И. «Интеграция BIM в процессы управления строительством высотных зданий в России». Материалы конференции «Современные тенденции в строительстве», Санкт-Петербург, 2018, с. 56–67.
7. Белов, С. П. «Применение строительной информационной модели для улучшения управления проектами инфраструктурных объектов». Журнал «Инфраструктурные системы и технологии», vol. 5, no. 1, 2019, с. 78–89.
8. Васильева, О. К. «Развитие BIM в России: вызовы и перспективы для управления проектами в строительстве». Материалы конференции «Инновации и технологии в строительстве», Москва, 2018, с. 102–115.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Стратегии удержания клиентов компаний на рынке медицинских изделий

Самонкина Маргарита Евгеньевна, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы (г. Москва)

В статье исследуются стратегии удержания клиентов компаний на рынке медицинских изделий в новых экономических реалиях. Рассматриваются понятие, преимущества стратегии удержания клиентов. Обсуждаются ключевые инструменты удержания клиентов, которые используют компании рынка медицинских изделий, такие, как регулярная коммуникация, рассылки, опросы, клиентоориентированный сервис и поддержка; формы обратной связи, программы лояльности, программы обучения. Определены метрики, которые используют компании рынка медицинских изделий для измерения эффективности удержания клиентов, а также отраслевые барьеры, вызывающие сложности и влияющие на удержание клиентов в текущей экономической ситуации.

Ключевые слова: стратегия удержания клиентов, рынок медицинских изделий, инструменты удержания клиентов.

В настоящее время сдвиг общества в сторону цифровизации повлек за собой трансформацию моделей поведения и предпочтений потребителей. Не исключением стал и рынок медицинских товаров. Традиционный маркетинговый инструментарий всё больше теряет свое влияние на потребителя, не всегда обеспечивая компаниям необходимый эффект для увеличения и удержания клиентской базы и как следствие увеличения прибыли. Это вынуждает компании изучать новые модели борьбы за внимание клиента и влияния на его потребительское поведение. Актуальным становится внедрение в деятельность компаний на рынке медицинских изделий стратегий удержания клиентов.

Стратегия удержания клиентов — это комплекс инструментов, направленный на удержание клиентов в течение длительного периода времени и формирование их лояльности к компании и к её товарам или услугам. Стратегии удержания клиентов могут быть нацелены как на действующих клиентов, так и на «спящих», которым требуется активация. Основная задача — увеличение прибыли компании, которая достигается путём сокращения затрат на привлечение новых клиентов [1].

Понятие стратегии удержания клиентов включает в себя:

- ручную и автоматизированную коммуникацию (уведомления, письма, обучающие сценарии);
- разработку программы лояльности и управление ей;
- внедрение CRM-системы и работу с ней;
- аналитику и отчётность;
- контроль эффективности удержания своих клиентов при помощи метрик: LTV (пожизненной ценности клиента) и CRR (Customer Retention Rate — коэффициент удержания покупателей);
- использование различных коммуникативных каналов (email, SMS, мессенджеры, push-уведомления, чат-боты, pop-up уведомления);

- проведение NPS-опросов для определения уровня лояльности клиентов.

Мировые исследования показали, что привлечение нового клиента обходится дороже, чем удержание одного, и затраты, связанные с привлечением и удержанием клиентов могут повлиять на эффективность бизнеса. Как показывают исследования, проведенные консалтинговым агентством в лице Ф. Райхельда, удержание клиентов на 5% увеличивает рост прибыли от 25 до 95%. Вероятность продажи существующему клиенту составляет от 60 до 70%, а новому — от 5 до 20%, постоянные клиенты тратят на 33% больше, чем новые [2]. Важная роль формирования тесных взаимоотношений с клиентом на рынке медицинских изделий подтверждается многочисленными зарубежными исследованиями, в частности опытом китайских поставщиков медицинского оборудования. Здесь представители бизнеса отметили преимущества поддержания и обслуживания своих существующих клиентов перед поиском новых в условиях ужесточения конкуренции, важность развития долгосрочных отношений с клиентами, маркетингового продвижения и формирования лояльности. Эмпирические результаты привели к выводу, что положительное качество отношений влияет на лояльность клиентов [3].

Преимущества стратегий удержания клиентов:

- Сокращение бизнес — расходов, в частности маркетинговых расходов. По данным Bain & Company, привлечение нового клиента обходится как минимум в 5 раз дороже, чем продажа действующему клиенту, при этом вероятность совершения им покупки в 3–14 раз меньше, чем в случае с лояльным клиентом [4].
- Повышение лояльности клиентов. Лояльные клиенты наименее чувствительны к цене и маркетинговым предложениям конкурентов, регулярно совершают покупки, готовы пе-

реплачивать, более терпимы к задержке доставки, не отказываясь при этом от сотрудничества в пользу другого поставщика.

– Продажи по рекомендациям/через отзывы. Лояльный клиент может рекомендовать компанию, товары своим партнерам, коллегам, друзьям. В случае если клиент пришел по рекомендации, в его глазах продукт уже имеет кредит доверия [5]. Следует отметить, что многие потенциальные покупатели, перед тем как принять решение о сотрудничестве с компанией и о приобретении товара ищут, о них отзывы. Таким образом, если в поисковой выдаче есть положительные отзывы, это значительно увеличивает доверие потенциальных клиентов и позитивно отражается на продажах компании [6].

В целях определения, какие стратегии удержания клиентов используют компании рынка медицинских изделий, нами был проведен опрос смешанного типа (количественно-качественный) 15 компаний-поставщиков рынка медицинских изделий, в частности медицинского оборудования. Выборка респондентов производилась по сфере деятельности: поставщики медицинских изделий и оборудования, и по должностям: собственники бизнеса, руководители компаний, маркетологи, продакт-менеджеры, руководители и менеджеры отделов продаж. Опрос включал в себя 7 вопросов. Статистическую обработку проводили с использованием Microsoft Excel и методов описательной статистики. Качественную часть опроса обрабатывали

методом контент-анализа. Анализ полученного материала показал следующее.

1. Какие инструменты удержания клиентов используются в Вашей компании? Основные инструменты и частота их упоминаний систематизированы в таблице 1.

2. Какие из ниже представленных инструментов применяются в Вашей компании для удержания клиентов? Результаты опроса проиллюстрированы на рис 1.

3. Опишите методологию инструмента удержания на конкретном примере. Таким образом, ответы были следующие. От 1 единицы интервью был получен ответ: «Обучающие мероприятия с использованием оборудования и материалов, e-mail-приглашения, накопительная система скидок, промо-акции после мероприятий». 1 единица ответила: «В программах лояльности используем накопительные скидки и бонусы, а в рассылках по почте и мессенджерах анонсы акций, новинок». 1 единица: «Организация посещения заказчиками и потребителями продукции тематических выставок, приглашение представителей производства непосредственно к заказчикам продукции, тематические семинары с участием представителей фирм и компаний (в том числе и зарубежных)». 1 единица: «Промо акции на покупку и на сервисное обслуживание, обучение продукту при покупке». Также среди респондентов (4 единицы) были ответы: в программах лояльности

Таблица 1. Инструменты удержания клиентов, которые используют компании на рынке медицинских изделий

Конструкт	Частота упоминания, единиц
Скидки	8
Подарки	2
Бонусы	3
Отсрочка платежа	1
Программа лояльности	3
Акции	2
Своевременное и полное исполнение заказов	1
Прогнозирование будущих потребностей	1
Реклама	2
Качественный продукт	1
Расширение ассортимента товара и услуг	1
Рассылки	1
Коммуникации	1
Индивидуальный подход	2

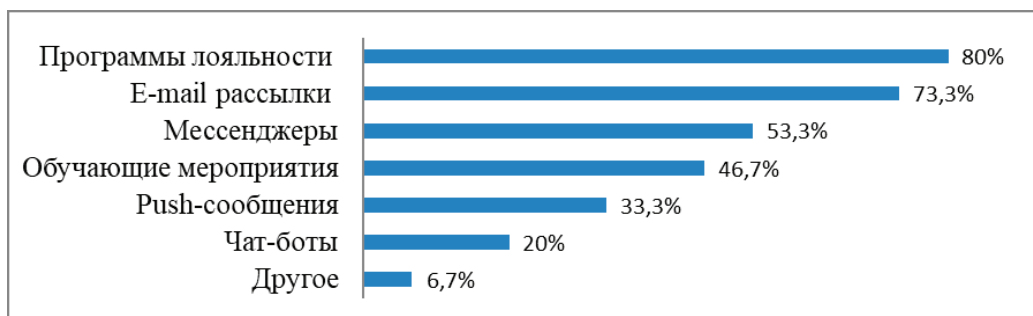


Рис. 1. Распределение ответов респондентов по вопросу: «Какие из ниже представленных инструментов применяются в Вашей компании?»

используются скидки постоянным клиентам; обучение персонала продуктам; в рассылках индивидуальные промо-коды, в программах лояльности с заказами увеличивается скидка. 7 единиц упомянули программы лояльности: скидки, подарки, бонусы, обучение продукту, но воздержались от подробного ответа.

4. Какие метрики эффективности удержания клиентов вы измеряете? Если не используете, то укажите почему?

Основные метрики и частота их упоминаний систематизированы в таблице 2.

В качестве причин, почему не используются те или иные метрики были указаны: отсутствие маркетолога в штате, не до конца изучена система, сложности с расчётами.

5. В чем для Вас проявляется эффективность удержания клиентов? (таблица 3).

6. Собираете ли вы обратную связь от своих клиентов (проводите ли опросы)? Результаты опроса проиллюстрированы на рис 2.

7. Какие отраслевые особенности рынка медицинских изделий и медицинского оборудования вызывают сложности и влияют на удержание клиентов? Среди ответов были следующие: 2 единицы — никакие; 4 единицы — дороговизна продукции; 1 единица — не выявлены особенные сложности, кроме конкуренции, т.к. наблюдается расширение ассортимента отечественного оборудования и его качества; 2 единицы — сложности в доступности товара и запчастей, сложности с обслуживанием; 2 единицы — качество, 3 единицы — затруднились ответить; 1 единица — изменение технологий.

Таким образом, опираясь на полученные данные из академических и практических источников, основными компонентами стратегии удержания клиентов являются: регулярная коммуникация, рассылки (e-mail, мессенджеры, смс), опросы клиентов, клиентоориентированный сервис и поддержка; формы обратной связи (чат-боты, онлайн-чаты), программы лояльности, программы обучения. Представители компаний рынка медицинских изделий отмечают, что на удержание кли-

Таблица 2. Метрики эффективности удержания клиентов, которые используют компании на рынке медицинских изделий

Конструкт	Частота упоминания, единиц
NPS (индекс лояльности клиентов)	2
CSAT (показатель удовлетворённости клиента)	2
CES (индекс клиентский усилий)	1
CRR (коэффициент удержание клиентов)	4
RPR (коэффициент повторных покупок)	2
Не используем	4
Не требуется	1

Таблица 3. Проявление эффективности удержания клиентов, по мнению компаний рынка медицинских изделий

Конструкт	Частота упоминаний, единиц
Продажи по рекомендациям	2
Повторные продажи	3
Постоянная база клиентов	3
Рост прибыли	1

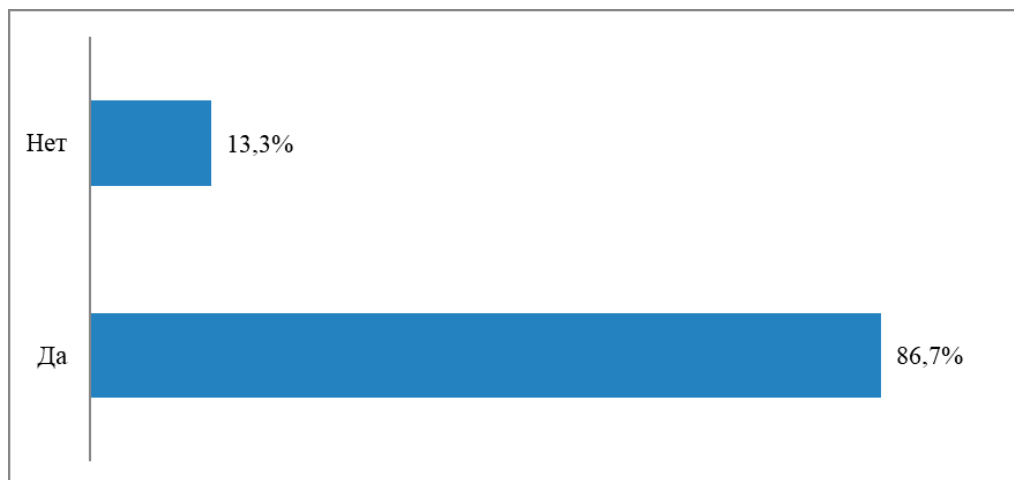


Рис. 2. Распределение ответов респондентов по вопросу: «Собираете ли вы обратную связь от своих клиентов (проводите ли опросы)?»

ентов влияют дороговизна продукта, усиление конкуренции, сложности с доступностью товара, запчастями и с обслуживанием. Как показали исследования, привлечение новых клиентов обходится дороже, чем удержание. В этих реалиях ак-

туальным и эффективным становится внедрение стратегии удержания клиентов, при которой можно снизить затраты на рекламу, удержать многих клиентов и повысить прибыльность бизнеса.

Литература:

1. Кораблева Е. eSputnik Удержание клиентов. Принципы и инструменты. URL: <https://esputnik.com/blog/uderzhanie-klientov-principy-instrumenty>
2. Шадрин С. С. Топ-10 лучших стратегий удержания клиентов, которые увеличивают прибыль // Стратегии бизнеса. 2022. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/top-10-luchshih-strategiy-uderzhaniya-klientov-kotorye-uvlechivayut-pribyl> (дата обращения: 18.02.2024).
3. Lai M. C., Chou F. S., Cheung Y. J. Investigating Relational Selling Behaviors, Relationship Quality, and Customer Loyalty in the Medical Device Industry in Taiwan // International Journal of Business & Information. — 2013. — Т. 8. — № 1.
4. Суворова Анастасия Александровна, Кублин Игорь Михайлович, Зубарева Наталья Николаевна, Воронов Александр Александрович Маркетинговые инструменты продвижения продукции на рынке медицинских услуг // Практический маркетинг. 2021. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovyie-instrumenty-prodvizheniya-produktsii-na-rynke-meditsinskih-uslug> (дата обращения: 17.02.2024).
5. Bain & Company, Fred Reichheld. Prescription for cutting costs. URL: https://media.bain.com/Images/BB_Prescription_cutting_costs.pdf
6. Климович Кристина Ивановна Эффект SERM: анализ влияния управления репутацией на конверсию и продажи // Практический маркетинг. 2023. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effekt-serm-analiz-vliyaniya-upravleniya-reputatsiei-na-konversiyu-i-prodazhi> (дата обращения: 27.02.2024).

Сущность и особенности продвижения в социальных сетях

Сильянов Вячеслав Григорьевич, студент

Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

Автор рассматривает понятие, значение и основные методы продвижения в социальных сетях. Особое внимание уделяется понятию и особенностям продвижения в рамках SMM (Social media marketing).

Ключевые слова: маркетинг, продвижение, социальные сети, SMM.

На сегодняшний день сеть Интернет является наиболее востребованной технологией для ведения предпринимательской деятельности, позволяющей предприятию укреплять собственные позиции в рыночной среде, привлекать новых потребителей. В свою очередь, на сегодняшний день социальные сети — это огромное виртуальное пространство с миллионами пользователей, ежедневно оставляющих информацию о себе, что значительно упрощает работу маркетологов по получению данных о потенциальных и реальных клиентах. По статистическим данным общий процент россиян, пользующихся интернетом ежедневно, в 2023 году достиг 74% [4].

В связи с появлением и динамичным развитием новых интерактивных каналов коммуникаций, сети Интернет, сетевых технологий, предприятия начали переосмысливать свои задачи и возможности. Реклама в социальных сетях все активнее используется организациями в качестве инструмента в конкурентной борьбе на рынке.

Продвижение в социальных сетях сегодня считается одним из наиболее перспективных направлений рекламной деятельности — во многом благодаря развитию самих социальных

сетей, которые позволяют не только позиционировать себя в интернет сообществе, но и получать необходимую информацию. С ростом популярности социальных сетей возрос и интерес маркетологов к этим площадкам как к новому источнику целевой аудитории для продвижения услуг предприятий.

На текущий момент существует два основных метода продвижения в социальных сетях: SMO (Social Media Optimization), SMM (Social media marketing).

Если SMO — это оптимизация ресурсов под пользователей социальных сетей, то SMM — это деятельность, осуществляемая, непосредственно в социальных сетях [1, с. 103].

В рамках этой статьи особое внимание уделим исследованию SMM как наиболее актуального и современного инструмента, используемого мировым бизнесом для продвижения своей деятельности.

Понятие SMM-маркетинга неоднозначно, однако, согласно одной из точек зрения под ним понимается «продвижение сайта в социальных сервисах путем публикаций свежих интересных материалов в сообществах, форумах, социальных сетях». Заключается в постоянном общении с пользователями, предусма-

тривает скрытую рекламу товаров и услуг. Возможно использование аудио- и видеоматериалов. SMM также подразумевает работу по формированию имиджа автора сайта и сообщений, а также работу над самим сайтом» [3, с. 34].

Методы продвижения — это всевозможные и доступные каналы в сети интернет, которые используются для продвижения своего товара или услуги.

Современная Интернет-реклама для качественного продвижения должна включать следующие элементы:

— охват целевой аудитории — сеть интернет огромна, и по этому здесь важно задействовать все ресурсы для охвата большего количества заинтересованных в определенной информации пользователей интернета;

— высокий уровень информативности — из-за ограничения во времени, каждый человек хочет, чтобы товар, который он нашел, был максимально информативен, и ему не приходилось тратить свое драгоценное время на поиск дополнительной информации на других сайтах. Очень важно, чтобы все было в одном месте, чтобы клиент как можно скорее совершил покупку.

— эффективность Интернет-рекламы — для того, чтобы продвигать товары и услуги через платформу интернет, нужно меньше ресурсов, нежели на продвижение при помощи традиционной рекламы. Затраты на билборды, печать флаеров и т.д. могут быть высокими.

В свою очередь Интернет-реклама не требует таких огромных ресурсов, но он требует точной и правильной настройки, потому что очень важно попасть в ту самую целевую аудиторию, чтобы не потерять все ресурсы, которые были вложены в рекламную компанию.

Самые актуальные и распространенные методы SMM-продвижения в социальных сетях на сегодняшний день, это:

1) Таргетированная реклама — метод SMM-продвижения в социальных сетях, в котором используются методы и настройки поиска целевой аудитории в соответствии с заданными параметрами (характеристиками и интересами) людей, которые могут интересоваться рекламируемым товаром или услугой. Это самый популярный вид продвижения в социальных сетях. Социальные сети предоставляют обширный функционал для грамотной настройки рекламы организации и информировании об ее товарах и услугах. У любого есть возможности выводить рекламу людям, которые интересуются сферой деятельности предприятия, также есть возможность отфильтровать всех по полу, возрасту, местоположению.

При использовании данного инструмента, бизнесу будет легко найти свою целевую аудиторию и продемонстрировать им собственный продукт или услугу. Самыми распространенными площадками для внедрения контекстной рекламы в интернет является ВКонтакте, Яндекс Директ и др.

2) Реклама у лидеров мнений и популярных медиа-персон. Там, где большое количество людей всегда есть лидеры, в том числе и в социальных сетях. Медиа-персоны способны иметь аудиторию даже превосходящую, чем у некоторых СМИ. Многие медиа-персоны активно сотрудничают с другими компаниями и делятся информацией со своей аудиторией.

