

АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ

Обучение и тренировка
младших школьников в
секции футбола как единый
педагогический процесс

Стратегии
продвижения услуг
адвоката в сети
интернет

Проблема
влияния
социальных сетей
на восприятие
женщинами своей
телесности

Сравнительный анализ
ставок земельного
налога на территории г.
Якутск с действующими
ставками городов
Дальневосточного
федерального округа

#24(51)

16+

Актуальные исследования

Международный научный журнал
2021 • № 24 (51)

Издается с ноября 2019 года

Выходит еженедельно

ISSN 2713-1513

Главный редактор: Ткачев Александр Анатольевич, канд. социол. наук

Ответственный редактор: Ткачева Екатерина Петровна

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Абидова Гулмира Шухратовна, доктор технических наук, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

Альборад Ахмед Абуди Хусейн, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Аль-бутбахак Башшар Абуд Фадхиль, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Альхаким Ахмед Кадим Абдуалкарем Мухаммед, PhD, доцент, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

Асаналиев Мелис Казыкеевич, доктор педагогических наук, профессор, академик МАНПО РФ (Кыргызский государственный технический университет)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, проректор по научной работе, профессор, директор НИИ биogeографии и ландшафтной экологии (Дагестанский государственный педагогический университет)

Гаврилин Александр Васильевич, доктор педагогических наук, профессор, Почетный работник образования (Владимирский институт развития образования имени Л.И. Новиковой)

Галузо Василий Николаевич, кандидат юридических наук, старший научный сотрудник (Научно-исследовательский институт образования и науки)

Григорьев Михаил Федосеевич, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Арктический государственный агротехнологический университет)

Губайдуллина Гаян Нурахметовна, кандидат педагогических наук, доцент, член-корреспондент Международной Академии педагогического образования (Восточно-Казахстанский государственный университет им. С. Аманжолова)

Ежкова Нина Сергеевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики (Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого)

Жилина Наталья Юрьевна, кандидат юридических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Ильина Екатерина Александровна, кандидат архитектуры, доцент (Государственный университет по землеустройству)

Карпович Виктор Францевич, кандидат экономических наук, доцент (Белорусский национальный технический университет)

Кожевников Олег Альбертович, кандидат юридических наук, доцент, Почетный адвокат России (Уральский государственный юридический университет)

Колесников Александр Сергеевич, кандидат технических наук, доцент (Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова)

Копалкина Евгения Геннадьевна, кандидат философских наук, доцент (Иркутский национальный исследовательский технический университет)

Красовский Андрей Николаевич, доктор физико-математических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН и АИН (Уральский технический институт связи и информатики)

Кузнецов Игорь Анатольевич, кандидат медицинских наук, доцент, академик международной академии фундаментального образования (МАФО), доктор медицинских наук РАГПН, профессор, почетный доктор наук РАЕ, член-корр. Российской академии медико-технических наук (РАМТН) (Астраханский государственный технический университет)

Литвинова Жанна Борисовна, кандидат педагогических наук (Российский государственный университет правосудия)

Мамедова Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова)

Мукий Юлия Викторовна, кандидат биологических наук, доцент (Санкт-Петербургская академия ветеринарной медицины)

Никова Марина Александровна, кандидат социологических наук, доцент (Московский государственный областной университет (МГОУ))

Насакаева Бакыт Ермекбайкызы, кандидат экономических наук, доцент, член экспертного Совета МОН РК (Карагандинский государственный технический университет)

Олешкевич Кирилл Игоревич, кандидат педагогических наук, доцент (Московский государственный институт культуры)

Попов Дмитрий Владимирович, PhD по филологическим наукам, доцент (Андижанский государственный университет)

Пятаева Ольга Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент (Российская государственная академия интеллектуальной собственности)

Редкоус Владимир Михайлович, доктор юридических наук, профессор (Институт государства и права РАН)

Самович Александр Леонидович, доктор исторических наук, доцент (ОО «Белорусское общество архивистов»)

Сидикова Тахира Далиевна, PhD, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

Таджибоев Шарифджон Гайбуллоевич, кандидат филологических наук, доцент (Худжандский государственный университет им. академика Бободжона Гафурова)

Тихомирова Евгения Ивановна, доктор педагогических наук, профессор, Почётный работник ВПО РФ, академик МААН, академик РАЕ (Самарский государственный социально-педагогический университет)

Хабибуллаева Феруза Казимжановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Андижанский государственный университет)

Хаитова Олмахон Саидовна, кандидат исторических наук, доцент, Почетный академик Академии наук «Турон» (Навоийский государственный горный институт)

Хайдарова Насиба Адхамовна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Андижанский государственный университет)

Цуриков Александр Николаевич, кандидат технических наук, доцент (Ростовский государственный университет путей сообщения (РГУПС))

Чернышев Виктор Петрович, кандидат педагогических наук, профессор, Заслуженный тренер РФ (Тихоокеанский государственный университет)

Шаповал Жанна Александровна, кандидат социологических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

Шошин Сергей Владимирович, кандидат юридических наук, доцент (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского)

Яхшиева Зухра Зиятовна, доктор химических наук, доцент (Джиззакский государственный педагогический институт)

СОДЕРЖАНИЕ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Копырин А.С., Шатрова В.В.

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА (ЭДО) В ИТАЛИИ.....7

Романова В.С.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА СМЕННО СУТОЧНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ 10

НАУКИ О ЗЕМЛЕ, ЭКОЛОГИЯ, ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ

Кириллина В.Н.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТАВОК ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГА НА ТЕРРИТОРИИ
Г. ЯКУТСК С ДЕЙСТВУЮЩИМИ СТАВКАМИ ГОРОДОВ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА..... 14

ИСТОРИЯ, АРХЕОЛОГИЯ, РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ

Каяев М.И.

К ВОПРОСУ ОБ ИСТОЧНИКОВЕДЧЕСКОЙ БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
ОБРАЗОВАНИЙ ГУМИК И КАЗИКУМУХСКОЕ ШАМХАЛЬСТВО 17

Каяев М.И.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАЗИКУМУХСКОГО ШАМХАЛЬСТВА
В XII-XVII вв. 21

Хайетов Ш.А., Туйев Ф.Э.

ДАННЫЕ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ 1897 ГОДА,
ЯВЛЯЮЩИЕСЯ ИСТОЧНИКОМ ИЗУЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ, СОЦИАЛЬНОГО
УСТРОЙСТВА И ЗАНЯТИЙ ТУРКЕСТАНА..... 26

Читаева З.Ш.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ РОЛЬ РОССИЙСКОЙ НАУКИ XIX ВЕКА
В ИССЛЕДОВАНИЯХ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ НАРОДОВ СЕВЕРНОГО
КАВКАЗА 31

КУЛЬТУРОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ, ДИЗАЙН

Олешкевич К.И., Гришина С.Н.

ВОКАЛОИДЫ – МИРОВОЙ ФЕНОМЕН В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ.....35

СОЦИОЛОГИЯ

Вахрамеева А.И.

ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ВОСПРИЯТИЕ ЖЕНЩИНАМИ
СВОЕЙ ТЕЛЕСНОСТИ 39

Стариков Н.В.

ОТ КОНСАЛТИНГА – К КРИТИКЕ БЮРОКРАТИЗМА: ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ
ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ 42

Стариков Н.В.

ПОДЧИНЕНИЕ-OBEDIENCE И ПОДЧИНЕНИЕ-COMPLIANCE 46

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Никитин Н.О.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 50

Никитин Н.О.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ 53

Подойников С.Г.

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КАК УЧАСТНИК В АРБИТРАЖНОМ ПРОЦЕССЕ 55

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Барышков К. В.

ТРАНСФОРМАЦИЯ БРЕНДИНГА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕИЗБЫТКА МЕДИА 59

Гридчина О.М.

ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ
УСЛУГ 65

Кандидатова П.М.

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ АДВОКАТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ 69

Коробченко А.Н.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ИНСТРУМЕНТОВ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА MAZDA
НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ 73

Одинаева Д.Ю.

ВИДЫ PR-ИНСТРУМЕНТОВ. СТРУКТУРИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ
НА ВЕБ-СТРАНИЦАХ 76

ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ

Белякова Е.С.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ СЕМЕЙ
В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ 80

Бойко А.В.

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	84
--	----

Васильева А.О., Васильев А.И.

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	87
---	----

Геворгян К.Г., Курбанова А.А., Мустафаева П.И.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19	90
---	----

Клепарская К.Ю., Новокщенова И.Е.

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ БАНКА «ФК ОТКРЫТИЕ»).....	97
---	----

Коченовская А.Г., Цыркунова Т.А.

ЭВОЛЮЦИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КОМПАНИЙ В РОССИИ	104
--	-----

Мусина А.И., Васильева Я.Е., Новокщенова И.Е.

ИССЛЕДОВАНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ КАК НОВОЙ ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ДЕНЕГ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ	110
--	-----

ОБРАЗОВАНИЕ, ПЕДАГОГИКА

Гостищева Е.С., Нетребенко А.В., Олейникова А.П.

РАННЯЯ КОМПЛЕКСНАЯ ПОМОЩЬ ДЕТЯМ С СИНДРОМОМ ДАУНА	116
---	-----

Позднякова Ю.С., Подгорный Я.Б.

ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ.....	121
--	-----

Рогожая С.А., Сафонова М.Ю.

СЕНСОРНОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	124
--	-----

Сарсенова М.Е.

РОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ НА СРЕДНЕМ УРОВНЕ	127
--	-----

ПСИХОЛОГИЯ

Файнова А.В.

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С РАССТРОЙСТВОМ АУТИСТИЧЕСКОГО СПЕКТРА	133
--	-----

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Виноградов Д.П., Шерстнев А.М.

ОБУЧЕНИЕ И ТРЕНИРОВКА МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В СЕКЦИИ ФУТБОЛА КАК ЕДИНЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС	136
--	-----

Ларёва Н.А.

ВОЛЕЙБОЛ КАК ВИД СПОРТА	140
-------------------------------	-----

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

КОПЫРИН Андрей Сергеевич

кандидат экономических наук, доцент, Сочинский государственный университет,
Россия, г. Сочи

ШАТРОВА Валентина Викторовна

студент магистратуры, Сочинский государственный университет,
Россия, г. Сочи

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА (ЭДО) В ИТАЛИИ

***Аннотация.** В статье авторы раскрывают теоретические основы электронного документооборота.*

***Ключевые слова:** электронный документооборот, электронная подпись, электронный документ.*

Электронный документооборот – это обмен электронными документами по телекоммуникационным каналам связи (ТКС) оператора ЭДО. Сначала поясним понятие «электронный документ». Электронный документ – это файл, заверенный электронной подписью. Его не нужно распечатывать, так как юридически значимым оригиналом он является именно в электронном виде [2].

Электронный документооборот (ЭДО) происходит через систему оператора ЭДО, включенного в сеть доверия ФНС РФ. Одна организация отправляет другой файл документа. Адресат получает его через несколько секунд на своем ПК. Процесс можно сравнить с электронной почтой. При передаче документа оператор автоматически проверяет легитимность электронной подписи, которой завизирован документ, и соответствие формата документа требованиям законодательства [3].

Если документ требует двусторонней подписи, получатель также подписывает его электронной подписью или отказывает в подписи и запрашивает корректировку. Движение документа отправитель может отследить благодаря статусам: «Отправлен», «Получен», «Подписан», «Отказано в подписи» [1].

Внедрение ЭДО позволит удобно и просто представлять электронные документы через интернет по требованию налоговых органов.

ЭДО подходит как малому и среднему бизнесу, так и крупным предприятиям и холдингам [3].

Внедрение ЭДО позволит удобно и просто представлять электронные документы через интернет по требованию налоговых органов. ЭДО подходит как малому и среднему бизнесу, так и крупным предприятиям и холдингам.

Система «Электронный документ» – система обмена электронными документами. С ее помощью вы сможете добавить электронный документ с компьютера, выгрузить из учетной системы или создать с нуля. Встроенный редактор подскажет, как правильно сформировать и заполнить документ. Перед отправкой система проверит ваши счета-фактуры, акты и накладные – это исключит ошибки и гарантирует, что контрагенты и налоговая примут документы. Система «Электронный документ» умеет работать с любыми форматами электронных документов, в том числе с утвержденными ФНС [1].

На сегодняшний день на рынке Италии существует две системы, позволяющая осуществить электронной документооборот между какой-либо фирмой и налоговой службой. Эти системы разработаны двумя крупными компаниями интеграторами «Edicom Group» и INPOSIA. Рассмотрим данные системы подробнее.

Фирма «Edicom Group» представляет свое собственное решение «EDICOM Global e-Invoicing». Рассмотрим данную систему подробнее. «EDICOM Global e-Invoicing» – это платформа, состоящая из 4 модулей: модуль интеграции, модуль проверки и соблюдения правовых норм, коммуникационный модуль и модуль управления [2].

Модуль интеграции – этот модуль занимается установлением соединений с внутренней системой управления для интеграции выставления и получения счетов. Данный модуль обеспечивает преобразование структур данных в соответствии с необходимыми стандартами, внедрение установленных систем цифровой подписи или управления процедурами декларирования в соответствии с положениями действующего законодательства. Взаимодействие данного модуля с внутренней системой управления осуществляется по средствам обмена файлами формата «*.csv» либо же прямым подключением к базе данных с помощью COM соединения, но с учетом что внутренняя система управления является продуктом «Edicom Group».

Модуль проверки и соблюдения правовых норм – на данном этапе выставленные счет-фактуры анализируются и синтаксически проверяются на предмет соответствия всем необходимым техническим спецификациям. Модуль выполняет семантическую оценку, направленную на обеспечение того, чтобы информация, содержащаяся в каждом документе, соответствовала определенным руководящим принципам, чтобы согласовать требования различных деловых партнеров [2]. То есть на данном этапе осуществляется проверка валидности файла. Также следует отметить, что это один из ключевых элементов платформы электронного выставления счетов EDICOM. Его функция заключается в интеграции технических и юридических спецификаций, установленных каждой цифровой системой выставления счетов в различных странах. Это модуль, который взаимодействует с «интегратором» платформы, постоянно указывая тип управления, которое должно выполняться над данными каждого счета, чтобы они всегда

оставались согласованными и соответствующими действующим законам [2].

Коммуникационный модуль – на этом этапе электронный счет готов к отправке в налоговый орган. Коммуникационный модуль идентифицирует получателя электронного документа и отправляет его автоматически, направляя через протокол связи, согласованный с получателем, данный модуль позволяет отправителю в любое время узнать, где находится его сообщение [3].

Модуль управления – этот модуль настраивает доступную в Интернете среду, из которой можно полностью управлять и контролировать платформу.

Вторая фирма INPOSIA представляет решение для автоматизации данного бизнес-процесса с помощью системы «INPOSIA e-invoicing».

Данной системой на сегодняшний день пользуются многие крупные компании:

1. Датская компания, основанная в 1941 году Виллумом Канном Расмуссеном, занимающаяся производством строительных материалов в основном мансардных окон.
2. Голландская независимая многонациональная компания, которая хранит и обрабатывает продукты, от химикатов, нефти, газа и СПГ до биотоплива и растительных масел.
3. Группа компаний, использующих бренд «Toyota».

Преимущество данной системы заключается в том, что она может быть использована на территории более чем 60 стран, так как регламенты отправки счет-фактур в данной системе соответствуют юридическим и налоговым требованиям обмена. Также в данной системе есть возможность использования цифровой электронной подписи [3].

Литература

1. Касьянова Г.Ю. Документооборот. Основные средства, АБАК, 2019 год, 256 с.
2. Ильина Т.Н., Логинова А.Ю., Романов Д.А. Правда об электронном документообороте, Москва, ДМК, 2019 год, 224 с.
3. Баласанян В.Г. Концепция автоматизации отечественного документооборота // Открытые системы. – 2015. №1.

KOPYRIN Andrey Sergeevich

PhD in Economic Sciences, Associate Professor,
Sochi State University, Russia, Sochi

SHATROVA Valentina Viktorovna

master's student,
Sochi State University, Russia, Sochi

FEATURES OF ELECTRONIC DOCUMENT MANAGEMENT (EDM) IN ITALY

Abstract. *In the article, the authors reveal the theoretical foundations of electronic document management.*

Keywords: *electronic document management, electronic signature, electronic document.*

РОМАНОВА Виктория Сергеевна

студентка магистратуры,

Московский государственный технологический университет Станкин,

Россия, г. Москва

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА СМЕННО СУТОЧНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В ходе изучения индустрии гостеприимства был проведен анализ интернет-технологий, для решения проблем потери рабочего времени персонала и поднятии уровня сервиса в заведении. Данные проблемы связаны с тем, что как правило все программные средства, являются платными, но не все предприятия могут это себе позволить. Это обусловлено тем, что сменно суточное планирование приходится автоматизировать вручную, что приводит к потере времени и средств. В связи с этим были определены и проанализированы наиболее подходящие способы создания системы управления предприятием для суточного планирования.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, интернет-технологии, суточное планирование.

В настоящее время интернет-технологии являются одним из наиболее ценных ресурсов. Все больший интерес к автоматизации процессов явно ощущается со стороны индустрии гостеприимства, желающих минимизировать потери рабочего времени персонала, сэкономить на его численности и поднять уровень сервиса.

Программное средство – это объект, состоящий из программ, процедур, правил, а также, если предусмотрено, сопутствующих им документации и данных, относящихся к функционированию системы обработки информации.

Для создание своего продукта были сформулированы и решены множество задач, но в данной статье будут показаны:

- инструменты систем управления;
- составление сменно суточного планирования;
- реализация программного решения.

Система управления – это совокупность действий, необходимых для согласования

совместной деятельности людей, а также совокупность звеньев, осуществляющих управление, и связей между ними.

Одним из старейших продуктов является R-Keeper. Он был создан в 1992 году, однако сейчас система внедрена в 37 тыс. руб. предприятиях по всему миру. Цена данного средства колеблется от 77 тыс. руб. до 180 тыс. руб.

Другая система управления называется Isok pos store. Это бесплатная программа, но установить ее можно на устройства поддерживающими систему IOS. Также один из немало важных минусов является не самая гибкая система.

В результате анализа выше, приведем в таблице системы, не приведённые в статье. Для оценки критериев использована пятибалльная система, где 0 считается плохо, а 5 отлично.

Проведенный анализ рынка показывает, что, несмотря на большое количество систем цена их довольно высока, они обладают своим рядом свойств, который нельзя отредактировать, не достаточная гибкость системы, недостаточная поддержка устройств системой.

Таблица

Анализ систем управления предприятием

Критерии	Информационные системы индустрии гостеприимства							
	R-Keeper	iiko	Jowi	Poster	Quick Resto	iSOK POS STORE	Intellect Style	Pos Sector
Подсистемы	5	4	4	5	5	3	2	4
Функциональные возможности	5	4	4	4	3	2	4	4
Количество ресторанов	сеть	сеть	сеть	сеть	сеть	1	сеть	сеть
Связь с офисом	5	2	2	2	5	4	2	4
Настройки в работе	5	3	3	4	5	4	3	4
Простота освоения	2	2	4	3	2	3	3	3
Покупка по частям	возможна	возможна	нет	нет	нет	нет	нет	возможна
Конечная цена	2	2	4	3	3	5	2	2

На практике часто строят схемы при работе со сложными структурами, для полного рассмотрения объекта. Схема информационных

потоков предприятия представлена на рисунке 1.

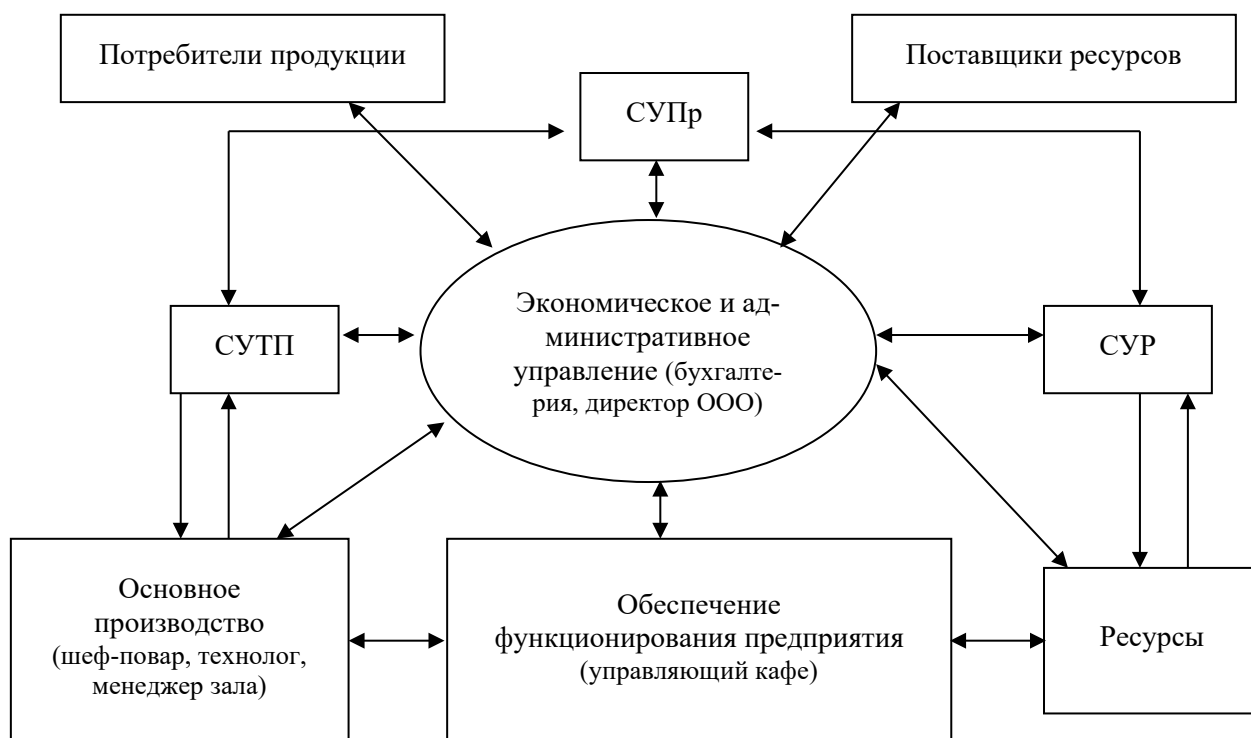


Рис. 1. Схема информационных потоков

Огромные объёмы перерабатываемой информации и серьёзные требования к скорости обслуживания клиентов обуславливают необходимость широкого использования арсенала программных атрибутов.

Составляя сменно суточное планирование учреждения гостеприимства, необходимо определить деятельность предприятия, которая представлена на рисунке 2.

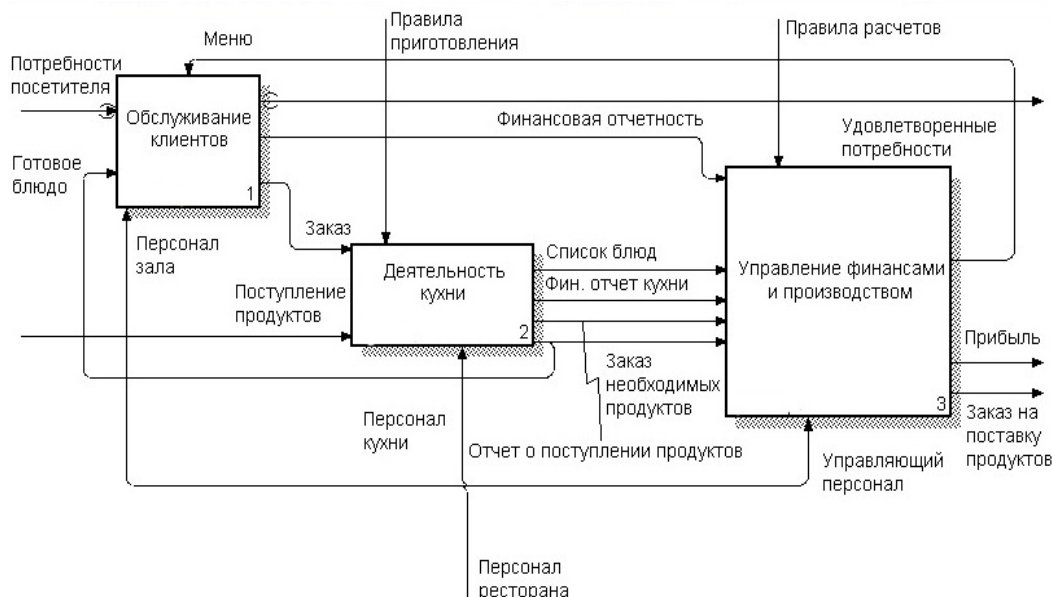


Рис. 2. Деятельность предприятия

Для выделения потоков данных следует создать диаграмму DFD рисунок 3.

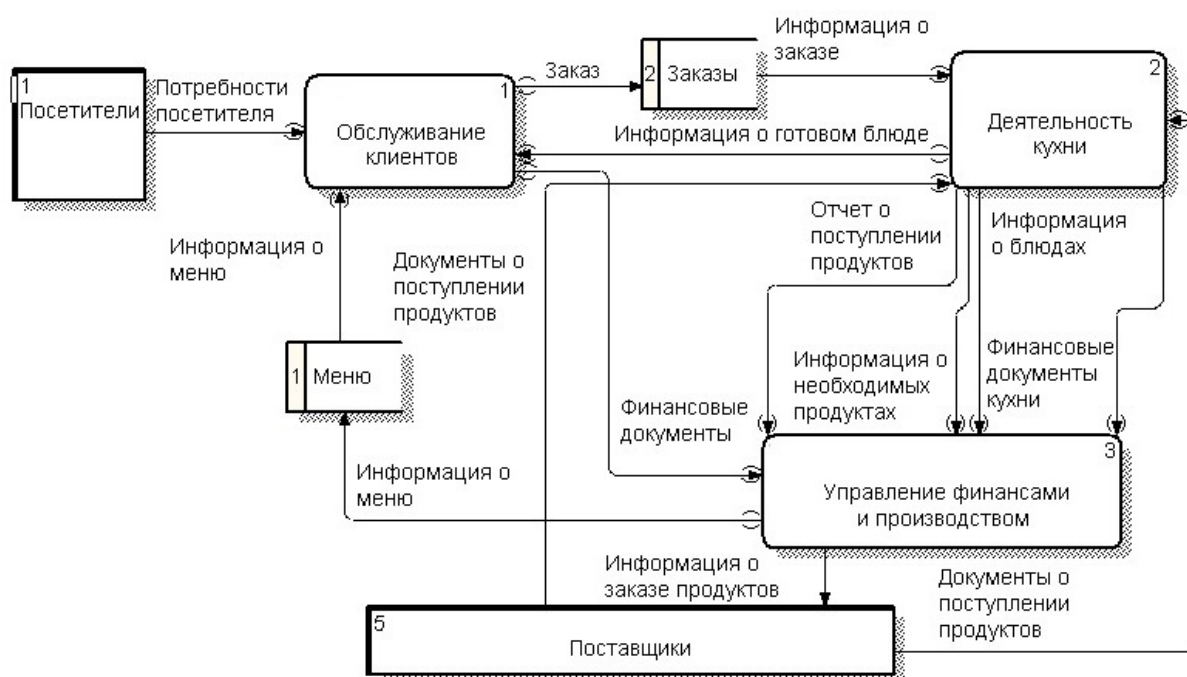


Рис. 3. Диаграмма DFD. Деятельность предприятия

Чтобы решить перечисленные задачи на предприятии в наши дни довольно широко применяется передовая компьютерная техника. Фактически степень автоматизации ряда служб индустрии гостеприимства находится на значительном уровне.

В результате рассмотрения множества систем управления, и составления сменно суточного планирования можно сделать выводы:

- в случае, когда у предприятия недостаточно средств, применение систем,

представленных на рынке, не всегда имеет возможность на существование;

- если программное средство в бесплатном доступе, то оно чаще всего подходит для определенных видов устройств либо не имеет достаточную гибкость в использовании;

- поскольку каждое предприятие имеет свою индивидуальность, не каждое средство может его раскрыть, поэтому имеет место создание своего программного продукта на основании деятельности предприятия.

– применяемый программный комплекс, при этом обязан быть весь простым в эксплуатации, чтобы им могли пользоваться и неподготовленные работники, располагающие только основными навыками работы с вычислительной техникой.

Литература

1. Цой С., Цхай С.М. Прикладная теория графов. – Алма-Ата: Наука, 1971.
2. Феллер В. Введение в теорию вероятностей и её приложения. В 2-х томах. – М.: Мир, 1984.
3. Сигорский В.П. Математический аппарат инженера. – Киев: Техника, 1975.

ROMANOVA Victoria Sergeevna

master's student,

Moscow State Technological University Stankin,
Russia, Moscow

IMPROVING THE QUALITY OF DAILY SHIFT PLANNING IN THE HOSPITALITY INDUSTRY BASED ON INTERNET TECHNOLOGIES

Abstract. *At the entrance to the study of the hospitality industry, an analysis of Internet technologies was carried out to solve the problems of losing staff time and raising the level of service in the institution. These problems are associated with the fact that, as a rule, all software tools are paid, but not all enterprises can afford it. This is due to the fact that shift daily planning has to be automated manually, which leads to a loss of time and money. In this regard, the most appropriate ways of creating an enterprise management system for daily planning were identified and analyzed.*

Keywords: *hospitality industry, internet technologies, daily planning.*

НАУКИ О ЗЕМЛЕ, ЭКОЛОГИЯ, ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ

КИРИЛЛИНА Валерия Николаевна

магистрант второго курса кафедры «Экспертиза, управление и кадастр недвижимости»,
Инженерно-технический институт,
Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова,
Россия, г. Якутск

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТАВОК ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГА НА ТЕРРИТОРИИ г. ЯКУТСК С ДЕЙСТВУЮЩИМИ СТАВКАМИ ГОРОДОВ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. В данной статье представлен сравнительный анализ для выявления приоритетных направлений по совершенствованию системы обложения земельным налогом в ГО г. Якутск, совершенствование которой в условиях обеспечения собственной доходной базы приобретает особую актуальность.

Ключевые слова: земельный налог, налоговые ставки, налоговые льготы, вид разрешенного использования.

Рассмотрено 16 муниципальных образований: 12 городских округов, 4 городских поселения – ГО "Город Чита", ГО "Город Улан-Удэ", МО "Город Биробиджан", ГО "Город Благовещенск", ГО "Город Хабаровск", ГО "Город Комсомольск-на-Амуре", Владивостокский ГО, Находкинский ГО, Артёмовский ГО, Уссурийский ГО, МО г. Анадырь, ГО Петропавловск-Камчатский, МО "Город Магадан", ГО "Город Южно-Сахалинск", ГО "Город Якутск", МО "Город Нерюнгри".

Представлен сравнительный анализ для выявления приоритетных направлений по совершенствованию системы обложения земельным налогом в ГО г. Якутск, совершенствование которой в условиях обеспечения собственной доходной базы приобретает особую актуальность. Результаты проведенного исследования показывают, что налоговые ставки в выбранных МО ДВФО во многом совпадают, но есть и некоторые отличия. Так, к общим подходам можно отнести следующие:

- По **сельскохозяйственному использованию** у большинства МО налоговая ставка установлена в размере 0,3%, пониженная ставка до 0,1% установлена в ГО Чита.

- Для ВРИ **Животноводство** пониженная ставка до 0,1% установлена в ГО "Город Благовещенск" и ГО "Город Комсомольск-на-Амуре".

- Для ВРИ **Садоводство** снижены до 0,1% в ГО "Город Благовещенск", ГО "Город Хабаровск", ГО "Город Комсомольск-на-Амуре" и до 0,2% в Петропавловск-Камчатский ГО. Здесь отметим, несмотря на уточнение ВРИ Садоводство, Ведение Садоводства, Ведение Огородничества, данный факт в НПА не учтен, налоговая ставка в 0,3% сохраняется как для личного хозяйства, так и для предпринимателей. Понижение до 0,2% установленная для Ведения Садоводства, Ведения Огородничества в г. Нерюнгри.

- Понижение налоговой ставки для ВРИ **Ведение личного подсобного хозяйства** установлено имеется в ГО "Город Благовещенск", ГО "Город Комсомольск-на-Амуре" до 0,1%, в Петропавловск-Камчатский ГО до 0,2%. Здесь также отметим, уточнены ВРИ Ведение личного подсобного хозяйства на полевых участках и ВРИ Для ведения личного подсобного хозяйства (приусадебный земельный участок).

- По **Жилой застройке** у большинства МО налоговая ставка составляет 0,3%, пониженная ставка до 0,15% установлена в ГО "Город Благовещенск" и ГО "Город Комсомольск-на-Амуре".

- Для земельных участков, занятых объектами инженерной инфраструктуры жилищно-коммунального комплекса, предусмотренная законом налоговая ставка 0,3% сохраняется. Однако, здесь отметим уточнение ВРИ по видам использования объектов капитального строительства. Так, г.Нерюнгри для них установил ставку в размере 1,5%.

- По ВРИ **Предпринимательство** у всех МО отмечается предельная ставка в размере 1,5%. Снижение ставки до 1,1% по отдельным ВРИ отмечается в Находкинском ГО.

- По ВРИ **Производственная деятельность** у всех МО отмечается предельная ставка в размере 1,5%. Снижение ставки по отдельным ВРИ отмечается в Находкинском ГО до 1% и в МО "Город Биробиджан" до 1,1%.

- По ВРИ **Курортная деятельность и Санаторная деятельность** у всех МО отмечается предельная ставка в размере 1,5%, снижение до 1% в ГО "Город Благовещенск". Снижение ставки до 0,5% для ВРИ Санаторная деятельность отмечается в ГО "Город Комсомольск-на-Амуре".

- Все МО в локальных НПА предусмотрели дополнительные льготы в размере 100% для физических и юридических лиц в соответствии с федеральными льготами, введенными ст. 391 и 395 НК РФ соответственно.

Дифференциации отмечаются в следующем:

- Во всех МО налоговые ставки установлены не по отдельным ВРИ, а для укрупненных, «сгруппированных» ВРИ. По отдельным ВРИ ставки установлены в ГО г. Якутск и г. Нерюнгри.

- Размер налоговой ставки существенно различается по ВРИ **Хранение автотранспорта** в пределах от 0,3 до 1,5%. Здесь отметим, что уточнено ВРИ, установлены ВРИ для размещения личных гаражей в рамках Жилой застройки и ВРИ Служебные гаражи в группе Предпринимательство. Отдельно ВРИ Земельные участки, предназначенные для размещения стоянок металлических гаражей исключен.

- Разброс размеров налоговой ставки от 0,1% до 1,5% отмечен для ВРИ «Обеспечение спортивно-зрелищных мероприятий и Обеспечение занятий спортом в помещениях»

- в РФ предпочтение отдается льготированию объектов налогообложения, есть определенных категорией земельных участков, а не налогоплательщиков, поскольку налогом облагается сам земельный участок, а не его владелец.

- Налоговые льготы в отношении земельных участков, используемых для непосредственного выполнения функций Органов муниципальной власти установлены в размере 100% МО "Город Биробиджан" и Артёмовский ГО.

- Налоговая льгота в размере 100% предусмотрена для садоводства, огородничества, ЛПХ в ГО Хабаровск с целью освоения и развития левобережных островов города.

Проведенный анализ позволяет сформулировать вывод о том, что установление налоговых ставок по отдельным ВРИ обуславливается доходностью отдельных видов экономической активности, что обеспечивает выполнение принципа социальной справедливости в процессе владения и пользования землёй. При разработке и принятии собственных нормативно-правовых документов необходимо предусмотреть обоснованные размеры налоговых ставок для новых ВРИ, таких как Земельные участки (территории) общего пользования, Общественное использование объектов капитального строительства с целью развития инфраструктуры, территорий общественного пространства населенных пунктов. Необходимо для отдельных лиц установить перечень льгот, порядок исчисления и уплаты земельного налога для ВРИ Земельные участки общего назначения (ведение огородничества, ведение садовничества) или животноводства, а также дачного хозяйства. Также можно отметить, что **размер ставок земельного налога в ГО г. Якутск по значительному числу ВРИ существенно ниже**, чем ставки, установленные в городах ДВФО и г. Нерюнгри, что может быть резервом к их повышению.

Литература

1. "Земельный кодекс Российской Федерации" от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 30.04.2021)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 31.07.2020)
3. Нормативно-правовые акты органов местного самоуправления ДФО о введении и установлении ставок земельного налога.

KIRILLINA Valeriya Nikolaevna

2nd year master's student of the Department of Expertise, Management and
Real Estate Cadastre, Engineering and Technical Institute,
North-Eastern Federal University named after M.K. Ammosov, Russia, Yakutsk

**COMPARATIVE ANALYSIS OF LAND TAX RATES
IN THE TERRITORY OF YAKUTSK WITH THE CURRENT RATES
OF THE CITIES OF THE FAR EAST FEDERAL DISTRICT**

Abstract. *This article presents a comparative analysis to identify priority areas for improving the land tax system in the city of Yakutsk, the improvement of which in the context of ensuring its own income base is of particular relevance.*

Keywords: *land tax, tax rates, tax incentives, type of permitted use.*

ИСТОРИЯ, АРХЕОЛОГИЯ, РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ

КАЯЕВ Микдад Ильясович

студент магистратуры второго года обучения,
Дагестанский государственный университет,
Россия, г. Махачкала

К ВОПРОСУ ОБ ИСТОЧНИКОВЕДЧЕСКОЙ БАЗЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ГУМИК И КАЗИКУМУХСКОЕ ШАМХАЛЬСТВО

Аннотация. В статье рассматривается источниковедческая база средневековых государственных образований Дагестана. Любое историческое исследование начинается с рассмотрения источников. Сегодня имеется достаточно большой корпус опубликованных источников по различным аспектам истории Гумика и Казикумухского Шамхальства. При этом так же некоторый пласт источников до сих пор остается неизвестным научной общественности и широкому кругу читателей.

Ключевые слова: источниковедение, Гумик, Казикумухское шамхальство, история Дагестана.

Вопросы истории раннесредневековых государств Дагестана имеют первостепенное значение для воссоздания картины исторического процесса на всем Северо-Восточном Кавказе. Период раннего средневековья до сих пор является малоизученным. «Российскими, в том числе дагестанскими, учеными много сделано в изучении средневековых государств на территории Дагестана. Но эта проблема далека от своего окончательного решения» [11, с.3].

Наиболее исследованным государством средневекового Дагестана является Сарир. Сложнее дело обстоит с иными государственными образованиями, в том числе и с Гумиком, Туманом и другими. Нет однозначных ответов вопросы о политическом устройстве раннесредневековых государств Дагестана, об их границах и так далее.

На формирование государственности у народов Дагестана оказали влияние Хазарский Каганат, Сасанидский Иран и Арабский Халифат. При этом, в корне, неверно говорить о том, что государственность в Дагестан была занесена извне. Раннесредневековые государства здесь возникли на собственной социально-экономической основе.

О государствах Дагестана в период средневековья написано немало обобщающих

научных трудов. Кроме этого изучены так же некоторые аспекты тех или иных исследовательских тем, связанных с ними. Но в массиве исторической литературы практически нет монографических исследований, посвященных отдельно какому-либо из средневековых государственных образований Дагестана.