С данным инструментом бизнес получает продвижение не только в рамках одной социальной сети, но и продвижение сразу у нескольких медиа-персон. Есть возможность предложить формат продвижения, так и обратиться к уже готовым решениям компании.

3) Сотрудничество с блогерами. Данный метод SMM-продвижения способен значительно выделить товар на фоне конкурентов, особенно если мнение блогера для аудитории является важным. Степень значимости мнения определяется экспертностью. Например, если блогер профессионал в какой-либо тематике и дает рекламу компании схожую с этой темой, то к такому мнению прислушиваются. Данный метод не требует больших затрат, но поможет охватить и заинтересовать большую аудиторию.

4) Продвижение в сообществах. Также социальные сети могут иметь сообщества и группы людей, обычно эти группы обладают определенной тематикой и могут обладать внушительной аудиторией. Распространённый способ рекламы в соц-сети ВКонтакте это покупка рекламных постов в других сообществах и группах. Покупку можно произвести по данным для сотрудничества в самом сообществе [2, с. 52].

Следует уделить особое внимание именно подбору собственного партнера, очень важно, чтобы общение происходило именно с собственной целевой аудиторией, так как попадание в аудиторию — это залог успеха.

5) Конкурсы. Конкурсы в социальных сетях — самый бюджетный метод продвижения бизнеса, но при этом он позволяет существенно увеличить число подписчиков в короткие сроки. Основным плюсом данного метода является полный контроль над PR-продвижением. Организатор сам контролирует все этапы и вправе управлять конкурсом и его условиями.

Стандартный конкурс — это розыгрыш продукции или услуги компании взамен на репост и подписку на сообщество. Также возможно предложение скидок на реализуемые товары или услуги, что позволит привлечь потенциальных клиентов, которые готовы покупать, но хотят сэкономить.

6) Рассылки. Ранее рассылки были распространены в email-письмах, такие же рассылки были добавлены и в социальные сети. Теперь пользователю не требуется заходить на почту, а получать ответы прямо в свои личные сообщения. Социальные сети предоставляют обширный инструментальный для рассылок, и теперь есть возможность настроить как время, так и выбрать сам круг пользователей, которым мы будем присылать сообщения.

7) Массфолловинг и взаимодействие. Трудоемкий, но бесплатный и перспективный метод, который особенно эффективен для продвижения профиля в социальных сетях. Для использования данного метода продвижения необходимо найти нужных пользователей по хештегам, подписаться на их обновления, ставить лайки и комментировать записи.

При этом, целесообразно взаимодействовать с пользователями так, чтобы вызвать доверие, а не раздражение. Отметим, что данный метод продвижения считается «белым» только в том случае, если организация не оставляет спам в комментариях. Просто размещая ссылки под публикациями, она не наберет подписчиков, реально заинтересованных в предлагаемых

ей товарах и услугах. А после нескольких жалоб на спам аккаунт организации оперативно заблокируют.

8) Вирусный маркетинг. Целью вирусного маркетинга является поощрение людей к добровольному обмену рекламными сообщениями — словесными сообщениями, передаваемыми от одного друга к другому через социальные сети. Вирусная реклама может появляться в виде видеоклипов, интерактивных Flash-игр или текстовых сообщений.

Идея вирусного маркетинга основана на том, что люди склонны свободно делиться своими симпатиями и антипатиями к продуктам и услугам. Есть несколько преимуществ использования вирусного маркетинга как средства PR-продвижения, а именно вирусный маркетинг недорогой, он может распространяться на международном уровне в течение короткого периода времени, и компании могут легко модифицировать свою рекламу.

9) Социальные новости. Социальные новости — это персонализированный новостной форум, предоставляемый на таких платформах, как Telegram, Reddit и др. — в зависимости от того, как пользователи взаимодействуют с новостями из различных источников. В дополнение к платформам, на которых размещаются новости общего характера, существуют сайты социальных новостей, специализирующиеся на определенных категориях новостей, таких как технологии.

К сторонним источникам, из которых платформы черпают «новости», могут относиться традиционные источники новостей, а также истории от друзей, предпочтительных групп, веб-

сайтов, видеохостингов и рекламодателей. Взаимодействие с пользователями может включать в себя такие действия, как голосование, лайки, комментирование и обмен.

Это создает более целенаправленный и персонализированный опыт потребления новостей, а также целевую аудиторию для маркетологов [2, с. 53].

10) Немаловажную роль в интернете занимает продвижение при помощи комментариев под постами тематических блогов. Некоторые авторы подчёркивают особую роль информационного поля, сформированного возле продвигаемого продукта.

Перед приобретением товара, подписчики обращают внимание на опыт обладания продуктом других пользователей. В первую очередь им интересен отзыв друга, человека которого он знает или доверяет ему или лидера мнений, о котором впечатление уже сложилось. Люди пишут отзывы или делятся приобретенным товаром или распространяют контент, только если он был им интересен и вызвал сильные эмоции. В таких случаях продвижением уже занимается не компания, а сами подписчики, активно делясь контентом.

В заключение отметим, что распространение социальных сетей идёт повсеместно, и потенциал этого рынка будет расти вместе с привлечением новых пользователей разных возрастов и профессиональных групп, а также интегрированием новых возможностей. Можно только строить предположения о том, каким может быть будущее социальных сетей, но кажется очевидным, что они будут существовать в той или иной форме и в дальнейшем.

Литература:

1. Векшинский, А. А. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия / А. А. Векшинский, Тывин, Ф. Л. — Текст: непосредственный // технико-технологические проблемы сервиса. — 2012. — № 2. — С. 102–108.
2. Иванчук, А. В. Инновации в сфере SMM / А. В. Иванчук, А. А. Байгулова. — Текст: непосредственный // Устойчивое развитие науки и образования. — 2018. — № 4. — С. 52–55.
3. Музыкант, В. Д. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики. Часть 2. SMM, рынок M&A: учебник и практикум для вузов / В. Д. Музыкант. — 2-е изд. — Москва: Юрайт, 2024. — 501 с. — Текст: непосредственный.
4. Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него. — Текст: электронный // ВЦИОМ: [сайт]. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoi-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego> (дата обращения: 11.03.2024).

РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

Китайско-индийский пограничный конфликт и его влияние на современные двусторонние отношения Китая и Индии

Акушенкова Татьяна Сергеевна, студент

Научный руководитель: Ливанова Ирина Владимировна, кандидат политических наук, доцент
Новосибирский государственный университет экономики и управления

В данной статье рассмотрен вопрос о причинах, этапах китайско-индийского конфликта, проанализированы движущие силы конфликта, показаны перспективы двусторонних отношений Китайской Народной Республики и Республики Индия в контексте влияния китайско-индийского конфликта на их динамику.

Ключевые слова: Китайская Народная Республика, Республика Индия, пограничный конфликт, территориальный спор, линия фактического контроля (ЛАК), Аксайчин, Аруначал-Прадеш.

Актуальность исследования определяется малоизученностью конфликта в контексте его влияния на двусторонние отношения Китая и Индии и обусловлена несколькими факторами. Во-первых, Индия и Китай имеют важное значение в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР), поскольку обладают огромным демографическим и экономическим потенциалом. Во-вторых, оба государства являются ядерными державами, и их ядерные силы стремительно развиваются. В-третьих, Индия и Китай сотрудничают в рамках международных организаций, таких как БРИКС и ШОС, и являются стратегическими партнерами России в АТР.

Цель исследования — проанализировать китайско-индийский пограничный конфликт, выявить его причины, особенности и последствия для дальнейшего развития двусторонних отношений государств.

Для исследования китайско-индийского пограничного конфликта были использованы следующие методы: исторический, формально-юридический, сравнительно-правовой, методы анализа и синтеза.

Изучением китайско-индийских отношений, в частности китайско-индийского пограничного конфликта, занимались отечественные и зарубежные исследователи, среди которых следует отметить К.Г. Муратшину [1], О.Ю. Толмачева [2], Э.П. Шавлай [3], Санджай Кумар [4] и Сибарам Бадатъя [5].

Китайско-индийские отношения имеют длительную историю и основаны на давних экономических и культурных связях, уходящих корнями на несколько тысяч лет назад. Однако в полной мере двусторонние отношения этих государств стали развиваться с момента установления дипломатических отношений в 1950 г., когда Республика Индия поддержала образование Китайской Народной Республики (КНР), а также её право на занятие места в Организации Объединенных Наций

(ООН) вместо Китайской Республики [4, с. 270]. В 2020 г. китайско-индийским дипломатическим отношениям исполнилось 70 лет. За последние семь десятилетий два государства прошли через несколько этапов сотрудничества: первый («Лето» / «Индийцы и китайцы братья навек») длился с 1950 по 1959 г., второй («Осень» / «Тибетская трагедия» и пограничные споры) — с 1959 по 1962 г., третий («Зима» / Холодная война по-азиатски) — с 1962 по 1988 г., четвертый («Весна» / Нормализация отношений Китая и Индии) — с 1988 по 1991 г. [3, с. 168]. Стоит также выделить пятый этап (современный), начавшийся в 1991 г. и характеризующийся устойчивой динамикой развития двусторонних отношений, несмотря на некоторые разногласия. Таким образом, эволюция китайско-индийских отношений пережила как благоприятные, так и напряженные периоды, одним из которых был территориальный спор Индии и Китая.

Предметом пограничного конфликта между КНР и Республикой Индия являются спорные территории:

1) Аксайчин — часть штата Джамму и Кашмира, расположенная в западном секторе общей границы. Площадь данного региона хоть и составляет 38 тыс. км², однако не имеет никакой ценности, так как представляет собой «цепь ледников посреди необитаемой соляной пустыни» [6, с. 2].

2) Аруначал-Прадеш — штат на северо-востоке Индии, площадь которого равняется 84 тыс. км². Он является плотно населенным регионом Индии (1,4 млн человек), пересеченным цепью Гималаев и покрытый густыми лесами [6, с. 2].

Истоки территориальных разногласий берут свое начало в XX в., когда на Симлской конференции (1913–1914 гг.) был разработан проект линии Мак-Магона. Сначала представители Великобритании, Тибета и Китая подписали черновой вариант договора, в котором не упоминалось о индийско-ти-

бетской границе. Однако к соглашению прилагалась карта, изображавшая линию Мак-Магона, согласно которой Британской Индии должны были отойти бывший регион тибетского княжества Ладакх, включая Аксайчин, а также северо-восточные территории, преобразованные в 1947 г. в Аруначал-Прадеш [6, с. 2].

Вследствие этого Китай пытался доказать, что подписание конвенции является неправомерным, поскольку его не одобрило пекинское правительство. И территориальный вопрос остался открытым до установления в 1950 г. дружественных отношений с Индией. В 1954 г. между государствами было подписано «Соглашение между Республикой Индия и КНР о торговле и сношениях между тибетским регионом Китая и Индией» [7], согласно которому Тибет признавался частью Поднебесной. Помимо этого, в договоре были прописаны пять принципов мирного сосуществования: взаимное уважение территориальной целостности и суверенитета; ненападение; невмешательство во внутренние дела; суверенное равенство государств; мирного сосуществования.

Все это поставило Республику Индия в затруднительное положение, так как возник вопрос о пересмотре существующей границы. Дело в том, что Китай никогда не признавал и до сих пор не признает данную линию границы. Китайское правительство утверждает, что у Тибета не было никаких прав подписывать этот документ, поскольку на тот момент он входил в состав Китая, а это значит, что не имел суверенитета.

В 1955 г. китайцы начали экспансию в Гималайский регион, в 1956 г. участились нарушения договоренностей со стороны КНР, а в 1957 г. завершилось строительство железной дороги, проходящей через территорию Аксайчин и соединяющей Синьцзян и Тибет.

Все возникшие в 1950-х гг. территориальные разногласия между государствами удавалось сглаживать с помощью пяти принципов, однако после предоставления Индией политического убежища Далай-ламе XIV в 1959 г. [2, с. 94–95] началось ухудшение китайско-индийских взаимоотношений. В результате, пограничный конфликт перешел в стадию вооруженного конфликта в 1961 г., когда Китай вторгся и оккупировал часть территории в Ладакх. Осенью 1962 г. основные сражения происходили в Аксайчине и Аруначал-Прадеше. КНР добила превосходства над индийскими войсками и практически полностью разгромила их, взяв контроль над Аксайчином. В ноябре 1962 г. стороны объявили лишь о перемирии, но не урегулировали этот спор с помощью письменного договора [5, с. 74–75]. Так в 1962 г. образовалась длиной в 4 тыс. км линия фактического контроля (ЛАК), официально признанная двухсторонним соглашением о поддержании мира и спокойствия вдоль ЛАК в приграничных районах Индии и Китая от 1993 г. [8].

После вооруженных действий 1962 г. китайско-индийские отношения оставались очень напряженными вплоть до установления дипломатических отношений в 1976 г. Однако мирное сосуществование продлилось не долго — вооруженный конфликт вновь возобновился в 1986 г., и только в 1987 г. был остановлен мирным путем. Дальнейшая нормализация отношений между государствами выразилась подписанием Соглашения о мерах укрепления доверия в военной сфере и вдоль ЛАК в районах индийско-китайской границы в 1996 г. [9].

В первом десятилетии XXI в. не велось крупных военных действий, но это не означало, что проблема пограничного конфликта была решена, она находилась в латентной стадии. Ситуация изменилась в апреле 2013 г. — китайский военный отряд перешел ЛАК, углубившись на 19 км на территорию Индии и разместив там палаточный лагерь [10]. Правительство Индии официально заявило о вторжении, а вот МИД КНР заявило, что это всего лишь патрулирование ЛАК. Похожие случаи повторились в июле 2013 г., сентябре 2014 г. и 2017 г. В 2019 г. ситуация резко обострилась — военнослужащие КНР и Республики Индия «стояли друг против друга в боевой готовности в течение суток после того, как индийский патруль встретил китайский отряд, попытавшийся его остановить. Стороны вызвали подкрепление, однако после переговоров прекратили противостояние» [1, с. 85].

В 2020 г. исполнилось 70 лет китайско-индийским дипломатическим отношениям, в соответствии с этим в 2019 г. стороны объявили 2020 г. Годом китайско-индийских культурных и гуманитарных обменов и договорились о проведении 70 мероприятий (по 35 мероприятий в каждом государстве) [1, с. 85]. Однако от проведения данных мероприятий пришлось отказаться, поскольку вновь разгорелся пограничный конфликт. В мае 2020 г. произошли вооруженные столкновения, в результате которых погибло «не менее 20 солдат Индии, и по разным данным, до 45 китайских военных» [11]. В связи с этим произошло наращивание сил на границе — Китай и Индия укрепили свои позиции новыми войсками, общая численность которых сейчас превышает 100 тыс. человек [12].

Кроме того, раунды переговоров по вопросу о границе не проводились с декабря 2019 г., а двусторонних встреч на высшем и высоком уровне не было с 2021 г. Интересно, что это событие не сильно отразилось на экономическом партнёрстве стран (рис. 1), поскольку объем двухстороннего товарооборота только увеличивался: в 2020 г. составил 87,65 млрд долл., в 2021–125,62 млрд долл. [13], в 2022–2023 гг. превысил 100 млрд долл. [14].

В настоящий момент основными движущими силами конфликта являются:

1) стремление КНР увеличить свое влияние в Южной Азии

Аруначал-Прадеш — крупнейший штат на северо-востоке, граничащий с Тибетом, Бутаном и Мьянмой. Аксайчин же является регионом, расположенным на границе Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР, Пакистана и Индии. Контролирование Китаем этих участков будет способствовать расширению его влияния в Южной Азии за счет углубления экономических связей [12].

2) стремления Индии и Китая обезопасить свои границы

Контроль над Аруначал-Прадешем даст стратегическое преимущество как Индии, так и Китаю. Для Индии этот участок является ближайшим местом, где она может нацелить ракеты на Китай, а также развернуть многоуровневую систему противовоздушной обороны на случай возможных атак со стороны Китая. В свою очередь, Китай расширяет железнодорожные линии в регионе, и это может дать его вооруженным силам огромное преимущество [15]. Аксайчин же позволит соединить Китаю Тибет с Синьцзян-Уйгурским автономным районом, что обеспечит быструю возможность переброски войск в случае вооруженного конфликта. Кроме того, Индию беспокоит также

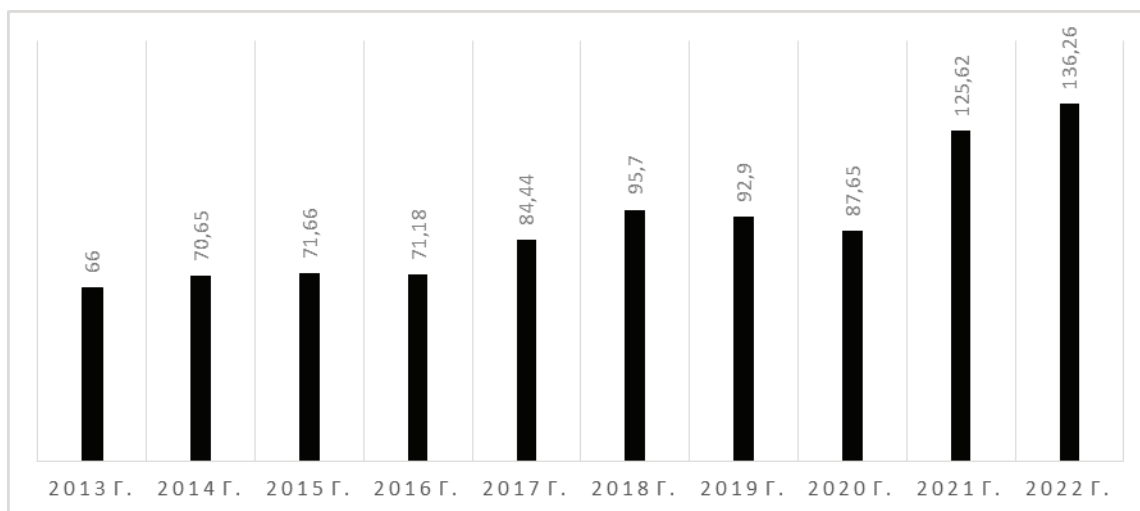


Рис. 1. Объем товарооборота Китая и Индии [13]

реализация китайско-пакистанского экономического коридора, проходящего через управляемый Пакистаном Кашмир, который Республика Индия считает своим [12].

Стоит отметить, что на переход пограничного конфликта из латентной стадии в стадию эскалации влияет тот факт, что между сторонами отсутствует ясность относительно того, где проходит линия фактического контроля. Индия оценивает длину ЛАК в 3488 км, в то время как, Китай утверждает, что она составляет около 2000 км [16].

Таким образом, подводя итог анализу китайско-индийского пограничного конфликта и его влиянию на двустороннее сотрудничество государств, следует отметить, что он оказал влияние на взаимное доверие сторон, а также на их политическое взаимодействие. Это привело к тому, что, в отличие от военных переговоров государств, переговоры специальных представителей по пограничным вопросам не проводились уже 4 с лишним года (с декабря 2019 г.). Но и раунды военных переговоров, приводящиеся с 2020 г., не привели к конкретным результатам, поскольку Китай и Индия не достигли определенных договоренностей по вопросу о делимитации границы. Прорывом является лишь то, что стороны готовы продолжать поддерживать общение по военным и дипломатическим каналам, а также поддерживать мир и спокойствие в приграничных районах КНР и Республики Индия.