Государственные образования Туман, Гумик и возникшее позже Казикумухское Шамхальство занимают заметное место среди других раннесредневековых государств Дагестана.

Однако, если говорить, о Тумане и Гумике то до сих пор нет единого мнения об их локализации. В.Ф. Минорский, Р.М. Магомедов, А.Р. Шихсаидов придерживаются точки зрения, что эти государства охватывали территорию современного расселения лаков.

Что касается Казикумухского Шамхальства то это государство во времена своего расцвета в XIV-XVII веках было одним из крупнейших в Дагестане. В состав Шамхальства входили представители разных народов. Полиэтнический состав вообще был характерен для феодальных государственных образований Дагестана. Казикумухское Шамхальство занимало важное место, не только в системе отношений между различными Дагестанскими феодальными владениями, но и находилось в спектре

интересов мировых держав Ирана, Турции и России, чья внешнеполитическая деятельность на Кавказе активизировалась в XVI-XVII веках.

История государственных образований Дагестана в период средневековья весьма интересная и, вместе с тем, малоизученная тема. Её малоизученность объясняется прежде всего определенной скудностью источниковой базы и слабой степенью разработки некоторых тем.

Целью данной работы является описание и анализ известных источников по истории Гумика и Казикумукского Шамхальства, для дальнейшего научного описания и анализа вопросов локализации, социального и политического устройства и развития этих государственных образований.

Для достижения поставленных целей ставится задача проанализировать опубликованные источники по истории Гумика и Казикумукского шамхальства, а также разобрать массив литературы досоветского, советского и современного этапа развития историографии данной проблемы.

Источники по истории государственных образований Дагестана представлены несколькими группами. Главная группа – это письменные источники. Эта группа включает в себя труды арабских и персидских авторов, местные дагестанские источники, дела посольского приказа и иные архивные материалы. Сюда же можно отнести и эпиграфические памятники, это различные эпитафии, строительные надписи и исторические записи.

Немногочисленные археологические материалы, данные языкознания и фольклора имеют вспомогательное значение.

Главную роль в изучении раннего средневековья в Дагестане занимают сочинения арабских и персидских авторов. Эти труды можно разделить на две группы, первая это Книги завоеваний, а вторая это географические трактаты. Жанр «книги завоеваний» получил широкое распространение в IX-X веках. Эти сочинения описывали завоевательные арабские походы и процесс исламизации покоренных областей. В связи с ослаблением Арабского халифата получают распространение уже географические трактаты. Они дают нам сведения о культуре, экономике и социальном строе различных народов.

Одним из наиболее ранних трудов, посвященным арабским завоеваниям, является «Тарих» (История) Абу-Амира Халифа ибн Хайят ал-Ларси ал-Усруфи. Этот труд содержит

данные об походах арабского полководца Мервана в Горный Дагестан в 735 и 738/739 годах [19].

Подробные сведения об арабских походах на Северо-Восточный Кавказ дает Ахмед ал-Баладзори в книге «Китаб футух ал-булдан» (Книга завоеваний стран) [4]. Баладзори наряду с другими царствами на территории Дагестана также упоминает «Царство Туман» и крепость Гумик. Гумик современными учеными отождествляется с современным Кумухом.

Важные сведения о Дагестане в VI-IX веках содержит многотомный труд Абу-Джафара ат-Табари «Тарих ар-расул ваОл-мулук» (История посланников и царей) [22]. При написании этого труда ат-Табари опирался на труды непосредственных участников арабских походов на Кавказ [11, с. 10].

Интересные данные о политической ситуации в Дагестане во времена арабских походов предоставляет Ахмад ибн Асам ал-Куфи в работе «Китаб ал-футух» (Книга завоеваний) [2].

Стоит упомянуть и труд Изз-ал-дина Абу-л-Хасана Али ибн ал-Асира «Ал-Камил фи-т-тарих» (Полный свод по истории) [9]. Ибн ал-Асир привлекал сочинения своих предшественников для освещения событий, происходивших на Восточном Кавказе в VII веке.

Более поздние авторы IX-XII веков, в отличие от перечисленных выше, от описания военной и политической истории переходят к описанию торговых путей, городов и оборонительных сооружений, дают сведения о социальном устройстве и религиозных представлениях различных народов.

Труд знаменитого арабского географа и путешественника Абу-л-Хасана Али ал-Масуди «Мурудж аз-захаб ва мадаин ал-джавахир» (Промывальни золота и рудники самоцветов) [1] оставил данные о религиозных представлениях жителей Дагестана, что позволяет судить о темпах исламизации Дагестана. Кроме того, ал-Масуди уделяет внимание и политическим структурам Дагестана X века.

Сведения о Дагестане можно встретить и в труде Абу-Али Ибн Русте «Китаб ал-алак ан-нафиса» (Книга драгоценных ожерелий) [10, с. 37-54]. В этом труде содержатся сведения о «Царстве Серир» и крепости Алал-и Гумик, которая названа казнохранилищем царя Серира.

В выше указанных сочинениях содержатся ценные сведения о раннесредневековых государственных образованиях Дагестана, их общественном строе, о торговле, занятиях и

религиозных представлениях дагестанцев в период с VIII по XII век. Однако, приводимые сведения не всегда точны. Неточности объяснимы как общим состоянием научной мысли того времени и ненадежностью источников информации, которую получали авторы, так и компилятивным характером некоторых сочинений.

Наряду с сочинениями арабских авторов следует выделить и работы персидских средневековых историков XIII-XV веков.

Для изучения истории Дагестана монгольского периода большое значение имеет работа историка Рашид-ад-Дина Фазлаллаха «Джами ат-таварих» (Сборник летописей) [18]. Этот труд освещает некоторые вопросы политической истории, экономики, развитие феодальных отношений и исламизации отдельных районов Дагестана. Описывает он и завоевание Казикумуха монголами.

Данные о нашествии Тимура на Казикумух мы находим в книге Низам-ад-Дина Шами «Зафар-намэ» (Книга побед) [15]. Некоторые детали похода Тимура на Дагестан, отсутствующие у Низам-ад-Дина Шами, приводит Шариф-ад-Дин Йезди в своем труде, с таким же названием «Зафар-намэ» (Книга побед) [20].

Важное место в истории средневекового Дагестана занимают и сочинения западноевропейских авторов. Их труды в основном посвящены военно-политической истории и исторической географии.

Ряд заметок о народах Дагестана приводит в своем сочинении Гильом де Рубрук [17]. Важные сведения так же приводит и немецкий ученный Адам Олеарий, который был в Дагестане в 1638 году [16]. Ценным источником для изучения политической и социально-экономической истории Дагестана в XVIII веке является сочинение Иогана Густава Гербера «Описание стран и народов вдоль западного берега каспийского моря» [8].

Однако начиная с XVI века важнейшими источниками по истории Дагестана в целом, и отдельных дагестанских государственных образований, становятся архивные материалы русского происхождения. Это дела Посольского приказа, а также дела из фондов РГАДА и РГВИА. Архивные материалы по истории Дагестана были опубликованы С. А. Белокуровым, Е.Н. Кушевой и Р.Г. Маршаевым [6, 12].

Описание и анализ исторического процесса на территории Дагестана не представляется возможным без привлечения местных источников. В дагестанских источниках

исторические события представлены в едином историческом русле, в отличие от часто фрагментарных сведений источников иноземного происхождения. Так же дагестанские источники полнее отражают специфику местной социальной организации и уровень культурно-исторического развития региона.

Наиболее ранним местным источником является анонимная хроника «История Ширвана и Дербента» (Тарих ал-Баб) [13]. Автором этой хроники считается Маммус ал-Лакзи.

Другим важным источником по истории Дагестана является сочинение «Дербенд-наме». Это единственный дагестанский источник, который представлен не только на дагестанских, но и на других восточных языках. Составитель Дебент-наме при составлении своего труда использовал работы ат-Табари, Баладзори и других арабских авторов, но в то же время он приводит и данные, которые у них отсутствуют.

Важным письменным памятником является хроника Мухаммеда Рафи «Тарих Дагестан» [14]. Это сочинение известно в сорока списках XVII-XIX веков. Она представляет собой свод нескольких текстов, от IX до XIV веков, при этом отдельные вставки в текст делались вплоть до XVII века [11, с. 19]. Тарих Дагестан включает в себя и документ «Перечень доходов шамхалов», *источниковедческому анализу которого серьезное внимание уделил В.Г.Гаджиев* [7, с. 25-37], *опубликовавший сводно вклейкой десять вариантов его с перечнем плативших шамхалу подати сел, обществ, владений* [3, с. 200].

Большой интерес представляет и хроника Абд ал-Хайя [5, с. 73-79]. Эта хроника дает сведения, которые позволяют судить о распространении влияния шамхалов на ряд южнодагестанских сел.

Важным источником по истории Дагестана, который позволяет судить о числе войск тех или иных государств Дагестана является «Завещание Андуник-нуцала» [21, с. 89-96]. Среди упомянутых государств фигурирует и Казикумухское Шамхальство. Самого шамхала Завещание Андуник-нуцала именует «падишахом».

Таким образом сегодня имеется достаточно большой корпус опубликованных источников по различным аспектам истории Гумика и Казикумухского Шамхальства. При этом так же некоторый пласт источников до сих пор остается неизвестным научной общественности и широкому кругу читателей.

Литература

1. Ал-Масуди Промывальни золота и рудники самоцветов // Минорский В.Ф. История Ширвана и Дербента X-XI вв. М. 1963.
2. Ахмад ибн Асам ал-Куфи Книга завоеваний / Пер. З.М. Буниятова. Баку. 1981.
3. Алиев Б.Г., Умаханов М.-С.К. Историческая география Дагестана XVII- нач. XIXв. Кн.1. Махачкала 1999.
4. Баладзори. Книга завоеваний стран / Перю П.К. Кузе. Баку. 1927.
5. Баркуев К. Ахмедов Ш.К. Шихсаидов А.Р. Исторические Сведения о Дагестане из арабских рукописей // УЗ ИИЯЛ Даг. ФАН СССР. Т.9 Махачкала.1963.
6. Белокуров С.А. Сношение России с Кавказом. Материалы, извлеченные из Московского главного архива МИДа. Вын. 1 1578-1613. СПб. 1887.
7. Гаджиев В.Г. Перечень доходов шамхалов (Опыт источниковедческого анализа)// Источниковедение истории досоветского Дагестана. Махачкала. 1987.
8. Гербер И.-Г. Описание стран и народов вдоль западного берега каспийского моря // ИГЭД. М.1958.
9. Ибн ал-Асир Тарих ал-Камил / Пер. П.К. Кузе. Баку. 1940.
10. Ибн-Русте. Книга драгоценных ожерелий// СМОМПК. Вып. 32. Тифлис. 1903.
11. Курбанов А.Д. «Средневековые государственные образования лаков (VII-середина XVII вв.)».
12. Кушева Е.Н. Русско-дагестанские отношения в XVI-XVII вв. Махачкала 1954.
13. Минорский В.Ф. История Ширвана и Дербента X-XI вв. М. 1963.
14. Мухаммед Рафи. Тарих Дагестан // http://drevlit.ru/docs/kavkaz/VI/Dag_chron/Muchammadrafi/text.php.
15. Низим-ад-Дин Шахи. Книга побед // Тизенгаузен В.Г. Сборник Материалов, относящихся к истории Золотой Орды. Т.2 М.-Л 1941.
16. Олеврий А. Описание путешествия в Московию и через Московию в Персию и обратно// Дагестан в известиях русских и западноевропейских авторов. Махачкала. 1992.
17. Путешествие в Восточные страны Вильгельма де Рубрука в лето Благости 1253 // Путешествие в Восточные страны Плано Карпини и Рубрука. М. 1957.
18. Рашид-ад-Дин. Сборник летописей \ Пер. А. Али-Заде. М. 1946.
19. Сипенкова Т.М. «История» Халифы ибн Хаййата как источник по истории арабских завоеваний на Кавказе и в Закавказье // Историография и источниковедение истории стран Азии и Африки Вып. 5. Л.1980.
20. Шариф-ад-Дин Йезди. «Зафар-намэ» (Книга побед).
21. Шихсаидов А.Р. Завещание Андункинуцала (к вопросу об изучении)// Вестник ДНЦ РАН №1. Махачкала 1998.
22. Шихсаидов А.Р. Книга Ат-Табари «История посланников и царей» о народах Северного Кавказа // Памятники истории и литературы Востока. М. 1986.

KAYAEV Mikdad Ilyasovich

second year master's student,

Dagestan State University, Russia, Makhachkala

ON THE ISSUE OF THE SOURCE BASE OF THE STATE FORMATIONS GUMIK AND KAZIKUMUKH SHAMKHALSTVO

Abstract. The article examines the source study base of the medieval state formations of Dagestan. Any historical research begins with a consideration of the sources. Today there is a fairly large corpus of published sources on various aspects of the history of Gumik and Kazikumukh Shamkhalstvo. At the same time, a certain layer of sources still remains unknown to the scientific community and a wide range of readers.

Keywords: source study, Gumik, Kazikumukh shamkhalstvo, history of Dagestan.

КАЯЕВ Микдад Ильясович

студент магистратуры второго года обучения,
Дагестанский государственный университет, Россия, г. Махачкала

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАЗИКУМУХСКОГО ШАМХАЛЬСТВА В XII-XVII вв.

Аннотация. В статье рассматривается экономическое и социальное развитие Казикумухского шамхальства. Обозреваются основные занятия населения. Описывается форма политического правления. Важное место уделяется описанию социальной иерархии Казикумухского шамхальства.

Ключевые слова: Казикумухское шамхальство, экономическое развитие, общественное развитие, средневековый Дагестан.

Верховным правителем Казикумухского шамхальства был шамхал, который возглавлял все органы власти. Шамхалы издавали законы, им принадлежало право верховного суда, они были главнокомандующими войском и направляли внешнюю политику государства. Помимо этого, шамхалы имели право вводить налоги, давать льготы или облагать пошлинами иностранных купцов, которые проезжали через территорию шамхальства. Так же при разборе конфликтов между различными обществами или частными лицами, шамхалы получали определенную плату [10, с. 107]. Шамхал также был крупным землевладельцем и скотовладельцем. Ему принадлежали пастбищные горы, которые он сдавал в аренду различным обществам, его стада насчитывали тысячи овец и сотни конных табунов.

В своей политике шамхалы опирались на войско, часть из которого была постоянной, а другая часть выставлялась по требованию от различных подконтрольных шамхалу территорий. Так в XVI веке шамхал мог выставить до 15 тысяч воинов, что было больше, чем могли выставить другие феодальные владения Дагестана [17, с. 94].

Вместе с этим, власть шамхала была ограничена своего рода олигархией из числа знатных семей Кумуха. Непосредственно кумухская община, была опорой власти шамхалов и потому была привилегированной [8, с. 91; 9, с. 12]. Об важной роли общины Кумуха говорит надпись из селения Худуц 1318-1319гг., в которой говорится о передаче селения Худуц жителям селения Анджибачи. Шамхал в данном случае лишь присутствует при акте передачи собственности [20, с. 85].

Однако, несмотря на вышеупомянутые ограничения власти, шамхалы занимали высшую ступень социальной лестницы.

В монгольский период, феодальный класс шамхальства включал в себя, по мимо шамхалов, также беков, нукеров, ясаулов и тарханов. Беки – это представители семьи шамхалов, которые не получили шамхальского достоинства (младшие сыновья, племянники и т.д.), нукеры составляли феодальную дружину, ясаулы это должностные лица, которые занимались размещением войска в бою и на различных смотрах и парадах, тарханы же были лицами, которые пользовались определенными привилегиями за определенные заслуги [10, с. 106].

Основная масса населения шамхальства состояла из узденей т.е. из свободного крестьянства. Часть узденей должна была платить за пользование пастбищами определенный налог [14, с. 56]. Так же на узденей были и иные обязанности (воинские и другие). Следует отметить, что в разных частях шамхальства узденство было не однородным.

На нижних ступенях социальной лестницы находились лишенные средств производства крестьяне-казаки, которые работали пастухами и обрабатывали поля феодалов или зажиточных узденей, и совершенно бесправные рабы.

Таким образом Казикумухское шамхальство в XII-XIV вв. имеет социальную структуру характерную для раннефеодальных обществ. Однако, в последующий период шамхальство претерпевает изменения. В разных частях шамхальства степень развития феодальных отношений была неодинакова. В равнинной части государства феодальные отношения развивались быстрее, чем в горной.

С развитием феодальных отношений претерпевает изменения и институт власти шамхалов. К XVI веку уже наблюдаются процессы ослабления власти шамхала и начинаются процессы децентрализации. Само достоинство шамхала перестает быть наследственным, и теперь шамхалы выбираются на собрании беков, мурз и «лучших» узденей [10, с. 107].

Так же согласно обычаю, одновременно с шамхалом избирался его преемник крим-шамхал. Резиденцией крим-шамхала был Бойнак. Занимая весьма важную позицию преемника главы государства, крим-шамхалы играли важную роль в политике шамхальства. В поздний период шамхальства, когда в нем наметились процессы распада роль крим-шамхала существенно возросла, что даже позволило им проводить независимую от шамхалов внешнюю политику.

Одновременно с шамхалом утверждались и кадии – мусульманские судьи [5]. А. Каяев приводит и список верховных кадиев Казикумуха, анализ которого дает основания предполагать, что институт кадиев так же был наследственным.

Шамхалы также назначали визира, который был высшим должностным лицом. О времени возникновения этой должности в шамхальстве и о функциях, которые исполнял визир говорить достаточно сложно. Мы можем лишь предположить, на основе связей государств Дагестана со странами Ближнего и Среднего Востока, что функции визирей были схожи. То есть визирь возможно выполнял функции по внутреннему управлению, ведал финансами и фискальной деятельностью.

К сословию феодалов на равнинной территории шамхальства так же примыкали первостепенные уздени или сала-уздени. Из среды узденства они выделялись своим привилегированным положением. Некоторые сала-уздени даже владели целыми селами и имели свои феодальные дружины [10, с. 110]. Сала-уздени несли различную службу у шамхалов и беков, они, например, назначались послами или входили в их свиту в качестве сопровождающих, так же они составляли основную силу бекских и шамхальских отрядов.

Таким образом на территории шамхальства в исследуемый период мы можем наблюдать развитую феодальную иерархию. Так же в этот период шла борьба между шамхалами, которые стремились взять под контроль общинные земли, и сельскими общинами, которые отстаивали свою независимость. Эта борьба за время

существования шамхальства то усиливалась, то наоборот затихала. Она приобретала разные формы, от уклонения от податей, до открытых выступлений. Кульминацией этой борьбы стало изгнание шамхалов из Кумуха.

Важным является и вопрос о границах Казикумухского шамхальства. Среди исследователей сложилось несколько различных мнений о границах власти шамхалов.

Так В.Г. Гаджиев писал, что в период своего расцвета шамхальство было очень крупным в масштабе Северного Кавказа государством, объединяющим почти все народы Страны Гор [6, с. 82].

Самое раннее высказывание о границах Казикумухского Шамхальства принадлежит известному востоковеду XIX века А. Бакиханову. Он писал: «смутным было положение в Дагестане, когда Чубан-шамхал, владевший всем краем от границ Кайтака, Кюринского округа, Аварии, Черкесии и реки Терека до моря Каспийского, умер в Бойнаке в 982 (1574г.) ... Его сыновья разделили между собой все владения. Эльдар избрал своим местопребыванием Буйнак и Тарки; Мухаммед остался в Казанище, Андий – в Кафыр-Кумухе, Гирей – Гили, и управляли они своими уделами независимо друг от друга» [4, с. 88].

Свое название Казикумухское шамхальство получило от названия главной резиденции шамхалов селения Кумух. Шамхалам кроме страны лаков многие общества и владения Дагестана [3, с. 193]. По мнению Р.М. Магомедова власть шамхала распространялась не только на значительную часть Дагестана, но и на всю Чечню [16, с. 82]. В дальнейшем, когда из состава шамхальства на рубеже XVI и XVII веков выделилось Эндеревское владение, восточные чеченские племена стали платить подати правителям Эндерея, т.е. попали в зависимость от них [11, с. 84].

Однако, несмотря на то что в источниках шамхал назван «вали Дагестана», считать шамхальство общедагестанским государством не представляется возможным. Так И. Ш. Гусейнаев пишет, что титул «вали Дагестана» стал применяться только в XVI веке, в период расцвета шамхальства, когда оно действительно контролировало значительную часть Дагестана и Чечни [8, с. 95-96].

Вероятно, что в XII в. шамхалы контролировали только Кумух и близлежащие населенные пункты, которые связывали Кумух с другими исламскими центрами. Но, с самого своего появления на политической арене Дагестана,

шамхальство стало расширять свои владения. Свою власть и влияние шамхальство пыталось распространять во всех направлениях.

Ядром Шамхальства являлось Казикумухское княжество, которое располагалось на территории современных Лакского и Кулинского районов. Следующим сильным владением, входившим в состав шамхальства было Тарковское княжество. Оно самостоятельно вступало в сношения с иностранными государствами и активно учувствовало в феодальных усобицах Дагестанских владетелей.

В междуречье Терека и Сулака располагалось Эндеревское владение. В XVI – XVII веках Эндереевское владение поглотило несколько более слабых политических образований, в частности Тюменское княжество, которое в конце XVI века потеряло большую часть своих владений и выход к морю [12, с. 167]. В 1595 году Эндереевский правитель Султан-Махмуд разбил Ауховского (Охоцкого) владетеля Шихмурзу и подчинил его земли себе. Кроме того эндереевским князьям принадлежала значительная часть Салатавии с селением Салаюрт (Дылым) [10, с. 115-116].

Так же одним из уделов Казикумухского шамхальства было Мехтулинское княжество. В его состав входили селения в бассейне реки Герга и в верхнем и среднем течении Параул-Озени, и селения Аймаки и Гергебиль. Правители Мехтулинского княжества имели несколько резиденций. Это были Дженгутай и Дургели в предгорье и селение Охли в горах. В XVI веке на территории Мехтулинского княжества расселяются члены шамхальского рода. Так в Дженгутае правил племянник крым-шамхала Сурхай, сын крым-шамхала Махди правил в Дургели, в Кака-Шуре сидел так же племянник крым-шамхала Султан, в Охли сидел сын шамхала. Согласно преданиям, первым удельным князем данного владения был Махди, который происходил из рода шамхалов.

Эрпелинское владение, в состав которого входили Эрпели, Ишкарты, Ахалты и Верхний и Нижний Кранай, также являлось уделом шамхала.

В состав шамхальства входило и Бамматулинское княжество. В это владение входили Буглен, Мусеим-аул, Халимбек-аул, Верхнее и Нижнее Казанище, Кафыр-Кумух и Темир-Хан-Шура. Центром княжества был Кафыр-Кумух.

Так же в состав шамхальства входили Карабудахкентский удел, Губденское и Утамышское владения [10, с. 118].

Помимо названных владений союз сельских обществ Акуша-Дарго, в который входили Акушинское, Усишинаское, Мекегинское, Мугинское и Цудахарское сельские общества [10, с. 119]. Власть шамхалов признавали также Гидатлинский и Койсубулинский союзы сельских обществ, а также Анди и Андалал. Периодически под власть шамхала попадало селение Кубачи [15].

Так же в источниках упоминаются данники шамхалов в Кабарде и то, что в отдельные периоды под властью шамхалов находились некоторые территории Чечни [10, с. 120].

Таким образом, административное деление шамхальства было весьма неоднородно. Более того на протяжении существования границы Казикумухского шамхальства не раз менялись, одни территории входили в его состав, другие – наоборот получали независимость. Временем наибольшего расцвета были XV-XVI века, именно в это время шамхалы контролировали наибольшую территорию.

Важную информацию о социально экономическом развитии шамхальства дает нам «перечень доходов шамхала», который был помещен в хронику Мухаммада Рафи «Тарих Дагестан». Данный перечень появился в XIV или XV [2, с. 3] веках. Данный источник дошел до нас в нескольких списках. Нужно отметить, что сам перечень не включает в себя все территории зависимые от шамхалов, например в нем отсутствует упоминание Шиназского магала, который признавал верховенство шамхалов [1, с. 112-114].

Более интересным в данном источнике является то, что, анализируя его мы можем получить представление о характере эксплуатации зависимого населения. Господствующей формой налогообложения в Шамхальстве была натуральная рента, которая взималась в основном скотом (баранами, лошадьми и буйволами), ренту платили также мёдом, тканью, маслом или порохом. Денежная рента встречается только в одном случае, а именно жители селения Сюрги должны были платить по одному диргему с каждого дома. Господство натуральной ренты свидетельствует о слабом развитии товарно-денежных отношений в Дагестане.

Единой системы сбора податей в шамхальстве не существовало. В разных местах подати собирали либо ставленники шамхала, либо направлялся специальный служащий шамхала, иногда шамхалы прибегали к помощи союзников [6, с. 36].

Так же взимаемые подати дают нам представления об основных занятиях населения шамхальства. Этими занятиями были земледелие, скотоводство и ремесло. Земледелие было более развито в равнинной части шамхальства, так как здесь были более благоприятные для этого условия и наличествовали обширные пахотные земли, принадлежавшие шамхалу. В горной же части шамхальства основным занятием было скотоводство. Скот использовался как тягловая сила и источник продуктов питания (мясо, молоко, сыр, масло). Сельское хозяйство шамхальства носило натуральный характер.

Следствием господства натурального хозяйства стало то, что в каждом ауле Дагестана в целом и Шамхальства в частности развивалось ремесленное производство. Так Кумух стал одним из центров металлообработки, Балхар славился своими изделиями из керамики.

Важное значение имело и развитие торговли. Дагестанцы имели тесные торговые связи с Грузией, Арменией, Чечней и Ингушетией. Кроме того, монеты, найденные в районе Дербента, свидетельствуют о торговых связях со странами Закавказья, Ближнего Востока и Восточной Европы [18, с. 129-130].

Развитие специализации производства привело к оживлению торговых связей. Известен торговый путь, который связывал горную и равнинную части шамхальства. Дорога шла из Тарков, через Кафыр-Кумух в Казикумух. Далее из Казикумуха можно было идти в Закаталы через Дюльтидагский перевал или через Турчидагский перевал в Согратль, Чох и Гуниб [17, с. 102]. Торговые пути связывали также Кумух с Грузией. Во многих аулах шамхальства были регулярно работающие рынки.

Основными торговыми центрами шамхальства были Кумух, Тарки и Эндери. Несмотря на наличие торговых связей со странами Закавказья и Востока, внешняя торговля не играла большой роли в экономической жизни шамхальства. Привозные товары использовались преимущественно феодалами.

Литература

1. Айтберов Т.М. Об общественном строе рутульцев (конец XVI - начало XVIIв.). // Советская этнография №6. 1981.
2. Айтберов Т.М. Сведения по экономической истории Дагестана XV в. // ППКНВ: XIV научная сессия ЛО ИВАН СССР. Ч.1 1979.
3. Алиев Б.Г. Историческая география Дагестана. // Алиев Б.Г. Умаханов М.-С. К. Историческая география Дагестана. Кн. 1. Махачкала. 1999.
4. Бакиханов А. К. Гюлистан-и Ирам. Баку. 1926.
5. Гаджиев В.Г. Шамхальство (история образования и государственное управление) // Государство и государственные учреждения в дореволюционном Дагестане. Махачкала. 1989.
6. Гаджиев В.Г. Перечень доходов шамалов // Источниковедение досоветского Дагестана. Махачкала. 1987.
7. Айтберов Т.М. Дагестанские документы XV - XVII вв. // Письменные памятники Востока. Москва. 1982.
8. Гусейнов И.Ш. Образование Казикумухского шамхальства. дис. канд. ист. наук. Махачкала. 1997.
9. Криштопа А.Е. Политическое развитие Дагестана в XIII-XV вв. Автореферат дис. канд.ист. наук. Махачкала 1981.
10. Курбанов А.Д. «Средневековые государственные образования лаков (VII-середина XVII вв.)» Махачкала 2006.
11. Кушева Е. Н. Народы Северного Кавказа и их связи с Россией. Вторая половина XVI–30-е годы XVIIв. Москва. 1963.
12. Лавров Л.И. Кавказская Тюмень // Из истории дореволюционного Дагестана. Махачкала. 1976.
13. Магомедов Р.М. «Общественно-экономический и политический строй Дагестана в XVIII- начале XIXвв.». Махачкала. 1957.
14. Маршаев Р.Г. Бутаев Б. История лакцев. Махачкала. 1991.
15. Маршаев Р.Г. Русско-дагестанские отношения в XVIII в. (документы и материалы). Махачкала. 1958.
16. Магомедов Р.М. История Дагестана. Махачкала. 1968.
17. Очерки истории Дагестана. Т.1. Махачкала. 1957.
18. Шихсаидов А.Р. Ислам в средневековом Дагестане. С. 129-130.
19. Шихсаидов А.Р. Из истории дагестано-азербайджанских торгово-экономических отношений в XVII в. // Взаимоотношения Дагестана с Народами Кавказа. Махачкала. 1977.
20. Шихсаидов А.Р. Эпиграфические памятники Дагестана X-XVII вв. как исторический источник. Махачкала. 1984.

KAYAEV Mikdad Ilyasovich
second year master's student,
Dagestan State University,
Russia, Makhachkala

SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF KAZIKUMUKH SHAMKHALSTVO IN THE XII-XVII CENTURIES

Abstract. *This article examines the economic and social development of the Kazikumukh Shamkhalstate. The main occupations of the population are reviewed. The form of political government is described. An important place is given to the description of the social hierarchy of the Kazikumukh Shamkhalstate.*

Keywords: *Kazikumukh shamkhalstvo, Economic development, social development, medieval Dagestan.*

ХАЙЕТОВ Шадмон Ахмадович

профессор кафедры «Всемирная история», доктор исторических наук,
Бухарский государственный университет,
Республика Узбекистан, г. Бухара

ТУЙЕВ Фазлиддин Эркинович

свободный соискатель, Бухарский государственный университет,
Республика Узбекистан, г. Бухара

ДАННЫЕ ПЕРЕПИСИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ 1897 ГОДА, ЯВЛЯЮЩИЕСЯ ИСТОЧНИКОМ ИЗУЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ, СОЦИАЛЬНОГО УСТРОЙСТВА И ЗАНЯТИЙ ТУРКЕСТАНА

***Аннотация.** В статье приводятся отзывы о населении, этнической принадлежности и социальном составе населения Туркестана по данным переписи 1897 года. Раскрыты исторические периоды данной темы. Приведены Статистические данные в соответствии с исследованием.*

***Ключевые слова:** Туркестан, справка, население, перепись, фермер, пастух, городское население, провинция, провинция, уезд.*

Введение. В истории Узбекистана в колониальный период Российской империи (1867-1917) было проведено множество исследований как в советское время, так и во время независимости, и научные исследования в этой области все еще продолжаются. Также нет всестороннего исследования истории этого периода, основанного на переписи населения империи 1897 года. Однако многие статистические данные, относящиеся к результатам первой переписи населения империи, были опубликованы с 1897 по 1905 год. Эти статистические данные, а также свидетельства и цифры в них не включены в научный анализ в данной статье на примере регионов Туркестана.

Данные всеобщей переписи населения Российской империи, впервые в стране в 1897 году. Переписные листы, опубликованные в нескольких сериях Центральным статистическим комитетом Императорского МВД, состоят из пяти разделов, а именно: 1. Европейская часть России состоит из губерний и округов, 2. Привислийских губерний, 3. Кавказа, 4. Сибири, 5. Средней Азии. Статистика показывает общее количество людей с разбивкой по полу в провинциях и районах, а также процент распределения по отношению к сельскому и городскому населению. Согласно переписи 1897 года, население империи составляло 126 411 736 человек, из которых 63 253 131 мужчина, 63 158 605 женщин, а городское население – 16 299 131

человек [1, с. 28-29]. Однако окончательные данные 1905 г. показывают, что был внесен ряд изменений и исправлений, хотя и незначительно в приведенные выше цифры.

В переписи 1897 г. на основе сбора статистических данных, относящихся к среднеазиатскому делению, в область были включены 9 регионов (Акмолинск, Прикаспия, Самарканд, Семипалатинск, Еттисув, Сырдарья, Тургай, Урал, Фергана) с общей численностью населения Из этого населения 7 721 684 человека, 4 158 980 мужчин и 3 562 704 женщины, тогда как городское население на тот момент составляло 932 662 человека [2, с. 20-21].

По переписи 1897 г. в Бухарском эмирате и Хивинском ханстве, которые были вассалами империи, население не регистрировалось, а в русских поселениях этих ханств регистрировались только русские граждане. По результатам составления списка в Бухарском эмирате: всего 12 150 граждан России, из которых 9 144 мужчины и 3 006 женщины, из них 8 203 проживают в городах. В Хивинском ханстве проживало 3937 граждан России, из них 2 212 мужчин и 1725 женщин. Однако численность населения города-ханства не регистрировалась [3, с. 27].

Историки также предоставляют сведения о населении Бухарского эмирата и Хивинского ханства в 1897 году. В частности, Х. Турсунов и З. Чориев сообщили, что в этот период в Бухарском эмирате проживало 2,5 миллиона

человек, а в Хивинском ханстве – 500 тысяч человек [9, с.41-42; 10, с.49]. В одном из периодических изданий мы обнаружили следующую информацию: «В конце XIX века в Хивинском ханстве проживало 740 тысяч человек в 106 тысячах домов, из них 1507 – граждане России» [11].

Три из пяти областей (Каспийская, Етисувская, Ферганская, Сырдарьинская, Самаркандская), входящие в состав Туркестанского генерал-губернатора, относятся к территории Республики Узбекистан, и данные об их населении включены в перепись 1897 года. Территория этих регионов также включает территорию юго-западного Казахстана и юга Кыргызстана. Согласно списку, в Ферганской области: 1560411 человек (в том числе 853279 мужчин, 707 132 женщины, 286 369 человек), в Сырдарьинской области: в Самаркандской области проживало 1 479 848 человек (в том числе 804 134 мужчин, 675 714 женщин, 206 322 человека), 857 847 человек (в том числе 472 915 мужчин, 384 932 женщины, 135 568 человек в городе) [1, с. 28].

Если суммировать население трех провинций, становится ясно, что в них проживает 3 898 106 человек, а в городах – 628 259 человек. Если общая численность населения Средней Азии составляет 7 721 634 человека, то остальные шесть регионов в списке (Акмолинск, Каспий, Семипалатинск, Етисув, Тургай, Урал) имеют следующее: здесь проживало 3 823 528 человек.

Таким образом, в 1897 году более половины населения области проживало в Ферганской, Сырдарьинской и Самаркандской областях, а также в городах 9 областей: 628 259 человек из 932 662 человек проживали в Ферганской, Самаркандской, Сырдарьинской и других областях. 305 401 человек проживают в городах. Или городское население было более чем в два раза выше, чем в других шести провинциях в трех вышеупомянутых провинциях. Здесь не следует упускать из виду ряд особенностей. Следует отметить, что Ферганская и Сырдарьинская области, помимо территории Узбекистана, включают юго-западную Казахстанскую область Казахстана и южные районы Кыргызстана. Во-вторых, следует учитывать, что киргизы (казахи), каракиргы (кыргызы) и туркмены в основном занимаются кочевым скотоводством, сезонно перемещаются с одного места на другое со скотом, скудно проживая на больших пастбищах.

Статистика переписи 1897 г. также показывает расположение населения в городах империи отдельно и отдельно [5, с.30-42]. Население городов Туркестанского генерал-губернатора вместе с населением пригородов. В 1897 году в Ташкенте проживало 155 673 человека, в Самарканде – 55 126, в Коканде – 81 354, в Андижане – 47 627 человек, в старом Маргилане – 36 490 человек, в Намангане – 62 017 человек, в Ходжанде – 30 109 человек. Туркестан считается самым густонаселенным городом страны. В Оше – 34 157 человек, в Чусте – 13 686 человек, в Авлийте – 11722 человека, в Шымкенте – 11 194 человека, в Джизаке – 15 710 человек, эти города входят в число крупнейших городов. В группу малых городов вошли Каттакурган (10 087 человек), Пенджикент (3658 человек), Казалинск (7585 человек), Перовиски (5058 человек) и Новый Маргилан (Фергана, 8928 человек) [7, с. 37-39].

Если сравнить эти города с населением городов европейской части Российской империи, очевидно, что процессы урбанизации в центре империи были высокими. Одна из статистических данных переписи 1897 года озаглавлена «Население Санкт-Петербурга, Москвы, Варшавы и Одессы на 28 января 1897 года». Согласно отчету, столица империи, Санкт-Петербург, разделена на 12 полицейских участков и имеет общую численность населения 954 400 человек (512 718 мужчин, 441 682 женщины) и 1 132 000 жителей, включая пригороды. Город Москва разделен на 16 отделений милиции с населением 753 469 человек (432 447 мужчин, 321 022 женщины) и пригородным населением 850 101 человек. Варшава разделена на 12 частей и районов, в которых проживает 626 072 человека (в том числе 300 511 мужчин и 316 561 женщина), и Одесса, которая разделена на 9 частей, с общим населением 340 473 человек (400 000 человек по городу), из которых 178 390 мужчин и 162 083 женщины [3, с. 6-27].

В 1897 г. документы переписи и статистика также учитывали распределение населения по провинциям и районам в зависимости от языка (этнического состава). В этом небольшом исследовании мы сочли необходимым поразмыслить о распределении населения в районах Самаркандской, Сырдарьинской, Ферганской областей Генерал-губернатора Туркестана по этническому составу. Информация в следующих таблицах дает всем хорошее представление об этом [8, с. 36-38].

Таблица 1

В Самаркандской области

П/н	Название округа	Узбекский	Таджикский	Русский	Тюркский	Киргизский (Казахский)	Общее
1	Самаркандский район	200.672	123.343	9.340	3.541	-	342.197
2	Джизакский уезд	145.280	4.843	1.163	2.091	51.511	322.683
3	Каттакурган был районом	100.103	7.895	1.081	-	-	110.006
4	Ходжентский район	61.622	94.304	-	14.405	11.465	185.135

Таблица 2

В Сырдарьинской области

П/н	Названия округов	Узбекский, Сарт	Таджикский	Киргизский (Казахский)	Русский	Каракалпак	Общее
1	Ташкентский район	142.630 108.765	-	163.105	20.462	-	448.493
2	Аулие-Атинский	53.99 23.13	-	250.988	10.509	-	276.169
3	Казалинский район	-	-	135.850	2.916	-	140.541
4	Перовский уезд	1.450	-	130.269	1.165	-	133.663
5	Чимкентский район	32.043 20.709	-	224.704	6.443	-	285.059
6	Амударьинский уезд	34.490 13.727	-	47.145	3.339	93.153	194.473

Таблица 3

В Ферганской области

П/н	Названия округов	Узбекский, Сарт	Кыргызско-казахский	Черная шляпа	Тюркско-татарский	Таджикский	Русский	Общее
1	Маргиланский район	202.730 8.355	43.717	4.696	38.353	15.189	4.711	321.860
2	Андижанский уезд	231.817	123.382	10.093	-	-	1.019	360.267
3	Кокандский уезд	143.701 144.919	12.039 11.051	-	5.241	37.930	1.698	364.658
4	Наманганский уезд	320.170	30.700	-	60.537	58.885	1.041	363.739
5	Ошский Уезд	156.447	1.740	-	-	-	1.373	161.640

Анализ таблиц генерал-губернатора Туркестана об этническом составе населения Самаркандской, Сырдарьинской и Ферганской областей и численности каждой этнической группы показывает, что в этом отношении существует определенная путаница. В частности, что касается количества узбеков, их называют «узбеками» и «сартами», а в некоторых местах –

тюрко-татарскими народами, поэтому существует три разных общих числа. Есть также различия в окончательных цифрах, которые относятся к общей численности населения провинций в округах. В некоторых районах также есть случаи, когда казахи и киргизы, киргизы и каракалпаки складываются вместе. Очевидно, что критерий достоверности нарушен, а

имперские власти не в полной мере осведомлены о быте, хозяйстве, традициях и быте оседлого и кочевого населения страны. Тот факт, что количество узбеков в таблицах выражено разными числами, является основанием для вывода о том, что они произошли от общих названий «узбек», «сарт» и «тюрк-монгол». Статистика переписи 1897 г. также учитывала повседневную занятость населения в провинциях Туркестана, экономическую жизнь и вес различных занятий. В частности, 82,54% населения Сырдарьинской области занято в сельском хозяйстве, в том числе 48,96% в сельском хозяйстве и 33,34% в животноводстве. В Самаркандской области 76,93% населения занято в сельском хозяйстве, 68,44% – в сельском хозяйстве и 8,38% – в животноводстве. В Ферганской области 70,53% населения занято в сельском хозяйстве, 66,8% – в сельском хозяйстве и 3,47% – в животноводстве [8, с. 20-21.]

Согласно переписи 1897 года, доля населения в горнодобывающей промышленности, металлургии, добыче полезных ископаемых, обрабатывающей, пищевой, лесной, швейной, животноводческой, волокнистой и строительной отраслях в каждом регионе отражена в конкретных фактах. Учитываются также безработные мигранты, разнорабочие, сезонные рабочие, поденщики, без учета процента занятости всех социальных слоев населения, включая торговлю, администрацию, религиозное служение. Также следует отметить, что на фрилансеров приходился значительный процент общества. Анализируя цифры и факты, представленные в разных таблицах, выраженные в разном процентном соотношении, можно заметить, что население Туркестана в основном занято в сельскохозяйственном секторе, их количество очень мало в квалифицированных профессиях, необходимых современной промышленности.

Заключение. Когда мы смотрим на статистику и отчеты, отражающие результаты первой переписи населения Российской империи в 1897 году, мы можем сделать следующие выводы.

Этот список является важным источником точных сведений о населении всей империи, а также Туркестанской области в конце XIX века, а также о живом и этническом составе населения.

Хотя перепись проводилась в интересах имперской колониальной политики, собранная в

ней информация служит расширению и обогащению представлений о демографической ситуации в Туркестанской области. Необходимо признать важность этой меры для определения различных цифр, приведенных в исследовании населения Туркестанской области до настоящего времени.

Однако не следует забывать, что важной научной задачей имперского правительства является критический анализ отчетов и справок, содержащих информацию о переписи населения в Туркестане, и вывод из нее соответствующих выводов.

Литература

1. Население империи по переписи 28-го января 1897 года. По уездам. Выпуск. - № 1. - Санкт-Петербург, 1897. - 29 с.
2. Население городов по переписи 28-го января 1897 года. - Санкт-Петербург, 1897. Выпуск. - № 2. - 21 с.
3. Окончательно установленное при разработки наличное население Империи, по уездам (1897) - Санкт-Петербург, 1905. Выпуск. - № 4. - 29 с.
4. Население городов С.-Петербурга, Москвы, Варшавы и Одессы по переписи 28-го января 1897 года. - Санкт-Петербург, 1898. Выпуск. - № 3. - 29 с.
5. Окончательное установленное при разработке переписи. Наличное население городов (1897). - Санкт-Петербург, 1905; Выпуск. - № 5. - 42 с.
6. Наличное население обоего пола по уездам и городам с указанием преобладающих вероисповеданий и сословии (1897). - Санкт-Петербург, 1905. Выпуск. - № 6. - 60 с.
7. Наличное население обоего пола по уездам и городам с указанием число лиц преобладающих родных языков (1897). - Санкт-Петербург, 1905. Выпуск. - № 2. - 33 с.
8. Процентное распределение наличного населения Империи обоего пола по группам занятий (1897) - Санкт-Петербург, 1905. Выпуск. - № 8. - 21 с.
9. Чориев З. Туркистон мардикорлари: Сафарбарлик ва унинг оқибатлари (1916-1917 йиллар). - Т.: Шарк, 1999. - 160 б.
10. Турсунов Х.Т. Восстание 1916 г. В Средней Азии и Казахстане. - Т.: 1962. - 428 б.
11. Ўзбекистон овози; 1991 йил, 16 май.

KHAYETOV Shadmon Akhmadovich

Professor of the Department of World History, Doctor of Historical Sciences,
Bukhara State University, Republic of Uzbekistan, Bukhara

TUYEV Fazliddin Erkinovich

Free candidate, Bukhara State University,
Republic of Uzbekistan, Bukhara

**DATA FROM THE 1897 CENSUS OF THE RUSSIAN EMPIRE
WHICH IS A SOURCE FOR STUDYING THE POPULATION,
SOCIAL STRUCTURE AND OCCUPATIONS OF TURKESTAN**

Abstract. *The article provides reviews of the population, ethnicity and social composition of the population of Turkestan according to the 1897 census. The historical periods of this topic are revealed. The statistical data are presented in accordance with the research.*

Keywords: *Turkestan, help, population, census, farmer, shepherd, urban population, province, province, county.*

ЧИТАЕВА Земфира Шамиловна

магистрант второго года обучения,
Дагестанский государственный университет,
Россия, г. Махачкала

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНАЯ РОЛЬ РОССИЙСКОЙ НАУКИ XIX ВЕКА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ НАРОДОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

Аннотация. Северный Кавказ всегда существовал уровне национальной культуры каждого народа и на уровне этноисторической идентичности. Симбиоз мультикультурного происхождения сохраняет национальный культурный характер и образ жизни каждой нации по настоящее время. Однако, следует понимать, что те представления о развитии культуры народов Кавказа, которые сейчас многим знакомы, являются достижением научных исследований. Систематически Кавказ стал исследоваться учёными Российской империи после того, как его территории стали входить в состав России. Данная статья посвящена исследованию вклада Российской академии наук 19 века в историко-культурном исследовании народов Северного Кавказа.

Ключевые слова: академия наук, историко-культурное наследие, географические открытия, раскопки, академические экспедиции, императорская археологическая комиссия, кавказское направление, археологические памятники, происхождение этносов, путешественники, фундаментальные исследования, детализация карты.

XIX век стал новым этапом в истории русских географических исследований совместно с Академией наук. Историческая наука с начала 1830-х годов становится одной из наиболее развитых отраслей знания. Созданная в 1829 году Археографическая комиссия в составе Академии наук собирала бесценные материалы. Сведения, которыми тогда обладали академики по Северному Кавказу, нуждались в дальнейшей детализации, а карты, созданные на их основе, были крайне приближенными и неточными. При взгляде на них, видна пестрая смесь разных ярлыков: часть народов поименованы по месту их проживания, часть - по лингвистическим характеристикам, часть по смутно осознаваемому этническому принципу, кроме того, сохранялись старые владельческие ярлыки, оставалось немало и «безымянных земель». Однако благодаря «Академическим экспедициям» в России не только появились первоначальные знания о регионе, но и стала составляться некая «ментальная карта» проживающих в нем народов. С.Г. Строганов оставался ее председателем до 1882 года. Значительная роль в развитии комиссии принадлежала В.Г. Тизенхаузену, который начал карьеру с делопроизводства и,

наконец, стал заместителем председателя, который продвигал восточное и кавказское направление археологических исследований.

В 1859 году создается Императорская археологическая комиссия при отделе Императорского двора, которая была единственным государственным органом в России, чья миссия заключалась в изучении, сборе и защите предметов старины. Практика комиссии легла в основу современного регламента археологических исследований и системы охраны памятников в России. На протяжении всего своего существования комиссия считала полевые исследования основной формой своей деятельности, что сыграло фундаментальную роль в становлении археологии в России как науки. Создание Императорской Археологической Комиссии совпало с рядом внешне- и внутривнутриполитических событий, так или иначе влиявших на положение на Кавказе и способствовавших его изучению. Комиссия внесла большой вклад в систематизацию и регулирование археологических раскопок и выдала разрешения на археологические раскопки. Среди других важных направлений деятельности комиссии – реставрация, охрана и описание памятников, в том числе случайно обнаруженных.

Одним из наиболее примечательных, но наименее известных регионов древнего мира на тот момент являлся Кавказ, который своими длинными покрытыми снегом хребтами, отделяющими Азию от Европы, как бы образует пегородку между этими двумя частями земного шара. Поэтому Северный Кавказ представлял интерес для исследований Императорская археологической комиссии, начавшей изучение древних и археологических памятников в XIX веке. Согласно ранее полученным историческим документам и дневникам путешественников многие жители Северного Кавказа разделяли схожие культурные черты и ценности. Они возникли из-за схожих условий жизни, и они применялись во время войн против колонизации. Северные кавказцы слыли жестокими воинами как в боях против внешних захватчиков, так и во внутренних битвах друг с другом. Они одинаково ловко обращались со своими лошадьми и кинжалами. Мародерство было образом жизни, наряду с выпасом и обработкой земли. На картинах они такие тонкие, тонкие, как я, и темные. Русские и местные поэты изображали их очень гостеприимными, гордыми и бесстрашными, которых невозможно подчинить.

Поэтому историю становления научной мысли о культуре и быте народов Северного Кавказа невозможно представить без ценного интеллектуального наследия, оставленного дореволюционными исследователями, оторванными от начального этапа развития отечественной науки. На тот момент, в начале XVIII века в кавказских исследованиях уже имелись исторические и этнографические сведения, которые можно было найти в хрониках, исторических исследованиях, хронологиях, описаниях путешествий, географических наблюдениях, официальных актах, сведениях, законах и даже в художественных произведениях разных стран. Интерес к полному изучению археологических памятников Кавказа, а также в Северной Осетии Северному Кавказу возрос после проведения 5-го Археологического собрания в Тифлисе в сентябре 1881 года.

Например, в высокогорном Дагестане организаторов исследования волновало то, что «Районы Рутула и Ахты в Лезгистане на подробной карте именованы «владениями». Необходимо было свести воедино те идеи, которые в начале XIX века формировали

обыденные представления о Кавказе и его жителях, и разрешения туманных вопросов происхождения местных этносов. Так как решение их было связано со способами включения беспокойных горцев в сферу Российского контроля.

С тех пор несколько путешественников посетили Кавказ и его окрестности с целью изучения естественной истории этих регионов, а также описать исторические наблюдения за его обитателями. На тот момент жители побережья Каспийского моря хорошо известны, за исключением подданных узмеев, то есть кайтальцев. Также были обнаружены деревни евреев, которые были таковы только по религии, а не по происхождению, было выяснено, что они карнанцы, принявшие иудейскую веру.

Академией была сформирована инструкция, согласно которой «чрезвычайно полезно, если бы каждый путешественник проверил наблюдения своего предшественника» с помощью научного исторического и археологического метода. Академию интересовали вопросы, связанные с древними жителями Ширвана. На тот момент Ширван был известен как страна древних албанцев, покоренных Помпеем: их также называли аланами, которые были ранее завоеваны турками. Предстояло обратить внимание и исследовать персидскую литературу, раздобыть рукописи, чтобы пополнить их коллекцию в этом интересном отделе. Была задача получить полезные сведения о различных ее провинциях, их политическом устройстве земель Персии, их производствах, правящих ими князьях. В результате экспедиции были получены географические сведения о лесгийских племенах, также была составлена карта в изображении рек Койсу и Самур, которая заложила для дальнейших исследований и исправлении существовавших тогда неточностей. Были исследованы территории на западном побережье Каспийского моря между низовьями Койсу и рекой Урусай-Булаки и подчиненная Шамчалу Тарку (провинция Кумук) ее жители называли себя кумийскими татарами. Были получены сведения о Лесгийских племенах, которые населяют самые высокие горы к юго-западу от Тарку на восточном берегу реки Койсу, на широте 41 ° 30 '. До этого были расхождения по их проживанию: на карте Гильденштадта они расположены несколько севернее, а в подробной карте того времени - южнее.

Также было выяснено место проживания каскумуков проживают недалеко от района Зудакара.

Также проводились лингво-исторические исследования. В древнеперсидских надписях Накчи-Рустама и Кирманшаха времен сасанидов, объясненных ученым Сильвестром де Саси, цари Персии постоянно именуются Малькдирдн ве Анирдн – правители Ирана, а не Ирана; и на монетах этой династии – Малкд малкдн Ирндн, царь царей Ирфина. Таким образом, кавказские осетины связаны с древними мидянами не только по языку, но и по имени.

Следующим важным шагом стало формирование Северо-Кавказской экспедиции Государственного Эрмитажа. Наиболее интересны и информативны найденные артефакты из поселения Мешоко (Республика Адыгея). Экспедиция обнаружила обширную коллекцию археологических материалов, которая по количеству и разнообразию находок превосходит все артефакты эпохи энеолита и ранней бронзы на Северном Кавказе. Для более полного понимания культурно-исторических процессов того периода необходимо продолжить исследования, расширить базу источников и привлечь больше экспертов-археологов, фრაкологов, палеозоологов, почвоведов, химиков и физиков.

А 20 веке были продолжены исследования уже Российской академией наук Кавказской археологической экспедиции Государственного музея искусств народов Востока, созданной в 1981 году. За 17 полевых сезонов раскопки дали богатейший материал по древней и средневековой истории населения Северо-Западного Кавказа и Центрального Предкавказья. Среди открытий были потрясающе интересные археологические памятники – первые скифские святилища того типа, который описал Геродот. Среди находок – уникальные изделия местных мастеров, настоящие шедевры восточного и античного искусства. Они стали основой

археологической коллекции Государственного музея искусств.

Благодаря исследованию памятников материальной культуры: меотийцев, могильников, древних стоянок и городских поселений, культовых сооружений были открыты многие страницы истории народов Северного Кавказа. Создана отдельная наука – кавказология, издаются многотомные фундаментальные исследования, но каждый год появляется новый материал, заставляющий ученых пересматривать, исправлять и расширять научные концепции. Богатая земля Северного Кавказа до настоящего момента таит множество загадок, но со временем возможность раскрыть и разрешить эти загадки становится все меньше и меньше. К сожалению, вспашка полей, ирригационные работы, строительство водохранилищ и трубопроводов приводят к исчезновению многих памятников старины и средневековья, поэтому проведение масштабных охранно-консервационных работ в районах активного землепользования давно стало приоритетной задачей.

Литература

1. Берже А. Краткий очерк горских племен на Кавказе. –Тифлис, 1858; Берже А. Горные племена Кавказа// Живописная Россия. –СПб., 1883. –Т. IX.
2. Васильева Л. М. Проблемы истории Осетии в русской науке XIX века. – Орджоникидзе, 1975.
3. Гадло А. В. Этническая история Северного Кавказа X XIII вв. – СПб., 1994.
4. Рейнеггс Я. Общее историко-топографическое описание Кавказа // Осетия глазами русских и иностранных путешественников. – Орджоникидзе, 1967.
5. Штедер Л. Дневник путешествия из пограничной крепости Моздок во внутренние местности Кавказа, предпринятого в 1781 году // Осетия глазами русских и иностранных путешественников. – Орджоникидзе, 1967.

CHITAEVA Zemfira Shamilovna

2-year master's student, Dagestan State University,
Russia, Makhachkala

HISTORICAL AND CULTURAL ROLE OF THE RUSSIAN SCIENCE OF THE XIX CENTURY IN THE STUDY OF THE HISTORICAL HERITAGE OF THE PEOPLES OF THE NORTH CAUCASUS

Abstract. *The North Caucasus has always existed at the level of the national culture of each people and at the level of ethno-historical identity. The symbiosis of multicultural origin preserves the national cultural character and lifestyle of each nation to the present day. However, it should be understood that those ideas about the development of the culture of the peoples of the Caucasus, which are now familiar to many, are an achievement of scientific research. Scientists of the Russian Empire began to study the Caucasus systematically after its territories became part of Russia. This article is devoted to the study of the contribution of the Russian Academy of Sciences of the 19th century to the historical and cultural study of the peoples of the North Caucasus.*

Keywords: *academy of sciences, historical and cultural heritage, geographical discoveries, excavations, academic expeditions, the imperial archaeological commission, the Caucasian direction, archaeological sites, the origin of ethnic groups, travelers, fundamental research, map detailing.*

КУЛЬТУРОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ, ДИЗАЙН

ОЛЕШКЕВИЧ Кирилл Игоревич

доцент кафедры социально-культурной деятельности,
кандидат педагогических наук, Московский государственный институт культуры,
Россия, г. Москва

ГРИШИНА Светлана Николаевна

студентка второго курса кафедры социально-культурной деятельности,
Московский государственный институт культуры,
Россия, г. Москва

ВОКАЛОИДЫ – МИРОВОЙ ФЕНОМЕН В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. В статье рассмотрена сущность и содержание понятия «вокалоид», проведен исторический анализ данной музыкальной технологии, а также исследованы принципы создания и реализации. Авторами систематизированы основные конкуренты «вокалоидов» и рассмотрена перспектива развития в России.

Ключевые слова: Vocaloid, вокалоид, Yamaha, Crypton, Hatsune Miku, программное обеспечение, аниме, музыкальный проект, музыка, Япония.

Вокалоиды – относительно новое понятие в мире музыки. Их родиной можно считать Японию, ведь именно там появилась программа, благодаря которой они обрели жизнь. Следует различать понятия «Vocaloid» и «вокалоиды».

«Vocaloid» – это программное обеспечение, разработанное японской компанией «Yamaha» и названной в честь ее основателя Торакусу Ямахи. Принято считать, что само слово образовалось от слов «vocal» и латинского суффикса «-oid-», обозначающего подобие чему-либо. Таким образом, слово «vocaloid» означает «подобный вокалу». Основные направления деятельности этой компании – это производство музыкальных инструментов, аудиотехники, электроники, веломоторов и создание программного обеспечения «Vocaloid».

Данная программа позволяет создавать музыку при помощи «донорского голоса», которым, как правило, является актер озвучки, и обработать его абсолютно разными способами. Для этого «донору» необходимо записать свой голос в виде большого количества коротких

звуков и сочетаний звуков, из которых будет формироваться «голосовой банк». Он может записать несколько «голосовых банков», отличающихся по стилю. После этого любой человек может написать текст песни, и программа позволит исполнить ее на основе собранного «голосового банка», соединив записанные звуки воедино и придав им мелодичное звучание.

В программе предусмотрена возможность создания музыкального оформления для песен, а также множество голосовых редакторов, позволяющих придать голосу неповторимое звучание. Таким образом, «голосовые банки» могут быть как очень похожи на настоящие человеческие голоса, так и иметь невозможное для человеческого голоса звучание. Стоит добавить, что саму программу разработала фирма «Yamaha», а выпуском голосовых банков занимаются разные компании, в том числе японская «Crypton». Тем не менее, все голосовые банки совместимы с «Vocaloid».

Вокалоиды – это персонажи, использующие голоса, находящиеся в «голосовых банках». Изначально обложки голосовых банков не имели

какого-то определенного «лица». Это были просто наборы с записью звуков и абстрактной обложкой. Так, на обложках самых первых вокалоидов Leon (15 января 2004, Англия) и Lola (15 января 2004, Англия) были изображены только губы, примечательно, что их голосовые доноры до сих пор неизвестны.

Первым вокалоидом, получившим «лицо» была MEIKO (4 ноября 2004, Япония), созданная компаниями «Yamaha» и «Crypton». На ее обложке была изображена нарисованная в стиле «аниме» девушка с короткими волосами в красной одежде. С этого момента появилась традиция давать каждому голосу внешность, имя, а иногда даже и биографию. Голоса начали обретать свою собственную личность, а называть их стали «вокалоидами». MEIKO (Мейко) была также первым вокалоидом, поющим на японском языке.

Вторым вокалоидом с «лицом» стал КАЙТО (Кайто) (17 февраля 2006, Япония). Они не имели фамилий, а имена были выбраны с учетом возможности легкого произношения на других языках. Это были первые поющие на японском языке мужские и женские вокалоиды. Тогда они еще не были популярны и продажи шли плохо, по-настоящему вокалоиды заявили о себе только в 2007 году с выходом второй версии программного обеспечения. Тогда президент компании «Crypton», Ито Хироюки, решил создать «виртуальную звезду», обладающую собственным ярким характером, голосом и внешностью. В ее создании учитывалось все до мелочей. Необходимо было создать персонажа женского пола, потому что женские голоса продавались лучше мужских, а также выбрать возраст, который подходил как для исполнения серьезных взрослых песен, так и для детских. Параметры так же считались хорошими для Японии.

Таким образом, в 2007 году 31 августа на свет появилась HATSUNE MIKU (Хатсуне Мику) – первый вокалоид второй версии, поющий на японском языке. Ее имя было выбрано путем объединения Hatsu (初, первый), Ne (音, звук), и Мику (ミク, будущее), таким образом, оно означает «первый звук из будущего». В связи с этим, у Мику есть изображение цифр «01» на плече. Вместе с этим разработчики описали ее рост – 158 см, вес – 42 кг и возраст – 16 лет, а также рекомендуемые к исполнению жанры и параметры. Больше информации создатели не указали, считая, что фанаты сами создадут ей историю [1]. Так и случилось, ведь сейчас

Хатсуне Мику является самым популярным вокалоидом, а ее фанаты есть по всему миру. Узнаваемость и любовь публики к Хатсуне Мику находится на таком же уровне, как и у топовых «айدолов».

В Японии вместо термина *айдол/idol* чаще используется *айдору*. Айдору – идеал красоты, чистоты и очарования, нечто недостижимое и совершенное. Именно таким японские продюсерские компании позиционируют стандарт медиа-личности поп-индустрии. Стоит отметить, что многие продюсерские агентства Японии опираются на образы из аниме при создании айдол-групп. Костюмы, аксессуары и прочие атрибуты артистов j-поп в той или иной степени всегда будут напоминать героев мультфильмов [2].

Нельзя сказать, что Хатсуне Мику стала единственным популярным виртуальным исполнителем, среди таких же виртуальных исполнителей есть такие, как всемирно известные «Gorillaz», «One-t» или более известный в России «Crazy Frog». Однако вокалоиды были исключительными, ведь приобрести программу «Vocaloid» мог каждый, а значит, любимый персонаж мог исполнить абсолютно любую песню, даже вашу собственную.

Еще одна причина такой бешеной популярности аниме и манги, а также их влияния на мировую массовую культуру. Аниме и манга активно существуют в онлайн-среде, предлагая самый различный контент которые расширяют доступ аудитории к манге в более интерактивной онлайн-среде. Этот переход от печатных носителей к цифровым форматам еще более расширяется за счет портативных видеоустройств, таких как Nintendo и Sony Play Station, которые предлагают ряд игр, основанных на популярных тайтлах манги или просто в стиле манга [3].

После появления на свет Хатсуне Мику, компанией «Crypton» были созданы и другие вокалоиды. Следом за ней вышли Rin и Len Kagamine (Рин и Лен Кагамине), 27 декабря 2007 года, чаще исполняющие песни вместе, которых ошибочно принято считать близнецами [4]. Изначально они задумывались как отражения друг друга, а их фамилия была получена из объединения Kagami (鏡, зеркало) и Ne (音, звук). К ним так же указывались параметры и рекомендуемые жанры. Однако голоса не отличались хорошим качеством и в скором времени были перезапущены.

После этого было еще несколько успешных вокалоидов, таких как KAMUI GAKURO, MEGURINE LUKA и GUMI MEGPOID. Они так же являются довольно популярными, и многие песни записываются вместе с Хатсуне Мику, Кайто, Мейко, Рин и Лен Кагимине. Примером является «Evillious Chronicles», ставшие очень популярными и выпущенные фанатом под псевдонимом «mothy», а также «The Saga of Evil».

«Yamaha» совсем не единственная компания, которая занималась синтезом вокала. Японская компания «CeVIO Team» осенью 2013 года презентовала собственное программное обеспечение «CeVIO Creative Studio». У этой компании есть несколько собственных исполнительней наиболее знаменитая из которых – ONE. Они так же, как и вокалоиды, обладают собственной внешностью и голосом, но с «Vocaloid» и «Yamaha» никак не связаны, поэтому ошибочно называть их вокалоидами, а правильно – сивиолоидами (cevioloid).

В 2008 году появляется проект «Utau», доступный для бесплатного скачивания, с возможностью не только использовать готовые голоса, но и создавать собственные «голосовые банки». Наиболее популярная певица данного проекта – Касане Тето, которую так же нельзя считать вокалоидом. Для персонажей данного проекта появилось отдельное название – «утаулоиды» («utauloid»).

Кроме того имеются персонажи появившиеся благодаря особым настройкам голосового банка других персонажей, благодаря чему, для них не нужен отдельный «голосовой донор». Так, вокалоид Акита Неру является особенной обработкой голоса Хатсуне Мику. Подобных неофициальных вокалоидов принято называть «фанлоидами» (fanloid). Сейчас подобных фандолоидов насчитывается более 500 и цифра неуклонно растет.

Программа «Vocaloid» регулярно улучшается. С каждым обновлением совершенствуется ее интерфейс, звук и обработка голоса

становятся качественнее, добавляются новые языки. В частности, в третьей версии программы были добавлены корейский, китайский и испанский. Четвертая версия позволила использовать голосовой прием «гроул».

Сложно сказать, появится ли в программе русский язык. Несмотря на мировую известность, вокалоиды остаются недостаточно популярны в России для того, чтобы компания могла создавать «русских вокалоидов». Однако существуют различные фанатские команды, исполняющие их песни на русском. Так как проект во многом рассчитан на творчество самих фанатов, можно встретить большое количество материала, созданного ими, к примеру, рисунки, клипы, комиксы. Все это способствует росту популярности вокалоидов.

Кроме того, вокалоиды настолько популярны, что собирают аншлаги на собственных концертах, на которых они представлены в виде изображений на экране или голограмм. Таким образом, вокалоиды представляют собой особый феномен в музыкальной индустрии, совершенно новый вид музыкального искусства с неуклонно растущей популярностью.

Литература

1. Томойо Нияхяптидат Hatsune Miku // журнал «АнимеГид» № 25, 2007, MC Entertainment, С. 88-89.
2. Олешкевич К.И. Теоретико-методологические основы продюсирования в шоу-бизнесе: учебное пособие; Московский гос. ин-т культуры. – Казань: Бук, 2021.
3. Олешкевич К.И., Шубина Г.Р. Феномен аниме и манга в современной массовой культуре // Молодой ученый. – 2021. - №18 (360). – С. 284-287.
4. Стакман Крис. Anime World. От «Покемонов» до «Тетради смерти»: как менялся мир японской анимации / Крис Стакманн; [перевод с английского Е. Кручины]. – Москва: Эксмо, 2021.

OLESHKEVICH Kirill Igorevich

Associate Professor of the Department of Social and Cultural Activities,
PhD in Pedagogical Sciences, Moscow State Institute of Culture, Russia, Moscow

GRISHINA Svetlana Nikolaevna

second year student of the Department of Social and Cultural Activities,
Moscow State Institute of Culture, Russia, Moscow

VOCALOIDS ARE A GLOBAL PHENOMENON IN THE MUSIC INDUSTRY

Abstract. *The article considers the essence and content of the concept of "vocaloid", provides a historical analysis of this musical technology, and also examines the principles of creation and implementation. The authors systematize the main competitors of "vocaloids" and consider the prospects for development in Russia.*

Keywords: *vocaloid, Yamaha, Crypton, Hatsune Miku, software, anime, music project, music, Japan.*

СОЦИОЛОГИЯ

БАХРАМЕЕВА Анна Игоревна

студентка второго курса направления социология,
Дальневосточный федеральный университет,
Россия, г. Владивосток

ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ВОСПРИЯТИЕ ЖЕНЩИНАМИ СВОЕЙ ТЕЛЕСНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются социальные сети как один из основных факторов влияния на женскую телесность в современном мире. С развитием информационных технологий и популяризацией социальных сетей появилось все больше стандартов красоты, которые изо дня в день напрямую или косвенно влияют на восприятие женщинами своей телесности.

Ключевые слова: телесность, тело, женская телесность, социальные сети, идеалы красоты, стандарты красоты.

Тело – это физический объект, не несущий субъектности и духовности. Телесность же является одухотворенным телом, проявляется в форме и движении, именно благодаря ей человек ощущает связь с телом [4]. Женская телесность всегда значительно отличалась от мужской. У женской красоты есть многовековая история – стандарты менялись с каждым десятилетием, а от женщин ожидали постоянного соответствия им. М. М. Бахтин говорил, что восприятие собственной телесности формируется у личности не только через свои собственные ощущения, но и через призму чужих мнений [1, с. 337]. С приходом социальных сетей стандарты стали строже, а сменяемость этих стандартов – чаще. Но от современных женщин требуется все то же самое – вписываться в кем-то придуманные рамки.

Объект данного исследования – женская телесность. Предмет – взаимосвязь между использованием социальных сетей и восприятием женщинами своей телесности. Актуальность проблемы влияния социальных сетей на восприятие женской телесности определяется тем, что в настоящее время соцсети диктуют новые, постоянно сменяющиеся, стандарты красоты. Миллионы женщин ежедневно видят фотографии идеальных тел, безупречно чистой кожи – фотографии людей, не существующих в реальности. Идеально отретушированные

фотографии вызывают комплексы у молодых женщин, заставляют задуматься о пластических операциях, приводят к пищевым расстройствам [2].

Во введении в книгу «Миф о красоте» Наоми Вульф пишет: «В письмах и беседах женщины рассказывали мне о тех трудностях, через которые им пришлось пройти, чтобы в результате нелегкой внутренней борьбы избавиться от гнета того, что они называли «мифом о красоте». С точки зрения внешности между этими женщинами не было ничего общего. Молодые и не очень, они говорили о том, что боятся состариться; и худые, и полные рассказывали, сколько им пришлось пережить ради того, чтобы соответствовать идеалу стройности; представительницы разных рас, в том числе женщины с модельной внешностью, признавались, что всегда знали: идеал красоты – это высокая стройная блондинка с правильными чертами лица и безупречной кожей, иными словами, «совершенное» создание, которым, как они чувствовали, они не были» [3, с. 3].

Идеалы женской красоты менялись от эпохи к эпохе, и у разных народов были свои предпочтения, но если в былые времена стандарты и нормы красоты формировались художниками, писателями и теми, кто властвовал в обществе, то сегодня они в большинстве случаев создаются средствами массовой информации,

кинематографом, модой и, в первую очередь, социальными сетями [5]. Конечно, наравне с пропагандируемыми социальными сетями «идеальными» стандартами, сегодня активно продвигаются и идеи бодипозитива и бодинейтральности. Но многим ли женщинам везет попасть в дискурс о принятии своего тела со всеми его «недостатками», а не в ту часть социальных сетей, где внешней оболочке выставляют ряд стандартов?

Для получения данных по проблеме исследования был проведен опрос. В исследовании приняло участие 211 студенток Дальневосточного Федерального Университета в возрасте от 18 до 25 лет. По результатам опроса было выявлено, что 51% женщин предпочитает следить за блогерами в социальных сетях (самые популярные соц. сети – «Инстаграм», «Тикток»). На вопрос «Почему вам нравятся блогеры, за которыми Вы следите в социальных сетях?» были получены следующие ответы:

- «Мотивируют развиваться, интересно наблюдать за их жизнью, просто поднимают настроение»;
- «Они живут так, как хочу жить я»;
- «Они вдохновляют меня на совершение полезных дел: макияж, спорт, рисование»;
- «Отвлекают от повседневности и рутины»;
- «Они красивые, успешные. Мне нравятся они как личности, либо мне нравится их творчество».

39% женщин говорит, что им не нравится их телосложение. 28% недовольны своей внешностью в целом. 67% респонденток утверждает, что изменили бы свою внешность, если бы могли сделать это по щелчку пальца.

Большинство женщин на вопрос «Что бы Вы изменили в своей внешности?» начинают перечислять несколько черты своего лица: нос, губы, брови. Кроме того, многие девушки отмечают, что хотели бы изменить вес/фигуру: «убрала бы лишний жир», «уменьшила бы обхват бедер», «похудее руки», «грудь чуть больше», «чтобы жира вообще не было».

60% опрошенных женщин приходилось хоть раз в жизни сидеть на диетах, 69% хоть раз в

жизни занимались спортом, чтобы «привести себя в форму».

14% респонденток планируют прибегнуть к пластическим операциям. На вопрос «почему Вы хотите это сделать?» девушки отвечают: «хочу соответствовать своему идеалу», «хочу быть красивой», «не нравится то, что есть», «хочу изменить свою внешность, чтобы быть уверенной», «хотелось бы видеть в зеркале желаемое».

70% респонденток считает, что идеальные сети пропагандируют «идеальный» образ красоты. 59% считает, что «идеальный» образ красоты, представленный в социальных сетях, повлиял на их собственное восприятие своей внешности.

Таким образом, результаты опроса показывают, что молодые женщины подвергаются влиянию социальных сетей в вопросе восприятия своей телесности. И хотя кого-то аккаунты блогеров вдохновляют на совершение полезных дел, другие начинают сомневаться в себе, искать проблемы во внешности и ненавидеть свое тело.

Литература

1. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества. / М.М. Бахтин. – М.: Худ. лит., 1979. – 412 с.
2. Баниже, О.Н. Женская телесность как культурологическая проблема / О.Н. Баниже // Культурное наследие России. – 2017. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhenskaya-telesnost-kak-kulturologicheskaya-problema> (дата обращения: 16.06.2021).
3. Вульф, Н. Миф о красоте. / Наоми Вульф. – 1990. – 657 с.
4. Самарская, В. Телесность: составляющие и социальная значимость. [Электронный ресурс] / The Wall. – URL: <https://thewallmagazine.ru/telesnost/> (дата обращения: 16.06.2021).
5. Цветус-Сальхова, Т.Э. «Тело» и «Телесность» в культурологических исследованиях / Т.Э. Цветус-Сальхова // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2011. №351. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telo-i-telesnost-v-kulturologicheskikh-issledovaniyah> (дата обращения: 16.06.2021).

VAKHRAMEEVA Anna Igorevna

2nd year sociology student,
Far Eastern Federal University,
Russia, Vladivostok

THE PROBLEM OF THE SOCIAL MEDIA'S INFLUENCE ON WOMEN'S PERCEPTION ON THEIR CORPOREALITY

Abstract. *The article considers social networks as one of the main factors of influence on women's corporeality in the modern world. With the development of information technology and the popularization of social networks, more and more beauty standards have appeared, which from day to day directly or indirectly affects women's perception of their corporeality.*

Keywords: *corporeality, physicality, women's corporeality, social networks, beauty standards, ideals of beauty.*

СТАРИКОВ Никита Витальевич

доцент кафедры производственного и финансового менеджмента, канд. социол. наук,
Российской государственной геологоразведочной академии наук
имени Серго Орджоникидзе, Россия, г. Москва

**ОТ КОНСАЛТИНГА – К КРИТИКЕ БЮРОКРАТИЗМА:
ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННОГО
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Аннотация. *Быть социологом в политически стабильных регионах – непростое бремя. В то время, когда соседние регионы бросает из стороны в сторону, заставляя людей и социальные группы раз за разом приспосабливаться к смене властей, элит и производным от них сотрясениям, стабильность в твоём собственном регионе даёт слишком мало поводов для исследований. Особенно – исследований оплачиваемых. Так, впрочем, сложилось, что в кейсе Белгородской области именно такие застойные времена стали для социологии рассветными. Одна за другой разворачивались социологические программы, которые готовили качественные исследовательские продукты и энергично воспроизводили собственные кадры.*

Ключевые слова: социология управления, школа социальных технологий, консалтинг.

В Белгородской социологии наиболее мощная исследовательская программа была развёрнута в НИУ «БелГУ» в начале XX века. Ставшего в 2002 году ректором экс-шуховца, доктора социологических наук Леонида Дятченко в вузе уже ожидала сформированная и по сути транспонированная из БГТУ его соратником Николаем Данакиным кафедра социальных технологий. Кафедра была заточена под тематику, которую упомянутые соавторы разрабатывали ещё в начале 1990-х годов. Интеллигент Данакин в этой паре всегда считался больше учёным, брeтeр Дятченко – больше практиком. В своё время они удачно дополняли друг друга, и кто знает, куда развернулась бы школа социальных технологий, если бы Данакин продолжил работать со своим старым знакомым и в НИУ «БелГУ». Однако этого не случилось.

На вакантную роль учёного в 2005 году был назначен Валентин Бабинцев, сразу же запустивший на кафедре машину управленческого консалтинга. БелГУшники консультировали всех и вся в администрации области: обосновывали идеологему повышения качества жизни; давали ежегодную оценку системе профилактики наркомании; указывали органам по делам молодежи на то, как надо реализовывать в регионе молодёжную политику; объясняли особенности электорального ... Да что только и кому только не объясняли!

Консалтинговый стиль работы пронизывал все бизнес-процессы на кафедре – на минуточку, образовательном подразделении. Даже структура дипломов выпускников направления «Государственное и муниципальное управление» стала воспроизводить содержание консалтинговых социологических отчётов: описание концептуальной схемы – истолкование результатов эмпирического исследования – рекомендации в адрес принимающих решение лиц. И никак иначе. Для выпускников создавались не выданные даже доцентам и профессорам других кафедр привилегированные условия: только оставайтесь и работайте над новыми и новыми проектами. Бэкграунд Бабинцева в виде харизматического авторитета и социального капитала в правящих кругах региона позволял членам его команды не заботиться о поиске и привлечении заказов, о выстраивании коммуникаций с сильными мира сего: они (далее правильное писать «мы», ибо ваш покорный слуга имел честь быть частью этой команды) занимались чистой аналитикой. Как итог – из-под крыла Бабинцева вышло новое поколение исследователей, заточенных на неангажированный социологический анализ управленческих действий.

В этой команде мы работали преимущественно в парадигме структурного функционализма, объясняющего социальные действия через обусловленность функциями. Как это происходило на практике?

Мы хорошо понимали, какие функции должно выполнять, например, управление молодежной политики (УДМ) – это доступная всем информация, которая прописана в программных документах, положении об управлении и его тактических планах. Синтезировав данные из этих источников, мы получали идеальную модель того, каким должно быть УДМ.

Следом мы исследовали реальную ситуацию – социологическими методами доказывали, что из идеальной модели исполняется, а что – нет. В примере с молодёжкой, допустим, мы, основываясь на данных, полученных из опросов белгородцев в возрасте 14-29 лет, – которые в большинстве своём были не в курсе, что такое УДМ, – мы раз за разом указывали на то, что власти массовому охвату своими мероприятиями (идеально) предпочитают задействовать в них узкий нишевый сегмент проверенных лояльных молодых людей (реально).