В связи с этим, в настоящее время, хоть и в рамках незавершившегося конфликта, у Китая и Индии все же большое

будущее, поскольку существуют факторы, способствующие дальнейшему развитию двустороннего стратегического сотрудничества между КНР и Республикой Индия. К их числу можно отнести желание сотрудничать и поддерживать мир вдоль ЛАК, торгово-экономические отношения, участие государств в международных организациях (ШОС, БРИКС) и стратегическом треугольнике «Россия — Индия — Китай», потенциал которого неоспоримо велик, особенно в экономическом и энергетическом направлениях.

Однако вряд ли китайско-индийские межгосударственные отношения увидят значительный прогресс в ближайшее время, поэтому в краткосрочной перспективе сотрудничество государств может продолжить развиваться в рамках сотрудничества и соперничества. Игнорирование территориального конфликта может вновь привести к военным столкновениям на границе, создавая дополнительные вызовы для обеих сторон. Для России, стремящейся поддерживать отношения с обеими странами, это противостояние создаст определенные сложности в случае возможной необходимости участия России в урегулировании конфликтной ситуации. Поддержание дружественных и добрососедских отношений между Китаем и Индией для России имеет важное стратегическое значение, поскольку от возможностей сохранения баланса между этими государствами зависит во многом современная геополитическая обстановка в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Литература:

1. Муратшина, К.Г. Китай и Индия в начале XXI в.: между соперничеством и сотрудничеством / К.Г. Муратшина // Известия Алтайского государственного университета. — 2020. — № 3(113). — С. 84–89. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43077993> (дата обращения 12.03.2024). — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
2. Толмачев, Ю.О. Проблема пограничного урегулирования в китайско-индийских отношениях в 1950-е годы / Ю.О. Толмачев // Вестник Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина. — 2013. — № 2(39). — С. 88–96. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19832035> (дата обращения 12.03.2024). — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
3. Шавлай, Э.П. История индийско-китайских отношений 1950–1991 гг. / Э.П. Шавлай // Восток. Афро-азиатские общества: история и современность. — 2021. — № 3. — С. 168–180. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46184462> (дата обращения 12.03.2024). — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.

4. Sanjay Kumar. A Brief History of India-China Relations // Res. J. Humanities and Social Sciences.— 2019.— V. 10(2).— P. 720–728.— URL: <https://www.rjhsonline.com/AbstractView.aspx?PID=2019-10-2-72> (дата обращения: 12.03.2024).
5. Sibaram Badatya. Border Disputes, War and the Changing Dynamics of India's China Policy // The Journal of Central Asian Studies.— 2018.— V. 25.— P. 65–84.— URL: <https://ccas.uok.edu.in/Files/93269b6c-7f53-4439-ae9a-3bdf55a4c649/Journal/c3864aea-e802-426e-bba2-e5f7360199c2.pdf> (дата обращения: 12.03.2024).
6. Шишкин, В. Индия и Китай: взрывоопасный мир или холодная война? / В. Шишкин // РСМД [Официальный сайт].— Дата публикации: 11 сентября 2014.— С. 1–7.— URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/indiya-i-kitay-vzryvoopasnyu-mir-ili-kholodnaya-voyna/> (дата обращения: 12.03.2024).
7. Agreement between the Republic of India and the People's Republic of China on trade and intercourse between Tibet region of China and India, 1954 // Commonwealth LII [website].— URL: <http://www.commonlii.org/in/other/treaties/INTSer/1954/5.html> (дата обращения: 12.03.2024).
8. Agreement on the Maintenance of Peace and Tranquility along the Line of Actual Control in the India-China Border Areas, 1993 // UN Peacemaker [website].— URL: <https://peacemaker.un.org/chinaindia-borderagreement93> (дата обращения: 12.03.2024).
9. Agreement between the Government of the Republic of India and the Government of the People's Republic of China on Confidence-Building Measures in the Military Field Along the Line of Actual Control in the India-China Border Areas, 1996 // UN Peacemaker [website].— URL: <https://peacemaker.un.org/chinaindiainconfidenceagreement96> (дата обращения: 12.03.2024).
10. Китайские военнослужащие вторглись в индийский северный штат Уттаракханд // ТАСС [сайт].— Дата публикации: 25 июля 2013.— URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/542407> (дата обращения: 12.03.2024).
11. СМИ: Индия и Китай отказались от мероприятия по случаю 70-летия дипотношений // ТАСС [сайт].— Дата публикации: 19 декабря 2020.— URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10301269> (дата обращения: 12.03.2024).
12. Thin Ice in the Himalayas: Handling the India-China Border Dispute // International CRISIS GROUP [website].— 14.11.2023.— URL: <https://www.crisisgroup.org/asia/south-asia/india-china/334-thin-ice-himalayas-handling-india-china-border-dispute> (дата обращения: 12.03.2024).
13. Trade and Economic Relations. Bilateral Trade // Embassy of India, Beijing, China [website].— URL: https://www.eoibeijing.gov.in/eoibeijing_pages/MjQ (дата обращения: 12.03.2024).
14. India-China relations // Invest India. National investment promotion & Facilitation Agency [website].— URL: <https://www.investindia.gov.in/country/china#tabs-2> (дата обращения: 12.03.2024).
15. Explained: Why China takes up Arunachal Pradesh time and again // The Times of India [website].— 14.10.2021.— URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/india/explained-why-china-rakes-up-arunachal-pradesh-time-and-again/articleshow/87023193.cms> (дата обращения: 12.03.2024).
16. Why does China keep claiming Arunachal Pradesh and Aksai Chin? // Firstpost [website].— 29.08.2023.— URL: <https://www.firstpost.com/explainers/why-does-china-keep-claiming-arunachal-pradesh-and-aksai-chin-13054082.html> (дата обращения: 12.03.2024).

СОЦИОЛОГИЯ

Мобильные приложения для решения прикладных задач социальной работы: опыт и перспективы

Цихончик Данил Сергеевич, студент

Научный руководитель: Цихончик Надежда Васильевна, старший преподаватель
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

В статье автор анализирует современный опыт применения мобильных приложений в практике социальной работы, а также направления их развития как вызовы для социальной сферы.

Ключевые слова: цифровая трансформация, информационные технологии, мобильное приложение, социальная сфера, социальная работа.

Цифровые и мобильные технологии все больше входят в нашу жизнь как повседневные инструменты и способы взаимодействия. Согласно данным российских и зарубежных исследований [5], среднее экранное время современных пользователей смартфонов составляет 6 часов 37 минут в день, что составляет порядка 40% времени бодрствования.

Социальные сети, мобильные приложения, онлайн-игры и просто бытовые задачи (будильник, часы, календарь, калькулятор и пр.) являются наполнением этого экранного времени. Но функции смартфонов могут быть и сугубо утилитарными, то есть служить задачам профессионального, повседневного и развивающего взаимодействия. Сегодня компаниями все больше внедряется, а конечными пользователями все чаще используются мобильные приложения, обеспечивающие адекватное социальное функционирование. К примеру, мобильное приложение Госуслуг позволяет записываться на прием к врачу, оформлять документы, пособия, льготы, получать необходимые справки и выписки из официальных документов.

Цифровая трансформация в сферах производства, городского хозяйства, сервиса, связи и транспорта уже является свершившимся фактом; в сфере «человек — человек» цифровые изменения заметны в образовании, здравоохранении, музейной работе. Но большой шаг вперед предстоит сделать, например, в трансформации области социальной работы.

Социальная работа сегодня — это активно развивающийся рынок социальных услуг, где цифровые и информационные технологии, в том числе мобильные приложения, являются очень востребованными, но пока мало исследованными и апробированными.

Для решения прикладных задач социальной работы мобильные приложения могут быть разработаны в целях:

— информирования о мерах социальной поддержки, услугах в сфере социального обслуживания;

— дублирования информации или бытовой ориентировки людей с инвалидностью;

— коммуникации и совместного, в том числе родственного, ухода за больными;

— координации волонтерства, проведения социальных акций, проектов;

— психологической помощи и поддержки;

— самоконтроля, рефлексии или дневников для больных, зависимых, созависимых;

— профессионального общения специалистов социальной сферы.

Безусловно, на сегодняшний день в России существует достаточное число мобильных приложений в рамках решения представленных выше задач. Например, мобильное приложение для адресной помощи одиноким пожилым людям «Помощь» реализует поддержку в виде взносов попечителей и благотворительных фондов, а также координирует работу помощников. Приложение «Заступник» позволяет детям, оказавшимся в экстренной ситуации, немедленно оповестить о наступлении такой критической ситуации родителей, экстренные службы и волонтеров, быстро получить помощь.

Значительное число приложений оказывает помощь и поддержку людям с инвалидностью. Приложения и программы могут выполнять функции дополненной реальности, например, при помощи Ве My Eyes (будь моими глазами) инвалид может просить о помощи ближайшего волонтера в сложной ситуации; с приложением TapTapSee обеспечивается функцию распознавания объектов на фотографии. Приложения также могут выполнять информационные и вспомогательные функции, например, Smooth подсказывает самый удобный маршрут для инвалида-колясочника с учетом всех возможных препятствий, а приложение «Метро для всех» помогает маломобильным гражданам ориентироваться в метрополитене [2].

Для решения организационных задач в практической социальной работе, социальном обслуживании на дому мобильные приложения также весьма актуальны. К примеру, мобильное приложение «Конduit» от СоцИнформТеха предназначено для сбора оперативной информации и статистики о деятельности социальных работников и иных специалистов учреждений социального обслуживания [1]. Опыт его использования проанализирован, например, в Красноярском крае в пилотном проекте «Мобильный социальный работник» [3].

Другой пример — когда для получателей социальных услуг необходимо поддерживать связь с социальным работником, а для социального работника важно контролировать свою работу, вести дневник посещений с видеofиксацией. Мобильное приложение «ГдеМои» позволяет фиксировать все эти процессы, а организации социального обслуживания также контролировать деятельность самого социального работника [4]. В Санкт-Петербурге подобное приложение называется «Оптим».

В целом, для пожилых людей разработаны и еще могут быть созданы следующие виды мобильных приложений: околomedicalные (контроль лекарств, показателей здоровья), адаптационные, информационные, развлекательные. В контексте развивающейся телемедицины и дистанционных форм работы перспективы развития околomedicalных приложений очень многообещающие.

Разработка мобильных приложений для особых или социально уязвимых категорий граждан, являющихся клиентами социальной работы, имеет несомненные преимущества: адресность помощи, индивидуальный подход, оперативное реагирование, доступность, узкое и точное целевое назначение, доступ к информации 24/7, относительная дешевизна мобильного продукта для заказчика и бесплатность — для пользователя.

Однако, эти достоинства могут стать и ограничительными факторами для разработки и адаптации мобильных приложений. Узкие целевые функции приложений неудобны для заказчиков и пользователей, так как, во-первых, их сложно найти в огромном мире мобильных приложений современного смартфона, во-вторых, в силу редкой необходимости приложение будет редко скачиваться и использоваться.

Все это создает прагматические следствия для рынка мобильных приложений для социальной сферы. Во-первых, их сложно коммерциализировать и монетизировать с позиции стартапа, то есть приложение может быть разработано энтузиастами, но не иметь коммерческого успеха, а значит так и не найти своего потребителя. Во-вторых, мобильное приложение должно быть многофункциональным и хорошо визуализированным. В-третьих, узкотематические мобильные приложения нуждаются в очень широкой информационной кампании, чтобы дойти до своего конечного потребителя. Для преодоления этих проблем разработки и продвижения мобильных приложений в социальной сфере важным шагом может быть интерес государства к этой задаче в виде, например, конкурсов и государственных заданий на технологические и цифровые инновации.

Таким образом, на сегодняшний день можно констатировать в России высокий спрос на технологии цифровых сервисов и мобильных приложений для решения социальных проблем уязвимых групп населения. Перспективными направлениями являются ниши, связанные с социальным обслуживанием, социальной реабилитацией, комплексной помощью и поддержкой пожилых людей и инвалидов, а также с обеспечением деятельности самих социальных работников.

Литература:

1. Мобильное приложение «Конduit». — Текст: электронный // СоцИнформТех: [сайт]. — URL: <https://www.socit.ru/index.php/51-konduit> (дата обращения: 11.03.2024).
2. Мобильные приложения для инвалидов: лучшая дюжина в вашем распоряжении. — Текст: электронный // Inva-world: [сайт]. — URL: <https://invaworld.ru/mobilnie-prilozeniya-dlya-invalidov/> (дата обращения: 11.03.2024).
3. Сафонова, Л. М. Пилотный проект «Мобильный социальный работник» / Л. М. Сафонова. — Текст: электронный // Министерство социальной политики Красноярского края: [сайт]. — URL: <https://szn24.ru/storage/app/media/uploaded-files/9-safonova-lm.pdf> (дата обращения: 11.03.2024).
4. Социальное обслуживание на дому с заботой и технологиями: контроль социальных работников с ГдеМои. — Текст: электронный // Где Мои: компания: [сайт]. — URL: <https://www.gdemoi.ru/blog/kontrol-socialnyh-rabotnikov/> (дата обращения: 11.03.2024).
5. Тихонов В. Россияне и американцы половину жизни проводят, глядя в смартфон / В. Тихонов. — Текст: электронный // Российская газета: [сайт]. — URL: <https://rg.ru/2023/04/20/russkie-i-amerikancy-polzhizni-provodiat-gliadia-v-smartfon.html> (дата обращения: 11.03.2024).

ПСИХОЛОГИЯ

Социальное восприятие в социальной психологии

Атаев Какаджан Амандурдыевич, преподаватель
Туркменский государственный медицинский университет имени М. Гаррыева (г. Ашхабад)

Гараджаев Максатмырат Аннагелдиевич, преподаватель
Туркменский государственный университет имени Махтумкули (г. Ашхабад)

Анализируется роль социального восприятия в социальной психологии с учетом теоретических оснований и эмпирических исследований. Работа охватывает разнообразные аспекты социального восприятия, включая формирование впечатлений, влияние стереотипов и предвзятости, а также воздействие на межличностные отношения и социальные структуры. Представленный обзор акцентирует внимание на практических приложениях данной темы в различных областях, таких как образование, здравоохранение и организационная деятельность, а также выделяет перспективы будущих исследований и этические аспекты изучения социального восприятия.

Ключевые слова: социальное восприятие, социальная психология, самовосприятие, восприятие других, социальные контексты, поведение, отношения.

Социальное восприятие является краеугольным камнем в сфере социальной психологии, объясняя сложные процессы, посредством которых люди воспринимают себя и других в социальных контекстах. Это многогранное явление включает в себя когнитивные, аффективные и поведенческие компоненты, участвующие в осмыслении социального мира, влияющие на межличностную динамику, групповое поведение и социальные структуры. Изучение социального восприятия, основанное на теоретических основах и эмпирических исследованиях, проливает свет на то, как люди интерпретируют социальные стимулы и реагируют на них, формируя свои отношения, убеждения и действия.

Теоретические основы

В основе социального восприятия лежит взаимодействие между внутренними когнитивными процессами и внешними социальными стимулами. Социальные когнитивные теории, такие как теория атрибуции и теория социальной идентичности, обеспечивают основу для понимания того, как люди приписывают причины поведению и формируют идентичности на основе членства в группе соответственно. Кроме того, исследования в области социальной нейробиологии углубились в нейронные механизмы, лежащие в основе социального восприятия, выявив участие областей мозга, связанных с сочувствием, восприятием перспективы и ментализацией.

Перцептивные предубеждения и стереотипы

Несмотря на сложность социального восприятия, люди часто полагаются на когнитивные методы и эвристики, чтобы ориентироваться в социальном ландшафте. Эти умственные ярлыки, хотя и эффективны, могут привести к предвзятости восприятия и стереотипам, которые формируют первоначальные впечатления и суждения других. Например, предвзятость подтверждения может привести к тому, что люди будут искать информацию, которая подтверждает их ранее существовавшие убеждения, укрепляя стереотипы и закрепляя социальное неравенство. Более того, процессы социальной категоризации способствуют формированию внутригруппового фаворитизма и принижению аутгруппы, влияя на межгрупповые отношения и межгрупповые конфликты.

Влияние на межличностные отношения

Социальное восприятие играет важнейшую роль в формировании межличностных отношений, влияя на качество социальных взаимодействий и развитие взаимоотношений. Например, фундаментальная ошибка атрибуции может привести к тому, что люди будут переоценивать диспозиционные факторы и недооценивать ситуационные влияния при объяснении поведения других, что приводит к недопониманию и конфликтам. Точно так же теория самовосприятия утверждает, что люди делают выводы о своих собственных отношениях и чув-

ствах на основе своего поведения, подчеркивая взаимную связь между самовосприятием и социальным восприятием.

Приложения в реальных условиях

Понимание принципов социального восприятия имеет практическое значение для различных областей, включая образование, здравоохранение и организационное поведение. Преподаватели могут использовать стратегии для смягчения угрозы стереотипов и содействия развитию мышления среди учащихся, создавая благоприятную среду обучения. В медицинских учреждениях медицинских работников можно обучить распознавать и устранять неявные предубеждения, которые могут повлиять на уход за пациентами, способствуя достижению справедливых результатов лечения. Более того, организации могут реализовывать программы обучения многообразию, чтобы повысить осведомленность о социальных предубеждениях и способствовать развитию инклюзивной культуры на рабочем месте.

Будущие направления

В дальнейшем продолжение исследований социального восприятия потенциально может углубить наше понимание человеческого поведения и предоставить информацию для мер, направленных на решение социальных проблем. Интеграция междисциплинарных точек зрения, например, из нейробиологии, социологии и информатики, может обогатить наше понимание нейронных основ социального восприятия и его социальных последствий. Кроме того, изучение роли культурных факторов в формировании социального восприятия может пролить свет на изменчивость процессов восприятия в разных

культурных контекстах, что будет способствовать принятию мер и политики, учитывающих культурные особенности.

Этические соображения

По мере того, как исследователи углубляются в тонкости социального восприятия, крайне важно учитывать этические последствия своей работы. Этические соображения могут охватывать такие вопросы, как информированное согласие, конфиденциальность и возможность причинения вреда участникам или маргинализированным группам. Исследователи должны стремиться соблюдать этические стандарты в своих исследованиях, отдавая приоритет благополучию и автономии участвующих лиц. Более того, исследователи должны проявлять бдительность в устранении потенциальных предубеждений и стереотипов в своей работе, способствуя инклюзивности и разнообразию в научном сообществе. Придерживаясь этических принципов, исследователи могут гарантировать, что их исследования будут способствовать развитию знаний, одновременно защищая достоинство и права всех людей.

Заключение

В заключение отметим, что социальное восприятие является основополагающей концепцией социальной психологии, объясняющей когнитивные и поведенческие процессы, связанные с восприятием себя и других в социальных контекстах. Изучая теоретические основы, предубеждения восприятия и практическое применение социального восприятия, исследователи могут получить представление о сложной динамике человеческого взаимодействия и работать над созданием более справедливых и гармоничных обществ.

Литература:

1. Петрова, Н. Н. (2008). Социальное восприятие: психологические особенности и механизмы. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, (3), 3–13.
2. Леонтьев, Д. А. (2009). Социальное восприятие: понятие, феномены, методы изучения. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, (1), 3–11.
3. Маклаков, А. Г. (2011). Социальное восприятие: аспекты теории и практики. Москва: Пер Се.
4. Осин, Е. Н. (2008). Социальное восприятие как предмет психологии личности. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, (3), 14–23.
5. Федотова, Л. А. (2015). Социальное восприятие в контексте интерактивной коммуникации. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, (2), 126–131.
6. Титаренко, Т. Ю. (2012). Социальное восприятие в межгрупповых отношениях. Психологический журнал, 33(2), 45–55.
7. Гришина, Н. В. (2018). Социальное восприятие личности в условиях современного общества. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, (4), 16–24.
8. Конопкин, О. А. (2016). Социальное восприятие: теории и методы изучения. Психология. Журнал Высшей школы экономики, 13(1), 40–55.
9. Андреева, Н. Н. (2014). Особенности социального восприятия в молодежной среде. Психологическая наука и образование, (1), 82–87.
10. Крылов, А. Н. (2019). Социальное восприятие и его влияние на межличностные отношения. Психология и психотерапия, 43(2), 77–85.