Третья ступень – выработка рекомендаций. Здесь мы из социологов превращались в социальных технологов (вот где вдоволь использовалась терминология школы Дятченко), которым, в отличие от первых, есть дело до совершенствования социальных процессов. Старшие коллеги-синергетики нам внушали, что можно не только объяснять, но и влиять. Так вот, мы со всем азартом старались проектировать управленческие действия, которые позволят (как мы свято верили) тому или иному органу власти приблизиться к идеальному состоянию исполнения назначенной функции.

Команда кафедры социальных технологий первой начала использовать современные на тот момент программы обработки социологических данных, грамотно организовывала логику: маршруты полстеров (специалистов по проведению полевых опросов населения), труд операторов (специалистов по вводу данных в модули специальных автоматизированных программ), контролёров, из-за чего ей не было равных в скорости проведения исследований.

Кульминацией работы золотого состава бабинцевской команды стало исполнение трёх крупных федеральных и одного масштабного регионального исследовательских проектов. К первым относятся социологическое обеспечение реализации нацпроекта «Образование» (огромный министерский проект с широчайшим охватом по всей Белгородской области: мы заезжали чуть ли не в каждую вторую школу, колледж, лицей; разговаривали с

обучающимися, педагогами, родителями, работодателями. По объёму информации и трудозатратам это беспрецедентный и до сих пор не превзойденный никем в регионе проект), исследование кадрового обеспечения государственной молодежной политики (для Росмолодежи), исследование вопросов профилактики экстремизма (по заказу Минрегиона с охватом по всему ЦФО). А вот значимый региональный проект – это обследование по методике «Роза качества» – ежегодный замер удовлетворённости населения от реализации органами власти Белгородской области своих функций.

Сложно противостоять искушению привести в качестве метафоры заката школы социальных технологий стратегию формирования солидарного сообщества на Белгородчине. В попытке придумать что-то соотносимое с устаревшей идеей качества жизни лучшие социологи НИУ «БелГУ» в 2010 году скрестили ежа с ужом (или Дюркгейма с Луманом), обосновав для органов региональной власти концепцию, согласно которой объектом управленческих действий должна была стать система межличностных и межгрупповых отношений. Солидарность в сообществе должны были маркировать осознание индивидами общности интересов, ценностей и жизненных смыслов, взаимная поддержка, лояльность и сотрудничество в достижении позитивных общественно значимых целей. Органы власти восприняли эти задачи как инородные, в лучшем случае попытались их вплести в свои привычные рутинные практики (Бабинцев же рассчитывал, что обосновываемая его командой идея, напротив, возвысит чиновников над рутинной). Население, в свою очередь, привыкшее к идеологемам про «здесь и сейчас» («Мы живём в самом чистом городе», «У нас самые лучшие дороги и т.д.), не смогло принять и разделить идею о лучшем завтра («Мы стремимся к солидарному обществу»). Впоследствии Бабинцев даст несколько интервью и напишет ряд статей, в которых объяснит, почему идея не прижилась.

Валентин Бабинцев, перешедший в 2016 году с заведования кафедрой на профессорскую должность, отошёл от практики воспроизводства вокруг себя команды структурных функционалистов-консалтеров. Консалтинг заменяют публичные обобщения, обращённые к научному сообществу. В его статьях, начиная с 2012 года, красной линией проходит критика бюрократизма. Профессор препарировал бюрократическую культуру хоть органов

государственной власти, хоть высших учебных заведений, и предъявляет читателям те их характеристики, которые, по его убеждению, препятствуют модернизации (повышению эффективности, совершенствованию и всему прочему, до чего, как мы определили, социологу может дела нет, но есть – социальному технолог, коим Валентин Павлович продолжает оставаться).

Образование, которое получают наши социологи, очевидно, должно отвечать повестке дня. Когда в 2005 году Валентин Бабинцев погружал выпускников ГМУ в теорию социального действия, разговаривая с нами языком Вебера и Парсонса, выстраивая в соответствующей логике структуру образовательных программ и выпускных работ, он делал это сообразно целям и задачам, которые ставили перед ним время и он сам. Результатом этих действий стало то, что он привёл и влюбил в социологию десятки людей, которые изначально на социологов не учились. Ещё раз: он был не обязан этого делать; у завкафедрой, выпускающей будущих чиновников, другие задачи (разработка программы обучения, подбор кадров, организация образовательного процесса, практик, содействие трудоустройству); но Бабинцев был выше и шире этих прописных задач. Он дал возможность выпускникам выбирать: идти на госслужбу либо реализовать себя в социальной науке, её изучающей. Те, кто выбирал вторую опцию, и становились под его началом социологами управления. В процессе этого становления заведующий кафедрой буквально за руку водил нас по всей траектории: мы переучивались в аспирантуре на его кафедре, защищались по социологическим специальностям в его (курируемом им, если быть педантом) совете и нарабатывали опыт прикладных исследований в его команде.

Невозможно повторить, транспонировать опыт Бабинцева, ибо он – плоть от плоти своего времени.

Теперь в Белгородской области – казалось бы, как многообещающе! – есть программы высшего образования, готовящие дипломированных социологов с первого курса. Однако разорванные по кафедрам (бакалавриат и магистратура на одной, аспирантура на другой, совет по защите диссертаций – в третьих руках), они не позволяют ни одному из номинантов на наследование бабинцевского успеха повторить его, проводя за руку своих учеников по всей траектории становления.

Может быть, пришло время ученикам организовываться самим? Но насколько они к этому подготовлены? Выстраиваем ли мы на кафедрах для них возможность выбора такой опции? И нужно ли теперь кафедрам и времени, в котором они существуют, чтобы выпускники становились социологами не де-юре, а де-факто?

Одно можно утверждать однозначно: ещё есть в регионе индивидуально сильные специалисты, на которых мы, когда преподаём в вузах, ориентируем своих студентов. Встретят ли эти специалисты своего менеджера с социологическим бэкграундом или разминутся с ним, мы знать не можем. Уверенно можно сказать одно: эти учёные с их способностью объяснять происходящие события нужны меняющейся Белгородской области. Такие люди, как правило, скромны. Гражданскому обществу в лице лидеров, журналистов, блогеров, потребно их самостоятельно отыскивать и открывать людям.

И в финале о тех самых менеджерах. То, что знакомые с социологией руководители выражают запрос на научное обоснование управленческих решений, а далёкие от социологии обходятся без такого обоснования, конечно, не означает априорного превосходства первых над вторыми. Однако для кого-то же отец-основатель теории управления Фредерик Уинслоу Тейлор в 1911 году написал: быть может 45, 50 или 100 способов производства каждого единичного акта любого вида труда, но единственный наилучший метод может быть открыт только путём научного анализа?

Одни руководители идут по пути грубой эмпирии (на языке родных осин «метод проб и ошибок» или, благороднее, «управленческий опыт»). Они не читали Тейлора, Файоля и иже с ними, но при этом весьма рациональны и в долгой перспективе эффективны. Таких менеджеров – большинство, особенно в стабильных регионах с размеренным течением экономической жизни.

Другие – следуют традициям, заимствуя, перенося и присваивая себе опыт прошлых поколений. К таковым относятся те, которые считают, что планирование – это подготовка таблицы, а SWOT-анализ – это заполнение словами четырёх квадратных ячеек. Вы узнаете их по тому, как они разрабатывают планы путём автозамены в Wordе прошлого года на актуальный и косметической чистки фамилий ответственных. Эти люди напрочь игнорируют

рациональность теории управления, однако, как правило, хорошо научены рациональным техникам подчинения вышестоящему начальству. Читали ли они Вебера, Друкера или Минцберга при этом – совершенно не важно.

Социологи важны, нужны и интересны третьему типу руководителей. Тем, которые понимают, что план – не средство контроля, а лишь вершина айсберга под названием Целеполагание. А цель, в свою очередь – вершина, скрывающаяся под водой Анализ внутренней и внешней среды. Тем, которые, прежде чем сформулировать цель, семь раз отмерят, ибо отвечают

перед своим коллективом, членами семей работников и сообществом за дееспособность этой формулировки. Тем, кто, замечая проблемы во вверенной ему области, прежде всего пытается найти ошибку в себе: в планировании, организации, мотивации...

Менеджеры третьего типа и наши коллеги – социологи, работающие сейчас в Белгородской области, – должны встречаться чаще. Такие встречи обладают чудесной способностью раскручивать маховик белгородской социологии. Думается, после того, как эти два одиночества потеряли друг друга, он порядком застоялся.

STARIKOV Nikita Vitalievich

Associate Professor of Production and Financial Management, PhD in Sociology,
Russian State Exploration University named after Sergo Ordzhonikidze, Russia, Moscow

FROM CONSULTING TO CRITICISM OF BUREAUCRACY: EXPERIENCE IN ORGANIZING PRACTICE-ORIENTED SOCIOLOGICAL EDUCATION

Abstract. *Being a sociologist in politically stable regions is not an easy burden. At a time when the neighboring regions are tossed from side to side, forcing people and social groups to adapt time after time to the change of authorities, elites and the resulting shocks, the stability in your own region gives too little reason for research. Especially paid research. So, however, it turned out that in the case of the Belgorod region, such stagnant times became the dawn for sociology. One after another, sociological programs were developed, which prepared high-quality research products and vigorously reproduced their own personnel.*

Keywords: *sociology of management, school of social technologies, consulting.*

СТАРИКОВ Никита Витальевич

доцент кафедры производственного и финансового менеджмента, канд. социол. наук,
Российской государственной геологоразведочной академии наук
имени Серго Орджоникидзе, Россия, г. Москва

ПОДЧИНЕНИЕ-OBEDIENCE И ПОДЧИНЕНИЕ-COMPLIANCE

Аннотация. Разбираясь в нюансах операционализации концепта подчинения автор обращает внимание на необходимость синхронизации русскоязычных понятий подчинение, повиновение, покорность и послушание с англоязычными *submission*, *compliance*, *obedience* и иными словосочетаниями. Автор предоставляет переводчиков англоязычных статей от соблазна употреблять в качестве синонимов понятия собственно социальных действий (подчинение, послушание) и понятия, обозначающие их характер (повиновение, поклонение).

Ключевые слова: социология управления, теория управления, подчинение, повиновение, послушание, покорность.

У Ханны Арендт есть замечание о том, что, «ни один человек, каким бы сильным он ни был, не в состоянии совершить нечто, хорошее или плохое, без помощи других. Здесь мы имеем дело с идеей равенства, когда “лидер” – это лишь *primus inter pares*, первый среди равных. Те, кто, как можно подумать, ему повинуются, на самом деле поддерживают его и его начинание; без такого “повиновения” (в оригинале Арендт использует понятие *obedience*, которое мы еще подробно разберём – прим. авт.) он был бы беспомощен. ... Даже в случае сугубо бюрократических организаций с чёткой иерархией гораздо уместнее рассматривать функционирование “шестерёнок” и “винтиков” как безоговорочную поддержку общего дела, чем как повиновение вышестоящим. Если я подчиняюсь законам государства, то тем самым поддерживаю его устройство, что становится особенно заметно на примере революционеров и повстанцев, которые не повинуются, отзывая это молчаливое согласие» [1, с.80-81; 4, с. 46].

Исполнение роли подчинённого при таком понимании является фактором стабильности – востребованность согласия и поддержки со стороны управленца удовлетворяют потребность подчинённого в самосохранении, безопасности и создают необходимые социальные гарантии. В русле теорий Маслоу, Маклелланда правильным будет считать, что исполнение роли управленца удовлетворяет потребности более высокого уровня: в признании, уважении, самореализации. Поэтому, если индивид выполняет обе роли одновременно (а это делает любой вплетённый в социальную

структуру общества индивид, в непосредственном подчинении которого находится хотя бы один человек), то определять его поведение будут действия той роли, которые удовлетворяют потребности более низкого уровня – в нашем случае роли подчинённого.

Уверенность в самосохранении через подчинение – свойство социальной природы человека. В поиске ответа на вопрос о том, почему немцы так легко повиновались нацистским властям в их дискриминационной политике в отношении евреев, Стэнли Милгрэм опытным путём доказал: оказавшись в *агентном состоянии* подчинённого, индивид ощущает ответственность перед авторитетом, но не ощущает ответственности за характер поступков, совершаемых по указанию свыше [3, с. 196-197]. Агентным Милгрэм называет состояние, при котором индивид рассматривает себя как орудие исполнения чужих желаний. Оно противоположно автономности, когда человек считает, что действует по своему разумению. Элемент свободного выбора оставляет право пойти по тому или иному пути. Однако эксперименты Милгрэма убеждают нас в предрасположенности индивидов к добровольному *агентному сдвигу* в сторону исполнения подконтрольной социальной роли.

Методологически важно, что доказательство и объяснение данной предрасположенности стало возможным в результате применения методов *эксперимента* и *наблюдения*. Современная отечественная социология управления предпочитает этим методам *социологический опрос*. Однако у того же Милгрэма мы

встречаем наглядное свидетельство способности опроса понять логику *мышления индивидов о подчинении*, систему коллективных представлений, позволяющих кодировать подчиненное действие. Но опрос индивидов бессилён объяснить *подчинение как таковое*.

Люди в повседневной жизни, несомненно, не говорят о подчинении как происходящем в результате агентного сдвига добровольном акте согласия с лидером (авторитетом, управленцем). Они (в том числе в опросах) склонны описывать своё подчинение категориями долга, лояльности и дисциплины [3]; а управленцы, в свою очередь, видят в подчинении, в основном, состояние повиновения, покорности по отношению к их властной воле [2, 7]. Отец-основатель символического интеракционизма Джордж Герберт Мид утверждал, что через обучение ролей мы учимся смотреть на себя глазами другого человека. Люди обретаю свою человеческую природу благодаря осмысленной коммуникации – они взаимодействуют с помощью значимых символов, важнейшие из которых содержатся в языке. Символ «подчинённый» означает не только положение в социальной организации, но и то, что данный индивид может действовать определенным образом. Это поведение, в свою очередь, стимулирует осознанное, адекватное поведение окружающих его других людей – управленцев и коллег-подчинённых.

Принимая роль подчинённого, индивид, путём воображения ставит себя на место *другого* – управленца, которому подчиняется. Появление в начале XX века принципов научного менеджмента, вслед за ними теории управления многократно усилило сложность интеракции «подчинённый – управленец». В самом зарождении теории управления Тейлору удастся описать *простую интеракцию*, разоблачить её и дать старт усложнению этого ролевого взаимодействия и стремительному развитию менеджмента [6]. Суть этой простой интеракции заключалась в следующем: управленец старается увеличить объём заданий подчинённому исходя из того, как он представляет *предельную производительность подчинённого*. Тот, в свою очередь, старается замедлить темп своей работы исходя из своего понимания пределов, выходя за которые уже не получится держать хозяина в убеждении, что он работает с хорошим темпом. *Каждый* из них при этом пытается понять, как *другой* оценивает *предельную производительность подчинённого*.

Корпоративное целеполагание, идеологизация организационных изменений, развитие

методологии управления персоналом и теорий мотивации в XX веке привели к тому, что сегодня исполнение роли подчинённого обязательно сопряжено уже не с простой, а со *стратегической интеракцией* – взаимодействием, при котором каждый – и подчинённый, и управленец – мыслит стратегически и предполагает, что *другой* – тоже стратегически мыслящий.

Читая Мида, Гоффмана, мы понимаем, что стратегические интеракции возможны во взрослом возрасте. Когда мы вырастем, то *обобщённым другим* для нас становится организованное сообщество (корпорация, профессиональная группа, общество в целом). Любопытно и не случайно, что в этой теории мы не можем в полной мере применить понятие «подчинение» по отношению к детям. Дети, пока они не социализированы, не готовы ни а) добровольно отказываться от проявлений своей воли, ни б) действовать в рамках стратегических интеракций. Но как же быть с тем, что Арендт, как мы помним, напротив, допускала, что рабство и воспитание детей – единственные области, где понятие подчинения (в некоторых переводах мы встречаем трактовку *obedience* как подчинения) имеет смысл как *такое* (там всё наоборот: ребенок или раб становятся беспомощными, если отказываются «сотрудничать» [4, с. 47]) и из которых оно перешло в политику, став актом согласия сотрудничать?

Разбираясь в этих разночтениях, нам неплохо было бы установить соответствие между категориями «подчинение», «повиновение», «покорность», «послушание», а ещё лучше определить их отношение с зарубежными «obedience», «submission», «compliance», или, например, фроммовской конструкцией «have to yield», которую скорее можно трактовать как необходимость уступать, но в российском переводе встречается не «уступать» а «покоряться». Мы обращаем на это внимание, потому что Эрих Фромм использует её, говоря как раз о детском возрасте и первом столкновении детей с социальным порядком: «Большинству детей в определённой мере присущи враждебность и бунтарство как результат их конфликтов с окружающим миром, который тяготеет блокировать их экспансивность, и которому они, как более слабый противник, обычно вынуждены уступать» [5, с. 209]. И здесь – уступать, но никак не подчиняться: не *obey*, не *submit*. Ребенок, у Фромма, только учится подчинению и делает это через подавление (*suppress*) своего осознания враждебности или

неискренности других людей. «Иногда это дается непросто, ибо дети обладают способностью замечать отрицательные качества в других, и в отличие от взрослых, их не так легко обмануть словами» (там же). Но пока такая реакция не притупилась, ребёнок не может считаться подчинённым – ведь в его действиях нет ни согласия сотрудничать, ни осознания собственной подчинённой роли.

Итак, *obedience* как *такое* – то есть детское – вряд ли будет правильным переводить как подчинение. Здесь скорее подойдет *послушание*. О послушании со стороны взрослых людей, мы тоже можем говорить, но скорее применительно к рабству, а также религиозной сфере, где, «отношения между человеком и Богом во многом похожи на отношения между ребёнком и взрослым» [1, с. 82] – Отцом.

А вот *obedience*, «перешедшее в политику» – то есть ставшее по своей сути исполнением взрослым индивидом социальной роли, выражающейся в определенных действиях по отношению к власти имущему, к управленцу – это уже собственно *подчинение* («под чином» – подчинение есть там, где происходит взаимодействие чинов, статусов, уровней социальной иерархии).

Различая в английском *obedience* послушание и подчинение, мы также должны найти место в нашей операционализации таким понятиям, как «повиновение» и «покорность», ведь их тоже можно встретить в переводах научных текстов вместо оригинального *obedience*. На первый взгляд, с ними всё достаточно просто: социологически оба понятия определяют не социальное действие (в отличие от послушания и подчинения), а состояние, характеристику индивида, его совершающего. Повиновение этимологически (от «вина», «повинность» – это слово изначально характеризовало признание своей вины, своего греха, проступка) трактует *obedience* в этическом смысле, и поэтому вполне оправданно, когда *obedience* переводится как повиновение в работах Арендт, рассматривающей действующего подчинённого с точки зрения морали и нравственности. Покорность же имеет более политический смысл и отсылает нас к смирению с волей покорителя. В этой логике было бы правильным разделять: покорность – по отношению к власти и их носителям, а повиновение – к обществу, его устоям, порядкам и морали, грубо говоря, дюркгеймовскому *коллективному сознанию*.

Оговоримся, однако, что в то же время в реальности русских переводов мы встречаем смешение понятий, что, несомненно, усложняет

нам задачу. Порой повиновением переводится даже не *obedience*, а *compliance*. Самый яркий, пожалуй, пример: перевод названия художественного фильма Крэйга Зобела «*Compliance*» (2012 год) в русском дубляже как «Эксперимент “Повиновение”». При этом содержание фильма вполне допускает, что он мог бы так называться, ведь чувству вины, методам его формирования в картине уделяется достаточно много места. Однако оригинальное *compliance* всё же характеризует исполнительность – действие в соответствии с приказом, природа возникновения которого очевидно лежит в основе режиссуры Зобела. Поскольку *compliance* есть социальное действие, это гораздо более социологическое понятие, чем философско-культурологическое повиновение. Интересно, что не так давно в русском языке появилось иностранное слово «комплаенс», однако его трактовка означает не столько действие по выполнению приказа, сколько соответствие компании нормам законодательства (отсюда новые словообразования «комплаенс-контроль», «комплаенс-менеджер» и т.д.). А вот *compliance* в зобелевской трактовке следует понимать как подчинение в феноменологическом – беспредпосылочном – смысле. Иными словами, если *подчинение-obedience* – это социальное действие, при котором индивид *руководствуется* целями и правилами, являющимися по отношению к нему внешними, либо не согласующимися с его непосредственными стремлениями, то *подчинение-compliance* – это действие, при котором индивид *соответствует* этим внешним целям и правилам.

Завершая несколько затянувшийся, но крайне важный для нашей дальнейшей работы лингвистический обзор, обозначим, что с точки зрения социологии мы рассматриваем *подчинение*, *послушание* как социальные действия, стало быть больше категории бытия, чем познания, эмпирически исследуемые с помощью наблюдений и экспериментов. *Повиновение* и *покорность*, напротив – больше категории познания, чем бытия, через которые нам проще интерпретировать подчинение как состояние индивида (здесь и может использоваться социологический опрос, учитывающий: как сам индивид познает своё подчинение, какой статус оно приобретает для подчинённого – это вопрос того, как подчинение кодируется).

Литература

1. Арендт Х. Ответственность и суждение. М.: Изд. Института Гайдара. 2016.
2. Ильин И.А. О сущности правосознания. В 10 т. М.: Русская книга: т. 4. 1994.
3. Милгрэм С. Подчинение авторитету: Научный взгляд на власть и мораль. М.: ООО «Альпина нон-фикшн». 2016.
4. Arendt H. Responsibility and Judgment. N.Y.: Schocken. 2003.
5. Fromm E. The fear of freedom. London: Routledge. 1984.
6. Taylor F.W. The Principles of Scientific Management. N.Y., London: Harper & Row. 1911.
7. Weber M. The Theory of Social and Economic Organization. N.Y.: Oxford University Press. 1947.

STARIKOV Nikita Vitalievich

Associate Professor of Production and Financial Management, PhD in Sociology,
Russian State Exploration University named after Sergo Ordzhonikidze, Russia, Moscow

OBEDIENCE AND COMPLIANCE IN RUSSIAN SOCIOLOGY OF MANAGEMENT

Abstract. *Understanding the nuances of the operationalization of the concept of submission, the author draws attention to the need to synchronize the Russian-language concepts with the English-language submission, compliance, obedience and other phrases. The author warns translators of English-language papers against the temptation to use as synonyms the concepts of social actions proper and the concepts denoting their character.*

Keywords: *sociology of management, management theory, subordination, compliance, obedience, submission.*

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

НИКИТИН Николай Олегович
помощник юриста, ООО «Мир опалубки»,
Россия, г. Краснодар

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. Данная статья освещает проблемы правового регулирования налогообложения субъектов малого предпринимательства. Тема нашей статьи является очень актуальной, так как развитие малого предпринимательства благоприятно сказывается на развитии производства. Субъекты малого предпринимательства в большинстве случаев производят продукцию кустарного производства. Анализ системы налогообложения секторов малого предпринимательства является очень актуальным, особенно в связи с реформами 2018 года в сфере налогообложения.

Ключевые слова: развитие малого предпринимательства, правовое регулирование налогообложения, предприниматели, система налогообложения, основная система налогообложения.

Данная тема является востребованной по причине того, что развитие малого предпринимательства благоприятно отражается на развитии всего производства в стране. Кроме того, успешное развитие малого предпринимательства влечет рост качества провизии и различных товаров и услуг, а также ведет к созданию конкуренции, то есть ситуации, когда производители предлагают на выбор несколько видов однородной продукции.

В связи с этим, эффективное правовое регулирование налогообложения субъектов малого предпринимательства благоприятно сказывается на жизни самих предпринимателей, а также играет большую роль в жизни общества и всего государства.

Малое предпринимательство представляет собой одно из звеньев рыночной экономики, наряду с крупными корпорациями и компаниями [4, с. 111]. Предпринимательская деятельность такого вида в Российской Федерации зародилась относительно недавно, фактические с появлением рыночной экономики в стране.

Стремление к большим масштабам, то есть выполнение государственных заказов в советское время на протяжении нескольких десятилетий являлись препятствием к развитию малого предпринимательства. Качественное и успешное развитие малого

предпринимательства является регулятором экономического воздействия, и в целом определяет динамику и структуру всего производства, задает производству необходимый темп.

Анализ системы налогообложения является очень актуальным и перспективным научным исследованием, учитывая реформирования налогового законодательства 2018 года. Серьезным препятствием к успешному развитию экономики представляет уклонение от уплаты налогов, а также уход в теневые структуры экономики. Все это требует реформации системы налогообложения малого предпринимательства [2, с. 75].

В настоящее время в Российской Федерации для субъектов малого предпринимательства закреплено две шкалы налогообложения: прямое и косвенное налогообложение. Прямое налогообложение предусматривает прогрессивную шкалу подоходного налога с физических лиц, также включает в себя налоги на прибыль, на имущество и включает в себя платежи за использование ресурсов.

Система косвенного налогообложения представлена в виде налогов на товары и услуги, и устанавливается в виде надбавки к цене или тарифу. Система косвенного налогообложения представляется акцизами, налогом на добавленную стоимость (НДС). Данные

виды косвенного налогообложения формируют значительную часть бюджетных рентных доходов, а в частности на товары особого государственного значения, таких как нефть и газ.

В рыночных условиях, в частности в периоды кризисов, субъекты малого предпринимательства испытывают затруднения в связи с тем, что:

- происходит снижение спроса на товары и услуги в различных отраслях;
- давление оказывает крупный бизнес;
- устанавливаются различные административные барьеры – это такие правила поведения, которые складываются в определенной сфере деятельности на рынке. Соблюдение данных барьеров – ограничений является императивным условием к ведению определенной деятельности, при несоблюдении которых предусматриваются санкции – платежи за прохождение бюрократических процедур, которые не пополняют государственный бюджет.

Вышеперечисленные «барьеры» к ведению беспрепятственной деятельности субъектов малого предпринимательства нуждаются в государственной поддержке субъектов малого предпринимательства.

Проблемы государственной поддержки малого бизнеса в Российской Федерации осуществляются на протяжении более двадцати лет, несмотря на это уровень поддержки до настоящего времени не является надлежащим [3, с. 208].

Наличие малого бизнеса гарантирует стабильность всей экономической системы в стране, а также ведет основе всего государства – формирует «средний класс».

Самая действенная мера регулирования малого предпринимательства – это эффективная система налогообложения. На протяжении всего времени существования малого бизнеса в Российской Федерации предпринимались различные меры к созданию эффективной данного пласта в экономике: вводились льготы, вводились особые налоговые режимы. Несмотря на это, уровень развития малого бизнеса в Российской Федерации остается ниже уровня развитых стран.

Также одной из центральных проблем в сфере правового регулирования субъектов малого предпринимательства остается система налогообложения с применением налога на добавленную стоимость – Общая система налогообложения (ОСНО). Данная система является единственной с применением такого налога.

Такой режим налогообложения допускается совмещать с ЕНВД. При использовании ОСНО субъектом малого предпринимательства уплачивается весь спектр налогов и сборов, закрепленных в Налоговом кодексе [5].

Применение данного режима оправданно не всегда, а только в определенных случаях:

1. При импорте товара на территорию Российской Федерации, когда налогоплательщик будет признан находящимся на территории Российской Федерации.

2. Эффективность данного режима наблюдается также в том случае, когда значительное число субъектов малого предпринимательства платит налог на добавленную стоимость.

Центральным минусом применения Общей системы налогообложения признается высокая налоговая нагрузка на субъект малого предпринимательства.

Целью введения специальных налоговых режимов на субъекты малого предпринимательства было заявлено снижение налогового бремени. Специальные налоговые режимы отличаются от иных режимов своими достоинствами: они являются более экономичными, так как субъекты освобождаются от крупных налогов (НДС, налог на прибыль, налог на имущество); в отношении них предусмотрен диспозитивность перехода на данный режим, и также отказ от данного режима.

Несмотря на достоинства специальный налоговый режим имеет и негативные стороны, среди которых выделяют запрет на открытие филиалов и представительств, запрет к занятию отдельными видами деятельности (страховой, банковской), обязанность уплаты минимального фиксированного налога при любых обстоятельствах, даже в случае получения убытков (расходы выше доходов).

Таким образом, можно заключить, в отношении субъектов малого предпринимательства была разработана своя система налогообложения – Общая система налогообложения (ОСНО), которая имеет свои достоинства и недостатки. Цель разработанной системы налогообложения – ОСНО, концентрация на определенном виде деятельности, которая была заявлена при создании субъекта малого предпринимательства.

Это ведет к ограничению развития компании, не позволяет создавать обособленные структурные подразделения – филиалы и представительства, а основная задача субъекта малого предпринимательства – концентрация на конкретной деятельности.

Литература

1. Административные барьеры в экономике: задачи дерегулирования. URL: https://nisse.ru/articles/details.php?ELEMENT_ID=129037 (дата обращения: 15.06.2021).
2. Гужина Г.Н., Гужин А.А. Повышение эффективности финансового планирования на Российских предприятиях // Фундаментальные и прикладные исследования в области экономики и финансов / Материалы и доклады 3-й международной научнопрактической конференции. В 3-х частях. Под общей редакцией О.А. Строевой, Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС (Орел), 2017. – С. 74-76.
3. Валиева Л.А., Колобовникова П.В., Зуева М.С. Направления совершенствования системы налогообложения субъектов малого предпринимательства // Современная налоговая система: состояние, проблемы и перспективы развития. 2018. С. 207-209.
4. Медведева М.В. Правовое регулирование налогообложения субъектов малого предпринимательства // Теория и практика приоритетных научных исследований. 2019. С. 111-114.
5. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 20.04.2021) // «Российская газета», N 148-149, 06.08.1998.

NIKITIN Nikolay Olegovich

Associate Lawyer, LLC «Mir opalubki»,
Russia, Krasnodar

LEGAL REGULATION OF TAXATION OF SMALL BUSINESSES

Abstract. *This article highlights the problems of legal regulation of taxation of small businesses. The topic of our article is very relevant, as the development of small business has a positive effect on the development of production. Small business entities in most cases produce handicraft products. The analysis of the taxation system of small business sectors is very relevant, especially in connection with the 2018 tax reforms.*

Keywords: *small business development, legal regulation of taxation, entrepreneurs, taxation system, basic taxation system.*

НИКИТИН Николай Олегович
помощник юриста, ООО «Мир опалубки»,
Россия, г. Краснодар

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

***Аннотация.** Данная статья освещает проблемы правового регулирования патентной системы налогообложения малого предпринимательства в Российской Федерации, их достоинства и недостатки. Стоит отметить, что структура малого бизнеса состоит из малых предприятий и индивидуальных предпринимателей.*

***Ключевые слова:** развитие малого предпринимательства, малые предприятия, индивидуальные предприниматели, патентная система налогообложения, упрощенная система налогообложения, субъекты малого предпринимательства.*

Данная тема является актуальной по причине того, что развитие малого предпринимательства благоприятно сказывается на всем производстве в Российской Федерации. Развитие и поддержка малого предпринимательства остается актуальным направлением политики государства на протяжении 20 лет, с момента появления малого предпринимательства [1].

Это влечет необходимость в разработке упрощенной системы налогообложения, патентной системы налогообложения, применительно к субъектам малого предпринимательства.

Стоит отметить, что малый бизнес включает в себя направления: развитие малых предприятий, а также индивидуальных предпринимателей. Индивидуальные предприниматели – это такие субъекты хозяйственной деятельности, которые занимаются производством продукции, оказанием услуг, отвечают всем своим имуществом, несут все риски в своей предпринимательской деятельности.

В 2013 году был разработан проект по снижению налоговых рисков для предпринимателей – патентная система налогообложения. Данные законоположения были введены в главу 26.5 Налогового кодекса Российской Федерации [2].

Практическая деятельность данного проекта заключалась в том, что предпринимателям предложили вносить платежи в бюджет в виде патента по определенным родам деятельности. При этом данная система была установлена не для всех предпринимателей, а только для тех, количество наемных работников было менее 15 человек [2].

Основные признаки данной системы следующие:

- не требуется уплачивать НДС;
- не требуется заполнять налоговую отчетность;
- сумма взноса является определенной, вне зависимости от доходов и расходов.

Следствием введения данной патентной системы налогообложения стало расширение полномочий органов субъектов федерации, а именно полномочия по определению дохода. Это обуславливается тем, что созданная патентная система налогообложения является не универсальной на всей территории Российской Федерации, а зависит от субъекта, в каждом из которых устанавливаются собственные критерии.

Срок действия патента и налоговый период варьируются от 1 месяца до 1 года.

Как ранее было упомянуто, патентная система налогообложения, распространяется только на определенные виды деятельности, перечисленные в статье 346.43 Налогового кодекса Российской Федерации в 80 пунктах [2]. Стоит заметить, что перечень видов деятельности установлен Федеральным законом от 23.11.2020 № 373-ФЗ.

Количество патентов в Российской Федерации ежегодно увеличивается [3]. В 2017 году было выдано 383256 патентов, в 2018 году – 439088, в 2019 – 465484 патента по всем видам экономической деятельности. Как наглядно видно из показателей, сформировалась тенденция роста количества патентов за трехлетний период.

Роспатент обуславливает рост числа патентов сокращением сроков на проведение

экспертиз по всем объектам промышленной собственности, а также увеличенным количеством экспертиз, и как следствие – значительно большим числом выданных патентов и свидетельств [4].

Наиболее популярными стали патенты и свидетельства по регистрации товарных знаков и по правовой охране интеллектуальной собственности.

Однако в 2020 году было опубликовано всего 56,8 тыс. патентов. Это связано с пандемией и прекращением деятельности большинства организаций.

В научной литературе отмечается, что созданная патентная система не пользуется популярностью, в первую очередь, по причине высокого налогового обложения на все виды деятельности.

С целью распространения данной системы среди предпринимателей, в 2020 году были внесены поправки в российское законодательство. Органам субъектов федерации были расширены полномочия по установлению ограничения по применению данной налоговой системы, а также контроль за размером дохода. Тем самым, регионы обязуются учитывать особенности деятельности индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации и введение ограничений, наиболее приемлемыми для мелких предприятий.

Запрет на применение данной системы устанавливается в отношении предпринимателей, занимающихся реализацией товаров, подлежащей маркировке, таким предпринимателям необходимо использовать иные альтернативные режимы налогообложения. С 1 января 2020 года введены изменения о сроке выдачи патента и допустимо выдавать патент на срок от одного дня, а расчет, предложенный в

законодательстве, позволяет приобретать патент на любое количество дней в году.

Также в целях привлечения большего количества предпринимателей на данную систему установлено оформление единого патента на несколько видов деятельности, принимая во внимание однородность сферы деятельности (например: промышленность, бытовые услуги).

Там образцов, исходя из выше рассмотренных положений можно свидетельствовать, что внесенные изменения в законодательство направлены на увеличение интереса предпринимателей к данной налоговой системе, расширяющейся на мелких предпринимателей.

Литература

1. Казакова Ю.В. Правовое регулирование налогообложения субъектов малого и среднего предпринимательства // Научное сообщество студентов 21 столетия. Общественные науки. Новосибирск, 2020. С. 114-123.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. (действующая редакция). [Электронный ресурс]: Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/601ccc77a2e1a946466f51ac661e28726728f0e7/ (дата обращения: 17.06.2021).

3. Осадчук Л.М., Баяндурян Г.Л. Анализ тенденций развития малого бизнеса: региональный аспект // Экономика и предпринимательство. - 2016. - № 10 -3 (75). – С. 207-210.

4. Россияне стали больше изобретать и активнее регистрировать товарные знаки – предварительные итоги 2018 года. URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/news/14-01-2019-rossiyane-stali-bolshe-izobretat-i-aktivnee-registrirovat-tovarnye-znaki-predvaritelnye-itogi-2018-goda> (дата обращения: 17.06.2021).

NIKITIN Nikolay Olegovich
Associate Lawyer, LLC «Mir opalubki»,
Russia, Krasnodar

LEGAL REGULATION OF THE PATENT SYSTEM OF TAXATION FOR INDIVIDUAL ENTREPRENEURS

Abstract. This article highlights the problems of legal regulation of the patent system of small business taxation in the Russian Federation, their advantages and disadvantages. It is worth noting that the structure of small businesses consists of small businesses and individual entrepreneurs.

Keywords: small business development, small enterprises, individual entrepreneurs, patent taxation system, simplified taxation system, small business entities.

ПОДОЙНИКОВ Сергей Геннадьевич

Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,
Россия, г. Екатеринбург

ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КАК УЧАСТНИК В АРБИТРАЖНОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация. В данной статье автором были рассмотрены основные положения, касающиеся полномочий судебного представителя, в том числе дано определение данных полномочий, исследованы группы общих и специальных полномочий. Кроме того, в статье изложены требования, предъявляемые к правилам оформления, подтверждения и проверки полномочий арбитражного представителя.

Ключевые слова: представительство, судебный представитель, полномочия, суд, доверенность.

Под полномочиями судебного представителя в науке понимают процессуальные права и обязанности, реализуемые от имени и в интересах представляемого лица. С точки зрения содержания, полномочия представителя в арбитражном процессе принято подразделять на две группы:

- а) общие;
- б) специальные (распорядительные);

Общими являются те полномочия, которые принадлежат судебному представителю вне зависимости от того, указаны ли они в доверенности либо ином подтверждающем его процессуальный статус документе. Они образуют собой необходимый минимум прав и обязанностей, дающих представителю возможность достижения тех целей и задач, ради которых он привлечен к участию в деле. К числу таковых следует относить: право знакомиться с материалами соответствующего дела, снимать копии и делать выписки из них; право заявлять отводы; право знакомиться с доказательствами; право задавать вопросы другим участникам арбитражного судопроизводства и другие [4, с. 129].

Приведенный перечень нельзя считать исчерпывающим. В его основу положено содержание ст. 41 АПК РФ, закрепляющей перечень прав и обязанностей лиц, участвующих в деле. В силу того, что судебный представитель является не лицом, участвующим в деле, а, так называемым, иным участником арбитражного процесса, его полномочия не в полной мере совпадают с правами и обязанностями сторон и иных лиц, участвующих в деле.

В частности, некоторые права не предоставляются представителю в силу закона, а должны

быть делегированы ему волеизъявлением представляемого лица. В теории они называются специальными.

Специальными являются те полномочия, право совершения которых должно быть специально оговорено в доверенности, удостоверяющей право представителя на ведение дела в суде. Такие полномочия, по своему содержанию, направлены на распоряжение принадлежащим лицам, участвующим в деле, правами (в частности, правом на иск). В свете этого, в доктрине специальные полномочия представителя зачастую именуются распорядительными [8, с. 19].

Основные правила, касающиеся оформления и подтверждения полномочий судебного представителя, закреплены в статье 61 Арбитражного процессуального кодекса РФ. Необходимо отметить, на сходное содержание норм статей 61 АПК РФ 53 ГПК РФ. Сходство прослеживается уже в самом названии статей – «оформление и подтверждение полномочий представителя». Под оформлением полномочий следует понимать процессуальный порядок фиксации волеизъявления представляемого лица. Данная процедура не может являться самодостаточной, она является лишь одной из составных частей процесса легитимации полномочий представителя. Ее вторая составляющая – подтверждение полномочий, т. е. процедура установления судом факта возможности вступления лица в качестве судебного представителя в процесс. Исходя из комплексного анализа положений статьи 61 АПК РФ, отметим несколько способов оформления и подтверждения полномочий представителя. К таковым относятся: оформление доверенности

от имени представляемого лица, предоставление полномочий на основании сделанного в судебном заседании заявления представляемого лица, удостоверение полномочий на основании адвокатского ордера, подтверждение полномочий документами, удостоверяющими статус законных представителей, подтверждение полномочий учредительными документами организации.