Важность уверенности в себе: поддержка и укрепление самооценки среди женщин в условиях современного мира

Башкирова Полина Андреевна, студент
Воронежский техникум моды и дизайна

В данной статье автором подчеркивается важность женской самооценки и предлагаются способы для достижения самоуверенности.

Ключевые слова: женщины, современность, самооценка, самоуверенность, возможности, чувство вины, общество, стандарты красоты.

Актуальность: На протяжении всего времени женщины чувствовали себя недооценёнными в самых различных сферах их жизни. Современность не является исключением. Во многих странах современного мира число женщин среди руководителей сильно уступает числу мужчин. Некоторые страны отличаются большой разницей в зарплате сотрудников и сотрудниц. Наблюдая такую ситуацию на рынке труда, многие женщины ошибочно думают, что уступают мужчинам в интеллектуальных способностях и не могут составить конкуренцию в профессиональной деятельности. Более того, существует устоявшееся мнение, что женщины глупее мужчин по своей природе. Такое утверждение заставляет представительниц женского пола сомневаться в своих силах и даже не пытаться достичь успехов в карьере.

Согласно результатам исследования, проведённого в Университете медицины и науки им. Розалинд Франклин в Чикаго, мужской мозг мало чем отличается от женского. Соответственно, высказывания о том, что женщины глупее мужчин, неверны и не должны являться основой для суждения о потенциале профессиональных навыков женщины. Тем не менее они влияют на самооценку девушек. Самооценка — это оценка человеком себя, своих психологических и физических особенностей, своего поведения, отношений с людьми, достоинств и недостатков. С самооценкой тесно связаны уровень притязаний и ряд других психологических свойств человека, например, мотив достижения успехов или мотив избегания неудач, а также тревожность [5, с. 385]. Таким образом, самооценка девушек напрямую влияет на качество их жизни, психологическое состояние и уверенность в себе. Почему же уверенность так важна? Уверенность — психологическое состояние человека, характеризующееся верой в свои силы и возможности, а также ожиданием успеха в том, в чем человек уверен [5, с. 444]. Уверенность человека в своих силах с ранних лет помогает ему принимать важные решения, планировать свою жизнь и не бояться провалов и ошибок.

Факторы, влияющие на самооценку и уверенность:

Детский опыт и воспитание. Опыт ребёнка способствует образованию нейронных связей в головном мозге [4, с. 18]. Таким образом, если в жизни девочки постоянно повторяются определённые события, то это становится основой для её привычек в будущем. Помимо этого, на самооценку и ощущение себя в обществе влияет отношение родителей к девушке в подростковом возрасте. Особенно важно уважение личных границ и мнения ребёнка.

Гендерная социализация. Общество создало среду, в которой девушки чувствуют на себе давление окружающих людей. Зачастую женщины всех возрастов загнаны в рамки, которые требуют от них определенного поведения и внешнего вида. Такие общепринятые ограничения на женщин распространяются гораздо больше, чем на мужчин. Представительницы женского пола постоянно ощущают тревожность и страх быть осужденными обществом. Это существенно влияет на отличия в уровне самооценки среди мужчин и женщин. В Японии был проведён опрос среди молодых людей в возрасте 13–18 лет [2]. В вопросах затрагивали такие темы, как самооценка, самопрезентация и самовосприятие. Девочки оценивали себя ниже, чем мальчики, во всех категориях. Анализируя результаты опроса, можно сделать вывод, что самооценка у мальчиков выше, чем у девочек. Кроме того, девочки сомневаются не только в своих умственных навыках, но и в своём внешнем виде. С взрослением ситуация не меняется. Согласно испанскому исследованию, участие в котором приняли 360 мужчин и женщин трёх возрастных категорий, мужчины намного реже испытывают чувство вины, чем женщины [1]. Женская часть населения подвержена этому чувству даже в самых банальных бытовых ситуациях. Также им свойственно анализировать принятые решения и совершённые действия. В то время как мужчины делают это намного реже. Это исследование подчеркивает необходимость наличия в обществе социальных практик, направленных на избавление от перманентного чувства вины и тревожности среди женщин. Предвзятость к девушкам в обществе — проблема, которая способствует возникновению психических заболеваний и снижению уровня жизни.

Стандарты красоты. Стандарты красоты — это набор культурных норм, которые диктуют, что считается эстетически приятным и привлекательным. На протяжении долгого времени индустрия красоты транслирует в общество недостижимые стандарты красоты. Жертвами этих стандартов становятся молодые девушки, которые стараются всячески изменить свою внешность, чтобы стать похожими на образы, которые встречаются в журналах, фильмах, социальных сетях. Последствием этой системы становится большой процент девушек, страдающих расстройствами пищевого поведения. Расстройство пищевого поведения (РПП) — это психическое заболевание, негативно влияющее на физическое и психическое здоровье человека, которое характеризуется ненормальным потреблением пищи [6]. Согласно статистике Национальной ассоциации расстройств

пищевого поведения, 5,2% женщин страдают от нервной анорексии, нервной булимии или переедания [3].

Мнение окружающих. На то, как люди себя воспринимают, влияет мнение людей, которые их окружают. Для кого-то авторитетным мнением являются мысли незнакомцев. А для кого-то — мнение родных людей. Чаще всего от проблем с самооценкой и уверенностью страдают люди, которые росли в токсичной обстановке или находились в нездоровых отношениях. Если в окружении человека находятся люди с нарциссическим расстройством, то потеря веры в свои хорошие качества неизбежна.

Последствиями низкой самооценки и неуверенности у женщин становятся не только высокий уровень неудовлетворённости жизнью, но и риск вступить в нездоровые отношения. Неуверенным человеком легче манипулировать, навязывать идеологии, использовать в своих интересах. Помимо этого, люди с низкой самооценкой испытывают ощущение неловкости в обществе и проблемы с коммуникацией. Человек с низкой самооценкой не умеет отказывать, болезненно воспринимает критику (что впоследствии препятствует карьерному росту), редко оспаривает чужое мнение. В конечном итоге, испытывая постоянные неудобства в социальной жизни, женщины оказываются подвержены депрессии, тревожности, паническим атакам, психосоматическим заболеваниям, имеют склонность к суицидальным мыслям. Такой образ жизни существенно сказывается и на ситуации в семье, в том числе на материнстве. Неверные установки, которые навязываются девочкам с самого раннего возраста, мешают им жить счастливую, полноценную жизнь. Убеждение в том, что они ничего не могут только потому, что хуже мужчин, становится для них препятствием на пути к получению качественного образования, поиску престижной работы и даже получению водительских прав. Неуверенная женщина не только не может построить карьеру, но и быть счастливой матерью.

Как поддержать и укрепить самооценку женщинам в условиях современного мира? Самый эффективный способ — пойти на терапию к специалисту. Но не у всех есть такая возможность, а кто-то не может осмелиться на этот шаг. На данный момент существует множество методов для поднятия самооценки. Основная работа, которую необходимо проделать — работа над мышлением и восприятием ситуаций. По возможности необходимо избегать контакта с людьми, которые негативно влияют на ваше состояние, навязывают вам свои идеи и указывают на ваши недостатки.

Способы, которые могут помочь

Необходимо принять себя со всеми недостатками и достоинствами. Психологи рекомендуют всё прорабатывать на бумаге. Поэтому можно выписать все свои недостатки и принять их для себя. Также нужно выписать свои достоинства и вспомнить моменты, когда вы собой гордились. Если вдруг происходит ситуация, когда вы чувствуете себя неуверенно из-за отсутствия какого-то навыка или совершенной ошибки, то можно вспомнить свой «список недостатков и достоинств» и сказать самому себе о них, используя слово «зато». Например:

«Да, в этой ситуации проявилась моя слабая сторона, я это понимаю, это не делает меня неудачницей. **Зато** я сильна в другой сфере». Таким образом, девушки могут научиться уважать себя и свой характер, прощать себе ошибки и не заикливаться на негативных мыслях.

Хвалить себя. Многие психологи рекомендуют поработать со своим «внутренним ребенком» и тем самым исправить установок, которые были даны вам родителями. Суть способа заключается в том, чтобы представить перед собой юную версию себя и хвалить её так, как хвалят детей. Даже за мелочи. Этот способ помогает восполнить недостаток похвалы в детстве и научиться быть добрее к себе, замечать свои маленькие достижения и акцентировать на них внимание.

Ограничить потребляемый контент. Для адекватного восприятия себя и своей внешности нужно перестать сравнивать себя с нереалистичными стандартами красоты, которые можно увидеть в социальных сетях. Фотографии других девушек в социальных сетях проходят обработку и являются лишь образом. Часто просматривать социальные сети — это на первый взгляд безобидная привычка. Но таким образом у женщин создаётся впечатление, что существует множество более успешных, более счастливых и более красивых женщин. Сравнить себя с образами из интернета — путь к разрушению своей самооценки. Необязательно полностью отказываться от социальных сетей, но будет полезно отобрать для себя позитивный контент, направленный на поднятие мотивации, настроения и улучшения знаний.

Выработать свои собственные ценности. На самом деле, несмотря на многочисленные убеждения общества, женщина никому ничего не должна. Большинство убеждений и правил формируется как реакция на потребности, они не имеют ничего общего с правдой или реальностью. Они порождаются родительскими, культурными или социальными ожиданиями, а также вашими потребностями в том, чтобы быть любимыми, принадлежать, чувствовать себя в безопасности, считать себя хорошими. Так как процесс, порождающий «должен», не имеет ничего общего с правдой, его сила зависит от идеи правды [7, с. 112]. Если вы не согласитесь с общими идеями, которые мешают вам поверить в себя и определите свои собственные ценности, то сможете поверить в свои силы и возможности. Убеждение о том, что вы не можете стремиться к успешной карьере только потому, что вы девушка, перестанут быть для вас правдой и больше не будут вызывать сомнения в себе. При этом стоит помнить, что нездоровые ценности вгоняют нас в рамки, которые мешают нам жить свободно. Вы не во всех ситуациях сможете следовать даже своим ценностям, а нарушив нездоровые ценности, будете испытывать чувство вины. Поэтому необходимо различать здоровые ценности от нездоровых. Здоровые ценности — гибкие, они допускают исключения, когда этого требуют обстоятельства, а нездоровые правила — негибкие [7, с. 114].

Найдите единомышленников. Существует большое количество творческих кружков для женщин, разговорных клубов по интересам, интерактивов. Посещая такие мероприятия, у вас появится возможность находиться в благоприятной обстановке с другими женщинами. Вы сможете понять, что во

многим не одиноки и другие проживают похожие проблемы. Принимая другого человека, вы научитесь принимать себя.

Помните: любая работа над мышлением и восприятием дается нелегко. Главная задача любого человека — осознать для

себя свою ценность и научиться уважать себя и окружающих. Каждой девушке подойдет свой собственный способ поднятия самооценки, но основной ключ к гармонии с собой — желание расти и развиваться.

Литература:

1. Brian, Alexander Women guilty of feeling too guilty, study shows / Alexander Brian. — Текст: электронный // NBC news: [сайт]. — URL: <https://www.nbcnews.com/id/wbna35788411> (дата обращения: 08.01.2024).
2. Children's Perceived Competence Scale: reevaluation in a population of Japanese elementary and junior high school students. — Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://capmh.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13034-018-0241-4> (дата обращения: 08.01.2024).
3. Statistic. — Текст: электронный // National Eating Disorders Association: [сайт]. — URL: <https://www.nationaleatingdisorders.org/statistics/> (дата обращения: 08.01.2024).
4. «Самооценка у детей и подростков: Книга для родителей / Гюру Эйстад»: Альпина; И. Г. «Весь», 2016; Паблицер; Москва; 2014
5. Психологический словарь / Р. С. Немов. — М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. — 560 с.
6. Рахманов, В. А. Расстройство пищевого поведения (РПП) — симптомы и лечение / В. А. Рахманов. — Текст: электронный // проболезни: [сайт]. — URL: <https://probolozny.ru/rastroystvo-pishevogo-povedeniya/> (дата обращения: 08.01.2024).
7. Самооценка. Проверенная программа когнитивных техник для улучшения и поддержки вашего самоуважения / П. Фаннинг.

Психическое здоровье и психологическое благополучие на почтовых марках

Громов Юрий Владимирович, старший преподаватель;

Дюдьбина Яна Алексеевна, студент

Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (г. Санкт-Петербург)

В статье рассмотрена проблема психического здоровья и психологического благополучия, которая находит свое отражение на почтовых марках. Психическое здоровье и психологическое благополучие человека — это мировая проблема, которая в разных странах решается по-разному. Одним из способов привлечения внимания к этой проблеме является изучение выпусков почтовых марок, посвященных психическому здоровью.

Ключевые слова: почтовая марка, психическое здоровье и психологическое благополучие, всемирный день психического здоровья, основы безопасности жизнедеятельности.

Mental health and psychological well-being on postage stamps

Gromov Yuri Vladimirovich, senior teacher;

Dyudbina Yana Alekseevna, student

The Russian State Pedagogical University named after AI Herzen (St. Petersburg)

The article examines the problem of mental health and psychological well-being, which is reflected on postage stamps. Mental health and psychological well-being of a person is a global problem that is solved differently in different countries. One way to draw attention to this problem is to study postage stamp issues dedicated to mental health.

Keywords: postage stamp, mental health and psychological well-being, world mental health day, basics of life safety.

Введение

Психическое здоровье — актуальная тема филателии, которая нашла свое отражение в выпусках почтовых марок различных стран. Сегодня почтовые марки сегодня все чаще используются при проведении исследований на разных уровнях образования [1].

В учебнике «Основы безопасности жизнедеятельности. 8–9 классы» в модуле № 6 «Здоровье и как его сохранить. Основы медицинских знаний», в Теме 4 «Психическое здоровье и психическое благополучие» приводится следующее определение, которое дает Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ): «Психическое здоровье — это состояние благополучия, которое позволяет человеку реализовать свои способности, противо-

стоять стрессу, плодотворно работать, вносить вклад в сообщество» [3, с. 28]. Психологическое благополучие — это состояние гармонии или сбалансированности внутреннего человека. Это понятие отражает то, как человек воспринимает и оценивает себя в жизни, степень своей реализации и раскрытия своих возможностей [3, с. 28].



Рис. 1. Якоб Шредер ван дер Кольк (1797–1862)



Рис. 2. Иоганн Вейер (1515–1588)

Конгрессы и юбилеи Всемирной федерации охраны психического здоровья тоже находят свое отражение на почтовых марках, так например в 1973 году в Иране выпущена почтовая марка, посвященная 25-летию Всемирной федерации психического здоровья [6, с. 189]. В 1993 году была выпущена марка посвященная Конгрессу Всемирной федерации охраны психического здоровья, в городе Тиба (Япония) [5, с. 271].

Цель исследования. Рассмотреть возможность использования почтовых марок как дидактического средства на занятиях по основам безопасности жизнедеятельности в школе.

Задачи исследования

В качестве примера рассмотреть почтовые марки Канады, Испании, а также выпуски почтовых марок ООН, посвященные психическому здоровью, на примере выпуска почтовых администраций ООН в Нью-Йорке, Женеве, Вене в 2023 году.

Методы и материалы

Для справки, в нашей работе используются марки из коллекции автора статьи Ю. В. Громова, а также информация филателистических каталогов, публикации по данной теме, учебник по основам безопасности жизнедеятельности.



Рис. 3. Канада (2008)



Рис. 4. Канада (2009)



Рис. 5. Канада (2010)

Одни из первых марок, посвященных году психического здоровья, были выпущены в Нидерландах в 1960 году. На рисунке 1 изображен Якоб Шредер ван дер Кольк (1797–1862) голландский психиатр, анатом и физиолог. На рисунке 2 изображен Иоганн Вейер (1515–1588) голландский и немецкий врач [4, с. 1171].

Анализ

В качестве примера приведем выпуски почтовых марок Канады в 2008–2011 годах. Президент и генеральный директор почты Канады Мойя Грин в 2008 году заявляла: «Психические заболевания — это проблема, которая актуальна для каждого человека в каждом сообществе по всей нашей стране. Выпуск почтовой марки является ключевой частью наших усилий по повышению осведомленностью о масштабах проблемы и является фундаментальным шагом по пути к обеспечению пострадавших ресурсами, необходимыми для выздоровления» [10]. В рисунках 3, 4, 5, 6 представлены почтовые марки Канады, посвященные проблеме ментального здоровья.

Почта Канады выбрала психическое здоровье в качестве основного направления и учредила Почтовый фонд Канады по психическому здоровью. «Целью фонда является сбор средств для снижения стигмы, связанной с психическими заболеваниями, чтобы пострадавшие чувствовали себя более способными обсуждать свои проблемы и искать решения» [10]. Дополнительная цена за эти марки, в данном случае 10 центов, используется Фондом для финансирования исследований в области психического здоровья и поддержки пациентов [10].



Рис. 6. Канада. Почтовый блок. 2011

10 октября 2023 года почта Испании выпустила почтовую марку, посвященную психическому здоровью. Цель выпуска «повысить осведомленность о положении людей, страдающих психическими расстройствами, и их семей, а также публичная защита их прав» [9]. Поддержание психического здоровья имеет большое значение на всех этапах жизни: от детства и подросткового возраста до взрослой жизни и старости. В ознаменование этого дня Почта Испании выпустила марку с номером 024. В Испании Министерство здравоохранения продвигает линию 024. Эта телефонная линия помощи для людей, подверженных риску суицидального поведения, и их близких. Сервис предлагает эмоциональную поддержку и активное слушание со стороны специалистов 024, рекомендации по обращению в медицинские учреждения или направление на номер экстренной помощи 112 в критических ситуациях» [9]. На рисунке 7 изображена почтовая марка Испании.



Рис. 7. Испания (2023)

Организация Объединенных Наций ежегодно 10 октября отмечает Всемирный день психического здоровья, чтобы повысить осведомленность о важности психического здоровья и поддержать людей, живущих с психическими расстройствами. ООН определило тему 2023 года — Психическое здоровье всеобщее право человека» [8]. В честь этого события почтовыми администрациями Нью-Йорка, Женевы и Вены были выпущены почтовые марки. На рисунках 8,9,10 изображены почтовые марки ООН.

В Таблице 1 представлены почтовые марки, которые мы использовали в нашем исследовании.

Н.Г. Иванова и В.Н. Хребтищев в своей статье «Мировоззренческая концепция безопасности уровня жизни и ее влияния на ментальное и физическое здоровье молодого поколения» рассмотрели значимость здоровья и провели подробный разбор воздействия различных факторов на организм человека [2, с. 88]. Это такие факторы, как занятие физической культурой и спортом, правильное и сбалансированное питание, здоровый сон и отказ от привычек, пагубно воздействующих на состояние физического и морального здоровья.

В учебнике «Основы безопасности жизнедеятельности 8–9 классы» в модуле № 6 «Здоровье как его сохранить. Основы медицинских знаний» Психическое здоровье и психическое благополучие», в теме 4 «Психическое здоровье и психическое благополучие», подробно рассматриваются методы профилактики стресса, способы самоконтроля и саморегуляции эмоциональных состояний [3, с. 28]. В мире существует немало почтовых марок по теме основы здорового образа жизни.

Выводы: Проведя исследования, мы пришли к выводу, что серии почтовых марок, посвященные психическому здоровью,



Рис. 8



Рис. 9

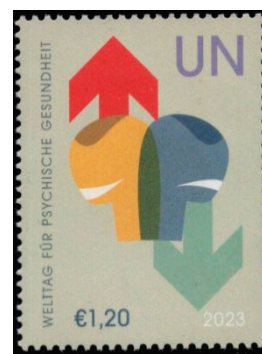


Рис. 10

Таблица 1. Почтовые марки блоки по теме психическое здоровье и психологическое благополучие

№	Страна, год	№ по каталогу MICHEL	Содержание
1	Нидерланды, 1960	751 [4, с.1171]	Год психического здоровья. Якоб Шредер ван дер Кольк (1797–1862)
2	Нидерланды, 1960	751 [4, с.1171]	Год психического здоровья. Иоганн Вейер (1515–1588)
3	Иран, 1973	1652 [6, с.189]	25-лет Всемирной федерации психического здоровья
4	Япония 1991	2174 [5, с.271]	Конгресс Всемирной федерации охраны психического здоровья, в городе Тиба
5	Канада, 2008	2501 [7, с.167]	Психическое здоровье
6	Канада, 2009	2575 [7, с.171]	Психическое здоровье
7	Канада, 2010	2662 [7, с.176]	Психическое здоровье
8	Канада, 2011	2764, блок148 [7, с.181]	Психическое здоровье
9	Испания, 2023	[9]	Всемирный день психического здоровья
10	ООН (Нью-Йорк), 2023	[8]	Всемирный день психического здоровья
11	ООН (Женева), 2023	[8]	Всемирный день психического здоровья
12	ООН (Вена), 2023	[8]	Всемирный день психического здоровья

здоровому образу жизни целесообразно использовать в качестве дидактического средства на занятиях в 8 классе при из-

учении темы психическое здоровье и психическое благополучие.

Литература:

- Громов Ю.В. Использование филателии в диссертационных исследованиях за рубежом // Научное мнение.— 2021.— № 11.— С. 130–135.
- Иванова Н. Г. Хребтищев В. Н. Мировоззренческая концепция безопасности уровня жизни и ее влияния на ментальное и физическое здоровье молодого поколения // Балтийский гуманитарный журнал.— 2020.—Т.9.— № 3(32). С. 88–90.
- Основы безопасности жизнедеятельности. 8–9 классы: учебник: в 2 частях / Т. В. Куличенко, Г. П. Костюк, Л. И. Дежурный; под науч. ред. Ю. С. Шойгу. Часть 2. М.: Просвещение, 2022. 223 с.
- MICHEL. Westeuropa 2014/2015. 99 auflage. Schwaneberger Verlag GMBN. 1342 s.
- MICHEL. Japan, Korea, Mongolei, GUS in Asien 2014. 40 auflage. Schwaneberger Verlag GMBN1246 s.
- MICHEL. Naher Osten 2013. Ubersee-Katalog Band 10. Schwaneberger Verlag GMBN. 1468 s.
- MICHEL. Ubersee 2023 Band 1.1. Nordamerika. Schwaneberger Verlag GMBN. 768 s.
- Сайт Почтовой администрация ООН: URL: <https://unstamps.org/shop/world-mental-health-day/> (дата обращения 15.12.2023).
- Официальный сайт: рынок почтовой службы Испании. Марка Всемирного дня психического здоровья URL: <https://www.market.correos.es/product/sello-salud-mental-024-tarifa-a> (дата обращения 15.12.2023).
- Официальный сайт Почты Канады. Истории канадских марок/ 2008.10.06. Психическое здоровье/ URL: <https://ux.canadapost-postescanada.ca/cpc/en/personal/collectibles/stamp-stories/2008-10-06-mental-health> (дата обращения 13.12.2023)

Теоретический анализ переживания кризиса предпенсионного возраста сотрудниками правоохранительных органов

Кудобаева Аяна Калымбековна, студент магистратуры
Московский институт психоанализа

В статье автор исследует переживание кризиса предпенсионного возраста сотрудниками правоохранительных органов.

Ключевые слова: переживание, кризис, предпенсионный возраст, сотрудники правоохранительных органов, правоохранительная система, правоохранительные органы.

В статье раскрывается теоретический анализ переживания кризиса предпенсионного возраста сотрудниками правоохранительных органов, особенности протекания данного кризиса, профессиональных детерминант правоохранительной системы, влияющих на переживание кризиса предпенсионного возраста сотрудниками.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, при достаточно широком научном исследовании и рассмотрении целым рядом ученых феномена кризиса утраты профессии, закономерности его преодоления практически не обсуждаются. В этой связи, особое значение приобретают вопросы изучения переживания кризиса предпенсионного возраста более молодым поколением, в частности предлагается рассмотреть сотрудников правоохранительных органов, обладающих правом выхода на пенсию, в среднем, уже после 40 лет. Однако, данная проблематика на современном этапе недостаточно исследована.

Вместе с тем, необходимость ее изучения наш взгляд действительно существует, поскольку в силу специфики профессии, связанной с прохождением службы в соответствующих органах, процесс переживания предпенсионного кризиса сотрудниками правоохранительных органов, в силу существующих профессиональных деструкций, отличается от переживания аналогичного кризиса работниками иных сфер деятельности, в меньшей степени подверженных в своей профессиональной деятельности различным стрессам, директивным установкам и ограничениям [15].

Проблема исследования заключается в том, что действующие нормы законодательства в Казахстане и Российской Федерации предъявляют достаточно строгие требования, связанные, как с моральным и психологическим обликом сотрудников правоохранительных органов, так и с ограничениями (запретами), связанными с пребыванием на позициях в правоохранительной службе [4].

В то же время важен и другой факт: профессиональная деятельность служащих правоохранительных органов наделяет их полномочиями, а также предоставляет ряд социальных гарантий, дающих им ощущение стабильности, защищенности как социального слоя граждан и уверенности в завтрашнем дне. Эти чувства стабильности и уверенности дают постоянство места работы, стабильность заработной платы, получение полезных профессиональных и социальных связей, гарантированная помощь от государства при выходе на пенсию (в виде пенсионного содержания) и других мерах социальной поддержки (обслуживание в специализированных медицинских организациях, еже-

годные поздравления, в том числе в виде материальной и другой помощи к профессиональным праздникам).

Однако, каждый сотрудник правоохранительных органов, особенно, после 40 лет, начинает задумываться о перспективах дальнейшей жизни вне стен привычной для него организации. В данный возрастной период становятся очевидными и «обостряются» профессиональные деструкции. Многие сотрудники фактически начинают переживать предпенсионный кризис, связанный, как с осознанием предстоящей потери привычной работы и заработка, лишения «бонусов» в виде властных полномочий, так и с боязнью самореализации после выхода на пенсию, поскольку, кроме службы закону, они, по их мнению, ничего другого не умеют — то есть начинают переживать трудности в выборе дальнейших смысло-жизненных ориентаций.

Объектом исследования является феномен кризиса предпенсионного возраста личности.

Предметом исследования мы выделили особенности переживания кризиса предпенсионного возраста сотрудниками правоохранительных органов.

Гипотеза: предполагается, что:

- сотрудники правоохранительных органов имеют специфические особенности переживания кризиса предпенсионного возраста по сравнению с людьми иных профессиональных сфер;
- направленное психологическое сопровождение сотрудников правоохранительных органов, проживающих кризис предпенсионного возраста, с применением коучинговых технологий, обеспечивает благоприятное проживание данного кризиса.

Научная и практическая значимость исследуемой проблемы связана с необходимостью определения детерминант правоохранительной системы, влияющих на процесс переживания кризиса предпенсионного возраста сотрудниками, выработки мер, направленных на успешное преодоление данного кризиса, которые позволят обеспечить самореализацию сотрудников после завершения службы в правоохранительных органах.

Возрастные кризисы свойственны для любого человека. В научной среде понятие «возрастной кризис» обычно характеризуют как особый, а также относительно недолгий по времени период человеческой жизни, когда человек сталкивается с происходящими в структуре его личности психическими изменениями [1]. С точки зрения Г.С. Абрамовой, возрастной кризис — это особенный характер протекания психической деятельности личности, который характерен определенным типом поведенческих реакций и связан с возрастом, также он проявляется у большинства людей в какой-то промежуток времени и с разной интенсивностью [1].

Важнейшей особенностью любого кризиса является то, что нет точных дат его наступления: в каждом конкретном случае он проявляется индивидуально.

В настоящее время в психологии существует два основных класса (вида) возрастных кризисов [5]:

1. Возрастные кризисы, которые появляются после или в ходе трудностей жизни, характерные только для конкретных возрастов (например, кризис семи лет связан с готовностью человека к обучению в школе, или же кризис старости (позднего возраста) — связан с выходом на пенсию);

2. Возрастные кризисы, которые связаны с некоторыми общими стрессогенными закономерностями развития, проявляющиеся на каждом возрастном этапе.

Предпенсионный период — это время жизни человека, когда он достиг максимального пика карьеры и уже готовится к отходу от основной профессиональной деятельности к более упрощенному времяпрепровождению, не связанному с работой и профессиональной самореализацией [5]. Этот период начинается в общепринятой практике около 55–60 лет жизни, в зависимости от территории проживания, профессиональной специализации. Это тот самый период, когда человек на психологическом уровне понимает необходимость более размеренного труда, желает принять достигнутые в жизни результаты, часто готов подвести часть полученных достижений в жизни. Предпенсионный период — это также тот период, когда на физиологическом уровне человек уже ощущает значимые изменения в энергичности, в желании развиваться профессионально, ему становится сложнее учиться, воспринимать новые формы работы [6]. Но в этот период человек еще осуществляет свою трудовую деятельность и готовится к плавному выходу на пенсию.

Особый интерес в рамках настоящего исследования вызывает вопрос выхода на пенсию сотрудников правоохранительных органов, которые после 20 лет службы, в возрасте 40–45 лет уже обладают таким правом.

С одной стороны, период от 35 до 50 лет для взрослого человека является периодом роста и развития; человек еще вполне имеет хорошие возможности переориентироваться по профессии, обучиться новой профессии и достичь дополнительно других результатов. Но, с другой стороны, парадокс заключается в том, что не каждый сотрудник правоохранительного органа психологически к этому готов. Поэтому многие из них переживают кризис предпенсионного и пенсионного возраста намного раньше, чем представители других профессий. В силу специфики их трудовой деятельности после выхода на пенсию им становится сложнее быстро переориентироваться к требованиям гражданской сферы деятельности. Прежние дисциплина, жесткие требования, четкость и иногда неопределенность в разрешении рабочих задач может ставить их в психологический тупик, который создает предпосылку к переживанию негативных эмоций.

Исследуя особенности переживания кризиса предпенсионного возраста сотрудниками правоохранительных органов следует выделить профессиональные детерминанты правоохранительной системы, влияющие на переживание данного кризиса.

Под правоохранительной системой принято понимать целостную совокупность государственно-правовых средств, ме-

тодов и гарантий, обеспечивающих защищенность человека от противоправных действий. Это более содержательное понятие, нежели правоохранительные органы и правоохранительная деятельность по отдельности.

В общем понимании правоохранительные органы или органы правопорядка представляют собой обособленную группу государственных органов, осуществляющую деятельность по защите прав и свобод человека и гражданина, охране общественного порядка, правопорядка и законности в обществе и государстве.

Поэтому неудивительно, что работа внутри четко очерчиваемой деятельности сотрудника службы создает предпосылку для профессионального выгорания или деформации работников данной сферы.

Правоохранительная система является специфической сферой труда, которая требует от своих работников специальной, профессиональной подготовки, предъявляет жесткие требования по дисциплине, самоотдаче профессии, уровню стрессоустойчивости.

В то же время, трудовая деятельность в этой сфере обладает специфическим укладом, необходимостью выполнения непосредственных приказов начальства и командиров, сложностью, повышенными нагрузками (иногда даже опасными для здоровья человека), высокой динамичностью, повышенным уровнем риска. Немаловажное значение при этом приобретают и морально-этические качества сотрудника в правоохранительных органах [9].

Из-за вверенного функционала за годы службы в правоохранительных органах у человека складываются определенные особенности в поведенческих реакциях: спокойность реакций на форс-мажорные обстоятельства, эмоциональная выключенность, сильные аналитические способности и развитое логическое мышление, приверженность к дисциплине и порядку, строгость в общении, местами может встречаться отстраненность. Профессиональная деятельность сотрудников правоохранительных органов предполагает эксплуатацию вооружения, средств защиты, умения применять различную военную технику, выполнять различные боевые задачи, управлять людьми в разных ситуациях, реактивно и без излишних эмоций реагировать на непредвиденные ситуации [4].

Перечисленные выше виды деятельности сотрудника правоохранительных органов взаимосвязаны и обусловлены самой работой.

Это формирует и внутри самих сотрудников основную ценностную ориентацию — защиту прав и свобод людей в государстве.

В процессе реализации профессиональной деятельности у сотрудников правоохранительных органов происходит формирование личностных качеств, основанных прежде всего на чувстве долга и патриотизма. Личностные качества ориентируются на ряд специальных знаний и навыков в профессии. В их число по мнению Г. А. Федоровых в число знаний и умений в профессии входят следующие аспекты [8]:

1) организационно-управленческую деятельность, представляющую целенаправленное и активное взаимодействие субъекта управления и трудового коллектива (личности служащего в правоохранительной системе) с целью выполнения поставленных задач;

2) военно-техническую деятельность, предполагающую умение военного специалиста грамотно эксплуатировать вооружение и военную технику, технику для осуществления своей работы, поддерживать ее в исправном состоянии;

3) коммуникативную деятельность, подразумевающую умение специалиста правоохранительных органов строить взаимоотношения с людьми;

4) военно-педагогическую, психолого-просветительскую деятельность, включающие проведение различных форм взаимодействия с подчиненными, проведение военно-политической работы, самосовершенствование, взаимодействие с гражданскими лицами по различным проблемным вопросам.

В связи с вышесказанным следует отметить важное резюме: трудовая деятельность сотрудников правоохранительных органов включает в себя большой круг достаточно разноплановых служебных обязанностей, имеющих общую цель — подготовку правовой, при необходимости вооруженной, защите граждан, общества и государства в целом. Все это накладывает высокий уровень ответственности на сотрудника, вырабатывая в нем это чувство особенно остро на весь период несения им служебных обязанностей. Более того, за длительный срок службы в органах у человека данное чувство закрепляется настолько сильно, что после прекращения трудовой деятельности в правоохранительных органах и при переходе в другую сферу деятельности, чувство ответственности сохраняется и транслируется также, как и на прежней позиции.

Как уже обозначалось ранее, нередко у специалистов из правоохранительных органов период ухода со службы происходит в зрелом, а не в пожилом возрасте. В этом периоде они еще имеют достаточный потенциал для осуществления трудовой деятельности, но им требуется дополнительное время для адаптации в случае, если они покидают службу и уходят в другую сферу.

Это как раз тот фактор, который воздействует на характер протекания у сотрудника правоохранительных органов процесса новой социализации и вхождения в новые сферы труда. В связи с вышеуказанным предпенсионный период (период перед увольнением с работы) у сотрудников правоохранительных органов отличается тем, что в их сознании происходит анализ того, чем они смогут заниматься после службы, может осуществляться активный поиск себя.

Переживая процессы застревания на определенных аспектах собственной профессиональной самореализации, а также из-за привычки действовать по определенному регламенту, в предпенсионный возраст сотрудники правоохранительных органов начинают проводить серьезный и даже болезненный анализ того, как складывается трудовая деятельность и личностное развитие других своих знакомых, не связанных с их формой работы. В случае, когда карьера в правоохранительных органах у специалиста складывается не очень удачно, может появиться чувство сожаления об упущенном времени, возможностях, так как часть ровесников, не работающих в правоохранительных органах, может иметь совершенно другие (более успешные) результаты самореализации.

Также немаловажное значение в предпенсионном периоде для сотрудников правоохранительных органов имеет чувство повышенной ответственности за свое будущее и будущее

своего ближайшего окружения после ухода с места работы. Из-за того, что в предпенсионном возрасте у сотрудника может проявиться чувство тревожности. Тревожность эта вполне обусловлена, так как в период службы у него имеется стабильность заработка, уверенность в завтрашнем дне до периода ухода на пенсию, различные предпочтения со стороны государства и значимая социальная поддержка. Сотрудник понимает, что ждет его на рабочем месте, может примерно планировать свои шаги и действия. Но период предпенсионного возраста уже не так стабилен, так как человек понимает, что карьерный рост в сфере останавливается, условная стабильность тоже может завершиться, если не продолжить службу. К выходу на рынок труда специалист с военным и социально-значимым профилем знаний психологически часто не готов, так как у него отсутствует четкое понимание, какие знания, умения и навыки от него потребует новая сфера деятельности.

Важно также отметить, что длительная служба в правоохранительных органах отображается на личностных характеристиках человека, создает профессиональную деформацию. В этой связи необходимо схематично обозначить особенности правоохранительной системы, влияющих на переживание кризиса у сотрудника (Рис. 1.).

По мнению Е. Г. Капустиной, существует несколько закономерностей закрепления социально-психологической ответственности сотрудников правоохранительных органов, что влияет на прохождение ими предпенсионного кризиса. Первая закономерность состоит в том, что формирование специфичной личностной организации обусловлено требованиями государства и общества к подготовке высокопрофессиональных военных специалистов, готовых к реализации ответственного поведения в динамичных условиях военной профессии, в ситуациях, связанных с риском и неопределенностью. Это предполагает не только овладение профессиональными приемами и методами для достижения прогнозируемого результата в процессе военной службы, но и осознание военным специалистом сильных и слабых сторон своей личности как субъекта социально-профессиональной ответственности, выработку умений принимать оптимальные решения и действовать с учетом разумного риска, эффективно взаимодействовать с различными категориями военнослужащих и гражданского персонала, готовность отвечать за результаты деятельности своей и своих подчиненных [10].

Вторая закономерность связана с ценностным отношением к профессиональным и социальным результатам воинского, социально-значимого труда, служения гражданам своей страны, самому себе как профессиональному защитнику Отечества, чья деятельность связана с вооруженной защитой государства, эксплуатацией сложного и опасного вооружения и военной техники, высоким напряжением физических и психических сил [10].

Третья закономерность выражается в последовательном формировании социально-психологической ответственности: от освоения опыта ответственного поведения в социальном и профессиональном контексте к проявлению социально-профессиональной ответственности по образцу других субъектов



Рис. 1. Детерминанты личностных характеристик сотрудника правоохранительной системы в предпенсионном возрасте

военно-профессиональной деятельности, затем к обогащению собственного опыта проявления социально-профессиональной ответственности в ситуациях риска и неопределенности. Этот процесс связан с иерархическим переходом от наличествующего уже уровня социально-профессиональной ответственности к потенциально возможному, как постепенное продвижение проявлений ответственности с внешнего уровня на внутренний: обретение смысла и понимания значимости социально-психологической ответственности; уяснение и осознанное усвоение ее содержания; создание своих ценностных смыслов, которые определяют личное отношение к военной профессии [10].

Таким образом, в результате анализа основных особенностей профессиональных детерминант сотрудников правоохранительных органов следует сделать главный вывод: в предпенсионном возрасте многие сотрудники правоохранительных органов сталкиваются с проблемой дальнейшего выбора стратегии собственного развития. Для тех сотрудников, которые долгие годы служили в профессии, переход в новые сферы означает переживание сильного стресса, застревания на проблеме собственных нереализованных потенциалов, которые человек мог бы реализовать более эффективно и успешно в другой сфере деятельности. Самым главным моментом в этот период службы является желание понять, как быть дальше после окончания службы, как найти себя в гражданской сфере деятельности. Поиск на данные вопросы зачастую занимает значительное время в период предпенсионной жизни сотрудника исследуемой сферы.