Необходимо отметить, что законодательство содержит данные способы не как альтернативу друг другу. Каждый из них предопределяется спецификой того или иного вида представительства.

Порядок оформления полномочий в рамках договорного представительства зависит от статуса представителя и представляемого им лица. В случае, если в роли представителя организации или гражданина выступает адвокат, его полномочия удостоверяются по правилам, предусмотренным Федеральным законом «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации». В соответствии с данным законом, для подтверждения поручения ему представительских функций, адвокат должен иметь ордер.

Если представительство носит договорный характер, однако в роли представителя выступает лицо, которое не обладает статусом адвоката, его полномочия оформляются и подтверждаются доверенностью. Правовая природа доверенности в процессе носит схожий характер. Она представляет собой письменное полномочие на ведение дела в арбитражном суде и представление в нем интересов представляемого лица [5, с. 135].

Кроме того, в соответствии с частью 4 статьи 61 АПК РФ представляемое лицо может уполномочить представителя в заявлении, сделанном в заседании суда, на что делается указание в протоколе судебного заседания [1]. Указанный способ оформления полномочий, как справедливо отметила Л.Н. Ракитина, является слабо изученным в теории и редко встречающимся в практике деятельности арбитражных судов. Причины тому заключаются в следующем.

Во-первых, устным ходатайством лицо может наделить представителя лишь общими полномочиями. Для того чтобы возложить на представителя специальные полномочия, например подписание искового заявления и отзыва на исковое заявление, требуется оформить отдельную доверенность по

вышеописанным правилам. Будет справедливым, при этом, отметить тот факт, что данная позиция разноречиво трактуется в судебной практике. В ряде случаев суды, акцентируя внимание на то, что закон позволяет выразить полномочия представителя «также в заявлении представляемого», подходят к данному вопросу с точки зрения юридического тождества доверенности и ходатайства участника процесса. Такую позицию в доктрине поддержали, в частности, А.С. Сарсембаев, Е.В. Салогубова и др. [6, с. 101] Видится необходимым, что именно такая позиция стала основной в подходе правоприменителей. Дело в том, что подобный способ оформления полномочий представителя, с одной стороны, является наиболее простым и доступным для участников процесса, а с другой – облегчает доступ к судебной защите права с точки зрения процессуальной экономии.

Во-вторых, статья 61 АПК РФ напрямую не указывает на форму процессуального обращения лица к суду для целей возложения полномочий на избранного им представителя. В данной статье делается лишь указание на то, что такие полномочия могут быть выражены в заявлении представляемого, сделанном в судебном заседании. Подобная формулировка может привести к ошибочной мысли о том, что «сделать» заявление в судебном заседании можно лишь в устной форме, однако это не так.

Исходя из разъяснений Верховного суда РФ, данных Обзора судебной практики № 2 (2015), заявления представляемого, по правилам ч. 6 ст. 53 ГПК РФ и ч. 4 ст. 61 АПК РФ, могут быть сделаны им как в письменной, так и в устной форме [7, с. 468]. В свете этого, более удачной видится формулировка, имеющаяся в ст. 53 ГПК, которая напрямую закрепляет правило о том, что заявление стороны может иметь как устный, так и письменный вид. Полагаем, что норма АПК РФ требует соответствующей корректировки.

Наконец, в-третьих, АПК РФ не содержит однозначной формулировки по вопросу о том, как именно фиксируется с процессуальной точки зрения состав полномочий представителя и факт их передачи конкретному лицу. В ч. 4 ст. 61 содержится лишь поверхностное указание, что «это указывается в протоколе судебного заседания». Анализ судебной практики показал, что в данной ситуации судья выносит соответствующее определение о допуске представителя к участию в деле, которое имеет

протокольную форму, без удаления в совещательную комнату. В таком определении указываются сведения о представителе и представляемом лице, факт выраженного ими волеизъявления, а также состав полномочий, и момент начала их возникновения.

Так, например, решением Арбитражного суда Оренбургской области от 30.01.2018 г. установлено, что индивидуальный предприниматель П. обратился в суд с иском к Комитету по управлению муниципальным имуществом. В судебном заседании истец представил ходатайство на представление его интересов в суде гражданином Я. Суд ходатайство истца удовлетворил. В протоколе судебного заседания сделана отметка о привлечении Я. в качестве представителя к участию в деле [2].

В случаях, когда представительство является законным, полномочия законных представителей подтверждаются на основании представленных арбитражному суду документов, удостоверяющих их статус и полномочия. То есть, состав представляемых ими документов должен подтверждать наличие того материального правоотношения, в силу которого представитель выступает в интересах представляемого на основании закона (факт родства, установления опеки или попечительства, доверительного управления имуществом и др.). Перечень таких документов будет зависеть от конкретной ситуации.

Подчеркнем, что законодательство, по своей сути, не содержит правил, касающихся оформления полномочий законных представителей. Сам закон, применимо к ним, использует только термин «подтверждают полномочия», т. е. арбитражный суд устанавливает не факт того, передал ли представляемый своим волеизъявлением полномочия на ведение его дела в суде, а тот факт, что эти полномочия принадлежат представителю в силу закона, что подтверждается необходимыми документами.

После оформления и подтверждения полномочий представителя суд должен осуществить их проверку. Основные правила проверки арбитражным судом полномочий представителя на участие в деле определены в ст. 63 АПК РФ. Согласно указанной норме, в основу решения арбитражным судом вопроса о допуске представителя к участию в судебном заседании должно быть положено исследование предъявленных документов. При необходимости, они могут быть приобщены к материалам дела, а сведения о них занесены в протокол судебного

заседания. Как пояснено в информационном письме Президиума ВАС РФ от 22.12.2005 г. № 991, действующее законодательство исключает возможность подтверждения полномочий представителя на основании копии доверенности или иного предусмотренного законом документа. Представитель обязан представить подлинник для участия в судебном заседании, а к материалам дела может быть приобщена надлежащим образом заверенная копия (либо самим судом либо нотариусом) [3, с. 52].

В том случае, если арбитражным судом будет выявлен факт непредставления правоподтверждающих документов представителем, либо выяснится, что он привлечен к участию в деле с нарушением установленных законом запретов, суд отказывает в признании полномочий соответствующего лица на участие в деле, о чем делается отметка в протоколе судебного заседания. В силу сложившейся судебной практики, такой отказ не может быть обжалован отдельно от судебного решения, поскольку на возможность его обжалования нет прямого указания в нормах самого АПК РФ, и такой отказ не препятствует дальнейшему движению дела, поскольку не лишает сторону права избрать иного представителя либо принять участие в деле лично.

Подводя итог сказанному, следует отметить, что основной целью надлежащего оформления полномочий судебного представителя выступает создание процессуальных предпосылок, дающих последнему возможность участвовать в судебном заседании, что оценивается арбитражным судом исходя из фактических обстоятельств дела.

Литература

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: офиц. текст: по состоянию на 02 декабря 2019 г. // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2019. – № 45. – Ст. 6175.
2. Определение арбитражного суда Оренбургской области от 30.01.2018 г. по делу № А27-20017/20171 // [Электронный ресурс]: СПС «КонсультантПлюс».
3. Богомолов, М.В. Особенности современной квалификации правового института судебного (процессуального) представительства в гражданском и арбитражном процессе // Вестник ПАГС. – 2014. – № 1 (40). – С. 47-53.
4. Власов, А.А. Арбитражный процесс: учебник и практикум для академического

бакалавриата / А.А. Власов. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 362 с.

5. Мельниченко, Р.Г. Субъекты судебного представительства // Вестник ВолГУ. Серия 5: Юриспруденция. – 2015. – № 2. С. 133-137.

6. Ракитина, Л.Н. Представительство по заявлению доверителя // Законодательство. – 2017. – № 10. – С. 99-106.

7. Треушников, М.К. Арбитражный процесс: учебник / М.К. Треушников. – М.: Статут, 2017. – 752 с.

8. Цискаришвили, А.В. Судебное представительство как способ обеспечения доступа к правосудию // Евразийская адвокатура. – 2017. – № 2 (27). – С. 18-21.

PODOYNIKOV Sergey Gennadyevich

Ural Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration, Russia, Yekaterinburg

REPRESENTATIVE AS A PARTICIPANT IN THE ARBITRATION PROCESS

Abstract. *In this article, the author has considered the main provisions concerning the powers of a judicial representative, including the definition of these powers, and studied the groups of general and special powers. In addition, the article sets out the requirements for the rules of registration, confirmation and verification of the powers of the arbitration representative.*

Keywords: *representation, judicial representative, authority, court, power of attorney.*

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ



10.5281/zenodo.15561261

БАРЫШКОВ Кирилл Васильевичглобальный бизнес-партнер по медиа и эффективности,
Л'Ореаль, Франция, г. Клиши

ТРАНСФОРМАЦИЯ БРЕНДИНГА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕИЗБЫТКА МЕДИА

Аннотация. В статье рассматривается влияние медиаперенасыщения на стратегии брендинга в цифровую эпоху. Проведен комплексный анализ теоретических основ брендинга, особенностей информационного общества и вызовов, с которыми сталкиваются компании при взаимодействии с аудиторией в условиях информационного шума. Исследованы кейсы ведущих брендов, продемонстрировавших успешную адаптацию своих стратегий. Описаны современные инструменты брендинга. Сделан вывод о необходимости гибких, технологичных и ориентированных на пользователя подходов к построению и управлению брендом в условиях цифровой медиасреды.

Ключевые слова: брендинг, цифровая трансформация, медиаперенасыщение, информационное общество, персонализация, интерактивность, кейс-анализ, цифровой маркетинг, искусственный интеллект.

Актуальность исследования

В условиях стремительного развития цифровых технологий и роста количества информационных каналов современное общество сталкивается с феноменом медиаперенасыщения. Потребители ежедневно подвергаются воздействию огромного объема информации, что приводит к снижению внимания к традиционным рекламным сообщениям и затрудняет установление прочной связи между брендом и аудиторией. В этой ситуации бренды вынуждены адаптировать свои стратегии, переходя от традиционных методов продвижения к более интерактивным и персонализированным подходам, чтобы эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией в условиях информационного шума.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью глубокого анализа изменений в концепции брендинга, вызванных цифровой трансформацией и переизбытком медиа. Понимание этих изменений важно для разработки эффективных стратегий продвижения брендов в современных условиях.

Цель исследования

Целью данного исследования является анализ трансформации стратегий брендинга в

условиях медиаперенасыщения, вызванного цифровой трансформацией.

Материалы и методы исследования

В рамках исследования использованы методы контент-анализа научных публикаций, аналитических отчетов и кейс-материалов. Проведен сравнительный анализ традиционных и цифровых стратегий брендинга. Также использован метод анализа практических кейсов на примере успешных компаний, адаптировавших свои бренды к условиям цифровой медиасреды.

Результаты исследования

Бренд-менеджмент – управление брендом со стороны владельцев и клиентов (в том числе потенциальных). Под управлением понимается процесс целенаправленного наблюдения и воздействия на объект: целевое изменение / целевой отказ от изменения объекта [3].

Изначально бренд ассоциировался с физическими маркерами, такими как логотипы и названия, отличающими продукцию одного производителя от другого. Однако современное понимание бренда включает в себя более сложные элементы, такие как ценности, эмоции и ассоциации, формирующиеся в сознании потребителей. Бренд стал восприниматься как

совокупность представлений и ожиданий, связанных с продуктом или услугой.

Среди ключевых теоретических моделей брендинга выделяются:

1. Модель идентичности бренда Д. Аакера, в которой он определяет идентичность бренда как уникальный набор марочных ассоциаций, который стремится создать или поддерживать разработчик бренда (рис. 1). Эти ассоциации представляют собой значения бренда и обещания, которые даются потребителям членами

организации. Модель состоит из двух уровней: стержневого и расширенного. На стержневом уровне определяются самые важные качества бренда, позволяющие сформировать его идентичность. Расширенная идентичность дополняет образ бренда ассоциациями и состоит из четырёх направлений: бренда как товара, бренда как организации, бренда как индивидуальности, бренда как символа. Данные направления в свою очередь разбиты на 12 позиций [5].



Рис. 1. Идентичность бренда по Д. Аакеру

2. Призма идентичности бренда Ж.-Н. Капферера, состоящая из 7 элементов, 6 из которых заключены в призму (рис. 2). Этими элементами являются физические данные, индивидуальность, культура, взаимоотношения

потребителя с брендом, отражение, т. е. желаемый образ потребителя в глазах других, и самообраз потребителя. Седьмой элемент – это сама суть бренда в нескольких словах [5].



Рис. 2. Призма идентичности бренда Капферера

Эти модели подчеркивают многогранность бренда и необходимость комплексного подхода к его формированию и управлению.

Брендинг выполняет ряд ключевых функций, которые способствуют укреплению позиции бренда на рынке и повышению его конкурентоспособности (табл. 1).

Таблица 1

Функции брендинга	
Функция брендинга	Описание
Идентификационная	Обеспечивает узнаваемость бренда, помогает отличать его от конкурентов, формирует уникальный образ компании или продукта
Коммуникационная	Передает ценности и миссию бренда, устанавливает связь с целевой аудиторией через различные каналы коммуникации
Эмоциональная	Формирует эмоциональную привязанность потребителей к бренду, способствует созданию положительных ассоциаций и доверия
Гарантийная	Обеспечивает потребителям уверенность в качестве и надежности продукции или услуг, ассоциируя бренд с определенными стандартами
Дифференцирующая	Помогает выделить бренд на фоне конкурентов, подчеркивая его уникальные характеристики и преимущества
Стратегическая	Способствует достижению долгосрочных целей компании, укрепляет ее позицию на рынке и повышает конкурентоспособность
Информационная	Предоставляет потребителям информацию о продукте или услуге, их особенностях, преимуществах и способах использования
Социальная	Формирует сообщество вокруг бренда, способствует установлению социальных связей и взаимодействию между потребителями
Экономическая	Увеличивает стоимость бренда, позволяет устанавливать премиальные цены и обеспечивает дополнительную прибыль за счет лояльности потребителей
Культурная	Отражает культурные ценности и нормы общества, способствует формированию идентичности бренда в контексте определенной культуры или субкультуры

С развитием цифровых технологий и изменением потребительского поведения брендинг сталкивается с новыми вызовами и возможностями. Ключевые тенденции включают:

- Персонализация: бренды всё больше стремятся к индивидуальному подходу. Потребители ценят такой подход, поэтому компании активно используют аналитику данных для создания персонализированных решений и предложений [2, с. 70].
- Интерактивность: для вовлечения аудитории используются интерактивные элементы, такие как прямые видео, опросы и другие. Это позволяет потребителям активно участвовать, чувствовать себя более связанными с брендом.

- Трансформация коммуникационных каналов: использование новых платформ и форматов для взаимодействия с аудиторией.

Эти изменения требуют от брендов гибкости и способности быстро адаптироваться к меняющимся условиям рынка.

Информации в современном обществе, как показывает анализ литературы, отводится значимое место, которое она не занимала ни в традиционном, ни в модернизирующемся мире. Динамика роста объема информации такова, что ее количество удваивается каждые 20 месяцев против 50 лет во времена К. Маркса [1, с. 71]. Это приводит к феномену информационного перенасыщения, при котором индивид сталкивается с трудностями в обработке и осмыслении поступающей информации.

Основные характеристики медиаперенасыщения:

1. Доступность и высокая скорость передачи информации. Современные технологии обеспечивают мгновенный доступ к огромному количеству информации, что затрудняет ее фильтрацию и осмысление.

2. Агрессивное навязывание информации. Различные источники стремятся привлечь внимание потребителя, что приводит к информационной перегрузке и снижению способности к критическому восприятию.

3. Однобокость представления информации. Алгоритмы интернет-сервисов формируют информационные пузыри, ограничивая

разнообразие точек зрения и способствуя поляризации мнений.

4. Зависимость от коммуникационных технологий. Общество становится все более зависимым от цифровых платформ, что влияет на когнитивные способности и социальные взаимодействия.

Как говорилось выше, современный мир наполнен бесконечным потоком информации. Мы окружены множеством источников – от новостных сайтов и социальных сетей до мобильных приложений и видеоплатформ. Это информационное перенасыщение оказывает серьезное влияние на наши мысли и эмоции (табл. 2) [3].

Таблица 2

Основные последствия информационного перенасыщения

Последствие	Описание
Снижение концентрации внимания	Трудности в удержании внимания на одном источнике информации
Ухудшение памяти	Затруднение в запоминании и воспроизведении информации
Повышенный уровень стресса	Постоянный поток информации вызывает тревожность и утомление
Затруднение в принятии решений	Избыточная информация мешает объективной оценке ситуации
Снижение критического мышления	Однобокая информация ограничивает способность к анализу и суждению

В условиях разнообразия цифровых платформ бренды стремятся к созданию адаптивной визуальной идентичности. Это включает разработку логотипов и фирменного стиля, которые сохраняют узнаваемость на различных

устройствах и экранах. Исследование подчеркивает важность гибкости визуальной идентичности в эпоху цифровой трансформации.

Сравнение традиционного и цифрового брендинга представлено в таблице 3.

Таблица 3

Сравнение традиционного и цифрового брендинга

Аспект	Традиционный брендинг	Цифровой брендинг
Каналы коммуникации	ТВ, радио, печатные СМИ	Социальные сети, интернет
Взаимодействие с аудиторией	Одностороннее	Двустороннее, интерактивное
Персонализация	Ограниченная	Высокая, на основе данных
Гибкость визуальной идентичности	Низкая	Высокая, адаптивный дизайн
Скорость обратной связи	Низкая	Высокая, в реальном времени

В условиях медиа-избыточности и цифровой трансформации бренды вынуждены адаптировать свои стратегии, чтобы эффективно взаимодействовать с аудиторией. Ниже представлены примеры компаний, успешно реализовавших такие трансформации:

1. Starbucks. Еще в 2011 году сеть кофеен запустила мобильное приложение для заказа напитков и еды со смартфона. С тех пор

Starbucks регулярно инвестирует значительные средства в цифровую трансформацию, добавляет в приложение новые функции, такие как членство в программе лояльности, использование мобильных заказов и оплаты, а также создание своей собственной цифровой платежной системы. Программа лояльности «My Starbucks Rewards» привела к росту числа клиентов кофейни. В 2018 году, когда компания

пересмотрела свою программу лояльности, она добавила новые функции и возможности, такие как автоматическое начисление баллов, бесплатный кофе в день рождения и возможность совершать покупки через мобильное приложение. Это помогло привлечь миллионы новых клиентов. Согласно исследованию YouGov, в 2020 году 32% американских взрослых участвовали в программе лояльности Starbucks [4].

2. Peloton. Производитель высококачественных тренажеров для домашнего использования успешно внедрила подписную модель, позволяющую клиентам получить доступ к множеству видео тренировок за ежемесячную плату. Внедрение подписной модели стало ключевым шагом в стратегическом развитии Peloton. В результате этого изменения компания смогла нарастить выручку и клиентскую базу. Например, в третьем квартале 2020 года, компания сообщила, что выручка выросла на 66% по сравнению с предыдущим годом, а количество подписчиков – на 94% [4].

3. Uber. Сервис заказа такси и попутного совместного использования автомобилей создал партнерскую экосистему, включающую водителей, клиентов и других партнеров, таких как компании по производству автомобилей, финансовые компании, рестораны, гостиницы и даже другие службы такси. Партнерская экосистема открывает для Uber новые каналы дохода и позволяет привлекать новых клиентов. В 2019 году доход Uber от такси составил \$12 млрд, в то время как доход от Uber Eats (часть партнерской экосистемы) составил \$1,4 млрд. В 2018 году, благодаря сотрудничеству с American Airlines, количество новых клиентов на платформе Uber увеличилось на 250% [4].

В условиях цифровой трансформации брендинг сталкивается с рядом проблем и вызовов, обусловленных изменениями в поведении потребителей и развитием технологий:

- Информационная перегрузка. Потребители ежедневно сталкиваются с огромным объемом информации, что затрудняет восприятие и запоминание брендов.
- Снижение внимания. В условиях постоянного потока информации внимание потребителей рассеивается, что усложняет установление устойчивой связи с брендом.
- Недоверие к рекламе. Современные потребители становятся более скептическими к традиционной рекламе, предпочитая рекомендации и отзывы других пользователей.

- Необходимость персонализации. Ожидания потребителей в отношении персонализированного контента требуют от брендов использования аналитики и технологий для индивидуального подхода.

- Управление репутацией в реальном времени. Социальные сети и онлайн-платформы требуют от брендов оперативного реагирования на отзывы и комментарии, что увеличивает нагрузку на команды по связям с общественностью.

Несмотря на существующие вызовы, цифровая медиасреда открывает перед брендами широкие перспективы развития. Одним из ключевых направлений становится повышение интерактивности коммуникации: бренды активно используют опросы, конкурсы, прямые трансляции и другие форматы вовлечения аудитории, что способствует формированию прочной связи с потребителями. Сторителлинг приобретает особую значимость – через увлекательные и аутентичные истории компании доносят свои ценности, формируя эмоциональную привязанность. Искусственный интеллект позволяет брендам глубже анализировать поведение пользователей и предлагать персонализированный контент, повышая релевантность взаимодействия. Дополненная и виртуальная реальность расширяют возможности презентации продуктов и услуг, создавая иммерсивный опыт. Кроме того, формирование сообществ вокруг бренда усиливает потребительскую лояльность и способствует органическому продвижению в условиях высокой конкуренции цифрового пространства.

Выводы

Таким образом, современные реалии цифрового медиапространства требуют от компаний пересмотра традиционных подходов к брендингу. В условиях информационного перенасыщения эффективные коммуникационные стратегии должны опираться на персонализацию, интерактивность, использование ИИ и технологий виртуальной среды. Успешные бренды фокусируются не на охвате, а на вовлечении и эмоциональном контакте с аудиторией. Гибкость, адаптивность и технологическая грамотность становятся ключевыми характеристиками эффективного бренда XXI века.

Литература

1. Конюхова Т.В. Влияние сми на массовое сознание в информационном обществе //

Фундаментальные исследования. – 2005. – № 3. – С. 71-72.

2. Леван К. Брендинг, как инструмент управления компанией // Евразийский союз ученых. – 2016. – № 4(25). – С. 69-71.

3. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бренд-менеджмент>

4. Кейсы успешной цифровой трансформации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fw-t.ru/articles/kejsy-uspesnoj-cifrovoj-transformacii>

5. Модель идентичности бренда Дэвида Аакера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Модель_идентичности_бренда_Дэвида_Аакера

BARYSHKOV Kirill

Global Business Partner, Media & Effectiveness,
L'Oreal, France, Clichy

BRANDING TRANSFORMATION IN THE CONTEXT OF AN OVERABUNDANCE OF MEDIA

Abstract. *The article examines the impact of media glut on branding strategies in the digital age. A comprehensive analysis of the theoretical foundations of branding, the features of the information society and the challenges faced by companies when interacting with the audience in the context of information noise is carried out. The cases of leading brands that have demonstrated successful adaptation of their strategies are investigated. Modern branding tools are described. The conclusion is made about the need for flexible, technological and user-oriented approaches to building and managing a brand in a digital media environment.*

Keywords: *branding, digital transformation, media saturation, information society, personalization, interactivity, case analysis, digital marketing, artificial intelligence.*

ГРИДЧИНА Ольга Михайловна

студентка четвертого курса Департамента коммуникаций и медиа,
Школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет,
Россия, г. Владивосток

*Научный руководитель – доцент Департамента коммуникаций и медиа Дальневосточного
федерального университета, кандидат политических наук Федорова Елена Васильевна*

ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности организации рекламной деятельности на рынке детских развлекательных услуг, а также какие инструменты рекламы чаще всего используются компаниями при формировании конкурентных преимуществ. На основании исследуемых инструментов определены критерии для оценки эффективности рекламной деятельности компании на рынке детских развлекательных услуг.

Ключевые слова: рекламная деятельность, инструменты рекламной деятельности, задачи рекламной деятельности, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, оценка эффективности рекламной деятельности, рынок детских развлекательных услуг.

Актуальность темы обусловлена тем, что в условиях высокой конкуренции компаниям сферы детских развлечений становится труднее продвигать свои услуги и привлекать внимания целевой аудитории. Эта проблема актуализирует значимость использования инструментов рекламной деятельности в конкурентной борьбе.

В настоящее время наблюдается активное усиление конкуренции на рынке детских развлекательных услуг. Это связано с высоким ростом рождаемости, что в свою очередь стимулирует спрос на услуги, которые предназначены для детей дошкольного и школьного возраста. Именно поэтому, перед работодателями ставится множество задач, направленных на усиление конкурентоспособности на рынке детских развлекательных услуг.

В условиях высокой конкуренции компании стараются разными способами привлечь потенциальную целевую аудиторию. Основопологающим элементом в системе управления бизнесом является рекламная деятельность. Для того, чтобы привлечь внимание потенциальной целевой аудитории с помощью рекламы необходимо понимать, что в целом из себя представляет рекламная деятельность компании, и на каких принципах она строится.

Рекламная деятельность – это организация и управление, связанные с процессами планирования, разработки, производства, донесение рекламных сообщений до потенциальной целевой аудитории, а также контроль за эффективностью воплощаемых рекламных мероприятий.

Рекламная деятельность входит в состав стратегического плана коммерческой организации. Стимулирование потенциальных потребителей к совершению покупки является одним из главных направлений данного плана. Рекламная деятельность может выступать в роле комплекса рекламных мероприятий. Такие мероприятия разрабатываются в соответствии с маркетинговым планом организации. Кроме того, рекламная деятельность направлена на решение стратегических и тактических задач за конкретные сроки, которые определены организацией.

В настоящее время реклама является достаточно мощным инструментом в продвижении каких-либо товаров или услуг. С развитием данной индустрии, перед компаниями открывается широкий выбор способов и средств распространения рекламы.

В целом, можно сказать, что рекламная деятельность в сфере детских развлекательных услуг имеет свои специфические особенности.

Это обусловлено тем, что потенциальная целевая аудитория данного бизнеса, а именно родители маленьких детей являются достаточно требовательными в вопросе выбора товаров или услуг для своих детей. Для того, чтобы реклама смогла заинтересовать родителей, важно грамотно и ясно продемонстрировать преимущества, которые может получить ребенок, в результате от товаров или услуг, которые предлагает компания.

Для того, чтобы сохранять лидерские позиции на рынке детских развлекательных услуг, компании активно используют различные инструменты рекламной деятельности. Перед тем, как выяснить, какие именно инструменты позволяют компаниям привлечь потенциальную целевую аудиторию, выясним, что такое конкурентоспособность. И исходя из этого, определим, какие преимущества дает конкурентоспособность в развитии данного вида бизнеса.

Изучению понятия «конкурентоспособность» посвящено множество научных работ. Выясним, какое значение закладывают исследователи в определение данного термина.

И. М. Лифиц в своей научной работе «Конкурентоспособность товаров и услуг» рассматривает данный термин, как способность объекта (товара или услуги) обеспечивать коммерческий результат в конкурентной среде. Кроме того, также стоит выделить и то, что создание конкурентоспособного товара или услуги напрямую зависит от конкуренции на рынке. То есть термин конкурентоспособность имеет прямую связь с конкуренцией.

Рекламу детских товаров и услуг можно встретить не только на телевидении, но также в Интернете, различных печатных изданиях, в торговых центрах, кинотеатрах и в тех местах, где чаще всего проводят свой досуг дети и их родители.

Данный фактор оказывает влияние на планирование рекламных мероприятий, направленных на привлечение внимания детей, а также их родителей. Именно поэтому важно учитывать, где чаще всего проводят время потенциальные потребители, и на что обычно падает их взор, а также чем они руководствуются при приобретении определенного товара или услуги. Применяв это правило, можно выяснить, какие стратегии наиболее эффективно будут работать при разработке и проведении рекламных мероприятий.

В качестве инструментов рекламной деятельности на рынке детских развлекательных центров могут использоваться:

1. Яркий и продающийся рекламный текст. Особое внимание стоит уделить разработке рекламного текста. Это является важным элементом при формировании рекламного обращения, направленного на целевую аудиторию, к которой относятся родители детей в возрасте от 2 до 7 лет. Основными критериями, которые необходимо учитывать при рекламировании детских товаров или услуг являются: упоминание о выгодных качествах объекта рекламирования, наличие привлекательного и запоминающегося слогана, акцентирование внимание на актуальных предложениях.

2. Реклама в точке, где осуществляется деятельность компании. Важно позаботиться о том, чтобы реклама смогла привлечь внимание целевой аудитории, чтобы в итоге у потребителя возник интерес в приобретении детских товаров или использовании услуг. Именно поэтому реклама должна быть всегда в поле зрения потребителя. Например, можно размещать рекламу в точках, где наблюдается наибольшее скопление людей. Это могут быть баннеры на стенах возле супермаркета или на стенах эскалатора.

3. Продвижение сайта в Интернете. Многочисленные исследования показывают, что сильное влияние на потребителей оказывает информация, полученная из Интернета. Если рассматривать более детально категорию потребителей детских развлекательных услуг, то можно отметить, что как правило ими являются родители маленьких детей в возрасте от 2 до 9 лет. Если говорить о поисковых системах, то здесь необходимо уделять внимание таким пунктам, как актуальный адрес компании, часы работы, контактные телефоны, наличие отзывов, приложение фото и видеоотчетов о компании. Родителям важно, чтобы компания пользовалась спросом на рынке и имела хорошую репутацию. Сайт с лаконичным дизайном, наполненный контентом с регулярно обновляемой информацией, а также актуальными предложениями будет способствовать формированию положительного впечатления о компании.

4. Социальные сети. Еще одним неотъемлемым инструментом в продвижении детских развлекательных услуг являются социальные сети. Главной площадкой для продвижения становится социальная сеть Instagram.

Рассматривая конкретную отрасль и конкретный сегмент целевой аудитории, а именно сферу детских развлекательных услуг и категорию «родители», акцент необходимо сделать на интересных публикациях, в которых отражается вся суть деятельности компании. Необходимым инструментом в продвижении аккаунта в Instagram является таргетированная реклама. Данный инструмент помогает охватить конкретный сегмент целевой аудитории, именно поэтому нужно позаботиться о наполняемости рекламного сообщения. Также активное взаимодействие с аудиторией в социальных сетях через общение в комментариях, запуск конкурсов, проведение опросов повышает количество подписчиков.

Таким образом, рассмотрев несколько примеров того, какие инструменты рекламной деятельности могут быть использованы на рынке детских развлекательных услуг, можно сделать вывод о том, что реклама является необходимым элементом в продвижении бизнеса, чья деятельность напрямую связана с детским развлекательным досугом.

Рассматривая рекламную деятельность конкретной сферы, а именно детского развлекательного досуга, стоит уделить внимание сегменту целевой аудитории, которая является объектом воздействия со стороны рекламных инструментов. Так, можно выделить две категории целевой аудитории: родители, дети.

Под понятием родители подразумевается категория представителей целевой аудитории, у которых имеются дети в возрасте от 3-х до 5 лет. Данный сегмент аудитории принимает решение о покупке самостоятельно, так как ребенок, не может самостоятельно принимать решения.

Под понятием дети подразумевается особая категория представителей целевой аудитории. Они также, как и взрослые делают выбор в пользу какого-нибудь товара или услуги. При реализации рекламной стратегии, направленной на данный сегмент потребителей, важно учитывать: особенности детской психологии, возрастные группы, а также нюансы, связанные с развитием ребенка.

Большое внимание уделяется маркетологами на изучение детских предпочтений. Выбор детей оказывает влияние на решение родителей приобрести определенный товар или услугу. Для того, чтобы рекламная кампания, ориентированная на детскую целевую аудиторию, сработала успешно, важно учитывать

этические аспекты. Многие родители зачастую подавляются желаниям своих детей. Если ребенок увидел рекламу, и она ему понравилась, то он наверняка захочет рекламируемый товар или услугу. И тут уже срабатывает эффект, когда родитель просто не посилен в отказе своему чаду. По мнению многих экспертов, в настоящее время родители гораздо чаще балуют своих детей, нежели раньше. Этот фактор стоит брать во внимание при разработке рекламной стратегии, направленной на продвижение детских развлекательных услуг.

В целом, можно сказать, что рекламная деятельность в сфере детских развлекательных услуг имеет свои специфические особенности. Это обусловлено тем, что потенциальная целевая аудитория данного бизнеса, а именно родители маленьких детей являются достаточно требовательными в вопросе выбора товаров или услуг для своих детей. Для того, чтобы реклама смогла заинтересовать родителей, важно грамотно и ясно продемонстрировать преимущества, которые может получить ребенок, в результате от компании (в данном случае детского развлекательного центра).

Литература

6. Раевская, К. Брендированное event-мероприятие для детей / К. Раевская / Блог: Школа рекламиста. – <http://www.advertology.ru/article113177.htm> (дата обращения: 7.04.21).
7. Словарь терминов по рекламе, маркетингу и PR // Katalog-rus. – 2018. – URL: <https://katalog-rus.ru/how-it-works/> (дата обращения: 7.04.21).
8. Костякова, Ю.Б., Коробченко, А.А. К вопросу об определении понятия «Рекламная деятельность» / Ю.Б. Костякова, А.А. Коробченко // Текст научной статьи / СМИ (медиа) и массовые коммуникации / Журнал Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2017. – С. 25–26.
9. Ким, М.Н. Рекламная кампания как многоэтапный процесс / М.Н. Ким // Текст научной статьи по экономике и бизнесу / Управленческое консультирование № 1. – 2019. – С. 79–80.
10. Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц // учебное пособие для академического бакалавриата. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – С.20-28.

11. Гафарова, Д.А. Направления развития маркетинговой политики торговой организации, работающей на региональном рынке

товаров для детей в сегменте «игры и игрушки» / Д.А. Гафарова // Торгово-экономический журнал. – 2017. – №3. – С. 135-136.

GRIDCHINA Olga Mikhaylovna

undergraduate student of the Department of Communications and Media,
School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University,
Russia, Vladivostok

*Scientific adviser – Associate Professor of the Department of Communications and Media
of the Far Eastern Federal University, PhD in Political Sciences Fedorova Elena Vasilievna*

ADVERTISING TOOLS IN THE FORMATION OF COMPETITIVENESS IN THE MARKET OF CHILDREN'S ENTERTAINMENT SERVICES

Abstract. *This article discusses the features of the organization of advertising activities, in the market of children's entertainment services, as well as advertising tools, most often used by companies, in the formation of competitive advantages. Based on the investigated tools, the criteria for evaluating the effectiveness of the company's advertising activities in the market of children's entertainment services have been determined.*

Keywords: *advertising activity, promotional tools advertising tasks, competitiveness, competitive advantages, evaluation of the effectiveness of advertising activities, the market of children's entertainment services.*

КАНДИДАТОВА Полина Максимовна

студентка четвертого курса Департамента коммуникаций и медиа
Школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет,
Россия, г. Владивосток

*Научный руководитель – доцент Департамента коммуникаций и медиа Дальневосточного
федерального университета, кандидат политических наук Федорова Елена Васильевна*

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ АДВОКАТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. Продвижение юридических услуг неразрывно связано с развитием личного профессионального бренда юриста. Как прокачать свою узнаваемость среди коллег, работодателей и клиентов? Без продвижения адвокату сложно найти клиентов и получить прибыль. Но реклама в лоб в большинстве случаев неэффективна для компаний на рынке юридических услуг. Представители правовой сферы знают об этом и меняют подход. Как привлекать клиентов и чем заменить рекламу? Теперь свои услуги хотя и не напрямую они стараются продвигать через социальные сети, такие как: Telegram, Instagram. В данной статье рассматриваются стратегии продвижения услуг адвоката и подходящие для этого лучшие всего площадки в сети Интернет.

Ключевые слова: продвижение, юридические услуги, бренд юриста.

В современном мире реклама оказывает значительное воздействие не только в социализацию человека, но и на бизнес, а также, конечно, и на развитие экономики мира.

Сегодня невозможно представить успешное продвижение товара без использования грамотно подобранных рекламных инструментов. Все это обусловлено высокой конкуренцией рынка товаров и услуг.

Однако, существуют и такие области бизнеса, рекламу которых ограничивает или вовсе запрещает закон, хотя своей огласки они требуют не меньше остальных. Именно о таком виде бизнеса и пойдет речь в данной работе.

Сложностью использования рекламы при продвижении адвокатских услуг, вызванной прежде всего тем, что в Федеральном законе «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации» говорится о том, что адвокатская деятельность не является предпринимательской. Это говорит о том, что адвокат оказывает не услуги, а правовую помощь. Часто, реклама адвокатской деятельности ограничивается вывеской с названием конторы непосредственно на здании, где она находится и интерпретируется как указатель, а не рекламное сообщение, а этого недостаточно в современном мире высоко конкурентного рынка товаров и услуг.

В связи с этим, необходимо выявить наиболее эффективные инструменты продвижения адвокатской деятельности, не нарушающие законы «О рекламе» и «Об адвокатской деятельности».

Рекламы адвокатских услуг до XX века не производилось. В Советском Союзе и прочих странах социалистических республик институт частной адвокатуры отсутствовал. После развала СССР корпоративные связи адвокатуры заметно ослабли. Тогда перед сообществом адвокатов стояла ключевая задача – добиться принятия нового закона об адвокатуре. 26 апреля 2002 года был подписан закон «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации».

Приблизительно 2000 до 2013 года, адвокаты продвигали свои услуги непосредственно через фирмы, в которых работали. А именно, продвигалась сама фирма, а адвокат получал огласку по средствам сарафанного радио.

Начиная с 2014 года, благодаря востребованности среди рекламодателей таких социальных сетей как Instagram, YouTube, В Контакте и прочих, адвокаты стали рекламировать непосредственно себя как личностей и свои услуги через эти платформы. Происходит это посредством ведения блогов, в которых адвокаты рассуждают на темы законопроектов,

существующих законов, рассказывают о своем опыте, достижения и тому подобное.

Сегодня, правовые Instagram-аккаунты набирают популярность. Возможно, это связано с перенасыщением контента в социальных сетях, много негативного и странного производят другие блогеры. Среди аккаунтов, посвященных закону и праву уже есть популярные личности. Примером того, как раскрученный аккаунт в социальных сетях помогает добиться успеха не только брендам, но и адвокатам, может служить звездный адвокат Сергей Жорин. Благодаря своему профилю в сети Instagram он получает новую аудиторию и популярность.

Размещение информации об адвокате и адвокатском образовании, в том числе в сети Интернет, регулируется статьей 17 Кодекса профессиональной этики адвоката. Согласно пункту 1 данной статьи информация об адвокате и адвокатском образовании допустима, если она не содержит:

- оценочных характеристик адвоката;
- отзывов других лиц о работе адвоката;
- сравнений с другими адвокатами и критики других адвокатов;
- заявлений, намеков, двусмысленностей, которые могут ввести в заблуждение потенциальных доверителей или вызывать у них безосновательные надежды.