Выводы по теоретическому исследованию

В итоге теоретического анализа предпенсионного и пенсионного возраста сотрудников правоохранительных органов следует сделать важные выводы:

1. Возрастной кризис представляет собой специфический характер протекания психической деятельности личности, который отличается определенным типом поведенческих реакций и связан с определенным периодом жизни. Исследование особенностей предпенсионного кризиса указывает, что данное время жизни человека характеризуется тем, что он достиг максимального пика карьеры и уже готовится к отходу от основной профессиональной деятельности к более упрощенному времяпрепровождению, не связанному с работой и профессиональной самореализацией. В то время как пенсионный возраст — период жизни человека, который официально на уровне государства воспринимается временем, когда человек уже находится на заслуженном отпуске от общественно-полезного труда. Данный возраст связан с переживанием человеком пенсионного кризиса, или кризиса пожилого возраста, которому характерны психологические переживания в связи с наступлением переломного момента, резкого поворота в жизни, ведущих к улучшению или ухудшению жизни. Данный кризис включает в себя время адаптации пожилого человека к новым обстоятельствам, к своему возрасту и изменившимся жизненным условиям, в силу покидания человеком своей основной профессиональной деятельности, выполняемой большое количество лет.

2. Изучение специфики профессиональной деятельности сотрудников правоохранительных органов дает понять, что они как специалисты уходят со службы на пенсию раньше общепринятого срока. Поэтому и кризис пенсионного возраста им характерен в более ранний период жизни: примерно от 40 до 50 лет. Но этот кризис не совпадает именно с кризисом пожилого возраста. Это тот самый период, когда прежде служивший на военной службе человек должен принять для себя решение переориентироваться на новые требования общества к нему, адаптироваться к требованиям незнакомым для него сфер труда.

3. Особенности профессиональных детерминант в предпенсионном возрасте у сотрудников правоохранительных органов указывают на то, что они сталкиваются с проблемой дальнейшего выбора стратегии собственного развития. Осуществление ответственной деятельности по защите и безопас-

ности государства и граждан накладывает свои профессиональные деформации на данную категорию работников. Для тех сотрудников, которые долгие годы служили в правоохранительной профессии, переход в новые сферы труда означает переживание сильного стресса, застревания на проблеме собственных нереализованных потенциалов и упущенных возможностей, которые человек мог бы реализовать более эффективно и успешно в другой сфере деятельности. Все это наиболее остро проявляется в предпенсионном возрасте, когда происходит реальный анализ достигнутых в работе результатов. Самым главным моментом в этот период службы является желание понять, как быть дальше после окончания службы, как найти себя в гражданской сфере деятельности. Поиск на данные вопросы зачастую занимает значительное время в период предпенсионной жизни сотрудника правоохранительных органов.

Литература:

1. Абрамова, Г. С. Возрастная психология: Учеб. Пособие для ВУЗов / Г. С. Абрамова. — 6-е изд. — М.: Академический Проект; М.: Альма Матер, 2016. — 701 с.
2. Березина, Т. Н. Пенсионный стресс — как психофизиологический феномен / Т. Н. Березина // Психология и Психотехника. — 2019. — № 4. — С. 15–27.
3. Березина, Т. Н. Влияние пенсионного стресса на биопсихологический возраст в России и в Республике Казахстан: кросс-культурное исследование / Т. Н. Березина, С. А. Стельмах, Е. В. Дергачева // Психолог. — 2019. — № 5. — С. 11–26.
4. Изменение психического состояния у представителей профессий особого риска на предпенсионном этапе жизненного пути. — Психология обучения. — № 1. — 2019.
5. Сельченко, К. В. Психология возрастных кризисов. — М.: «Харвест», 2016. — 220 с.
6. Скрыль, В. Н. К исследованию психологических проявлений предпенсионного кризиса развития / В. Н. Скрыль // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2007. — Сер. 6. — Вып. 2 — Ч. 1.
7. Фахрутдинова, Л. Р. Психология переживания человека. / Л. Р. Фахрутдинова. — Казань: Изд-во Казанского государственного университета, 2008. — 676 с.
8. Федоровых, Г. А. Психологические особенности личности сотрудников МВД, уволившихся со службы по выслуге лет / Г. А. Федоровых, К. Р. Аниканова. — Психология и педагогика: Методика и проблемы. — 2014. — С. 36–40.
9. Жданович, А. В. Деформация профессионального правосознания сотрудников органов внутренних дел / А. В. Жданович. — URL: Ссылка: <https://elarbrary.ru/>. Проверено 20.02.2024.
10. Капустина, Е. Г. Ценностные ориентации и профессионализм сотрудников органов внутренних дел региона / Е. Г. Капустина. — URL: Ссылка: <https://sciup.org/cennostnye-orientacii-i-professionalizm-sotrudnikov-organov-vnutrennih-del-14722326?ysclid=1-sudq53ll9458116121>. Проверено 20.02.2024.

Особенности удовлетворенности жизнью в молодом и зрелом возрасте

Николаев Александр Александрович, студент
Тольяттинский государственный университет (Самарская обл.)

Удовлетворенность жизнью, психическое благополучие — это одна из самых важных ценностей современного мира, которая является важной целью государственной политики и стремлением каждого человека. Удовлетворенность является важным фактором, определяющим поведение человека и его деятельность. Известно, что такие переживания играют важную роль в формировании общественного сознания и групповых ожиданий, а также отношений между людьми.

Удовлетворенность жизнью — это комплексный показатель, включающий в себя множество компонентов. В условиях нестабильной социально-экономической ситуации в стране изучение проблемы комфортного проживания становится все более важным.

Положительное или отрицательное отношение к жизни зависит от многих факторов, в частности, от того, где проживает человек, каковы его социальные условия, место проживания и другое. В том числе это может быть среда обитания, климатические условия, а также социальные условия, социально-куль-

турные аспекты. Сочетание жизненно-стратегических стратегий создает определенную среду, в которой могут возникать различные ситуации.

Цель исследования — изучение особенностей удовлетворенности жизнью в молодом и зрелом возрасте.

Объект исследования — психологические особенности удовлетворенности жизнью в молодом и зрелом возрасте.

Предмет исследования — удовлетворенность жизнью личности в молодом и зрелом возрасте.

Задача исследования — проанализировать научную психологическую литературу по проблеме психологических особенностей удовлетворенности жизнью в молодом и зрелом возрасте.

Ощущения комфорта и дискомфорта возникают в результате того, что человек на своем жизненном пути нашел или потерял нечто такое, что удовлетворяет его потребности, создает чувство удовлетворения и гармонии с окружающим миром.

Недовольство жизнью влияет на многие поступки и поведение человека, в том числе экономические, социальные.

Научная психология не может дать точного определения термину «удовлетворенность жизнью», поскольку это понятие широкое.

В работах зарубежных ученых удовлетворенность своей жизнью рассматривается через призму здоровья, лечения и других аспектов жизни. Кроме того, изучаются вопросы структуры и структуры субъективного счастья, а также особенностей его переживаемого состояния. Психология в России впервые обратилась к этой проблеме только несколько лет назад [7, с. 469].

Большой психологический словарь определяет удовлетворенность как субъективную оценку того или иного объекта, условий жизнедеятельности и отношений с другими людьми, а также отношение к себе самому. В социологическом словаре удовлетворенность описывается как «сбалансированность требований, предъявляемых работником к труду, условиям труда, субъективной оценке возможностей их реализации».

Одна из проблем, связанных с изучением удовлетворенности, заключается в том, что различные авторы используют разные термины. В научно-популярной литературе часто встречаются такие понятия, как счастье, удовлетворенность, эмоциональная комфортность [3, с. 42].

Понятие удовлетворенность жизнью широко применяется в обществе, как характеристика качества условий жизни и удовлетворения потребностей человека. При этом качество жизни человека можно определить как степень его комфортности в собственном внутреннем мире и в своей социальной среде.

Критерий качества жизни используется для оценки качества жизни населения, а также при разработке социальных и медицинских программ. Качество жизни человека — это субъективное понятие, которое включает в себя множество сфер жизнедеятельности человека, удовлетворенность которыми свидетельствует о положительном или отрицательном отношении к своей жизни и отрицательный взгляд на свою жизнь.

Одной из важных составляющих категории удовлетворенности жизнью является субъективное отношение человека к своему существованию. Для экономистов, как и для предста-

вителей других экономических наук, объективным показателем качества жизни является уровень экономической обеспеченности, а также степень удовлетворения потребительских потребностей человека.

Таким образом, удовлетворенность жизнью во многом зависит от того, насколько удовлетворены свои потребности, требования к жизни и ожидания от жизни. Индивидуальная потребность должна быть удовлетворена собственными потребностями и потребностями общества. Она должна поддерживать баланс между своими внутренними потребностями и потребностями общества. Внутреннее равновесие личности, является субъективным благосостоянием [2, с. 119].

Появилось положение о том, что удовлетворенность жизнью определяется отношением человека к жизни, его самооценкой и межличностными отношениями.

Удовлетворенность жизнью рассматривается через призму эмоциональных оценок. Оно зависит от отношения личности к своему социальному пространству, к социальным группам.

Эмоциональное отношение к жизни в первую очередь обусловлено интерпретативными факторами, а именно: отношением человека к значимым людям, их отношением друг к другу, удовлетворением социальных потребностей, удовлетворением потребности в социальной принадлежности. Оценочное отношение к жизни связано с самооценкой, удовлетворением потребностей в компетентности [5, с. 249].

Для представителей гуманитарной науки удовлетворенность своей жизнью определяется удовлетворением потребностей человека.

Потребности — это состояние психики человека, в котором он ощущает неудовлетворенность чем-либо, несовпадение внутреннего состояния и внешних условий.

В основе теории иерархической структуры потребностей Маслоу лежит тезис, согласно которому поведение человека направлено на то, чтобы удовлетворить самую сильную потребность в данный момент времени; в третьих, предсказание того, что самые сильные потребности определяют поведение человека только после того, как они будут удовлетворены. Потребности высших уровней могут быть удовлетворены, если создать атмосферу, улучшающую отношения между людьми [10, с. 251].

С психологической точки зрения, удовлетворенность жизнью рассматривается с точки зрения потребностей, устремлений и успехов, эмоционального самоощущения, самоуважения, самореализации, психологического благополучия и счастья. Наиболее оптимальным вариантом является рассмотрение удовлетворенности своей жизнью в контексте ее социального состояния и субъективного отношения к здоровью.

Кроме этого, удовлетворенность жизнью является многофакторной характеристикой. Наиболее часто этот фактор связан с субъективным благополучием человека. Состояние субъективного благополучия характеризуется когнитивной, аффективной оценкой ситуации как счастливой или несчастливой [9, с. 85].

Психологическое благополучие — это гармоничное сочетание психических функций, чувство целостности и внутреннего покоя.

По сравнению с удовлетворенностью жизнью, благополучие имеет более четкую формулировку, которая, как правило, используется в научных работах, так и в повседневной жизни. Благополучие является важным фактором для развития личности и ее внутреннего мира.

Благосостояние личности включает в себя: социально-экономическое благополучие, удовлетворенность своим статусом и положением в обществе (хорошая физическая форма, хорошее здоровье, стабильный уровень материального благосостояния) и физическое благополучие (стабильность физического и психического состояния), а также материальное благосостояние (стабильность материального положения).

Далее рассмотрены основные теории относительно того, какие факторы влияют на качество жизни человека и его удовлетворенность.

Так, в своей работе М. Аргайл собрал большой объем информации от западных и американских ученых о счастье. Иными словами, факторы счастья — это и источники, и условия, и области удовлетворенности своей жизнью, и характеристики самого субъекта.

М. Аргайл считает, что счастье — это чувство удовлетворенности своей жизнью, общей рефлексивной оценки человеком своего настоящего и будущего, частоты и интенсивности положительных чувств [12, с. 177].

Следующий фактор, влияющий на уровень удовлетворенности жизнью, — это работа. Кроме работы, есть еще и досуг (чтение СМИ, просмотр ТВ, чтение газет, посещение зоопарков, театров, концертных залов и т.д.). Этот фактор также имеет большее значение в работе, чем в работе, что связано с тем, что у человека есть больше возможностей для самовыражения, получения удовольствия от общения и обретения чувства собственной значимости, а также возможности для отдыха и разрядки.

Еще одним фактором является состояние здоровья, а также особая группа факторов, которую он называет личностью. Они включают в себя: самооценку, самооценку, экстраверсию, осознанную жизнь [6, с. 21].

Так, важными факторами для счастья являются: близкие социальные связи, хорошее здоровье, отсутствие свободного времени на досуг, положительные эмоциональные качества, позитивные эмоции и другие. Наиболее важными факторами являются материальная обеспеченность и возраст, которые не влияют на удовлетворение жизнью.

М. Селигман разработал формулу, в которой счастье — это индивидуальный диапазон и внешние обстоятельства, которые позволяют нам поддерживать стабильный уровень счастья на протяжении всей жизни, а также способность к волевому контролю, который сохраняется после многих значимых событий. Он влияет на счастье примерно в 50% случаев. О — это внешняя среда, семья, дети и религия в повседневности. Уменьшает счастье на 5%. В-фактор, подлежащий контролю, — это сознательные действия, которые могут быть осознанными и требующими усилий. Считается, что счастье определяет примерно 40% людей [1, с. 142].

Удовлетворенность жизнью зависит не только от количества факторов, но и от их суммирования. Удовлетворенность жизнью зависит от таких факторов, как: наличие социальных

контактов, оценка своего социального положения и материального положения; желание развиваться во всех областях жизни; возможность реализовать себя в разных сферах жизни. Личностный рост — это способность двигаться вперед по своим собственным убеждениям, а не только в одной сфере.

Негативные факторы, влияющие на качество жизни, это: бедность и отсутствие средств к существованию; депрессия и фобии личности; низкий уровень самооценки и социальной значимости.

Уровень удовлетворенности жизнью зависит от таких факторов, как возраст, национальность, гражданство и место проживания; уровень интеллекта. Фактическая зарплата или фактическая работа [4, с. 282].

Удовольствие и благополучие человека — это субъективное эмоциональное отношение к происходящему и явлениям. Внешний комфорт, духовный рост и удовлетворенность своей жизнью позволяют человеку ощущать себя счастливее. Это положительно влияет на эмоциональное благополучие личности.

Состояние субъективного благополучия личности зависит от того, как она адаптируется к условиям жизни, что влияет или не влияет на ее благосостояние.

Не всегда субъективное благополучие связано с объективными показателями, такими как личные достижения человека, структура и направленность поведения, поведение и деятельность, которые были сделаны каждым человеком или группой.

Объективная безопасность личности имеет гораздо большее значение, чем субъективное благополучие. Это может быть связано не только с личным благополучием человека, но и с его личным благополучием. Например, если человек имеет высшее образование, хорошую работу и хорошие условия жизни, то он может чувствовать неудовлетворение. Ему кажется, что он счастливчик, но у него есть проблемы со здоровьем.

Объективное благополучие человека определяется системой его представлений о себе, своем состоянии, жизни.

Исследование уровня счастья связано с различными психологическими исследованиями, такими как уровень счастья, самооценка, адаптивные стереотипы и так далее [8, с. 64].

Удовольствие жизнью оценивается по многим критериям. Например, достигнутыми целями и преодоленными препятствиями, изменениями в жизни человека. В той степени, в которой она связана с достижениями и изменениями, она зависит также от регулярных качеств: веры в свои силы, планирования, способности оценивать последствия своих действий.

Удовлетворенность жизнью как социальное психологическое образование характеризуется основными факторами. Когнитивные и эмоциональные качества человека определяются формальными характеристиками его жизни: экономическим статусом, экономикой, политическим устройством, когнитивными качествами, индивидуальными психологическими качествами, которые играют ключевую роль в формировании отношений с окружающими. Эти факторы рассматриваются исследователями в качестве факторов, влияющих на состояние здоровья человека непосредственно через систему социальных психологических качеств личности.

Однако, в литературе мало внимания уделяется социально-психологическим факторам благополучия социальных групп.

Большинство исследований посвящено студентам, не отражая специфику этих факторов. Кроме того, они могут значительно отличаться по формальным показателям от респондентов в возрасте старше зрелого возраста, а также от пожилых людей.

С переходом во взрослую жизнь происходит изменение критериев оценки уровня удовлетворенности жизнью, а также степени значимости этих факторов. Каждый этап взросления имеет свою специфику, связанную со специфическими задачами и жизненными отношениями, обусловленными объективным законом индивидуальной жизни человека. На разных этапах взросления на уровень удовлетворенности жизнью будут влиять разные факторы, в том числе и возрастные [11, с. 45].

Удовольствие жизнью и эмоциональный комфорт — это субъективное состояние человека, характеризующее его эмоционально-чувственное состояние, которое проявляется в виде удовлетворенности тем или иным объектом, условиями жизни и деятельностью, отношения с другими людьми, отношение к самому себе как к личности. Состояние удовлетворенности

жизнью является одним из важнейших внутренних факторов человека, влияющих на его социально-культурную активность, отношения с окружающими людьми и самооощение себя личностью.

Удовлетворенность жизнью зависит от таких факторов, как: наличие социальных контактов, оценка своего социального положения и материального положения; желание развиваться во всех областях жизни; возможность реализовать себя в разных сферах жизни. Личностный рост — это способность двигаться вперед по своим собственным убеждениям, а не только в одной сфере.

Негативные факторы, влияющие на качество жизни, это: бедность и отсутствие средств к существованию; депрессия и фобии личности; низкий уровень самооценки и социальной значимости. Уровень удовлетворенности жизнью зависит от таких факторов, как возраст, национальность, гражданство и место проживания; уровень интеллекта. Фактическая зарплата или фактическая работа.

Литература:

1. Алимбаева Р. Т., Мартаева А. У. Субъективное благополучие и удовлетворенность жизнью // Инновационная наука. 2016. № 11–3. С. 142–143.
2. Башкатов с. А., Сотникова Ю. М. Субъективное благополучие: психологические и физиологические основы. Уфа, 2017. 226 с.
3. Габдулина Л. И. Удовлетворённость жизнью и её объективные детерминанты в период зрелости // Северокавказский психологический вестник. 2018. С. 42–48.
4. Головина Е. В. Удовлетворенность жизнью людей старшего возраста // В сборнике: Психология человека как субъекта познания, общения и деятельности. 2018. С. 282–287.
5. Кузнецова Т. А., Торопов П. Б. Социальное содействие и удовлетворенность жизнью // В сборнике: Научные преобразования в эпоху глобализации. 2017. С. 249–252.
6. Лучшева В. В., Кашенкова О. В. Оценки качества жизни и уровня удовлетворенности жизнью // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2018. № 3 (109). С. 21–28.
7. Митина Г. В., Макушкина О. М., Шаяхметова Э. Ш., Матвеева Л. М. Удовлетворенность жизнью лиц пожилого возраста // Проблемы современного педагогического образования. 2018. № 60–1. С. 469–471.
8. Оплетина И. А., Шульга О. В. Удовлетворенность жизнью и оценка субъективного благополучия // В сборнике: Векторы психологической безопасности современного общества: доверие и субъективное благополучие. 2016. С. 64–66.
9. Пряжников Н. с. О факторах и моделях удовлетворенности жизнью в пожилом и старческом возрасте // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2017. № 4. С. 85–101.
10. Рамазанова А. Р., Хасанова А. Н. Удовлетворенность жизнью пенсионеров в российском обществе // В сборнике: Актуальные вопросы экологии человека: социальные аспекты. 2017. С. 251–254.
11. Толстова Е. М. Психологическое благополучие личности // Аллея науки. — 2018. Т. 5. № 10 (26). С. 45–48.
12. Хусаинова Р. Д., Кислицына И. Г. Удовлетворенность жизнью в пожилом и старческом возрасте // В книге: Глобализация и национальная безопасность: человек и общество в меняющемся мире. Двадцать вторые Вавиловские чтения. 2019. С. 177–178

Методы развития эмоционального интеллекта у студентов колледжа

Хмелевская Ксения Михайловна, студент магистратуры

Научный руководитель: Березина Татьяна Николаевна, доктор психологических наук, профессор

Московский государственный психолого-педагогический университет

В наше время концепция развития эмоционального интеллекта набирает популярность и до сих пор является одной из главных проблем психологии. Некоторые авторы утверждают, что ЭИ имеет большую прогностическую значимость и все проведенные исследования можно разделить на два принципа. Первый принцип подразумевает под эмоциональным интеллектом — ключ к успеху

во всех сферах жизни. Именно на нем основывается построение общения между людьми, что оказывает влияние на социальную адаптацию в обществе. Второй принцип связывает эмоциональный интеллект с отрицательной корреляцией с проблемным поведением. Актуальность темы данной статьи определяется как тенденциями существующих потребностей социальной практики, так и с множеством противоречивых данных, полученных в результате научных исследований.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, студенты, методы исследования, психологическая безопасность.