Указанные правила имеют особое значение, так как одним из основных приоритетов адвокатской деятельности является доверие к адвокату и адвокатской корпорации со стороны граждан и общества, которое формируется, в том числе, при ознакомлении потенциального доверителя с информацией об адвокате или адвокатском образовании, в котором тот состоит.

По мимо этого, запрещено продвижение адвокатуры на платной основе. Однако, на практике, крайне мало случаев, когда за данное правонарушение к адвокату или адвокатскому образованию применялись реальные санкции. Это объясняется тем, что, прежде чем адвокату или адвокатскому образованию вынесут наказание за данное деяние, проходит проверка с последующим предупреждением.

А именно:

- Специальный отдел по контролю этического поведения адвокатских образований в социальных сетях проводят систематический анализ поведения адвокатов в сети Интернет;
- Затем, при выявлении нарушений, составляется список этих нарушений, ставится

дата выявления и дата оповещения нарушителя о его деянии;

- Далее отдел связывается с руководителем данного образования и уведомляет его о выявленных нарушениях.
- В случае, если адвокат противится исправлять ошибки, то документ, где все запроотоколировано, направляется в Адвокатскую палату на рассмотрение судей.
- Однако, если адвокат оперативно реагирует на данное сообщение и сразу исправляет свои ошибки, а также отправляет отчет о проделанной работе в специальный отдел по этике адвокатских образований в сети Интернет – в таком случае, после проверки и доказательств что адвокат действительно исправил все предъявленные ему замечания, данный протокол аннулируется, проверка закрывается, не доходя до Адвокатской палаты.

На основании вышесказанного мы можем сделать вывод, что в вопросе методов размещений информационного сообщения об адвокатском образовании есть одно ограничение – инструмент не должен быть платным.

Бесплатных методов продвижения так же достаточно на рынке, однако не все могут подойти к адвокатским образованиям.

Возможные виды инструментов для продвижения адвокатских образований:

- Листовки, брошюры, буклеты;
- Баннер возле самой конторы;
- Сарафанное радио;
- Социальные сети (без использования таргета).

Конечно, для каждого инструмента существует свой алгоритм оценки эффективности данного действия. В нашем исследовании нами будет проведена оценка эффективности размещения информации об адвокатском образовании в социальных сетях, а именно в Instagram и Telegram.

Нами были выбраны данные две социальные сети по причине того, что:

- Instagram – самая быстрорастущая и популярная социальная сеть в мире, через которую максимально удобно продвигать любой род деятельности.
- Telegram – одна из самых популярных социальных сетей сегодня, использование которой не противоречит Кодексу Профессиональной Этики Адвоката.

Конечно, продвигать адвокатские образования крайне непросто из-за требований в законах «О рекламе», «Кодекс Профессиональной

Этики Адвоката», «Об адвокатской деятельности», но все же существует достаточно интересных, эффективных и бесплатных инструментов SMM продвижения, например,

1. Работа через свой профиль в Instagram:

- Подключение бизнес – аккаунта в Instagram, что позволяет сделать профиль более солидным и вызвать большее доверие у аудитории: создать расширенное описание, указать кнопки связи (телефон, почта, схема проезда). Так же, после подключения к бизнесу – аккаунту, можно следить за статистикой (просмотры, сохранения, количество подписок и отписок за последние дни и т.п.);

- Подобрать запоминающееся название (логин) аккаунта и выбрать имя, которое будет отличаться от логина;

- Загрузить яркий, качественный и «говорящий» аватар;

- Проанализировав аудиторию, выставлять посты, обязательно проверив их на орфографию и другие нюансы;

- Добавлять хештеги под своими постами;

- Использование геотегов. Другими словами – отмечать разные места к публикации. Можно использовать как популярные места, так и точку именно конторы – это сделает локацию более популярной в округе;

- Создание масок. Один из самых популярных трендов 2020 – 2021 годов. Обязательный пункт здесь – нужно создавать уникальную маску, которой захочется пользоваться;

- Привлекать свою аудиторию с других площадок;

- Создать лид-магнит. Лид-магнит – это когда вы даете пользователю свой уникальный и ценный продукт в обмен на какое-либо действие с его стороны (подписка, лайки, репосты и т.д.). Это могут быть чек листы, видео-туториалы и прочее;

- Создавать коллаборации с блогерами или устраивать взаимопиар в сторис;

- Проведение совместных прямых эфиров. Это позволит вам сблизиться с аудиторией и завоевать большее доверие и ее стороны;

- Устраивать интерактивы (игры, опросы, голосования и тому подобное);

- Комментировать посты в популярных аккаунтах. В этом пункте хорошо сыграет уже упомянутый пункт про аватар. Это объясняется тем, что пользователи вероятнее всего перейдут в профиль того, чья аватарка их заинтересует. Здесь важно – не пиарить свой аккаунт

через комментирование других пользователей, а просто давать реакцию на их посты.

2. Создание профиля на местных интернет-ресурсах.

У каждого города есть свои местные платформы, где жители ищут для себя ценную информацию о товарах, месторасположении, читают отзывы и прочее.

3. Создание своего сайта:

Наличие сайта конторы так же важно, как и наличие Instagram аккаунта. Сегодня не обязательно создавать «навороченный» сайт. Он может выглядеть даже как некая визитка. На сайте необходимо прописать:

- О компании;
- Виды предоставляемых услуг;
- Контакты;
- Месторасположение;
- Фотографии;
- Прайс (если это необходимо).

4. Использование Taplink:

Taplink – это сервис для создания мультиссылки. С его помощью можно создавать минилендинг и разместить его, к примеру, в шапке профиля Instagram.

Достоинства данного инструмента:

- Объединяет несколько активных ссылок в одну;
- Избавляет от большого количества слов в описании профиля;
- Позволяет создать страницу – визитку.

5. Управление сообществом в В Контакте:

Данный инструмент так же эффективен, в том числе из-за того, что только на данном сервисе можно устроить рассылку всем подписчикам сообщества с необходимой информацией;

6. Организация конкурсов:

Конкурсы используются для привлечения внимания к товару или услуге. Важно, чтобы конкурс был простым и понятным, чтобы пользователю, для участия, необходимо было выполнить всего пару не сложных заданий. Конечно, награда за победу должен быть действительно интересен целевой аудитории. В направлении адвокатских услуг, призом может быть бесплатная консультация или приятная скидка на нее.

В итоге рассмотрения данного вопроса можно сказать, что использование SMM инструментов для продвижения адвокатской деятельности, не нарушив при этом законы «О рекламе», «Об адвокатской деятельности», а также Кодекс Профессиональной Этики Адвоката, возможно. При этом данные возможности

не менее эффективны, чем иные существующие методы продвижения товаров или услуг.

Таким образом, актуальность и проблематика данного вопроса насущна, так как существует высокая сложность продвижения адвокатских услуг в сети Интернет. В ходе исследования была изучена история продвижения услуг адвокатов, а также правила и способы этического поведения адвоката в социальных сетях.

Литература

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ // Актуальное законодательство. - М.: Эксмо, 2011. - 64 с.
2. Федеральный закон «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской

Федерации» от 31.05.2002 № 63-ФЗ // Актуальное законодательство. - М.: Эксмо, 2011. - 132 с.

3. Кодекс профессиональной этики адвоката от 20.04.2017 // Актуальное законодательство. - М.: Эксмо, 2018. - 11 с.

4. Грачева О.А. Адвокатский маркетинг [Электронный ресурс] / О.А. Грачева// Электронная библиотека «Grebennikon». - 2016. - №2. Электрон. Дан. - URL: <https://grebennikon.ru/article-3kqr.html> (дата обращения: 11.01.2021)

5. Коллегия адвокатов Альянс История адвокатуры [Электронный ресурс] / Коллегия адвокатов Альянс // сайт коллегии адвокатов альянс Электрон. дан. - URL: http://www.advokat35.ru/alliance/a_history.html (дата обращения: 11.01.2021)

KANDIDATOVA Polina Maksimovna

Undergraduate student of the Department of Communications and Media,
School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Russia, Vladivostok

STRATEGIES FOR PROMOTING THE SERVICES OF A LAWYER ON THE INTERNET

*Scientific adviser – Associate Professor of the Department of Communications and Media
of the Far Eastern Federal University, PhD in Political Sciences Fedorova Elena Vasilievna*

Abstract. Promotion of legal services is inextricably linked with the development of a personal professional brand of a lawyer. How to improve one's awareness among colleagues, employers and clients? Without promotion, it is difficult for a lawyer to find clients and make a profit. However, head-on advertising in most cases is ineffective for companies in the legal services market. Legal representatives are aware of this and are changing their approach. How to attract customers and how to replace advertising? Now, although not directly, they try to promote their services through social networks, such as Facebook, Instagram, Twitter. This article discusses strategies for promoting the services of a lawyer and the best sites for this on the Internet.

Keywords: promotion, legal services, brand of a lawyer.

КОРОБЧЕНКО Александра Николаевна

студентка четвертого курса Департамента коммуникаций и медиа
Школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет,
Россия, г. Владивосток

*Научный руководитель – доцент Департамента коммуникаций и медиа Дальневосточного
федерального университета, кандидат политических наук Федорова Елена Васильевна*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ИНСТРУМЕНТОВ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА MAZDA НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Аннотация. В данной работе рассматривается практика использования японским автомобильным брендом Mazda PR-инструментов при продвижении автомобилей на российском рынке. Проведен социологический опрос населения в формате сплошного анкетирования с целью выявления сложившегося образа торговой марки, а также выявления ключевых PR-инструментов.

Ключевые слова: продвижение, российский рынок автомобильных услуг, PR-инструменты, японский автомобильный бренд, бренд Mazda.

Одной из самых масштабных и прибыльных отраслей в современной индустрии является автомобильная. На современном автомобильном рынке присутствует огромное число автопроизводителей из разных стран мира, которые продолжают бороться за господствующие позиции. Э. В. Фахретденова отмечает, что множество автомобильных производителей по всему миру и глобализация экономики привели к тому, что потребитель может в зависимости от своих доходов и требований выбрать оптимальную модель автомобиля.

По этой причине автопроизводителям необходимо разрабатывать программы продвижения, направленные на формирование положительного образа бренда, укрепление рыночных позиций, привлечение потенциальной аудитории. Для достижения поставленных целей в продвижении автомобилей используют PR-инструменты, которые способствуют выстраиванию сильных коммуникационных позиций с аудиторией, дают возможность бренду управлять репутацией, установить, и поддерживать диалог с аудиторией, а также создать эмоциональную привязанность у аудитории.

На сегодняшний день одной из главной ассоциации с Японией является автомобильная промышленность. Автомобильные бренды, как Nissan, Toyota, Honda, Mazda, Mitsubishi, экспортирующие свои автомобили из Японии, возглавляют российские и мировые рейтинги продаж, что свидетельствует о благоприятной

обстановке на японском рынке автомобилей. Японская автомобилестроительная компания Mazda, также старается угодить потребностям и желаниям российского потребителя и быть доступной для большинства.

На данный момент Mazda реализует на территории РФ небольшие PR – кампании – сообщения в прессе соответствующей тематики о новых моделях автомобилей, участие в специальных мероприятиях, ведение социальных сетей. В последнее время с постепенным переходом в Интернет-среду Mazda использует digital-инструменты. Помимо федеральных каналов, в регионах дилеры и автосборочные предприятия занимаются PR-деятельностью, а именно реализуют PR-кампании в регионах страны на местных каналах.

С целью определения уровня информированности и осведомленности населения РФ о автомобильном бренде Mazda, представления о сформировавшемся образе торговой марки проведен социологический опрос в форме сплошного анкетирования населения относительно образа торговой марки Mazda.

Исследование было проведено в 2021 году с применением метода опроса путем сплошного анкетирования. Обусловленность выбора данного метода состоит в том, что использование опроса позволяет получить информацию об осведомленности и субъективных представлениях респондента, их мнения о торговой марке

Mazda, о преимуществах и недостатках данных автомобилей.

В исследовании приняли участие 151 человек, среди которых 84 женщины и 67 мужчин, 83 человека имеют автомобиль, 16 задумываются о покупке.

134 человека из опрошенных (88,7%) отдали бы предпочтение именно японскому автомобилю, а 14 человек (9,3%), выбрали бы европейских автопроизводителей. На основе данных результатов можно прийти к выводу, что японские автопроизводители имеют устойчивые позиции на рынке и крепко укоренились в сознании людей, как компании, производящие качественные транспортные средства. На вопрос относительно того, какую торговую японскую марку приобрели, 86 человек (57%) определили бренд Toyota, 22 человека (14,6%) выбрали Honda, только 16 человек выбрали Mazda (10,6%), что практически равносильно числу выбравших бренд Nissan – 17 человек (11,3%). Таким образом, самым востребованным японским брендом остается – Toyota.

При совершении покупки автомобиля 136 человек (90,1%) обращают внимание на технические характеристики, на внешний вид обращают внимание 65 человек (43,3%), на имя бренда 31 человек (20,7%). При ответе на вопрос относительно важности бренда при покупке автомобиля 92 человека (60,9%) отмечают важность названия торговой марки, 40 человек (26,5%) при выборе автомобиля не обращают внимание на имя торговой марки.

Исходя из полученных результатов можно прийти к выводу, что приоритетом при выборе автомобилей остаются технические характеристики, внешний вид автомобиля, стоит отметить, что образ торговой марки, производящей автомобили, также важен.

98,7% опрошенных, что составило 149 человек, слышали о бренде Mazda. Главные ассоциации с брендом Mazda – привлекательный дизайн (78 человек / 51,7%), приемлемая стоимость (55 человек / 36,4%), безопасность (39 человек / 25,8%), надежность (39 человек / 25,8%). При ответе на вопрос относительно того, есть ли у автомобилей данного бренда недостатки, было названо следующее: отсутствие запчастей, стоимость запчастей выше, чем у других автомобильных брендов, также российскими потребителями не приветствуется русская сборка автомобилей в городе Владивостоке, гниение автомобиля по причине некачественного металла.

На следующем этапе проведения опроса необходимо было отследить эффективность использования PR-инструментов при продвижении автомобильного бренда Mazda.

Так при ответе на вопрос относительно социальных сетей, большинство опрошенных ответило, что не следят за брендом (105 человек / 69,5%), 12,6%, что составило 19 человек, знали о существовании аккаунтов, но не подписаны на них по личным причинам, 16 человек (10,6%) никогда не слышали о данных аккаунтах. Исходя из результатов ответа на этот вопрос можно прийти к выводу, что такой группе PR-инструментов, как Интернет-средства, представительству Mazda в России стоит уделить еще больше внимания.

Ситуация со средствами массовой информации обстоит лучше, так 53% (80 человек) опрошенных хоть раз читали в СМИ статьи, новости, интервью, в котором упоминается бренд Mazda. 9,9% респондентов принимали участие в специальных мероприятиях, на которых присутствовал или которые организовывал бренд Mazda, 38,4% слышали о проведении мероприятий брендом Mazda, что в очередной раз подтверждает, что у бренда налажена коммуникация со средствами массовой информации, проведение мероприятия сопровождается активным информированием населения о мероприятиях.

На следующем этапе работы для исследования PR-инструментов, к которым прибегает автомобильный бренд Mazda на российском рынке, было проведено экспертное интервью с директором отдела продаж дилерского центра Mazda «Сумотори-Авто» в городе Артеме. Специалистами отмечено, что на рынке Приморского края бренд Mazda являлся спонсором Восточного Экономического Форума 2017, 2018 года, Mazda ежегодно до пандемии коронавируса присутствовала на международной автомобильной выставке VIAS. К спонсорской и благотворительной деятельности бренд прибегает, но не активно, например, Mazda осуществляла сбор денег для благотворительных фондов. Деловые мероприятия, как конференции, презентации, мероприятия для руководящих должностей, проводятся брендом на высочайшем уровне.

Дилерский центр Mazda в городе Артеме не активно взаимодействует со СМИ, предпочтение отдается portalу Drom.ru, на котором центр размещает информационные сообщения, аккаунту в Instagram на данный момент

уделяется не много времени. Активную работу с социальными сетями и СМИ ведет представительство «Mazda Motor Rus» в Москве.

Таким образом, исходя из результатов данных исследований, можно прийти к выводу, что автомобильный бренд Mazda на российском рынке имеет уже сложившийся образ, каждый из опрошенных респондентов имеет представление об автомобилях, преимуществах и недостатках. Бренд Mazda на российском рынке прибегает к PR-инструментам при продвижении, а именно вводит работу со СМИ, с социальными сетями (основную работу со СМИ и социальными сетями выполняет представительство «Мазда Мотор Рус» в Москве), занимается организацией специальных мероприятий, осуществляет сбор денег в благотворительные фонды. При дальнейшем планировании PR-деятельности необходимо усилить работу с социальными сетями, организовывать ряд специальных мероприятий или принимать участие в различных выставках, форумах, конференциях, при этом активно освещая участие в СМИ. При формировании информационных сообщений необходимо прописывать ключевые преимущества автомобиля и разрушить стереотипы относительно недостатков моделей и качества сборки автомобилей Mazda на предприятии в городе Владивостоке.

Литература

1. Мельников А. Б., Тенденции проблемы и перспективы развития зарубежного и

российского рынков легковых автомобилей // А. Б. Мельников, М. В. Фалинова, А. В. Бледнова // Журнал Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. С.82-99. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29187964&>.

2. Фахретденова Э. В. Конъюнктурный обзор рынка легковых автомобилей / Э. В. Фахретденова // сборник статей XIII Международной научно-практической конференции «Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы». – 2019. С.179-184. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38180373>.

3. Кенис М. Ю. Особенности построения системы маркетинговых коммуникаций на автомобильном рынке / М. Ю. Кенис, Е. С. Сергиенко // Журнал Знак: Проблемное медиаобразование, 2018. С.136-141. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35010902>.

4. Шматко А. Д. Анализ проблем автомобильного рынка / А. Д. Шматко, Н.Е. Грицай, Д. В. Мазунин, Д. В. Рахмуллина // Журнал Международный журнал гуманитарных и естественных наук, 2018. С.1-4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-problem-avtomobilnogo-rynka>.

5. Карпова С. В. Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития. Монография / С. В. Карпова, Б. С. Касаев, Д. В. Климов. – Москва: ИНФРА-М. – 2018. – 216 с.

KOROBCHENKO Aleksandra Nikolayevna

Undergraduate student of the Department of Communications and Media,
School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University,
Russia, Vladivostok

*Scientific adviser – Associate Professor of the Department of Communications and Media
of the Far Eastern Federal University, PhD in Political Sciences Fedorova Elena Vasilievna*

USE OF PR-TOOLS IN PROMOTING THE MAZDA BRAND ON THE RUSSIAN MARKET

Abstract. *This paper examines the practice of using PR-tools by the Japanese automobile brand Mazda when promoting cars in the Russian market. A sociological survey of the population was carried out in the format of a continuous questionnaire in order to identify the established image of the brand, as well as key PR-tools.*

Keywords: *promotion, Russian auto services market, PR tools, Japanese auto brand, Mazda brand.*

ОДИНАЕВА Диана Юрьевна

студентка четвертого курса Департамента коммуникаций и медиа,
Школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет,
Россия, г. Владивосток

*Научный руководитель – доцент Департамента коммуникаций и медиа Дальневосточного
федерального университета, кандидат политических наук Федорова Елена Васильевна*

**ВИДЫ PR-ИНСТРУМЕНТОВ. СТРУКТУРИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ
НА ВЕБ-СТРАНИЦАХ**

Аннотация. Сайт организации, служит самым простым и самым «видимым» инструментом коммуникации, к которому получает доступ любой желающий. Исключительно все пользователи Всемирной паутины используют его для поиска необходимой информации. Всемирная сеть представляет собой огромный рынок сбыта, это так же доступный и, главное, дешевый способ рекламы. Поэтому качественно подобранная и структурированная информация на сайте для каждой компании является основополагающим фактором в условиях конкурентной борьбы для поиска и захвата новых позиций, а также укрепления уже имеющихся на занятом сегменте рынка.

Ключевые слова: PR-инструменты, веб-страницы, организация.

В современном мире в эпоху интернета, как правило, распространено много не структурированной информации, что утяжеляет поиск интересующих моментов. Тяжело найти веб-страницу с точной и полной информацией по обсуждаемому вопросу. Поэтому зачастую приходится анализировать десятки страниц для точности информации.

Инструменты PR – это рекламно-информационные, пропагандистские, социальные и маркетинговые средства, действия и коммуникации, используемые для воздействия на субъект PR-деятельности: формирование или изменение его отношения к объекту PR-деятельности, в целях достижения запланированного результата. Это общее понятие, написанное на многих веб-страницах в различных формулировках. Но, что касается видов инструментов PR, мы столкнулись с совершенно отличающийся друг от друга информацией.

Проанализировав труды таких авторов, как А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, Мария Тишкова, И. В. Кудрина, Т.И. Баязитова, Т. И. Баранов Д. Е., Демко Е.В., Лукашенко М. А. Елисеева А. В., Долгина Е. С., Безбородова Ю. В., Веселов В., мы объединили знания отечественных исследователей в единое целое и составили свой личный перечень PR-инструментов.

Проблематика данного исследования заключается в отсутствии полной достоверной информации по обсуждаемому вопросу.

Актуальность выбранной темы заключается в отсутствии стремления авторов на веб-площадках довести свои публикуемые тесты с полной и точной информацией.

Цель нашего исследования заключается в объединении источников и структурирование информации по теме исследования «PR-инструменты».

Итак, существенный и важный PR-инструмент – это Фирменный стиль, который обеспечивает единство представления товаров и услуг. Инструмент направлен на обеспечение уникальных свойств объекта, его визуальное выделение за счет особенностей: логотип, шрифт, цвет, дизайн, особой маркой одежды и т.д.

Елисеева А. В. сообщает, что: «Фирменный стиль направлен на обеспечение единого рабочего пространства, продукции и рекламных мероприятий предприятия за счет сочетания графических, цветовых, видео и аудио-устройств. Фирменный стиль направлен на выделение своего собственного имиджа от конкурентов. Он позволяет компании быть идентифицируемой».

Фирменный стиль используется для идентификации стиля компании или организации,

тем самым этот инструмент предназначен для формирования личного и уникального имиджа, который благодаря определенной символике, графическим объектам можно легко отличить от других подобных объектов. Фирменный стиль вызывает только положительную реакцию, а также гарантирует доверие у аудитории.

Следующий немаловажный инструмент – это работа со СМИ, который включает в себя сбор и анализ статей, опубликованных в СМИ, а также предоставление информации СМИ.

Виталий Веселов включил в этот инструмент следующие мероприятия.

Пресс-конференция – это событие, на которое приглашают журналистов с целью оглашения одной или нескольких новостей с последующим обсуждением. Актуальными темами пресс-конференций являются: конфликты между компаниями, акционерами, подведение итогов года, объединение предприятий и т. д.

Пресс-релиз – краткое информационное сообщение компании для общественности. Он содержит следующую информацию: об изменениях в руководстве компании; о выпуске нового продукта или услуги; о предстоящем событии; новую информацию о компании и ее деятельности.

Медиа-кит предназначен для ответа на все дополнительные вопросы прессы по поводу новостей организации.

Бэкграундер – информация, источник которой носит простой характер, не является сенсацией. Включает в себя информацию об организации, её профиле, продуктах и услугах, истории создания, развития и т. д.

Следующий инструмент – это социальные мероприятия. Которые включает в себя спонсорство и благотворительность. Это те инструменты, которые нужны для любой уважающей себя компании, так как закладывается образ серьезной и закрепленной организации, формируется доверие аудитории и конечно же самое главное – это положительный имидж. Цель использования таких мероприятий, помимо помощи, это привлечения новой аудитории, бизнес-партнёров и новых инвесторов.

В современном информационном обществе в связи с развитием интернет-технологий PR-специалист обязан обеспечить присутствие компании в глобальной сети. Поэтому следующий инструмент – это цифровая среда. Основными общественными контактными устройствами цифровой среды являются: работа на

сайте и в СМИ, проведение онлайн мероприятий, публикация статей и пресс-релизов в интернете, ведение блога компании, широкое использование социальных сетей и рекламы (медийной, контекстной, вирусной).

Именно для организаций – это очень полезный инструмент, так как предоставляет много функций. Это статистика своего сайта или страницы в социальной сети. Охват, показы, лайки, количество комментариев, пересыла новостей, посещений страницы. Сравнение прихода новых подписчиков с прошлой неделей/месяцем и т. д.

Цель введения социальных сетей – это двусторонняя коммуникация с аудиторией, их поддержка, возможная консультация по интересующим вопросам.

Помимо простого контакта между организацией и аудиторией, используются внутренние инструменты. Один из них – это гив в Instagram. Это различные, крупные выигрыши (техника, билеты в путешествия, дома, машины).

Следующий внутренний инструмент в цифровой среде – это лид-магнит. Это бесплатный пробный период, скидки, первые части семинаров и вебинаров. Пользователь получает бесплатную версию только после того, как оставит свой сотовый номер телефона или подпишется на аккаунт.

Официальный сайт в свою очередь служит лучшим инструментом для контакта клиента с товарами и услугами компании.

Проведение вебинаров (онлайн-конференций), онлайн-интервью в режиме реального времени. Которые используются для информирования партнеров, повышения осведомленности, получения обратной связи и привлечением новой аудитории.

Подчеркнем, что важнейшим направлением в современной цифровой коммуникации является SMM-деятельность – это продвижение сайта, бренда или услуг компании через общение с представителями целевой аудитории с помощью социальных сетей. Такой подход способствует привлечению пользователей на сайт компании, не используя поисковые системы. Говоря об SMM необходимо отметить, что этот метод вносит большой вклад в перспективу продвижения, так как у целевой аудитории формируется позитивное восприятие бренда или товара».

Наиболее важными критериями для начала введения социальных сетей представляется:

1. Создание страницы в Instagram, Facebook, Twitter, YouTube. Сайт подбирается исходя из целевой аудитории компании;

2. Дизайнерское сопровождение сайта/страницы- фирменным стилем;

3. Регулярная, расписанная и выбранная исходя из статистики, подходящее время для публикация графического контента;

4. Таргетированная реклама публикаций (по надобности);

5. Работа с блогами и лидерами мнений;

6. Настройка и использование тап-линк. Он позволяет выбрать наиболее удобный способ связи с организацией(мессенджеры), оплатить товары или услуги прямо в Instagram. Настраивается он в шапке профиля в Instagram.

Обратим внимание на следующий инструмент – это фото и видеоматериалы. На визуальном канале используются для большей коммуникации с общественностью.

Фотографии и аудиовизуальные средства PR используются для иллюстрации отчетов, брошюр, обучения персонала и документации. Например, видео позволяет показывать объекты, расположенные на географическом расстоянии. Разместив видео на сайте компании, можно провести виртуальную экскурсию по фабрике или супермаркету.

Деловые мероприятия – еще один инструмент в коммуникации с аудиторией. Как правило, деловые мероприятия включают в себя такие инструменты, как форумы, конгрессы, конференции, семинары, тренинги, мастер-классы, круглые столы и выставки. Их особенность заключается в том, что они проводятся для специального, элитарного круга лиц, которые имеют отношение к деловой сфере.

Еще один сильный инструмент на наш взгляд – это мобильное приложение. Любая серьезная организация, рассчитывающая на положительный имидж, должна задуматься о создании своего личного мобильного приложения. Ведь создание фирменного, брендированного приложения, повышает доверие в глазах аудитории.

По нашему мнению, к мобильным приложениям обращаются в следующих ситуациях:

1. Когда нужно скоротать время. Например, ожидание очереди или друга, обеденный перерыв. Человек, уже не думая берет свой смартфон для скоротечности времени.

2. Когда человеку нужно в быстром времени изучить какую-либо информацию из

Интернета. (пользователь едет в машине, в поезде или это простой студент, готовящий доклад);

3. И следующий случай аналогичный второму, но только без доступа Интернета. То есть с сохраненными данными. Например, Яндекс-карты изначально при наличии Интернета предлагают загрузить карты в систему телефона, чтобы можно было пользоваться в дальнейшем времени без Интернета.

Последний, но не по значимости инструмент – это специальные мероприятия. Очень популярный и любимый у аудитории инструмент, который применяют, когда PR организации, для поиска новой аудитории, для большей узнаваемости. Если такая деятельность отвечает общественным интересам, то она может повысить репутацию организации.

Мы выделили следующие виды мероприятий:

- Выставки, ярмарки, фестивали;
- Встречи, семинары, круглые столы, конференции, конгрессы, симпозиумы, конгрессы, презентации;
- Юбилеи, юбилеи, знаменательные даты;
- Специальные награды, конкурсы;
- Дни открытых дверей, экскурсионная компания;
- Митинги, публичные дебаты, тематические вечера;
- Банкеты, фуршеты;
- Конкурсы, викторины.

Таким образом, объединив массив информации из различных интернет-источников, мы скомпоновали все возможные PR- инструменты и разделили их на две большие группы: традиционные (деловые мероприятия, специальные мероприятия, социальные проекты, СМИ) и современные (интернет). Наши выделенные PR-инструменты в статье можно использовать с большей уверенностью и точностью для любых видов работ.

В заключении хочется сказать, что если авторы Интернет-страниц начнут структурировать информацию по интересующим темам, то будет выполнена главная цель – упрощение поиска достоверного материала из массива разбросанной информации по частям на различных веб-страницах.

Литература

1. Елисеева А.В., Долгина Е.С., Безборова Ю.В. Эффективные инструменты PR в профессиональной деятельности PR-специалиста / А.В. Елисеева., Е.С. Долгина., Ю.В. Безборова. Международный научный журнал «символ науки» – 2017. – №3.
2. Веселов В. PR – это не реклама: как поддерживать положительную репутацию компании или персоны. – URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/pr>
3. Кудрина, И.В. Современные инструменты PR-продвижения организаций / И.В. Кудрина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 21 (311). – С. 216-218.
4. Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Тишкова М.В. PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0 – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 131 с.
5. Баязитова Т.И. Социальные сети как инструмент рекламной и PR-деятельности в Интернете [Текст] / Т.И. Баязитова // Молодой ученый. – 2017. – № 30 (134). – С. 357–358.
6. Баранов Д.Е., Демко Е.В., Лукашенко М.А. PR: теория и практика. Издательство – Маркет ДС, 2010. – 328 с.
7. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. 3-е изд., доп. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2017. – 288 с.
8. Семенчук, В.Н. Мобильное приложение как инструмент бизнеса., – М.: Издательство Альпина Паблишер, 2017. – 240 с.

ODINAEVA Diana Yurievna

Undergraduate student of the Department of Communications and Media,
School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Russia, Vladivostok

*Scientific adviser – Associate Professor of the Department of Communications and Media
of the Far Eastern Federal University, PhD in Political Sciences Fedorova Elena Vasilievna*

TYPES OF PR-TOOLS. STRUCTURING INFORMATION ON WEB PAGES

Abstract. *The site of the organization serves as the simplest and most "visible" communication tool that anyone can access. Exclusively all users of the World Wide Web use it to find the information they need. The World Wide Web is a huge sales market; it is also an affordable and, most importantly, a cheap way of advertising. Therefore, high-quality and structured information on the website for each company is a fundamental factor in the competitive struggle for finding and capturing new positions, as well as strengthening existing ones in the occupied market segment.*

Keywords: *PR-tools, web pages, organization.*

ЭКОНОМИКА, ФИНАНСЫ

БЕЛЯКОВА Елизавета Сергеевна

студентка,

Оренбургский государственный университет,
Россия, г. Оренбург

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Молодая семья является важнейшим социальным институтом, состояние которого во многом определяет настоящее и будущее общества. Однако данная группа населения относится к незащищенным слоям. Учитывая данный фактор, важным моментом является поддержка молодых семей со стороны государства.

Ключевые слова: молодая семья, государственная поддержка, социальная выплата, бюджетные ассигнования, жилье, государственная программа.

В настоящее время сформировались четыре основные формы государственной социальной помощи семье (материальной, социально-психологической, социально-педагогической и юридической).

Что касается поддержки семей, которые относятся к категории молодые семьи, то наибольший акцент ставится на материальную форму поддержки.

Основной инструмент финансовой поддержки молодых семей в России – это предоставление социальной выплаты на приобретение (строительство) жилого помещения.

Данная поддержка закреплена государственной программой «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации».

Для реализации Федеральной государственной программы на региональном уровне утверждена государственная программа Оренбургской области «Стимулирование развития жилищного строительства в Оренбургской области». В рамках данной программы осуществляется поддержка молодых семей на основании подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей в Оренбургской области».

Целью подпрограммы – предоставление государственной поддержки на приобретение (строительство) жилья молодым семьям.

Одна из основных задач подпрограммы – создание мотивации у молодых семей в части рождения детей через механизм первоочередного предоставления социальной выплаты на приобретение (строительство) жилья многодетным молодым семьям.

За период 2011-2014 годов в рамках областной программы «Обеспечение жильем молодых семей в Оренбургской области на 2011-2015 годы» государственная поддержка оказана 5843 молодым семьям. Однако по состоянию на 1 января 2018 года количество молодых семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий и принявших решение стать участниками программы, составляет более 24,4 тыс. человек.

Помимо государственной поддержки в виде социальной выплаты на приобретение жилья, утвержденной на федеральном уровне, молодая семья может получить также поддержку из областного бюджета:

- на приобретение (строительство) жилья отдельным категориям молодых семей, предоставляемую за счет средств областного и местного бюджетов;

- на погашение части стоимости жилья в случае рождения (усыновления) ребенка, предоставляемую за счет средств областного бюджета;

– на оплату части первоначального взноса при получении ипотечного кредита за счет средств областного бюджета.

Информация о количестве молодых семей Приволжского федерального округа, нуждающихся в улучшении жилищных условий, представлена в таблице (табл.1).

Таблица 1

**Количество молодых семей Приволжского федерального округа,
нуждающихся в улучшении жилищных условий, единиц**

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Приволжский федеральный округ	156168	153504	154095	143703	137241	126237	115207
Республика Башкортостан	27663	26610	26876	26257	22237	20544	20013
Республика Марий Эл	3961	4240	4294	4238	4004	3706	3420
Республика Мордовия	9378	10289	10661	9403	9440	9147	8643
Республика Татарстан	16620	12545	10958	9464	8474	6526	5409
Удмуртская Республика	6178	9670	11952	9324	10399	8727	5317
Чувашская Республика	17979	18114	17335	16482	16018	14367	12066
Пермский край	19934	17251	16246	15579	15681	14901	13947
Кировская область	2330	1927	1851	1607	1328	1173	1129
Нижегородская область	5571	4921	4673	3964	3780	3253	2801
Оренбургская область	24447	25755	25533	26091	25279	23797	21995
Пензенская область	1471	1689	1853	2217	2280	2165	2209
Самарская область	13845	13239	14859	12318	12667	13126	13178
Саратовская область	4695	5256	4947	4805	3918	3294	3546
Ульяновская область	2096	1998	2057	1954	1736	1511	1534

Как видно из таблицы, наибольшее количество молодых семей приходится на Оренбургскую область. Это может объясняться недостаточным финансированием как из федерального, так и из регионального бюджета. При этом в сравнении с другими регионами можно наблюдать положительную тенденцию к снижению количества молодых семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий, в республике Башкортостан и Татарстан. Так в республике Башкортостан количество к 2018 году

снизилось на 7650 молодых семей, тогда как в Оренбургской области лишь на 2452.

Помимо государственной поддержки, закрепленной на федеральном уровне, в Оренбургской области реализуются мероприятия по улучшению жилищных условий молодых семей за счет средств областного бюджета. В таблице представлен объем бюджетных ассигнований на реализацию данных мероприятий за 2014-2019 годы (табл.2).

Таблица 2

**Объем бюджетных ассигнований Оренбургской области
на поддержку молодых семей в 2014-2019 гг., тыс. рублей**

Наименование	Год					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей в Оренбургской области на 2014–2020 годы»	1227102,2	786967,8	422632,8	323215,0	281689,3	387770,4
Социальные выплаты нуждающимся в улучшении жилищных условий молодым семьям на оплату части первоначального взноса при получении ипотечного жилищного кредита	214117,8	117967,3	16339,7	7739,2	7768,7	53019,0
Социальные выплаты нуждающимся в улучшении жилищных условий молодым семьям на погашение части стоимости жилья в случае рождения (усыновления) ребенка	73185,7	57858,5	20247,3	16796,2	17712,1	80573,5
Реализация мероприятий по обеспечению жильем молодых семей, в том числе	939798,7	517052,7	337142,2	259757,1	218236,0	194317,1
за счет средств федерального бюджета	211007,4	167952,5	159010,3	138268,5	97224,1	73317,1
за счет областных средств	728791,3	349100,2	178131,9	121488,6	121011,9	121000,0
Субсидии бюджетам городских округов и муниципальных районов на софинансирование расходов по предоставлению социальных выплат на строительство (приобретение) жилья отдельным категориям молодых семей	-	-	48903,6	38922,5	37972,5	59860,8

Таким образом, как видно из таблицы 2 объем бюджетных ассигнований областного бюджета Оренбургской области в рамках подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей в Оренбургской области» имеет тенденцию к уменьшению. Объем средств к 2019 году уменьшился на 839331,8 тыс. рублей (68,4%). Кроме того, следует отметить значительный спад в средствах федерального бюджета в рамках статьи расходов: реализацию мероприятий по обеспечению жильем молодых семей. Субсидия из федерального бюджета уменьшилась за анализируемый период на 137690,3 тыс. рублей (65,3%).

Что касается очередности, то по состоянию на 2019 год сложилась следующая ситуация:

- социальная выплата на погашение части стоимости жилья в случае рождения (усыновления) ребенка – 141 семья;
- социальная выплата при получении кредита на приобретение жилья – 350 семей;
- социальная выплата на приобретение (строительства) жилья – более 20 тыс. семей.

Одним из основных факторов большой очередности является то, что в правилах предоставления социальных выплат молодым семьям в Оренбургской области не прописано, что семья должна иметь достаточный доход, а также сбережения для оплаты первоначального взноса. Данный пункт позволяет встать на учет в качестве нуждающихся большому количеству молодых семей, однако в других регионах в правилах это учтено, что позволяет

ограничить количество получателей социальной выплаты. Кроме того, первоочередное предоставление социальной выплаты осуществляются семьям с наибольшим количеством детей, что сводит к минимуму шанс получить социальную выплату семьям, не имеющим детей либо имеющим 1 ребенка. Это доказывает, что одной из основных задачах государственной программы Оренбургской области является создание мотивации у молодых семей в части рождения детей.

Жилье – одна из основных проблем современных молодых семей. Поэтому государственная поддержка в Оренбургской области направлена на улучшение жилищных условий. Финансирование данной поддержки за анализируемый период значительно снизилось, при этом очередность составляет более 20 тыс. молодых семей. Особенностью данной поддержки является также то, что по наступлению возраста 35 лет молодая семья исключается из списка претендентов на получение

социальной выплаты, следовательно, многие из них так и не смогут получить государственную поддержку в виде социальной выплаты.

Литература

1. Ахмедова А.Г. Современное состояние и направление социальной поддержки молодых семей России /А.Г. Ахмедова // Гуманитарные и социальные науки. - 2011. - № 3. - С. 188-196.
2. Гареев И.Ф. Совершенствование механизма федеральной программы обеспечения жильем молодых семей / И.Ф. Гареев // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - №14. – С. 108-119.
3. Об утверждении государственной программы «Стимулирование развития жилищного строительства в Оренбургской области» [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Оренбургской области от 21.12.2018 № 834-пп // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

BELYAKOVA Elizaveta Sergeevna
Student, Orenburg State University,
Russia, Orenburg

STATE FINANCIAL SUPPORT FOR YOUNG FAMILIES IN ORENBURG REGION

Abstract. *The young family is the most important social institution, the state of which largely determines the present and future of society. However, this group of the population belongs to the unprotected layers. Taking into account this factor, the important point is the support of young families from the state.*

Keywords: *young family, state support, social payment, budget allocations, housing, state program.*

БОЙКО Андрей Викторович

студент, Сибирский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,
Россия, г. Новосибирск

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические аспекты экономической безопасности в условиях цифровой экономики, а также понятие экономической безопасности, формирование роли цифровой экономики в современном мире, тенденции развития цифровой экономики в Российской Федерации.

Ключевые слова: цифровизация, экономическая безопасность, риски, безопасность в условиях цифровой экономики, цифровая экономика.

Безопасность является категорией абстрактной, которая имеет место и в теории, и в повседневном обиходе. В переводе с греческого языка термин «безопасность» означает «владение ситуацией».

В структуре национальной безопасности отдельным направлением выделяется экономическая безопасность, которая как отдельный объект государственного управления появился не сразу, но получил определенное признание в середине XX века, когда на фоне мировых войн в Европе, американской Великой депрессии и прочих подобных глобальных явлениях была установлена очевидная взаимосвязь между экономическими событиями в стране и ее общей способностью противостоять внешним и внутренним угрозам. Бедная страна – это всегда уязвимая страна, то есть от состояния обеспеченности экономики зависит ее общая безопасность.

Давая терминологическое определение экономической безопасности следует акцентировать понятие защиты от различного рода угроз, которые носят как объективный характер (неурожаи, стихийные бедствия, падеж скота и т.д.), так и могут быть спровоцированы влиянием извне (например, введение санкций на поставку продуктов питания в страну или введение высоких таможенных ставок на экспортные товары). По сути, все, что влечет или уменьшение экономического благосостояния страны и ее населения, либо препятствует его стабильному нормальному росту, является угрозой экономической безопасности.

Разработка мер по противодействию угрозам экономической безопасности основана на поиске их источника и анализе причинно-следственных связей дальнейшего их развития.

Одной из общемировых тенденций развития современного общества является цифровизация экономических процессов. Сегодня повсюду ощущается динамическое влияние цифровых технологий во всех секторах экономической деятельности на различных уровнях национальной экономики. Динамичный уровень развития за последние годы приобретает информационно-коммуникационная отрасль. Можно констатировать, что экономика развитых стран мира уже находится на более высоком уровне развития, который характеризуется доминированием информационных технологий и компьютеров, что позволяет существенно повысить эффективность бизнес-процессов во всех сферах экономической деятельности.

Проблема экономической безопасности как таковая длительное время не существовала сама по себе. Во все времена она происходила от задач экономического роста и развития общества и зависела от тех внутренних и внешних условий, которые сложились в определенный период времени. Так, например, в 1934 году в США был создан первый Комитет по экономической безопасности, основной целью функционирования которого была стабилизация социального положения государства [1].

Угрозы, которые характерны для экономической безопасности страны, можно разделить

на внутренние и внешние. При этом оба этих типа угроз могут быть законодательными, политическими, социальными и т.д. Для внешних угроз современности характерно в настоящее время то, что события пандемии 2020 года привели к кардинальным переменам на экономической карте мира, в упадок пришли те отрасли мировой экономики, которые классическим образом были наиболее развитыми и успешными на мировом уровне.

Одна из классификаций безопасности принадлежит польскому ученому Р. Зенба и основана на трех подходах: субъективным, материальным и пространственным. Возникновение пространственной конфигурации, очевидно, связано с новыми реалиями современного мира, нуждающимися в разработке нового инструментария, способного адекватно отразить его специфику. Их оформление происходило по мере развития человеческого сообщества, и они с разной интенсивностью влияют на развитие глобального мира. Ученый считает, что вопрос времени является также неотъемлемой чертой безопасности, причем как в виде состояния, так и в виде процесса, но то, каким образом она организована не является видом безопасности. Автор считает, что безопасность неделима. Однако, по выбору ее объектов – политических, экономических, социальных, научных, ее определение требует уточнения и доработки. Отсюда вытекает проблема определения классификации и типологии безопасности [2].

Субъектное измерение касается регионального или глобального пространства, а именно в обеспечении национальной или международной безопасности. В предметном же измерении это означает формирование условий для сохранения самобытности деятельности объектов безопасности, их самостоятельности в среде деятельности [3].

Термин «цифровая экономика» является весьма широким и его понимание в настоящее время остается нечетким. Относительно определения цифровой экономики следует отметить, что это – экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, включая электронные товары и услуги, предоставляемые с использованием цифровых технологий.

Рассмотреть цифровую экономику можно также как экономику, которая основана на цифровых компьютерных технологиях и новых методах генерирования, обработки, хранения и передачи данных.

Понимая важность цифровизации экономики, многие страны принимают соответствующие документы (стратегии, планы), которые определяют цели, задачи и мероприятия по реализации государственной политики в сфере применения информационных и коммуникационных технологий.

Формирование конкурентных преимуществ отдельных компаний, отраслей, регионов и стран в будущем будет зависеть от их уровня цифровизации и создания условий обеспечения соответствующего уровня экономической безопасности государства. Страны лидеры, или те, которые стремятся считаться передовыми, должны динамически внедрять цифровые инструменты в различных секторах экономики.

Цифровые инструменты и технологии позволят повысить уровень производства инновационной продукции, сократить период от разработки идеи до реализации готовой продукции, обеспечить соответствующий уровень доходности от внедрения прогрессивных технологий и сформировать основу обеспечения экономической безопасности государства в условиях цифровизации.

Литература

1. Орехов, В. И. Экономическая безопасность современной России в условиях кризиса : монография / В.И. Орехов, Т.Р. Орехова, О.В. Карагодина ; под науч. ред. Т.Р. Ореховой. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 105 с.
2. Соколинская, Ю. М. Экономическая безопасность моногорода : монография / Ю. М. Соколинская. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 135 с.
3. Цифровая экономика. Бизнес-процессы электронной таможни : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Таможенное дело», направлению подготовки «Экономика» / под ред. В. Б. Мантусова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 415 с.

BOYKO Andrey Viktorovich

Student, Siberian Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration, Russia, Novosibirsk

PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY IN THE DIGITAL ECONOMY

Abstract. *The article examines the theoretical aspects of economic security in the digital economy, as well as the concept of economic security, the formation of the role of the digital economy in the modern world, trends in the development of the digital economy in the Russian Federation.*

Keywords: *digitalization, economic security, risks, security in the digital economy, digital economy.*

ВАСИЛЬЕВА Анна Олеговна

магистрант кафедры экономики и менеджмента,
Ростовский государственный университет путей и сообщения,
Россия, г. Ростов-на-Дону

ВАСИЛЬЕВ Анатолий Игоревич

магистрант кафедры экономика региона, отраслей и предприятий,
Ростовский государственный экономический университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация.** В статье рассмотрена методика бюджетирования как один из рекомендуемых способов обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта. Дано определение бюджетированию, рассмотрен порядок действий при его организации, основные преимущества с точки зрения обеспечения экономической безопасности организации.*

***Ключевые слова:** бюджетирование, экономическая безопасность организации, платежный календарь, финансовые показатели.*

Экономическая безопасность организации – это обеспечение неприкосновенности ресурсов и интересов предприятия от внешних и внутренних угроз, создаваемая руководителями и специалистами организации посредством реализации мероприятий экономического, инженерно-технического, правового, организационного, и социально-психологического направлений.

Одним из инструментов обеспечения надежной системы экономической безопасности предприятия является внедрение в практику управления хозяйствующим субъектом методики бюджетирования.

Бюджетирование можно рассматривать как систему, используемую в управлении, позволяющую осуществлять мониторинг достижения целей. Базируется на планировании ключевых показателей деятельности предприятия, начиная от затрат и ресурсов, до составления балансового отчета о финансовых результатах, а также на проведении планового анализа возникающих отклонений в использовании ресурсов организации, доходов и расходов, которые получают от ведения хозяйственной деятельности на любом управленческом уровне в течение отчетного периода и по его итогам. Процесс бюджетирования носит непрерывный характер.

Организация бюджетирования начинается с

постановки плана, в рамках которого определяются наиболее важные стратегические задачи в соответствии с целью фирмы.

После завершения этого этапа переходят к программированию. Оно состоит из выбора программ и расчета приблизительного объема ресурсов, выделяемых на реализацию каждой программы. Программы – это основные направления деятельности, которые организация определила для себя, как необходимые для выполнения своей стратегии.

Следующим этапом является подготовка краткосрочных бюджетов. Как и подготовка программы, составление бюджета является процессом планирования. Основная разница между ними – это период, на который составляется бюджет и программа. Программа, как правило, составляется на несколько лет вперед, а бюджеты рассчитываются на предстоящий отчетный период. Согласно управленческой структуре предприятия, когда руководством выделяются центры ответственности, каждая программа закрепляется за конкретным специалистом.

Опыт показывает, что при определении эффективности развития организации, а также при планировании ее деятельности в будущем, важно правильно выбрать ключевые показатели, исходя из тенденций развития современного общества, отрасли, конкретных условиях

существования предприятия [3, с. 82].

При использовании метода бюджетирования ведется текущий учет информации о движении ресурсов организации в процессе исполнения бюджетов производственной, хозяйственной и финансовой деятельности. Основной задачей специалистов любого уровня является поддержание запланированного режима работы. Однако хозяйственная деятельность подчинена воздействию разнообразных рисков, поэтому необходима корректировка бюджетов.

В течение отчетного периода деятельности производится учет фактически потребляемых ресурсов и фактически получаемых доходов. Учет может производиться в разрезе программ и центров ответственности. В первом случае эти данные используются в качестве основы для последующего программирования функционирования организации, а во втором - как основа для расчета показателей эффективности деятельности специалистов соответствующих центров ответственности [1, с.32].

Управленческая информационная система должна обеспечивать информационный обмен между специалистами всех уровней, используя бухгалтерские и другие данные, накопленные внутри компании. Эти данные, которые позволяют координировать работу отдельных центров ответственности, оформляются и представляются в виде отчетов.

В целях управленческого контроля отчет, который содержит информацию о фактических показателях, считается бесполезным. Он становится полезным тогда, когда ведется в разрезе с показателями, заложенными в соответствующем бюджете [4, с. 62].

Эффективность бюджетного метода руководства существенно повышается за счет наличия обратной связи в виде анализа. Основываясь на формальных контрольных отчетах, личных наблюдениях и неформальной информации, менеджеры производят оценку характера действий, которые должны быть предприняты, исходя из фактического развития ситуации. При выявлении отклонений от заданного режима функционирования возможны четыре типа ответных действий:

1. Можно отрегулировать текущие операции с целью обеспечения выполнения плановых заданий.

2. Возможна необходимость пересмотра оперативных бюджетов.

3. Ситуация может потребовать

пересмотра или даже полного отказа от осуществления определенной программы.

4. Динамика изменений стратегических целей организации в соответствии с развитием текущей ситуации.

По методам разработки различают гибкий бюджет и статический. Статический бюджет не изменяется в течение всего периода планирования, а гибкий бюджет предусматривает возможность изменения отдельных позиций в зависимости от сложившихся условий.

Особым видом бюджета является платежный календарь, который является планом движения денежных средств в разрезе всех видов такого движения (налоговые платежи, расчеты с поставщиками, обслуживание долга и т.д.). Платежный календарь является очень подробным планом: он составляется на предстоящий месяц с разбивкой по декадам, неделям и даже дням, и включает график расходования и график поступления денежных средств [2, с.39].

Точная обработка целевых ориентиров деятельности с помощью бюджетов и знание сотрудников о неизбежности контроля и оценки их действий при применении бюджетного метода руководства способствует реализации превентивного подхода к обеспечению экономической безопасности, а контроль целевого режима функционирования обеспечивает своевременное выявление возникающих угроз, создавая тем самым основу для реагирования и внесения корректив, направленных на устранение угроз или минимизацию их последствий.

Таким образом, методику бюджетирования можно рассматривать как эффективную систему обеспечения и укрепления экономической безопасности организации.

Литература

1. Загарских В.В. Система бюджетирования как основа сметного планирования // Международный бухгалтерский учет. 2018. № 44. С. 30-40.
2. Шумилина В. Е., Раецкий А. А. Методы управления предпринимательскими рисками // Экономическая безопасность, учет и право в Российской Федерации: реалии и перспективы. Том 3. Aus publishers. 2019. С. 36-40.
3. Шумилина В. Е., Грушина В. А., Головкин Е. А. Экономическая безопасность в системе устойчивого функционирования предприятия // Экономическая безопасность, учет и

право в Российской Федерации: реалии и перспективы. Том I. Aus Publishers. 2019. С. 81-85.

4. Шумилина В. Е., Абдуллаева К. Н., Сушкова Т. В. Пути повышения финансовой устойчивости предприятия для обеспечения

экономической безопасности // Современные проблемы экономической безопасности, учета и права в Российской Федерации. Том 4. Aus publishers. 2019. С. 55-64.

VASILIEVA Anna Olegovna

graduate student of the Department of Economics and Management,
Rostov State Transport University, Russia Rostov-on-Don

VASILIEV Anatoly Igorevich

graduate student of the Department of Economics of the Region, Industries and Enterprises,
Rostov State University of Economics, Russia, Rostov-on-Don

BUDGETING AS AN EFFECTIVE WAY TO ENSURE THE ECONOMIC SECURITY OF THE ORGANIZATION

Abstract. *The article discusses the budgeting technique as one of the recommended ways to ensure the economic security of an economic entity. The definition of budgeting is given, the procedure for its organization is considered, the main advantages from the point of view of ensuring the economic security of the organization.*

Keywords: *budgeting, economic security of the organization, payment calendar, financial indicators.*

ГЕВОРГЯН Карина Геворговна

студентка лечебного факультета,
Ханты-Мансийская государственная медицинская академия,
Россия, г. Ханты-Мансийск

КУРБАНОВА Алина Алиевна

студентка лечебного факультета,
Ханты-Мансийская государственная медицинская академия,
Россия, г. Ханты-Мансийск

МУСТАФАЕВА Патимат Исагаджиевна

студентка лечебного факультета,
Ханты-Мансийская государственная медицинская академия,
Россия, г. Ханты-Мансийск

*Научный руководитель – доцент кафедры здоровья и здравоохранения
Ханты-Мансийской государственной медицинской академии, кандидат медицинских наук
Новокиценова Ирина Евгеньевна*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация. В данной статье проведен анализ существующих и потенциальных последствий пандемии Covid-19 на основе экспертных оценок, опубликованных в средствах массовой информации, а также положительное и отрицательное влияние на экологическую обстановку на фоне ограничительных мер в рамках профилактики заболеваемости.

Ключевые слова: пандемия, экономика, экология, коронавирус Covid-19, экономические последствия, экономический кризис, шок платежеспособного спроса.

Пандемия новой коронавирусной инфекции и введенные по всему миру противоэпидемиологические меры явились катализатором для тотальной трансформации мировой экономики и других сфер нашей жизни. С момента появления Covid-19 экономический ущерб постепенно нарастал во всех странах и первым с этим столкнулся Китай. В период расцвета глобализации Китайская Народная Республика превратилась в один из главных локомотивов мировой экономики и получила звание «фабрики мира». Китай является центром большинства мировых производственно-сбытовых

сетей в качестве одного из главных производителей продуктов, считается одним из самых крупных рынков потребительских товаров, а также потребителем мировых сырьевых и потребительских товаров.

По данным ЮНИДО, в период с января по февраль 2020 г. строгие противоэпидемиологические меры привели к падению промышленного производства в стране на 13,5%, уменьшению импорта на 4% в долларовом эквиваленте, а экспорта – на 17% в сравнении с предыдущим годом.

Как коронавирус влияет на глобальные цепочки поставок

Доля товаров из Китая в импорте промежуточной продукции

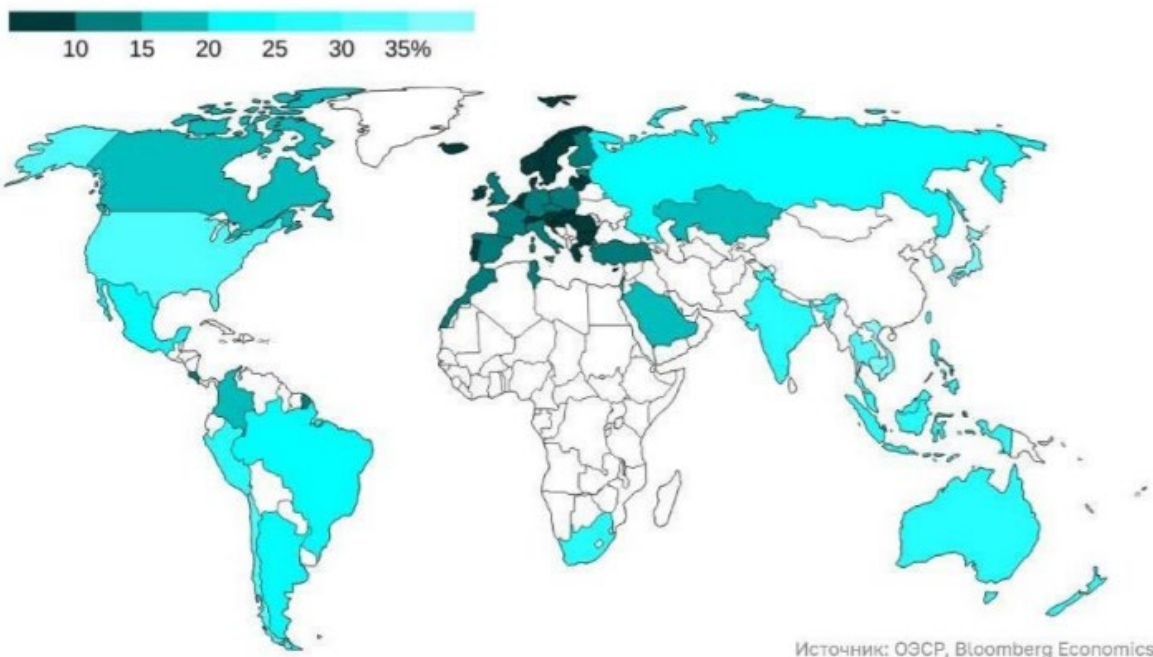


Рис. 1. Влияние коронавируса на глобальные цепочки поставок

За указанный период максимальное падение экспорта наблюдалось в сфере машин автоматической обработки данных (30,7%), текстильного сырья (26,2%), швейных изделий и принадлежностей для одежды (20%), центральных процессоров (19,6%). В импорте снижение пришлось на сферу машин автоматической обработки данных (46,7%), центральных процессоров (34,9%), текстильного сырья (25,9%) и электрического оборудования (15,7%). Падение экспорта из Китая коснулось всех регионов мира кроме Северной Америки.

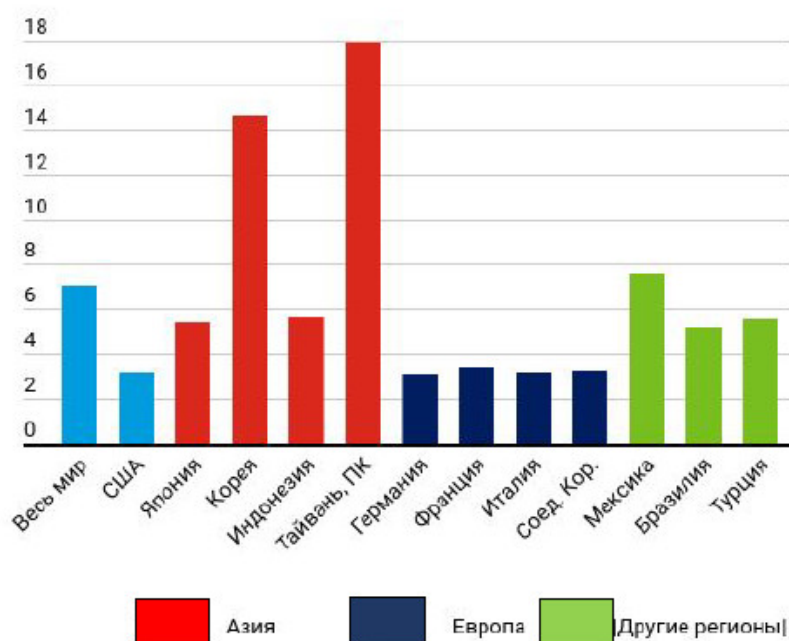
В условиях сложившейся ситуации на фоне пандемии произошел разрыв производственно-сбытовых цепочек не только в Китае, но и во многих странах Европы.

Производственно-сбытовые цепочки были вынуждены адаптироваться к изменяющейся ситуации в режиме реального времени. Например, Министерство здравоохранения и социальных служб США объявило о заключении контракта с GM на общую сумму \$489 млн в рамках закона об оборонном производстве, целью которого послужило – активизировать выпуск аппаратов ИВЛ. Американская компания General Motors (GM), специализирующаяся на производстве автомобилей, выпустит 30 тысяч аппаратов ИВЛ. В результате распада многих производственно-сбытовых цепочек стали звучать призывы к пересмотру существующих на данный момент экономических моделей.

Ключевое звено в глобальных цепях производства стоимости

Китай является одним из крупнейших поставщиков промежуточной продукции остальному миру.

(Импорт промежуточной продукции из Китая в обрабатывающей промышленности, в процентах добавленной стоимости)



Источник: расчеты персонала МВФ с использованием всемирной базы данных по затратам-выпуску 2014 года.

Примечание. Тайвань, ПК — Тайвань, провинция Китая.

Рис. 2. Процент импорта промежуточной продукции из Китая

Так Министр экономики и финансов Франции призвал правительства стран ЕС к пересмотру подхода к производственно-сбытовым цепочкам. В частности, был поднят вопрос о новой европейской политике в области промышленности, политики в отношении конкуренции и необходимости ограничения зависимости промышленности в некоторых стратегических секторах, например, в сфере искусственного интеллекта и производства электрических батарей. По прогнозам Всемирного Экономического Форума (ВЭФ), текущий кризис окажет влияние на внедрение робототехники и искусственного интеллекта в производственно-сбытовые цепочки. Данные технологии уменьшат участие людей в процессах производства и сбыта, что значительно снизит риск передачи инфекции и зависимость от

кадровых ресурсов, позволят быстро адаптироваться к неожиданному сокращению или увеличению спроса.

Шок платежеспособного спроса

Шок платежеспособного спроса является одним из ключевых факторов снижения промышленного производства.

Эпидемия коронавируса вызывает шоки как на стороне предложения, так и на стороне спроса. Нарушение нормальной коммерческой деятельности привело к снижению производства, создавая шоки на стороне предложения. А нежелание потребителей и предприятий к расходованию средств вызвало снижение спроса.

По оценке ОЭСР, общий потребительский спрос на товары и услуги может сократиться на 1/3 в большинстве развитых стран после применения всего комплекса

противоэпидемиологических мер. Величина падения спроса зависит от особенностей страны и сектора экономики. Так, закрытие магазинов и ограничение на передвижения приведут к практически полному падению потребительского спроса на автомобили, одежду, обувь, предметы мебели. При этом расходы на предметы первой необходимости останутся прежними.

Всемирный банк отмечает, что пандемия COVID-19 повлияла на спрос и предложение в области добычи полезных ископаемых. Падение спроса и разрывы производственно-сбытовых цепочек привели к падению цен на энергоносители на 18,4% в первом квартале 2020 г. Цены на нефть в марте снизились на 50% по сравнению с показателями января 2020 г. (падение цен на нефть обусловлено снижением спроса в таких областях, как транспорт и путешествия, поскольку совокупно две сферы обеспечивают около 2/3 спроса); Газ подешевел на 12% в США и 25% в Европе; Иные виды полезных ископаемых, которые упали в цене: уголь (от 5% до 17%); медь и цинк (15%); железная руда (7%); платина (23%).

Влияние пандемии на отрасли промышленного производства

Отрасли промышленного производства оказались самыми уязвимыми перед новой коронавирусной инфекцией. Специфика отрасли зачастую не позволяет выполнять работу в удаленном режиме, и большая часть рабочей силы задействована на производстве, что является фактором распространения инфекции. В большей степени кризис повлиял на энергетическую, автомобильную и авиационную отрасли, так как эти сферы промышленности столкнулись с трудностями поставки и добыче промышленного сырья и материалов. Основным поставщиком материалов, центром, производимых компонентов и центром мирового рынка является Китай, который первым из лидирующих стран испытал на себе экономические последствия. И в результате разрыва большинства цепочек поставок данные сферы испытали серьезнейший кризис:

В марте 2020 г. компания Samsung Electronics объявила о переносе части своего производства смартфонов из Южной Кореи во Вьетнам, чтобы минимизировать потенциальное влияние «коронавирусного» кризиса.

Компании Daimler и Volkswagen временно остановили производство автомобилей и двигателей на своих заводах в Европе из-за

вспышки коронавируса с целью обеспечения безопасности своих работников. Закрытие заводов крупными производителями привело к падению производства автомобилей, что в свою очередь сказывается на автомобильном секторе Европы

Были вынуждены временно закрыть заводы Peugeot, Renault и Citroën во Франции, Kia Motors в Словакии, Subaru и Nissan в Японии. В Индии приостановили производство крупные производители электроники: Xiaomi, Samsung Electronics, LG Electronics, Apple

Экология

Положительный эффект

В рамках реализованных противоэпидемиологических мер экологическая обстановка значительно улучшилась, что напрямую связано со снижением экономической активности. Основной вклад в улучшение экологической обстановки внесло прекращение работы промышленных предприятий, снижение транспортного потока, а также прекращение пассажирских авиаперелетов. Согласно анализу Всемирной метеорологической организации, указанные меры в Китае привели к сокращению выбросов диоксида углерода на 25 % за четыре недели.

Кроме того, ученые отмечают, что CO₂ остается в атмосфере и океанах на протяжении столетий, в связи с чем временное сокращение выбросов в результате последствий пандемии COVID-19 пока не изменит климатические условия окружающей среды. Причем именно улучшение обстановки в Китае дало толчок началу обсуждений о всевозможном положительном влиянии пандемии на экологическую ситуацию. Наблюдения, проводимые Европейским экологическим бюро и космические снимки показали, что загрязнение воздуха над территорией Китая уже возвращается к уровню, который имел место до введения жестких ограничительных мер.

Отрицательный эффект

Безусловно, глобальная пандемия не является способом, который исключительно положительно изменил бы обстановку в окружающей среде. Глобальная пандемия является не только причиной всемирного кризиса, но и отчасти фактором ухудшения окружающей среды:

Издание Politico отмечает о том, что Китай «тонет в медицинских отходах, производимых больницами, включая маски для лица и одноразовые салфетки». В Ухане объем

медицинских отходов уже достигает более 200 тонн в день, что в четыре раза больше привычного.

Президент российского отделения Фонда дикой природы И. Честин указывает на то, что в периоды ухудшения глобальной экономической обстановки в связи с потерей источников доходов и средств к существованию увеличилась активность браконьеров, многие вынуждены прибегать к незаконной охоте и рыбалке как к единственному источнику пищи. Как подчеркивает ВМО, за предыдущими экономическими кризисами достаточно часто следовали периоды «подъема», сопровождавшиеся значительно более высоким ростом выбросов, чем до

кризиса. Важно обратить внимание на то, чтобы меры по стимулированию, которые будут применяться после завершения эпидемии COVID-19, способствовали более экологичному восстановлению экономики.

Согласно результатам исследования, опубликованным в научном журнале Nature Climate Change, на которые ссылается ВМО, после глобального финансового кризиса 2008–2009 гг. объемы выбросов в странах с формирующейся рыночной экономикой существенно увеличились, объемы выбросов в развитых странах продолжили расти, а ископаемое топливо продолжило использоваться в мировой экономике с еще большей интенсивностью.

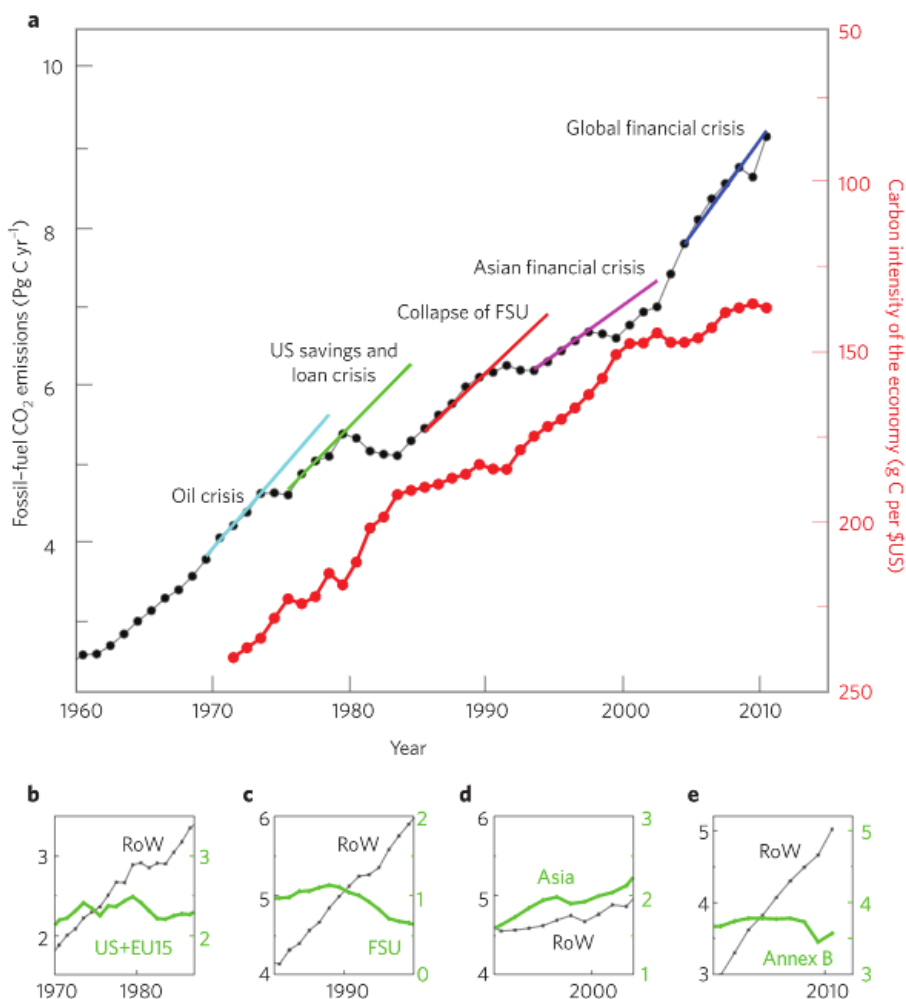


Figure 1 | Global CO₂ emissions and carbon intensity. **a**, Emissions of CO₂ from fossil-fuel combustion and cement production for the world (Pg C yr⁻¹; black curve) and the carbon intensity of world GDP (g C per \$US (2000); red curve, inverted axis). The most important recent financial crises are highlighted with a linear trend fitted to the five years before the beginning of each crisis. **b–e** CO₂ emissions (Pg C) for the regions most affected by each financial crisis (right axis) and the rest of the world (RoW; left axis). **b**, The oil crisis (1973) and the US savings and loans crisis (1979), where EU15 is the 15 member states of the European Union as of 1995. **c**, The collapse of the Former Soviet Union (FSU; 1989). **d**, The Asian financial crisis (1997). **e**, The recent global financial crisis (2008–2009).

Рис. 3. Увеличения объема выбросов в странах с формирующейся рыночной экономикой

Вывод

На основе анализа, можно сделать вывод о том, что с момента появления пандемии Covid-19 был нанесён значительный экономический ущерб во всех секторах промышленности, что сказалось на снижении спроса, нехватки персонала, ограничении предложений и принудительном закрытии предприятий. Кризис оказал отрицательное влияние на мировую рабочую силу, в том числе были работники в сфере промышленности. Снижение спроса и предложения привело к падению доходов предприятий, которым пришлось сократить заработную плату и уволить огромное количество востребованных доныне сотрудников. Наиболее пострадавшими от кризиса отраслями промышленности являются: автомобилестроение, авиастроение, электроника, добывающие отрасли. Негативные последствия распространения COVID-19 повлияли на разрыв крупнейших производственно-сбытовых цепочек в Китае, США и Европе. Это привело к падению промышленного производства, уменьшению экспорта и импорта, остановкам производства. Потребителям пришлось уменьшить свои расходы на фоне снижения доходов, страха заражения и повышения неопределённости, что привело к платежеспособному шоку.

Литература

1. U.S. power demand falls to 16-year low as coronavirus cuts use by companies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: –<https://www.reuters.com/article/us-usa-power-demand/u-s-power-demand-falls-to-16-year-low-as-coronavirus-cuts-use-by-companies-idUSKCN21Q36R>
2. How the pandemic disrupts global value chains [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iap.unido.org/articles/how-pandemic-disrupts-global-value-chains>
3. Environmental impacts of coronavirus crisis, challenges ahead [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/news/environmental-impacts-coronavirus-crisis-challenges-ahead>
4. Экономические последствия пандемии Covid-19 для России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-posledstviya-pandemii-covid-19-dlya-rossii/viewer>
5. Пандемия и окружающая среда: экология пластика
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rapsinews.ru/incident_publication/20200425/305756871.html
7. Зависимость экологии от пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zavisimost-ekologii-ot-pandemii/viewer>

GEVORGYAN Karina Gevorgевна

student of the Faculty of Medicine, Khanty-Mansiysk State Medical Academy,
Russia, Khanty-Mansiysk

KURBANOVA Alina Alievna

student of the Faculty of Medicine, Khanty-Mansiysk State Medical Academy,
Russia, Khanty-Mansiysk

MUSTAFAYEVA Patimat Isagadzhievna

student of the Faculty of Medicine, Khanty-Mansiysk State Medical Academy,
Russia, Khanty-Mansiysk

*Scientific supervisor –Associate Professor of the Department of Health and Public Health
of the Khanty-Mansiysk State Medical Academy, PhD in Medical Sciences
Novokshchenova Irina Evgenievna*

ECONOMIC IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract. *This article analyzes the existing and potential consequences of the Covid-19 pandemic based on expert assessments published in the media, as well as the positive and negative impact on the environmental situation against the background of restrictive measures in the framework of disease prevention.*

Keywords: *pandemic, economy, ecology, Covid-19 coronavirus, economic consequences, economic crisis, effective demand shock.*

КЛЕПАРСКАЯ Кристина Юрьевна

Ханты-Мансийская государственная медицинская академия,
Россия, г. Ханты-Мансийск

НОВОКЩЕНОВА Ирина Евгеньевна

доцент кафедры здоровья и здравоохранения, кандидат медицинских наук,
Ханты-Мансийская государственная медицинская академия, Россия, г. Ханты-Мансийск

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ БАНКА «ФК ОТКРЫТИЕ»)

Аннотация. На сегодняшний день актуальность данного исследования обусловлена тем, что банковская система выступает в качестве одного из важнейших институтов в рыночной экономике, не только обеспечивающего государство финансовыми ресурсами, но и может влиять на государство через накопление. Поэтому для современной России очень важно создать стабильную и в то же время гибкую банковскую систему для обеспечения стабильного функционирования государства. Современная банковская система представлена множеством услуг, начиная от основных услуг каждого банка - классических депозитов и кредитов, погашения и кассовых операций, до современных банковских продуктов, связанных с валютой и финансовыми операциями.

Ключевые слова: центральный банк, современная двухуровневая банковская система.

Введение. Современная банковская система представлена множеством услуг, начиная от основных услуг каждого банка – классических депозитов и кредитов, погашения и кассовых операций, до современных банковских продуктов, связанных с валютой и финансовыми операциями [4, с.144-145].

Деятельность банковской системы является одним из важнейших элементов рыночной экономики и оказывает очень важное и многогранное влияние на жизнь общества в целом. Это не только механизм перераспределения денежного капитала между секторами и регионами, но и важный элемент платежно-расчетного механизма национальной экономической системы.

Обеспеченность и стабильность функционирования национальной валюты в значительной мере определяется развитием банковской системы страны.

В связи с этим в условиях текущего экономического положения России важнейшей задачей является обеспечение генерации этих финансовых ресурсов внутри страны и быстрой трансформации ресурсов из-за рубежа в реальные экономические проекты и реальные инвестиции. При активном участии банковской системы в этом процессе существенно возрастет инвестиционная активность, что заложит

фундаментальные основы для обеспечения высокого и продолжительного роста в последующие годы. Это вполне реалистичный прогноз. Тем не менее, на сегодняшний день нет четких свидетельств того, как банковская система готова решать эти проблемные задачи, с которыми приходится сталкиваться реальному сектору экономики.

Целью исследования является выявление обобщение проблем развития банковской системы России (на примере ПАО Банк «ФК Открытие»). Для достижения поставленной цели, необходимо решить ряд следующих задач:

- определить экономическую сущность структуру и основные факторы развития банковской системы;
- рассмотреть процесс формирования современной двухуровневой банковской системы России и инфраструктура банковской системы;
- дать общую характеристику деятельности банка «ФК Открытие»;
- выявить проблемы банковской системы.

Объектом исследования является Публичное акционерное общество Банк «ФК Открытие».

Предметом исследования выступает совокупность теоретических и практических

аспектов банковской системы Российской Федерации.

Методологической базой исследования послужили выработанные экономической наукой методы и приемы научного исследования: общенаучные – историко-логический метод, метод научных абстракций, анализ и синтез, и частные – статистический метод, наблюдений и сбора фактов.

Причиной исследования является то, что при рассмотрении современных проблем российского банкинга необходимо использовать исторический опыт российской банковской системы с учетом зарождения и развития законодательства Российской Федерации.

Экономическая сущность: понятие, структура, основные факторы развития банковской системы

Суть банковской системы можно объяснить двумя способами, как с юридической, так и с экономической точки зрения.

В первом случае основное значение придается термину «банк». Сюда входят операции, которые по закону проводятся исключительно как банковские. К ним относятся сбор депозитов, предоставление различных видов кредитов, осуществление не денежных платежей и оказание услуг. Однако Закон не определяет природу самого банка или деятельность, разрешенную Законом.

Экономическая природа банковской системы, генезис и эволюционное развитие банковской деятельности являются основными факторами, определяющими роль, значение и содержание современного банковского сектора. Банки – это кредитные учреждения, продукция которых заключается в создании платежных средств (денежной массы) и предоставлении различных услуг, таких как кредиты, ипотека, консалтинг и управление активами. Деятельность банков носит производственный характер [2, с. 126-127].

В совокупности несколько банков образуют банковскую систему. Банковская система понимается как часть экономической системы государства, состоящая из взаимосвязанных и упорядоченных кредитных учреждений, деятельность которых регулируется Законом о банках [4, с.201].

Как составная часть, банковская система является элементом более крупной системы, а именно экономической системы страны. Следовательно, следует рассматривать деятельность и развитие банковской системы в тесной

связи с производством, распределением и потреблением материальных и нематериальных благ.