Methods of developing emotional intelligence in college students

Khmelevskaya Ksenia Mikhailovna, student master's degree

Scientific advisor: Berezina Tatyana Nikolaevna, doctor of psychological sciences, professor
Moscow State Psychological and Pedagogical University

Nowadays, the concept of development of emotional intelligence is gaining popularity and is still one of the main problems of psychology. Some authors argue that EQ has great predictive significance and all studies can be divided into two principles. The first principle implies emotional intelligence — the key to success in all spheres of life. It is on it that the construction of communication between people is based, which influences social adaptation in society. The second principle links emotional intelligence with negative correlation with problem behavior. The relevance of the topic of this article is determined both by the trends in the existing needs of social practice and with a lot of contradictory data obtained as a result of scientific research.

Keywords: emotional intelligence, students, research methods, psychological safety.

В настоящее время современное образование в учреждениях профессионального обучения ставит перед собой задачи для развития у обучающихся универсальных навыков, которые связаны с мобильностью и адаптацией в обществе. Ввиду этого, постоянно меняющиеся условия образовательной среды требуют характерной эмоциональной устойчивости. Именно поэтому, формирование у обучающихся эмоционального интеллекта определяет возможность развития профессиональных качеств в процессе учебной деятельности [7]. Низкий уровень развития эмоционального интеллекта может приводить к затруднению восприятия знаний, а также к замкнутости студентов в процессе общения. Задача педагогов в формировании ЭИ достигается путем проведения тренинговых занятий с использованием различных методов обучения.

Обзор литературы. Основу теоретического исследования составили работы следующих авторов: Э. Торндайк, Г. Ю. Айзенк, Дж. Гилфорд, Г. Гарднер, Д. Гоулман и другие.

Цель исследования: анализ литературных источников о методах развития эмоционального интеллекта студентов колледжа.

Материалами послужили научные статьи из отечественных и зарубежных журналов.

Методы исследования. В процессе исследования использовались такие общенаучные методы, как анализ и синтез.

Результаты и их обсуждение

Эмоциональный интеллект является важным фактором для повышения психологической культуры общества в целом. Анализ работ таких авторов, как Э. Торндайк, Г. Ю. Айзенк, Дж. Гилфорд, Г. Гарднер, Д. Гоулман и др., позволил расширить базовые знания о проблеме и выделить какие методы являются наиболее эффективными для формирования эмоционального интеллекта у студентов.

Различные методики могут быть направлены, как на стимулирование полного выражения чувств, так и на опознавание переживаний, дифференцированию своих чувств и чувств окружающих [6].

И так, в процессе исследования проблемы выделены следующие активные методы формирования:

1. Активные методы 1-го типа. Данная группа ориентирована на самостоятельную активность обучающихся, желание развиваться в процессе участия в различных практических занятиях, семинарах и дискуссиях.

2. Активные методы 2-го типа. Подразумевают создание реальных обстоятельств в условиях спроектированной ситуации. В этой группе можно выделить отдельные методы:

- Моделирование ситуаций без использования игровых упражнений.
- Игровые методы обучения студентов.

К 1-й группе мы можем отнести проведение семинаров. Так, в результате проведения такой формы учебно-практического занятия, студенты активно вовлечены в процесс подготовки и коммуникации с другими обучающимися и преподавателями. Кроме того, студенты обеспечиваются возможностью овладения новыми навыками и умениями, стимулируется их умственная активность.

Вторая группа включает в себя проведение социально-психологических тренингов. Именно этот метод выделен отдельно из других учебно-психологических работ. Для данной формы обучения студентов характерно соблюдение ряда принципов, использующихся в групповой работе, участвующим предоставляется оказание психологической помощи в развитии отдельных навыков и качеств, повышения самооценки, реализуется создание климата психологической безопасности.

По моему мнению, наиболее подходящим методом для развития и формирования эмоционального интеллекта у студентов колледжа являются — тренинги. Именно они воспол-

няют эмоциональные компоненты в структуре мотивации. Педагоги, проводящие такие методы коррекционной работы со студентами, помогают осуществлять контроль и управление своими эмоциями, реализуют постоянный контакт с большим количеством людей, дают возможность проявиться социальной адаптации студента. К каждому участнику процесса ведется индивидуальный подход, который осуществляется на групповых занятиях.

Стоит отметить, что при построении программы для развития эмоционального интеллекта педагоги помнят о базовых основах его формирования, об иерархичности структурных компонентов. Таким образом, осуществляется рациональная тактика, направленная на понимание и соотношение когнитивных и эмоциональных качеств. У студентов формируются осознание личной и социальной ответственности, необходимость следования индивидуальной направленности потребностно-значимых вариантов поведения.

В ходе множества проведенных исследований различных авторов студенты отметили у себя развитие навыков открытого и искреннего выражения различных эмоций [2]. Повысили свой

уровень социальной адаптации, обеспечили возможность психологической безопасности в процессе учебной деятельности. Отмечается повышение работоспособности, улучшение профессиональных качеств, необходимых для будущей профессии.

Заключение

В результате анализа научной литературы, были рассмотрены методики формирования и развития эмоционального интеллекта у студентов профессиональных учебных учреждений. Исследования авторов свидетельствуют о положительной динамике проведения активных методов для развития ЭИ в ходе образовательного процесса. Такие методы позволяют выяснять причины эмоционального напряжения, работать с различными эмоциональными компонентами развития личности. Результаты исследований таких авторов, как Э. Торндайк, Г.Ю. Айзенк, Дж. Гилфорд, Г. Гарднер, Д. Гоулман и др. в настоящий момент уже стали основой для разработки программ по развитию ЭИ в рамках учебно-воспитательной работы.

Литература:

1. Айзенк, Г.Ю. Интеллект: новый взгляд / Г.Ю. Айзенк // Вопросы психологии. — 1995. — № 1.
2. Андреева И. Н. Азбука эмоционального интеллекта. Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2012. 288 с.
3. Безбородова Л. А. Эмоциональный интеллект как важный фактор коммуникативного взаимодействия преподавателя и студентов / Л. А. Безбородова, М. А. Безбородова // Наука и школа. 2018. № 3.
4. Гарднер Г. Структура разума: теория множественного интеллекта: Пер. с англ. — М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2007. — 512 с.
5. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе / Д. Гоулман. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
6. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Почему он значит больше, чем IQ / Д. Гоулман. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2018. — 544 с.
7. Зорина, Н.Н. Возможности развития эмоционального интеллекта / Н.Н. Зорина // Проблемы современного педагогического образования. — 2021. — № 71–1.
8. Камышникова Л. Д. Поведение в социальных ситуациях как фактор эмоционального интеллекта / Л. Д. Камышникова, С. С. Белова // Психология образования в поликультурном пространстве. 2011. Том 1. № 13. С. 60–67.
9. Солоднева Д. А. Специфика развития эмоционального интеллекта у студентов вуза // Ярославский педагогический вестник. 2022. № 2 (125).

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Психологические аспекты разработки имиджа эстрадного исполнителя

Ложкин Никита Сергеевич, студент магистратуры

Научный руководитель: Бакши Людмила Семеновна, кандидат искусствоведения, доцент
Институт современного искусства (г. Москва)

В статье рассматриваются некоторые аспекты формирования, диагностики и совершенствования имиджа эстрадного вокалиста, описаны критерии диагностики и проанализированы первичные результаты.

Ключевые слова: имидж, сценический имидж, критерии сформированности имиджа, социальные сети.

Петь на эстраде надо не только голосом, но и, что, пожалуй, особенно важно, головой, сердцем и всем существом.

М. Бернес

Формирование ценностей и идеалов общества — важнейшая задача современной культуры и искусства. Каждый артист является исполнителем этой миссии через общение, публичные выступления, концерты и, конечно, сценический имидж. Для выполнения этого условия каждый исполнитель должен понимать стратегию своего профессионального развития и владеть методикой формирования имиджа.

Ранее этот процесс проходил поэтапно, начиная с процесса образования, а в дальнейшем в процессе концертной деятельности и выступлений. В условиях современного мира каждый исполнитель должен использовать все возможности создания собственного неповторимого имиджа. Стратегия?

В настоящее время востребованность, популярность исполнителей и музыкантов выражается главным образом в двух показателях: количестве проданных записей их песен и музыки, особенно альбомов, и числу посетителей их концертов.

Огромное значение имеет современное интернет-пространство, которое значительно влияет на популярность артиста и успешность образа в целом.

В исследовании Кузьминой В. А. и Терских М. В. Было проведено сравнение популярности 2 музыкантов П. Дранги и А. Воробьева. При сходных характеристиках (возраст, опыт выступления, выбор музыкального инструмента, опыт продюсирования и режиссуры и др.) популярность Воробьева выше за счет активного ведения блогов и заполнения контента в сети Интернет — Instagram. На данный момент количество подписчиков А. Воробьева (@mr.alexsparrow) насчитывает более 3,7 млн что существенно отличается от количества человек, подписанных на П. Дрангу (@drangaofficial), — 97 тысяч пользователей. Количество подписчиков определяет популярность артиста.

Ранее сценический образ исполнителя формировался на концертных выступлениях, в съемке клипов. Была, конечно, у каждого группа фанатов, которые сопровождали их по концертным турам, стремились узнать подробности личной жизни своих кумиров. Таковых было явное меньшинство.

Молодые начинающие исполнители очень активно используют возможности сети Интернет для создания своего имиджа, формирования своей популярности у молодежной аудитории. Так, например, Ютуб Диана Анкудинова @AnkudinovaDiana 1,47 млн подписчиков; Dimash Qudaibergen @DimashQudaibergen_official, 2,4 млн подписчиков; Монеточка @user-rl6ld6cd8f, 414 тыс. подписчиков; Айгель Гайсина, <https://vk.com/aigelmusic?ysclid=ltbiquayql477002477>, 54 тысячи подписчиков.

Почти всех современных зрителей волнуют личностные качества, мнения, жизненные события исполнителей, их новые идеи. С интернета часто начинается премьера клипов. Особенно положительно воспринимается активность самого исполнителя в социальных сетях, его реакция на комментарии.

По нашему мнению, каждому начинающему исполнителю, который находится в процессе получения профессионального образования интернет можно активно использовать как инструмент не только формирования имиджа, но и коррекции, управления им.

Формирование имиджа представляет собой способ достижения внешней яркости и выразительности внутреннего образа имидженосителя, утверждает В. Г. Горчакова. Управление имиджем — процесс осмысленного, целенаправленного и систематического воздействия имидженосителя на имиджепотребителя на основании постоянно поступающей обратной

связи из внешней среды [1]. Процесс управления, на наш взгляд, должен включать ряд основных факторов, таких как фактор поиска слушателя, фактор учета ожиданий публики, фактор узнаваемости и оригинальности.

Для проведения констатирующего эксперимента нами были выбраны такие критерии, как вокальная манера, сценическое движение и сценический костюм. Первые 2 критерия могут показать достигнутый уровень профессиональной подготовки. Оценка костюма необходима как перспектива ближайшей доработки имиджа для привлечения широкой аудитории и перспективы расширения популярности. Каждый из этих критериев был дифференцирован еще на 3 показателя для уточнения значения. Реакцию зрителей мы получили в виде обратной связи на выступлениях через гугл-форму. Зритель мог поставить «2» балла, если качество ярко выражено; «1» балл (в случае наличия данного показателя в выступлении); «0» баллов (в случае отсутствия). Последним пунктом зрителям предлагалось написать свое мнение в свободной форме

Нами были выделены Критерий «Вокальная манера» включает в себя показатели:

1. Хорошее владение вокальной техникой;
2. Индивидуальный стиль исполнения;
3. Творческий подход к музыкальному номеру.

Результаты представлены на рисунке 1.

Анализ вокальной манеры показывает, что зрители высоко оценивают уровень подготовки (качество выражено и выражено ярко). По рекомендациям желательно активизировать творческий подход к номерам.

Критерий «Сценическое движение» включает в себя показатели:

1. Пластичность;
2. Отсутствие зажимов;
3. Органичность движений (Рисунок 2).

Анализ этой диаграммы показывает, что необходимо совершенствование пластики и органичности сценических движений.

Впрочем, это естественно для начинающего исполнителя и корректируется практикой.

Критерий «сценический костюм» включал в себя показатели:

Мы просим Вас оценить вокальную манеру исполнителя

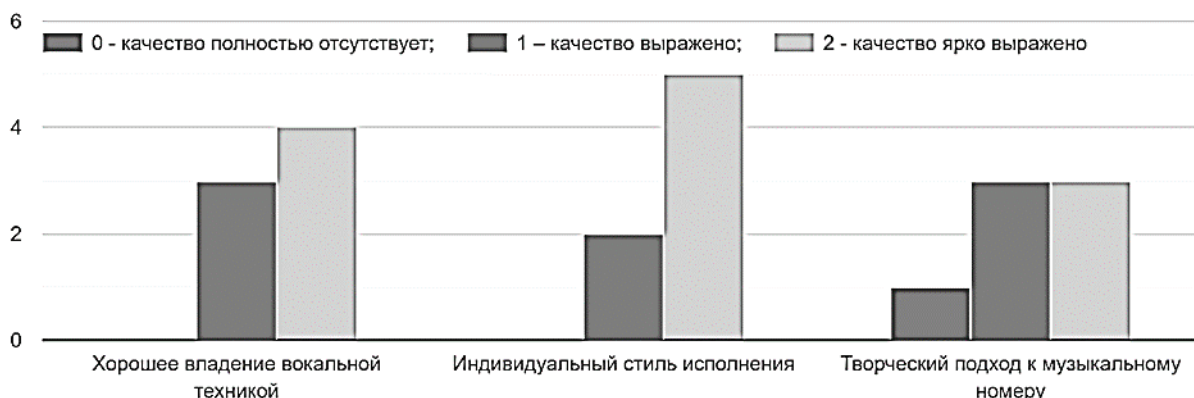


Рис. 1. Вокальная манера исполнителя

Мы просим Вас оценить сценические движения

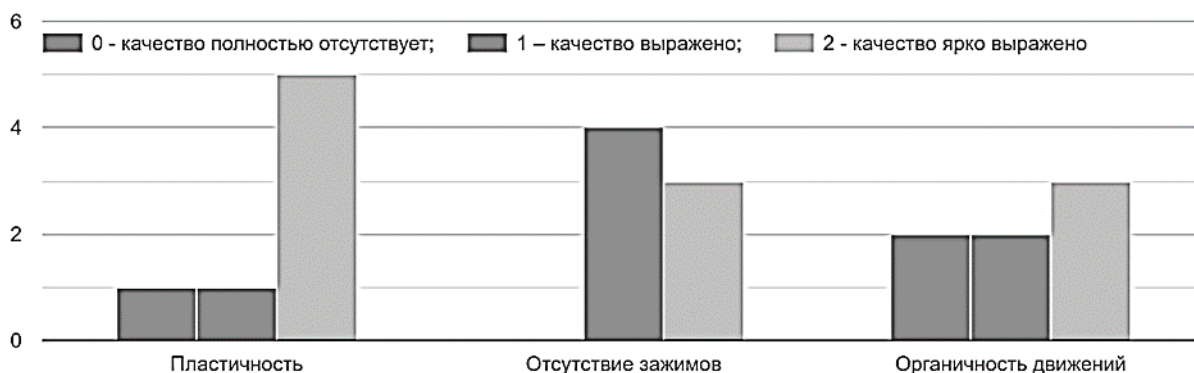


Рис. 2. Сценические движения исполнителя

Мы просим Вас оценить сценический костюм исполнителя

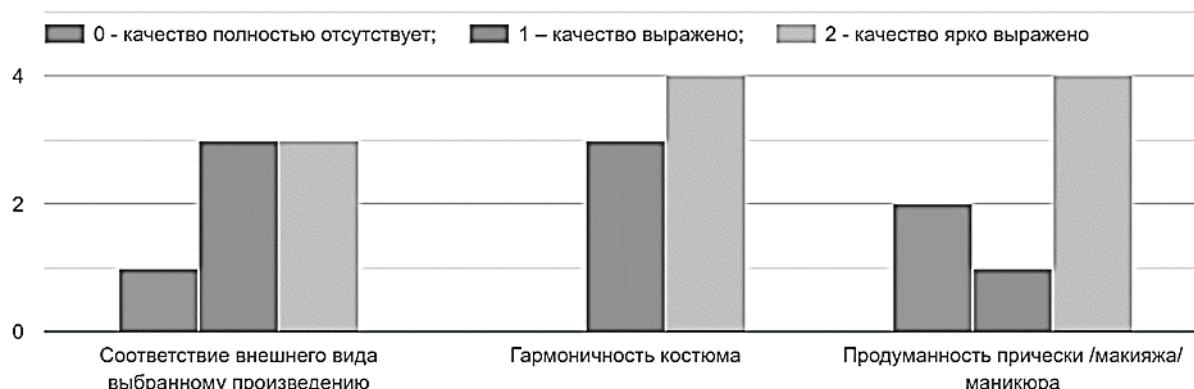


Рис. 3. Сценический костюм исполнителя

1. Соответствие внешнего вида выбранному произведению.
2. Гармоничность костюма.
3. Продуманность прически/макияжа/маникюра (Рисунок 3).

Именно этот показатель был самым разнообразным и противоречивым по оценке зрителей. Именно этот пункт требует особых материальных затрат и консультаций мастеров стиля.

В качестве свободного мнения наиболее звучали рекомендации:

- приобрести индивидуальный стиль, отличный от других исполнителей.
- развивать насмотренность.
- следить за новыми шоу, коллекциями.
- собирайте воркшопы.

— делать съемки в разных стилях и не бояться экспериментировать.

Анализ полученных данных и пожеланий зрителей показывает положительную оценку нашего имиджа и перспективы.

Имидж исполнителя, конечно, должен включать внешнюю и внутреннюю составляющие. Желательно дополнить к имиджу еще биографическую «легенду». Внутренняя составляющая обусловлена жанром музыкального исполнительства и проявляется в специфике эстрадно-джазового вокала. Именно органичное сочетание средств оформления внешности исполнителей, характерного исполнительского репертуара и биографической «легенды» создают необычный, непохожий на других, а потому привлекательный для определенной группы слушателей образ, который будет перспективой успешности и долгой художественной деятельности исполнителя.

Литература:

1. Горчакова, Г. В. Имиджология. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / Г. В. Горчакова. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 335 с. — Текст: непосредственный.
2. Петренко Е. В. Формирование сценического имиджа эстрадных певцов // Преподаватель XXI век. 2015. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-stsenicheskogo-imidzha-estradnyh-pevtsov> (дата обращения: 03.03.2024).
3. Кузьмина В. А., Терских М. В. Формирование личного бренда музыканта в социальных сетях (на примере П. Дранги и А. Воробьева) // Социально-экономические явления и процессы. 2020. № 2 (109). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-lichnogo-brenda-muzykanta-v-sotsialnyh-setyah-na-primere-p-drangi-i-a-vorobieva> (дата обращения: 03.03.2024).

ПРОЧЕЕ

Организация деятельности штаба военного округа по материально-техническому обеспечению

Камнев Сергей Геннадьевич, студент

Научный руководитель: Маслюк Наталья Альбертовна, кандидат экономических наук, доцент

Дальневосточный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Хабаровск)

Современная армия России представляет собой слаженные формирования, способные в любых условиях выполнять любые поставленные задачи, исходя из сложившегося внешнеполитического положения.

Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2023 г. № 915 «Об установлении штатной численности Вооруженных Сил Российской Федерации», в соответствии со статьей 4 Федерального закона от 31 мая 1996 г. № 61-ФЗ «Об обороне» установлена штатная численность Вооруженных Сил Российской Федерации в количестве 2 209 130 единиц, в том числе 1 320 000 военнослужащих, [2, с. 1].

В декабре 2023 года в Национальном центре управления обороной на расширенном заседании Коллегии Министерства обороны, Министр обороны Сергей Шойгу предложил ряд мер, направленных на повышение обороноспособности страны, в том числе увеличение количества военнослужащих до 1,5 млн человек, с сохранением существующей системы призыва и службой по контракту. При этом количество военнослужащих по контракту необходимо практически удвоить — довести до 695 тыс. человек, [6].

Увеличение численности и мощи Вооруженных Сил Российской Федерации, а также изменения характера ведения вооруженных конфликтов, показывают, что для слаженной работы и неукоснительного выполнения задач нужна современная система материально-технического обеспечения (МТО) войск (сил), имеющая одно из первостепенных значений и определяющая успех операций.

Материально-техническое обеспечение организуется и осуществляется во всех видах повседневной и боевой деятельности с целью поддержания войск (сил) в постоянной готовности к выполнению задач по предназначению.

Материально-техническое обеспечение является составной частью Вооруженных Сил Российской Федерации, включает в себя единую систему управления, состоящую из органов военного управления, специальных войск, учреждений и организаций, отвечающих за тыловое и техническое обеспечение

всех видов Вооруженных Сил и отдельных родов войск Вооруженных Сил Российской Федерации.

Единая система материально-технического обеспечения находится под общим руководством заместителя Министра обороны (ответственным за МТО) и объединяет в себе два ранее самостоятельных вида всестороннего обеспечения Вооруженных Сил — технический и тыловой.

Деятельность объединенного стратегического командования военного округа в совершенствовании системы материально-технического обеспечения имеет главную цель — своевременно удовлетворить все потребности войск с минимальными затратами.

Особое внимание уделено обеспечению войск, действующих на удалении от пунктов постоянной дислокации. Подразделения материально-технического обеспечения обеспечивают военнослужащих на передовой всем необходимым.

Специалисты тыла ежесуточно в тяжелых условиях доставляют на передовую боеприпасы, продукты питания и воду, горюче-смазочные материалы, обеспечивают банно-прачечное и бытовое обслуживание, а специалисты технических служб проводят эвакуацию, оперативный ремонт и обслуживание техники получившей повреждения в бою.

Непрерывное выполнение мероприятий МТО обусловлено четкой и слаженной работой Штаба МТО военного округа, во главе которого находятся два заместителя командующего войсками военного округа: заместитель командующего войсками военного округа по материально-техническому обеспечению (непосредственно отвечающего за тыловое обеспечение) и заместитель командующего войсками военного округа по вооружению — начальник вооружения (непосредственно отвечающего за техническое обеспечение).

Но так было не всегда.

В 2010 году была создана единая интегрированная система МТО, в которой заместитель командующего войсками военного округа по материально-техническому обеспечению через штаб МТО обеспечивал поддержание боевой готов-

ности и боеспособности войск (сил) по наличию продовольствия, вещевого имущества и горюче-смазочных материалов, а через управление техническим обеспечением по наличию запасов вооружения и военной техники, ракет и боеприпасов. Данная система управления зарекомендовала себя положительно, но не исключила необходимость ее реформирования.

Управление техническим обеспечением является составной частью управления войсками, занимает более узкую область в общей системе управления, главной целью которого является сохранение эффективности и устойчивости функционирования системы технического обеспечения в различных условиях обстановки. Для чего в управлении необходимо содержание специалистов с техническим образованием.

Изменение состава и структуры Вооруженных Сил, разработка новых систем вооружения, их наращивание, ввод в строй новых и более эффективных средств поражения предопределили реорганизацию системы материально-технического обеспечения в военном округе.

В войсках военного округа непрерывно идет наращивание боевого потенциала армии и флота, путем увеличения организационно-штатной структуры, помимо имеющихся центральных баз резерва танков и автомобильной техники, технических ракетных баз и метрологического центра сформированы новые подразделения технического обеспечения, такие как ремонтно-эвакуационный полк, ремонтно-восстановительный батальон комплексного ремонта, проводится расширение штатов ремонтных подразделений соединений военного округа, а в управления армий введены должности заместителей командующих армиями по вооружению.

Поэтому для развития служб вооружения, повышения качества их оснащенности, организации грамотного управления техническим обеспечением в 2022 году сделан значительный шаг вперед в развитии организационной структуры технического обеспечения — в войсках военного округа введена должность заместителя командующего войсками военного округа по вооружению — начальник вооружения, что позволило:

в разы ускорить обеспечение войск вооружением и военной техникой для выполнения задач, улучшить качество и сократить сроки выполнения мероприятий по восстановлению и ремонту вооружения и военной техники, вводу в строй поврежденной техники;

вывести подготовку младших специалистов технических служб на высокий профессиональный уровень, что неоднократно доказано в зоне проведения Специальной военной операции. Военнослужащие, проявляя подлинный героизм, применяя полученные профессиональные навыки самоотверженно выполняют воинский долг на передовой. Полученные личным составом навыки, оснащение подразделений технического обеспечения современным вооружением и техникой позволяет восстановить практически самую, как, казалось бы, безнадежную поврежденную технику, без отправки ее на предприятия промышленности, в условиях военного времени это особенно важно.

Для того, чтобы обеспечивать неукоснительное выполнение задач технического обеспечения, готовность и боеспособность войск по наличию готовых к применению запасов вооружения и военной техники, ракет и боеприпасов, для эффективного применения органов военного управления, сил и средств технического обеспечения заместителю командующего по вооружению необходим полноценный штаб, функции которого в настоящее время возложены на управление технического обеспечения.

Создание в системе управления военным округом штаба вооружения позволит оперативно решать поставленные задачи по приемке, учету, распределению и поставке вооружения и военной техники, эксплуатации и ремонту, хранению, утилизации техники, мобилизационной подготовке органов технического обеспечения, профессиональной подготовке инженерно-технического состава и младших специалистов.

В условиях проведения Специальной военной операции создание в системе управления военным округом штаба вооружения позволит вести непрерывное добывание, сбор, изучение, отображение и анализ информации об обстановке, оперативно принимать решения по всестороннему обеспечению боевых действий, организовывать контроль и помощь подчиненным командирам и штабам.

Совершенствование состава и структуры системы материально-технического обеспечения войск военного округа, внесение корректировки в организационно-штатные структуры органов военного управления, соединений, частей проводится для достижения главной цели — поддержания высокой боевой готовности и боеспособности войск, способных выполнить поставленные задачи в любых условиях обстановки.

Литература:

1. Об обороне: Федеральный закон от 31.05.1996 г. № 61-ФЗ ред. 25.12.2023 г.;
2. Указ Президента РФ от 1 декабря 2023 г. № 915 «Об установлении штатной численности Вооруженных Сил Российской Федерации»;
3. Материально-техническое обеспечение в цифрах / под редакцией Д. В. Булгакова. М., 2014. 203 с.
4. Наставление по техническому обеспечению боевых действий под редакцией А. А. Шевченко. М., 2014.
5. Руководство по содержанию Вооружения и военной техники общевойскового назначения военно-технического имущества в Вооруженных Силах Российской Федерации М., 2013.
6. Доклад Министра обороны Российской Федерации на расширенном собрании коллегии Минобороны России: электронный ресурс <https://function.mil.ru/news>.
7. Наставление по обеспечению боевых действий соединений и частей Сухопутных войск. Часть II. М., 2002.
8. Учебник «Танкотехническое обеспечение», М., 1989, с. 3–104.

Изменяющиеся требования к журналистам: как адаптироваться к современной медиасреде

Ларченко Кристина Кудратовна, студент магистратуры

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва)

В данной статье описывается исследование, которое обусловлено тем, что деятельность журналиста в условиях медиа-изменений подвергается трансформациям, в результате чего актуализируется концепция универсализации профессии, становятся востребованными новые виды умений и навыков, которыми должен владеть специалист. Редакции современных массмедиа, подвергаясь влиянию медианпроблематики, приобретают новые характеристики, но каждый отдельный специалист по-своему адаптируется к происходящим изменениям, что отражается на результатах его труда и редакции в целом. Данная работа опирается на теоретическую литературу по теме исследования, а также практический анализ и статистику.

Ключевые слова: адаптация, медиасреда, современные медиа, журналисты, изменения.

Профессия журналиста подвержена влиянию современных социальных, политических, инновационных, технологических экономических и др. реалий. Важным фактором тут также становится медиаконвергенция. Она ускорила обмен информацией на различных цифровых платформах, привнеся в профессию журналиста, с одной стороны, технический, а с другой — универсальный аспект. Чтобы понять, как трансформируется журналистика и к чему журналистам необходимо адаптироваться в эпоху конвергенции, важно разобраться в происходящих процессах. Многие зависят от того, насколько журналистика способна отойти от традиционных стратегий и принять инновационные подходы.

Получается, что в имидж современных СМИ полностью зависит от цифровых технологий, внедренных в процесс их производства. Меняются редакционные процессы, трансформируется сама журналистика. Наблюдается явная тенденция к технологизации современных СМИ в плане сбора, обработки и подачи информации, что открывает новые перспективы и позволяет удовлетворить потребности аудитории этой медиаструктуры. В этом контексте уверенность есть только у универсальных специалистов. Рост популярности концепции «универсального» журналиста не случаен. Считается, что такой специалист должен уметь быстро определять формат, необходимый для публикации, и писать в соответствии с информационными потребностями конкретного читателя. Такой медиа-специалист должен уметь:

- просматривать все медиаисточники, быстро находить нужную информацию и проверять ее подлинность;
- уметь фотографировать: делать и обрабатывать фотоматериалы;
- уметь пользоваться необходимыми компьютерными программами;
- записывать аудио- и видеоподкасты и загружать их в Интернет;
- использовать фотографии: делать и обрабатывать фотоматериалы;
- использовать необходимые компьютерные программы;
- готовить мультимедийные тексты в соответствии с жанром;
- писать и отправлять новостные тексты в виде SMS-сообщений;

— регулярно обновлять профессиональный блог и следить за новостями блогосферы;

— участвовать в вебинарах и взаимодействовать со своей аудиторией.

Это лишь самые очевидные виды деятельности, которыми должна обладать современная редакция. Как видите, современная журналистика сильно отличается от традиционной. По мнению О.И. Молчановой, исследователя в области журналистики: «Современный журналист должен быть не только умелым писателем, но и мастером мультимедийного контента. Важно уметь работать с видео, аудио, графикой и социальными сетями, чтобы эффективно достигать аудитории в современной медиасреде» [2].

Под влиянием медиаконвергенции редакции современных СМИ приобретают новые характеристики, но каждый профессионал адаптируется к изменениям по-своему, что отражается на результатах его работы и на издании в целом. Поток информации все чаще рассматривается с точки зрения коммуникации, а фактор аудитории становится приоритетным в работе редакции. Данный фактор требует от журналистов большей социальной ответственности за то, что они делают и как они это делают. Переход от «инсорсинговых технологий», когда редакционные команды фокусируются на всем жизненном цикле продукта, к краудсорсинговым технологиям — яркий пример изменения процесса коммуникации, который опирается на мудрость собеседников, способных на равных делиться комментариями, мнениями и знаниями. Также Смирнова О.В., профессор медиа-коммуникаций, считает: «Адаптация к современной медиасреде требует от журналистов не только технических навыков, но и способности быстро анализировать данные, фильтровать информацию и создавать контент, который привлечет внимание современной аудитории» [5].

Распространение цифровых технологий приводит к изменениям в способах распространения информации. Это означает, что общественность может быть одновременно потребителем, переводчиком и распространителем информации. Это означает, что общественность может быть одновременно потребителем, переводчиком и распространителем информации. Таким образом, линейный процесс журналистской деятельности включает в себя: сбор информации — обработка информации — представление информации — трансформируется в непрерывный и гигантский процесс распространения информации.

Инновации в области цифровых технологий диктуют появление новых способов работы с аудиторией. В связи с этим возникает потребность в контенте, которым можно делиться в различных социальных сетях, что стало трендом современных СМИ. В этой связи простота и развлекательная ценность текстов являются важнейшими характеристиками. Представить мультимедийную информацию в краткой, лаконичной и красноречивой манере и передать определенный эмоциональный посыл — вот что интересует аудиторию и что должен делать современный журналист. Однако это не означает, что длинные статьи уходят в прошлое. Они превращаются в своеобразный конвертер мультимедийного текста, как будто текст состоит из отдельных элементов, каждый из которых имеет свой смысл и способен стать самостоятельным материалом, который можно разместить на странице в социальной сети.

Загидулина М. В., эксперт по медиаобразованию, считает: «Одним из ключевых аспектов успешной адаптации к современной медиасреде для журналистов является постоянное обучение и саморазвитие. Стремление к новым знаниям и навыкам поможет журналистам быть востребованными и успешными в быстро меняющемся медиа-ландшафте» [1].

Фрагментация как способ подачи информации позволяет зрителям сфокусировать свое внимание на том или ином аспекте события и таким образом дольше оставаться на конкретном медиаресурсе. Геймификация — еще один новый способ подачи информации, который позволяет потребителям удерживать свое внимание на конкретном медиаресурсе. Считается, что этот термин был придуман американским программистом Ником Пеллингом или канадским консультантом Гейбом Зихерманом. Оба они заговорили об этом методе вовлечения аудитории в деятельность и процессы решения проблем в начале XXI века. С 2010 года термин «геймификация» широко используется в бизнесе, образовании, здравоохранении и менеджменте. Эта техника становится все более популярной среди PR-специалистов, маркетологов и журналистов. Цифровые игры используются для «понимания погружения в реальную жизнь, которое символизируют игры в журналистике». Поскольку игры интерактивны, они, как правило, лучше объясняют сложные взаимосвязи, чем обычный новостной текст. По мнению Н. В. Пивощенко, исследователя в области журналистики: «Одной из основных проблем адаптации журналистов к современной медиасреде является нехватка времени на освоение новых технологий и навыков. Современный журналист должен быть способен быстро усваивать новую информацию и применять ее в своей работе» [4].

Индивидуальность определяется как своеобразие, совокупность качеств и отличительных свойств, выражающих сущность отдельного индивида. В журналистике в этой связи творческая индивидуальность предстает как целостная система в многообразии мыслей, чувств, проявлений воли, мотивов, желаний, потребностей, привычек, интересов, склонностей, интеллекта

и т. д. Этот набор в конкретном сочетании перечисленного, собственно, и образует уникальную структуру индивидуальности журналиста, от чего зависит эффективность его творческой деятельности. Успешность и эффективность журналистской деятельности напрямую связана с желанием журналиста достичь определенных целей с помощью журналистского воздействия. Система желаний журналиста обусловлена и опосредована объективными факторами. В их числе следует выделить:

- положение журналиста в творческой среде;
- возможности для выявления своей индивидуальности: выбор тем, обращение к определенным источникам;
- внутренняя установка по отношению к самой журналистской деятельности, принятая в данной редакции.

Каждый журналист стремится максимально раскрыть свою творческую индивидуальность и оказать ощутимое влияние на аудиторию. Многое зависит от различных мотивов, желаний и стремлений. Личный стиль писателя может быть выражен живо и динамично, если журналиста устраивает его положение в творческой среде, возможность проявить свою индивидуальность и присущая ему стабильность самой журналистской деятельности и ее форм. По мнению В. Ф. Олешко, профессора медиа-коммуникаций: «Сложность адаптации журналистов к современной медиасреде заключается также в постоянном потоке информации и изменений. Журналисты должны быть готовы к быстрым изменениям и уметь адаптироваться к новым требованиям и технологиям» [3]. Сегодня журналисты имеют возможность работать независимо от редакции в традиционном понимании этого слова, а значит, у них больше возможностей для формирования своего личного творческого стиля. Восприятие информационных продуктов читателями, их комментарии и интерактивность участия в дискуссиях могут определять популярность и востребованность той или иной журналистской деятельности. Психокультурная и профессиональная осведомленность журналистов является важным фактором творческой личности, позволяющим авторам включать ценностные элементы в свою работу и во многом определяющим эффективность и результативность журналистского письма, а также успешность журналистской деятельности в целом.

Деля выводы, подчеркнем, что в процессе медиаконвергенции в журналистской деятельности появляются новые жанры, методы и формы, расширяется круг ее обязанностей и видов деятельности. Однако технологические инновации в редакционном процессе не должны превалировать над профессиональными преобразованиями. Необходимо уделять внимание социальной адаптации каждого члена редакционной команды к новым ситуациям, сохраняя прогрессивную функцию профессии, потребность в ценном контенте и способность создавать значимый для современного общества контент. Миссия служить обществу — главная цель журналистики, которая остается неизменной, несмотря на происходящие трансформации.

Литература:

1. Загидулина М. В. Журналистский текст в новой технологической среде: достижения и проблемы // научного журнал «Медиасреда». — 2019. — Т. 1. — С. 265. — URL: https://kpfu.ru/staff_files/F710138920/Materialy_konferencii_Zhurnalistiskij_tekst_v_novoj_tekhnologicheskoy_srede.pdf

2. Молчанова О. И. Модификация деятельности журналиста в условиях медиаконвергенции // Вестник науки Сибири. — 2018. — № 3 (30) — 10 с. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modifikatsiya-deyatelnosti-zhurnalista-v-usloviyah-mediakonvergentsii>
3. Олешко В. Ф. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти // Издательство Уральского университета. — 2020. — Т. 2 (99) — С. 324–228. — URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/93167/1/978-5-7996-3074-4_2020.pdf
4. Пивошенко Н. В. Новые медиа: теория и практика // Издательство: Московский педагогический государственный университет (Москва). — 2022. — Выпуск № 1 (55) — С. 22. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49223780>
5. Смирнова О. В. Эволюция профессионально-этических стандартов китайской журналистики в современных условиях. — 2022. — Т. 2. — с. 10 — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-professionalno-eticheskikh-standartov-kitayskoy-zhurnalistiki-v-sovremennyh-usloviyah>

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 11 (510) / 2024

Выпускающий редактор Г. А. Кайнова
Ответственные редакторы Е. И. Осянина, О. А. Шульга, З. А. Огурцова
Художник Е. А. Шишков
Подготовка оригинал-макета П. Я. Бурьянов, М. В. Голубцов, О. В. Майер

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.
При перепечатке ссылка на журнал обязательна.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Журнал размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый». 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Номер подписан в печать 27.03.2024. Дата выхода в свет: 03.04.2024.

Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

Почтовый адрес редакции: 420140, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, д. 94А, а/я 121.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <https://moluch.ru/>

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.