В практической деятельности банки органично интегрируются в функционирование экономики страны в целом. Состояние социально-экономического развития во многом зависит от эффективности и устойчивости функционирования банковской системы. В качестве основной цели банковской системы выступает обеспечение рационального денежного обращения и удовлетворение необходимых потребностей экономики, ее роста и функционирования. Главной функцией банковской системы является аккумуляция денежного капитала, а также сбережений и других средств, выпущенных в ходе экономической деятельности, и предоставление их в распоряжение других экономических агентов на условиях возвратности, срочности и временного использования. Финансовое посредничество позволяет осуществлять межотраслевое и межрегиональное перераспределение денежного капитала в рамках экономической системы для согласования интересов вкладчиков и заемщиков [5, с. 127].

Эксперты разделяют принципы банковского права на две группы. Общие предусматривают определение конституционного статуса субъектов банковских отношений, являющихся основными элементами экономической системы Российской Федерации. К этим принципам относятся неприкосновенность собственности, свобода экономического пространства банков, свобода договоров, необходимость конкуренции, запрет монополии, единая денежная система, равенство интересов субъектов в банковском праве [1, с.89-90]. Она включает двухуровневую структуру банковской системы, первым уровнем которой является Центральный банк, вторым – коммерческие банки, кредитные организации, экономические зоны, связанные с образованием территории и административных районов Банка России, разграничение полномочий, обозначающее экономическую и регулятивную деятельность Центрального банка. Банковская система может контролироваться парламентом или Министерством финансов, которое отвечает за регулирование денежно-кредитной политики. Она зависит от Центрального банка и Банковского управления (последнее является добровольным), которые образуют первый уровень банковской системы [3, с.44-45]. Второй уровень банковской системы представлен различными банками,

занимающимися конкретными операциями («государственные», общие, специализированные, некоммерческие организации, филиалы и представительства иностранных банков).

Центральный банк отвечает за проведение денежно-кредитной политики и обеспечение эффективного функционирования банковской системы страны. В некоторых странах первый уровень банковской системы может также включать одно или несколько подразделений банковского контроля в дополнение к центральному банку [6, с.8-9].

Формирование современной двухуровневой банковской системы России и инфраструктура банковской системы

Сущность двухуровневой банковской системы состоит в том, что ее структура не зависит от основной структуры – центрального банка. А это означает, что ее деятельность теперь независима от исполнительной и законодательной ветвей власти. На банковскую систему парламент может влиять только через законодательство [7, с.53-54].

Двухуровневая банковская система состоит из двух элементов: центрального банка и сети коммерческих банков. Такая система основана на двух неотъемлемых предположениях, которые устанавливают тесную взаимосвязь между элементами системы.

А именно, «все банки одного уровня равны» и «банки более низкого уровня зависят от банков более высокого уровня». Сеть Первого банка воплощает принцип универсальности, уравновешивая функции всех кредитных учреждений на одном уровне. Таким образом, во втором уровне двухуровневой банковской системы всем коммерческим банкам разрешено заниматься всеми видами банковской деятельности.

Функции каждого уровня двухуровневой банковской системы независимы и определены законом [8, с.63-64]. Центральный банк отвечает за общий надзор, регулирование и управление банковской и платежной системой страны. Функция переключения делегирована самому нижнему уровню системы, которым являются коммерческие банки. Сеть коммерческих банков и кредитных учреждений предоставляет банковские, кредитные и инвестиционные услуги, но не может вмешиваться в разработку национальной денежно-кредитной политики или влиять на ее реализацию.

Тенденции развития

Банк «Открытие» входит в десятку крупнейших банков России и является банком системного значения. Он осуществляет деятельность в сфере корпоративного банковского обслуживания, инвестиционного банковского обслуживания, розничного банковского обслуживания, обслуживания малых и средних предприятий и частного банковского обслуживания. Банк России является единственным акционером банка «Открытие», владея 100% акций. Региональная сеть включает 524 офиса обслуживания клиентов в 227 городах и 73 регионах России [10].

О надежности данного банка свидетельствует кредитный рейтинг российских структур АКРА, Эксперт РА, НКР, а также международным агентством Moody's.

Сегодня «Открытие» – это крупная финансовая группа с потенциалом для дальнейшего развития бизнеса. Среди компаний группы – страховые компании «Росгосстрах» и «Росгосстрах Жизнь», негосударственные пенсионные фонды «Открытие», УК «Открытие», «Открытие Брокер», АО «Балтийский лизинг», АО «Таможенная карта» и другие, занимающие ведущие позиции в ключевых секторах финансового рынка.

Один из крупнейших банков страны и входящий в десятку крупнейших финансовых институтов, «Открытие» присутствует на российском рынке с 1993 года, и основными направлениями его деятельности в банковском секторе являются:

Корпоративное банковское обслуживание (обслуживание клиентов, предоставляя банковские продукты и услуги юридическим лицам и организациям).

Инвестиционно-банковские услуги (Открытие) направлены на предоставление инвестиционных и инвестиционных услуг и доступны для юридических и физических лиц. В онлайн-среде «Открытие Финанс» имеет в своих услугах программу обучения инвестициям и признан самым надежным поставщиком инвестиционно-банковских услуг.

Розничный бизнес (развитие общероссийской филиальной сети позволило «Открытию» расширить свою структуру, что в свою очередь увеличило обороты и позволило обслуживать всех граждан Российской Федерации, проживающих в городах, которые обслуживает банк. Благодаря розничным банковским услугам «Открытие» смогло вырасти из малого и среднего банка в крупнейший банк страны).

К основным правовым документам, регулирующим деятельность банков, относятся законы и нормативные акты Российской Федерации, в том числе. Налоговый и Гражданский кодексы Российской Федерации, Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Закон «О банках и банковской деятельности», Закон «Об акционерных обществах», нормативные акты Банка России (в частности, Закон «Положение о бухгалтерском учете в кредитных организациях Российской Федерации», «Правила эмиссии платежных карт и использования платежных карт при осуществлении операций»).

Банк «ФК Открытие» – является универсальным коммерческим банком с диверсифицированной и сбалансированной структурой бизнеса и высоким качеством управления капиталом. Банк предоставляет инвестиционные услуги, трастовые услуги и посреднические услуги финансовым учреждениям.

В задачи Банка входит торговое финансирование (разовые кредиты, кредитные линии, возобновляемые кредитные линии, мультивалютные кредитные линии), структурирование всех видов платежных, сервисных и внешне-торговых соглашений (валютное хеджирование, международное финансирование, международные торговые соглашения), гарантии, международные аккредитивы, валютные платежи, учет и управление валютой, документы таможенного оформления, иностранная валюта.

Организационная структура банка достаточно сложна, и ее расширение в еще большей степени исходит от акционеров.

Таким образом, Банк не полностью зависит от государства. Акционеры вносят определенный вклад в развитие бизнеса. В этом случае акционеры вносят первоначальный капитал при открытии банка, а прибыль распределяется поровну.

В данном банке руководство состоит из трех направлений: правление; бухгалтерия; наблюдательный совет. Отдел правления состоит из: Президент-Председатель Правления; первый заместитель Президента-Председателя Правления; операционный директор; директор по управлению рисками; клиентский директор; директор по развитию электронного бизнеса; финансовый директор.

Банк «ФК Открытие» – крупный банк со штаб-квартирой в Москве. Основная деятельность банка заключается в предоставлении

комплексных услуг и кредитов корпоративным и частным клиентам. Она также активно занимается инвестиционными услугами и операциями на рынке драгоценных металлов. Основным источником финансирования являются розничные депозиты. С 29 августа 2017 года основным инвестором кредитной организации является Банк России. С 2019 года рынок развивается под брендом «Открытие».

Пандемия дала значительный толчок росту цифровых и дистанционных услуг в экономике. Многие компании перевели свои бизнес-процессы на цифровые технологии, приняли постоянные «удаленные» формы, сосредоточились на онлайн - сервисах и автоматизации, и в результате в некоторых отраслях наблюдался положительный рост во время пандемии.

Исследование банка «Открытие» показало, что российские граждане стали более экономными людьми. Например, 2/3 респондентов признались, что активно ищут в магазинах в первую очередь менее дорогие продукты питания. Примерно столько же граждан во время кризиса стараются вести подробный учет доходов и расходов.

Взаимосвязь кредитных учреждений с другими структурами

Отношения между компанией и банком начинаются, когда одна из них принимает предложение другой о предоставлении определенной услуги. Таким образом, на этапе подготовки такого предложения компания и банк готовятся к диалогу. Иными словами, они готовят собственные документы, в которых прописаны процедуры, условия и основания для оказания услуг. На данном этапе, конечно, трудно предсказать, как будут развиваться отношения между компанией и банком. Взаимодействия, разработанные для жизненного цикла услуг, заканчиваются их реализацией [9, с.74-75].

Когда речь заходит о построении стабильных отношений между банком и компанией, сразу же возникает вопрос: как построить эти отношения? Как показывает практика, существует несколько сценариев, сопровождаемых соответствующими показателями, которые позволяют говорить о том, что компания и банк достигли определенного уровня взаимодействия.

На любом этапе взаимодействия предприятия и банка можно выделить ряд базовых задач, к которым можно отнести:

1. Выяснение проблем, которые существуют.

2. Определение проблем, которые могут быть решены в ближайшее время и в перспективе.

3. Выбор средств решения краткосрочных проблем.

4. Определение возможностей и стратегий решения долгосрочных проблем.

5. Определение эффективности решения проблем для предприятия и банка.

6. Разработку программы развития взаимодействия.

7. Создание, использование и развитие методической базы, обеспечивающей организационные и информационные процессы развития взаимодействия. Чтобы все эти задачи были реализованы, необходимо иметь полное доверие предприятия к банку, а банка к предприятию.

Это доверие основывается, прежде всего, на оценке их текущих и потенциальных финансовых и экономических возможностей. Для этого используется несколько методов. Финансовое здоровье – это самая важная характеристика финансовой деятельности компании. Она определяет конкурентоспособность предприятия и потенциал делового сотрудничества и обеспечивает эффективную реализацию экономических интересов всех участников финансовых отношений, включая само предприятие и его партнеров. Стабильное финансовое положение компании – это не результат везения или удачного стечения обстоятельств, а результат умелого управления, учитывающего все производственные и экономические факторы, определяющие результаты деятельности компании. Отношения между компанией и банком основаны на взаимных интересах и должны быть выгодны обеим сторонам [10, с.81-82]. Они возникают в связи с оказываемыми предприятию платежно-расчетными и кредитными услугами, а также с появлением новых услуг, характерных для рыночной экономики.

Все предприятия, независимо от их организационно-правовой формы, обязаны хранить свободные финансовые средства на счетах в банковских учреждениях в соответствии с условиями своих договоров.

Процедуры и условия получения и выдачи наличных денег определяются каждым банком-переговорщиком компании по согласованию с директором. Каждый год наличные деньги могут храниться в пределах лимита, установленного организацией. Финансирование – это способ предоставления возвратных

средств для удовлетворения потребностей компании, а также традиционная банковская услуга. Во-первых, компания имеет право на получение кредита от банка и любого другого банка, в котором у компании есть счет. Во-вторых, компания получает кредит на основании кредитного договора, в котором определены права и обязанности компании-кредитора. Банк же определяет ответственность за невыполнение обязательств обеих сторон, принимая во внимание выданный кредит и финансовое положение компании [1, с.56-57].

Проблемы, перспективы развития банковской системы и мероприятия по их совершенствованию

Для привлечения возможностей банкам следует применять следующие меры:

1) внедрять смешанные кредитно-депозитные продукты;

2) разрабатывать различные программы кредитования малого бизнеса, в том числе предусматривающих снижение ставок по кредиту;

3) применять продукты, ориентированные на накопление первоначального взноса ипотеке;

4) участвовать в финансировании инвестиций в основной капитал, прежде всего это выражается в инвестиционном кредитовании.

Одной из актуальных социальных проблем является жилье. Стоимость недвижимости в России высока, и большинство россиян не могут позволить себе быстрые покупки из-за низкого дохода. Фиксирование условий долгосрочной ипотеки – привлекательный вариант для тех, кому необходимо накопить деньги для быстрой покупки дома. В настоящее время около 2,5 миллионов семей ожидают покупки жилья, и это число медленно уменьшается со скоростью 5% в год [11, с.54-55].

В Российской Федерации темпы роста доходов населения ниже темпов инфляции. На этом фоне банки сталкиваются с проблемой оттока вкладчиков, которые не желают делать вклады по процентным ставкам, не покрывающим текущий рост цен.

Выделим проблемы развития ипотечного кредитования в ПАО Банк «ФК Открытие»:

1. ограниченность платежеспособного спроса населения. Если не будут приняты симметричные меры по стимулированию жилищного строительства, то цены на жилье будут расти, и решить жилищную проблему будет сложно. Рост цен на жилье может привести к

значительному изменению интереса заемщиков к частным жилищным продуктам. Основными негативными факторами являются переизбыток предложения на рынке недвижимости и продолжающийся рост цен.

2. Законодательство в области недвижимости развивается медленно, и существуют несоответствия между правовыми мерами.

3. Рынок жилья недостаточно развит, а жилищная инфраструктура находится на недостаточном уровне.

4. Многочисленные административные препятствия.

5. Значительную часть источников доходов граждан составляют незадекларированные доходы.

Заключение

Определены особенности организации и функционирования банка. Несмотря на значимость всех элементов банковской системы страны, следует отметить особую роль коммерческого банка как ключевого посредника, выполняющего широкий спектр операций на финансовом рынке.

Развитие банковской системы в тесной связи с производством, распределением и потреблением материальных и нематериальных благ.

Особенностью современной банковской системы является ее рыночный характер функционирования. Учитывая широкий спектр услуг, предоставляемый сегодня банками, границы банковского рынка становятся весьма расплывчатыми. Данное заключение свидетельствует о наличии весьма значительной взаимосвязи и взаимозависимости банковской системы с другими секторами экономики.

Литература

1. Алексеева, Д.Г. Современная банковская система Российской Федерации: учебник для вузов / Д.Г. Алексеева [и др.]; ответственной редактор Д.Г. Алексеева, С.В. Пыхтин. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 290 с.
2. Афанасьева, О.Н. Банковское дело: Современная система кредитования: Учебное пособие для вузов / О.Н. Афанасьева, О.И. Лаврушин, С.Л. Корниенко. – Издательство: КноРус, 2018. – 264 с.
3. Боровкова, В.А. Банковское дело в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.А. Боровкова [и др.]; под редакцией В.А. Боровковой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: издательство Юрайт, 2020. – 422 с.
4. Банковское дело: Учебник / Под ред. Коробовой Г.Г. – М.: Магистр, 2018. – 480 с.
5. Белоглазова, Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка / Г.Н. Белоглазова, Л.П. Кроливецкая. – М.: Юрайт, Высшее образование, 2017. – 424 с.
6. Головин, Ю.В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики. – М.: Финансы и статистика, 2016. С.14.
7. Кроливецкая, Л.П. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник / под ред. Л.П. Кроливецкой; Г.Н. Белоглазова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 252 с.
8. Мартыненко, Н. Н. Банковское дело в 2 частях. Часть 1. – М.: Юрайт, 2020. – 218 с.
9. Романовский, М.В. Финансы и кредит. Учебник для вузов / М. В. Романовский. – М.: Юрайт, 2017. – 627 с.
10. Соколов, Б.И. Банки и банковские операции: учебник и практикум для вузов / В.В. Иванов [и др.]; под редакцией Б.И. Соколова. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 189 с.
11. Стародубцева, Е.Б. Основы банковского дела. Учебник / Е. Б. Стародубцева. –М.: Форум, Инфра-М, 2018. – 288с.
12. Тавасиев, А. М. Банковское дело в 2 частях. Часть 2. Технологии обслуживания клиентов банка. – М.: Юрайт, 2020. – 302 с.

KLEPARSKAYA Kristina Yurevna

Khanty-Mansiysk State Medical Academy,
Russia, Khanty-Mansiysk

NOVOKSHCHENOVA Irina Evgenievna

Associate Professor of Health and Health, PhD,
Khanty-Mansiysk State Medical Academy,
Russia, Khanty-Mansiysk

DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN BANKING SYSTEM (ON THE EXAMPLE OF OTKRITIE FC BANK»)

Abstract. *Today, the relevance of this study is due to the fact that the banking system acts as one of the most important institutions in the market economy, not only providing the state with financial resources, but also can influence the state through accumulation. Therefore, it is very important for modern Russia to create a stable and at the same time flexible banking system to ensure the stable functioning of the state. The modern banking system is represented by a variety of services, ranging from the basic services of each bank-classic deposits and loans, repayment and cash transactions, to modern banking products related to currency and financial transactions.*

Keywords: *central bank, a modern two-tier banking system.*

КОЧЕНОВСКАЯ Алёна Григорьевна

магистрант второго курса направления «Корпоративный учет и финансово-инвестиционный анализ», Институт экономики, государственного управления и финансов, Сибирский федеральный университет, Россия, г. Красноярск

ЦЫРКУНОВА Татьяна Александровна

доцент кафедры бухгалтерского учета и статистики, кандидат экономических наук, Институт экономики, государственного управления и финансов, Сибирский федеральный университет, Россия, г. Красноярск

ЭВОЛЮЦИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КОМПАНИЙ В РОССИИ

Аннотация. Статья посвящена анализу информационных потребностей пользователей публичной нефинансовой отчетности, анализу содержания различных типов нефинансовых отчетов и общей тенденции их развития. В рамках реализации концепции устойчивого развития данная тема становится особенно актуальной, т.к. для компаний становится важным формирование и представление нефинансовой отчетности, которая максимально удовлетворит информационные запросы стейкхолдеров. Выделен ряд пользователей публичной нефинансовой отчетности и их информационных потребностей, проведен анализ содержания основных типов нефинансовой отчетности, выявлены тенденции их развития. По результатам исследования определен тип нефинансовой отчетности, максимально удовлетворяющий запросы пользователей нефинансовой информации; обобщена и усовершенствована структура данного типа отчетности.

Ключевые слова: публичная нефинансовая отчетность, заинтересованные стороны, информационные потребности, интегрированная отчетность.

В настоящее время условием повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности компании является ее вклад в устойчивое развитие. Устойчивое развитие – это концепция развития общества, при которой удовлетворение текущих потребностей человечества осуществляется без ущерба для последующих поколений. В рамках реализации концепции устойчивого развития для компаний стало важным формирование и представление нефинансовой отчетности, так как в ней отражаются показатели деятельности компании в части социального развития, экономической стабильности и экологической ответственности [5]. Фактором, повлиявшим на развитие нефинансовой отчетности, стало то, что на концепцию устойчивого развития обратили внимание заинтересованные стороны –

законодатели, исполнительная власть, профсоюзы, участники рынков и т.д.

Главное назначение публичной нефинансовой отчетности состоит в предоставлении организациями значимой, полной, своевременной, сбалансированной, сопоставимой, надежной и объективной информации об их деятельности по экономическим, экологическим, социальным аспектам и системам управления для удовлетворения информационных потребностей и запросов заинтересованных сторон [2, с. 15].

Публичная нефинансовая отчетность является одним из важных источников данных, на основании которых заинтересованными сторонами могут приниматься решения о взаимодействии с компанией. У каждой стороны свои информационные потребности и цели, в которых они используют нефинансовые данные (табл. 1).

Таблица 1

Информационные потребности заинтересованных сторон

Заинтересованная сторона	Используемая информация	Назначение используемой информации
Руководство, акционеры, инвесторы и кредиторы	Вся информация, которая влияет на стоимость бизнеса, его репутацию и инвестиционную привлекательность. Например, могут рассматривать информацию о лояльности клиентов, о соблюдении законодательства и экологических нормативов и т.п.	Выявление рисков, связанных с объектом инвестирования, а также стремления к тому, чтобы инвестиции не только выполняли свою основную задачу (повышали стоимость капитала), но и работали на благо общества.
Сотрудники и представители профсоюзов	Информация о действиях руководства по охране труда и технике безопасности, по вознаграждениям и социальным программам, т.е. по важным аспектам условий труда.	Определение дальнейших перспектив работы в организации или отстаивания своих прав и улучшения условий труда.
Государственные органы	Информация по всем аспектам, влияющим на социально-экономическую стабильность и рациональное использование окружающей среды.	Предотвращение социальных конфликтов и загрязнения окружающей среды, а также разработки, внедрения и оценки государственных программ и муниципальных политик.
Бизнес-партнеры	Информация по всем аспектам, влияющим на репутацию организации, выполнение ею обязательств и соблюдение принципов этики.	Определение дальнейших перспектив работы с организацией и возможных изменений в условиях сотрудничества.
Потребители	Информация о качестве товаров и услуг, об особенностях производства (например, содержание ГМО, управление отходами, особенности технологий производства, позволяющие сохранить полезные свойства товаров и т.п.)	Принятие решения о приобретении товаров и услуг и дальнейшем взаимодействии с компанией.
Конкуренты	Информация по всем аспектам, влияющим на стоимость бизнеса, репутацию и инвестиционную привлекательность	Сравнение результатов деятельности и разработки новых программ по примеру соперников.
Местные сообщества	Информация о выгодах и (или) проблемах, связанных с присутствием организации (создание рабочих мест, поддержка местной науки, образования, культуры, сохранение природных ресурсов и т.п.).	Принятие решения о сотрудничестве с компанией или наоборот, об отстаивании прав.
Средства массовой информации (СМИ) и некоммерческие организации	Может быть важен очень широкий круг вопросов в области устойчивого развития, который будет зависеть от их целевой аудитории	Информирование общества об экологической и социальной результативности организаций или оценка воздействия компании на окружающую среду и социальные группы.

Таким образом, стейкхолдеры могут рассматривать нефинансовую информацию по совершенно разнообразным аспектам. Однако, все компании выпускают разные типы отчетов

(табл. 2) на свое усмотрение, и поэтому их отчеты чаще всего удовлетворяют информационные потребности не в полном объеме или части заинтересованных сторон.

Таблица 2

Классификация типов нефинансовых отчетов по содержанию

Тип отчетности	Особенности	Популярные формы отчетов
Отчет в определенной области деятельности	Раскрывает информацию о деятельности в одной из областей деятельности: социальной, экологической или еще более узкой, например, отчет по охране труда и обеспечению безопасности или филантропический отчет.	- Социальный отчет; - Экологический отчет;
Комплексный отчет	Наиболее полный по содержанию, раскрывающий информацию о деятельности в трех областях: экономической, социальной и экологической (по принципу триединого итога).	Отчет об устойчивом развитии
Интегрированный отчет	Обеспечивает пользователей как финансовой, так и нефинансовой информацией о стратегии компании, ее достижениях, стиле управления (с экономической и социальной точек зрения), делая акцент на взаимосвязях между этими аспектами.	Годовой интегрированный отчет

Анализ содержания различных типов отчетов позволил выявить основные структурные блоки информации, раскрываемые в отчетах

(табл. 3), и привел к выводу о том, что каждый из отчетов удовлетворяет интересы разного количества стейкхолдеров.

Таблица 3

Типичные структурные блоки информации, раскрываемые в популярных формах нефинансовых отчетов

Аспект	Отчеты в определенной области деятельности		Комплексные отчеты	Интегрированные отчеты
Форма отчета	Социальный отчет	Экологический отчет	Отчет об устойчивом развитии	Годовой отчет
Типичные структурные блоки информации, раскрываемые в отчете	- Обращение совета директоров; - О компании; - Взаимодействие с заинтересованными сторонами (населением места нахождения, партнерами, потребителями, руководством и сотрудниками); - Социальные условия и программы; - Общества соц. сферы; - Контакты.	- Обращение совета директоров; - О компании; - Основные направления и проекты Природоохранной деятельности компании; - Нормативное регулирование в области экологического менеджмента; - Природоохранная деятельность; - Контакты.	- Обращение совета директоров - О компании; - Стратегия устойчивого развития; - Взаимодействие с заинтересованными сторонами; - Корпоративное управление; - Вклад в создание устойчивых отношений с потребителями и поставщиками (операционная эффективность и инновации); - Вклад в развитие безопасных и достойных условий труда; - Вклад в охрану окружающей среды; - Вклад в развитие местных сообществ; - Контакты.	- Обращение совета директоров; - О компании; - Годовые результаты деятельности (финансовые и операционные показатели); - Стратегия развития; - Корпоративное управление; - Взаимодействие с заинтересованными сторонами; - Вклад в создание устойчивых отношений с потребителями и поставщиками (операционная эффективность и инновации); - Вклад в развитие безопасных и достойных условий труда; - Вклад в охрану окружающей среды; - Вклад в развитие местных сообществ; - Контакты.

Отчеты в определенных областях деятельности (социальный, экологический) не могут удовлетворять интересы всех стейкхолдеров, они раскрывают нефинансовую информацию лишь в соответствующих сферах деятельности, т.е. они могут захватывать лишь долю интересующих стейкхолдеров данных. Например, экологический отчет может удовлетворять часть информационных интересов руководства и акционеров, инвесторов и кредиторов, государственных органов, бизнес-партнеров, местных сообществ и СМИ и при этом совсем не иметь информационной ценности для потребителей или внутренних сотрудников.

Комплексные отчеты охватывают более существенную часть нефинансовой информации с разных областей, которая закрывает информационные интересы большего количества стейкхолдеров и уже в более значительном размере. Например, отчет об устойчивом развитии отражает показатели в областях экологии, экономики, корпоративного управления и социальной сферы. Такой вид отчетности удовлетворяет уже как минимум часть информационных интересов каждой из заинтересованных сторон, описанных выше.

Интегрированная отчетность раскрывает самый широкий спектр информации в одном документе: о финансовом, о человеческом, о производственном, об интеллектуальном, природном и социальном капиталах компаний. Анализ публикуемых интегрированных отчетов приводит к выводу, что именно интегрированная отчетность позволяет удовлетворить одновременно максимальное количество информационных потребностей пользователей нефинансовой отчетности. В этом типе отчетности раскрываются нефинансовые показатели всех важных областей деятельности, и есть возможность оценить их взаимосвязь с финансовыми данными по соответствующим вопросам стейкхолдеров.

Общая история развития нефинансовой отчетности и база нефинансовых отчетов в Национальном регистре Российского союза промышленников и предпринимателей (далее РСПП) [4] позволяют отследить тенденцию перехода от отчетов в определенных областях деятельности к комплексным, а сейчас частичного перехода от комплексных к интегрированным. Сначала были популярны отдельные социальные и экологические отчеты [3, с. 178]. С них начиналось развитие нефинансовой отчетности, но они удовлетворяли узкий круг

вопросов заинтересованных сторон в какой-либо сфере. Со временем многие компании стали выпускать комплексные отчеты – «Отчеты об устойчивом развитии». За последние 10 лет их было опубликовано больше всего (343 из 878) и на сегодняшний день данный тип отчетности является самым популярным.

Однако, в последнее время компании все больше стали формировать и публиковать интегрированные отчеты, которые раскрывают в одном документе как финансовую, так и нефинансовую информацию: о финансовых результатах компании за год, об операционных показателях, о вкладе в устойчивое развитие, в обеспечение безопасных и достойных условий труда, о вкладе в противодействие коррупции, в охрану окружающей среду, в развитие местных сообществ и т.д.

Интегрированная отчетность является самой обширной по объему раскрываемой в ней информации, используемой заинтересованными сторонами. И в то же время она является самой удобной в изучении, т.к. все результаты как финансового, так и нефинансового характера, систематизированы и изложены в одном отчете. Многие компании, поняв преимущества и перспективы такой отчетности, стали применять ее на практике [7, с. 99].

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы: тенденция перехода от узконаправленных нефинансовых отчетов к более широкому свидетельствует о том, что компании становятся все более информационно открытыми в своей деятельности и стараются удовлетворить информационные потребности максимального количества заинтересованных сторон. Ведь чем более широкий спектр вопросов охватывает их нефинансовая отчетность, тем выше уровень удовлетворенности интересов ее пользователей [6, с. 62]. Интегрированная отчетность является лучшим типом нефинансовой отчетности для удовлетворения максимального количества информационных потребностей заинтересованных сторон. Она должна составляться как отдельный итоговый отчет взамен добровольно формируемых корпорациями отчетов об устойчивом развитии или иных форм нефинансовой отчетности (экологической, социально-правовой и т.д.).

По результатам исследования содержания разных публикуемых интегрированных отчетов (ПАО «Татнефть», ОАО «Севернефтегазпром», «En+ Group», «ОМК», ПАО «МРСК Сибири» и др.) нами была обобщена и

скорректирована структура разделов отчета, которая позволяет максимально удовлетворять потребности в информации заинтересованных групп лиц (табл. 4). Было целесообразно модернизировать структуры интегрированных

отчетов путем объединения нескольких из часто представляемых отдельных элементов в один раздел и добавления обязательных для всех подразделов, которые раскрывают нужную для пользователей информацию.

Таблица 4

Разделы разработанной структуры отчета и их содержание

Раздел	Информация, раскрываемая в рамках раздела
1) Обзор компании	О компании; Обращение Генерального директора и т.п. лиц; фундаментальные факторы инвестиционной привлекательности; положение в отрасли и география деятельности; стратегия развития; бизнес-модель; главные события и ключевые показатели отчетного периода.
2) Корпоративное управление	Структура корпоративного управления; Общее собрание акционеров; Совет директоров и др. органы правления; Система комплаенса.
3) Финансовые и операционные результаты деятельности	Финансовая отчетность; Оценка финансовых результатов; Операционные показатели деятельности (в т. ч. отраслевые).
4) Устойчивое развитие	Приоритеты и стратегия устойчивого развития; система управления рисками; взаимодействие с заинтересованными сторонами; соблюдение этики и прав человека, показатели операционной эффективности и инновации; взаимодействие с сотрудниками; охрана окружающей среды; вклад в противодействие коррупции; развитие местных сообществ; благотворительность; операционные показатели деятельности в рамках устойчивого развития.
5) Заключение	Принципы подготовки отчета; раскрытие информации; формы обратной связи; приложения; глоссарий; контакты.

Компании раскрывают часть аспектов из второго столбца таблицы 4, т.к. на сегодняшний день все нормативные документы, регулирующие процесс подготовки и формирования интегрированной отчетности, носят рекомендательный характер и компании сами разрабатывают для себя структуру интегрированного отчета. Нами предложена пять основных крупных разделов, в рамках которых обязательно должна быть раскрыта подробно информация по пунктам, перечисленным во втором столбце. Каждый из пунктов может быть раскрыт еще рядом подпунктов в зависимости от осуществляемой деятельности в рамках рассматриваемых вопросов.

Логика построения такого порядка разделов позволит пользователям отчета сначала ознакомиться с общей информацией о деятельности компании и ее положением во внешней среде, с ее руководством и структурой управления, операционными и финансовыми показателями и результатами деятельности, и далее с нефинансовыми показателями и направлениями деятельности в рамках устойчивого развития. Таким образом получится сформировать структурированную и максимально открытую «картину» о деятельности компании, которая

удовлетворит все информационные потребности заинтересованных сторон в одном отчете.

Пока интегрированная отчетность находится на этапе становления, поэтому преобладающим количеством публикации обладают комплексные отчеты. Однако, в будущем интегрированная отчетность сможет заменить многие отчеты для большинства компаний. Это станет большим плюсом и сократит время на процедуру составления отчета, позволит более творчески подходить к его составлению. Переход к ней приведет к более широкому пониманию связей компаний с общественностью, инвесторами, государственными органами и другими регуляторами рынка, т.е. к открытым отношениям компаний с заинтересованными сторонами.

Литература

1. Анаев А.А. Сущность, стандарты и процессы подготовки нефинансовой отчетности // Аудит и финансовый анализ. 2009. С. 13-18.
2. Казакова Н.А. Публичная нефинансовая отчетность в области устойчивого развития как источник информации и объект аудиторских услуг в условиях цифровой экономики // Аудитор. 2019. №12. С. 11-20.

3. Молчанова В.А., Осикова Д.М. Перспективы развития нефинансовой корпоративной отчетности // Белгородский экономический вестник. 2019. С. 175-182.

4. Национальный регистр публичной нефинансовой отчетности Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://rspp.ru/tables/non-financial-reports-library/>

5. Проект Федерального закона "О публичной нефинансовой отчетности". URL:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=172090#09182190544092776> (дата обращения: 19.05.2021)

6. Рудакова Т.А., Трубоченкова Е.И. Интегрированная отчетность как информационный источник группы взаимосвязанных организаций // Экономика, профессия, бизнес. – 2017. – С. 59-64.

7. Сацук Т.П. Структура интегрированной отчетности корпорации // Бюллетень результатов научных исследований. 2020. С. 101-110.

KOCHENOVSKAYA Alyona Grigoryevna

second year master's student of Corporate Accounting and Financial and Investment Analysis,
Institute of Economics, Public Administration and Finance,
Siberian Federal University, Russia, Krasnoyarsk

TSYRKUNOVA Tatyana Alexandrovna

Associate Professor of the Department of Accounting and Statistics,
PhD in Economic Sciences, Institute of Economics, Public Administration and Finance,
Siberian Federal University, Russia, Krasnoyarsk

EVOLUTION OF NON-FINANCIAL REPORTING OF COMPANIES IN RUSSIA

Abstract. *The article is devoted to the analysis of the information needs of users of public non-financial reports, the analysis of the content of various types of non-financial reports and the trends of their development. As part of the implementation of the concept of sustainable development, this topic becomes especially relevant, since it becomes important for companies to form and present non-financial reports that will maximally satisfy the information requests of stakeholders. A number of users of public non-financial reporting and their information needs are identified and considered, the content of the main types of non-financial reporting is analyzed, and the main trend of their development is identified. Based on the results of the study, the type of non-financial reporting that best meets the needs of users of non-financial information was determined; the structure of this type of reporting was generalized and improved.*

Keywords: *public non-financial reporting, stakeholders, information needs, integrated reporting.*

МУСИНА Алина Ириковна

студентка лечебного факультета,

Ханты-Мансийская государственная медицинская академия, Россия, г. Ханты-Мансийск

ВАСИЛЬЕВА Яна Евгеньевна

студентка лечебного факультета,

Ханты-Мансийская государственная медицинская академия, Россия, г. Ханты-Мансийск

НОВОКЩЕНОВА Ирина Евгеньевна

доцент кафедры здоровья и здравоохранения, кандидат медицинских наук,

Ханты-Мансийская государственная медицинская академия, Россия, г. Ханты-Мансийск

ИССЛЕДОВАНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ КАК НОВОЙ ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ДЕНЕГ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В настоящей работе изложены материалы теоретического учения о криптовалюте, ее свойствах и технологии блокчейна. Целью данной статьи является исследование виртуальной валюты как новой формы проявления денег в рыночной экономике. Рассмотрены проблемы внедрения криптовалюты в национальную платежную систему, а также преимущества и недостатки ее использования.

Ключевые слова: криптовалюта, криптовалютная биржа, биткоин, смарт-контракт, блокчейн, майнинг, токен.

Введение

Привлекательной особенностью платежей в криптовалюте является то, что транзакции между организациями совершаются напрямую, без участия посредников, без привлечения финансовых учреждений. С учетом этого фактора популярность криптовалюты в мире все больше растет, что подтверждается объемом капитализации рынка криптовалют, который к 2020 году достиг 200 миллиардов долларов [16].

С другой стороны, введение института криптовалют представляет собой угрозу для существующей традиционной финансовой системы, которая больше не может игнорировать постепенное расширение криптоэкономики. Этот факт признают и международные финансовые организации. Так, Кристин Лагард, когда она была главой Международного валютного фонда, отметила в своем интервью, что «грядут серьезные изменения, когда масса криптовалют и токенов будет выполнять функции, характерные для кредитных организаций» [13].

Однако, несмотря на положительные отзывы и внушительные объемы капитальных вложений, этот финансовый инструмент из-за своей волатильности и отсутствия регулирования вызывает множество споров и сомнений в

его жизнеспособности в качестве альтернативы существующим финансовым выплатам. И здесь следует отметить, что в мире, в том числе в России, до сих пор нет единого подхода в части признания виртуальной валюты средством платежа и регулирования ее оборота из-за отсутствия кредита доверия. Весомая часть населения считает, что в интернете оперирует огромное количество мошенников, которые безнаказанно способны проворачивать свои махинации. Создатели криптовалюты предусмотрели такой исход, и в целях предотвращения разработали Смарт-контракты.

Смарт-контракты

Смарт-контракт – компьютерная программа, которая выполняет соглашения, заключенные между двумя и более сторонами, в результате которых, при выполнении тех или иных условий происходят определенные действия. У каждого умного контракта есть свой адрес, через который с ним можно взаимодействовать, отправляя транзакции с различными параметрами. Самую первую транзакцию отправляет создатель контракта. Например, случайный человек из интернета предлагает вам отправить ему свои USDT взамен на такое же количество USDC. USDT и USDC это разные

криптовалюты, обладающие одинаковой ценностью.

Ничто не мешает этому человеку не выполнить обещания и исчезнуть. Но если мы производим обмен через умный контракт, то последовательность действий следующая:

1. В него поступает N (число) USDT с некоего адреса, то на тот же адрес контракт посылает N USDC;

2. Если на балансе контракта меньше USDT, чем N (то есть, контракту не хватит монет, чтобы произвести обмен), то транзакция отменяется, и N USDT остаются у пользователя.

Таким образом, дальнейшее развитие криптовалюты в мире требует более глубокого понимания сути и рисков от ее использования, а также определения их роли в современной экономической системе.

Биткойн

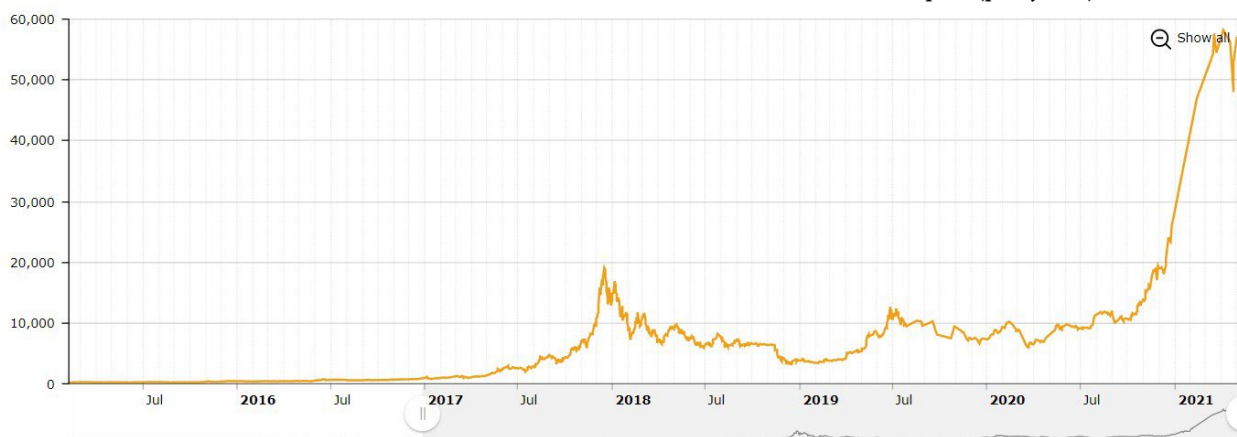


Рис. Курс Биткойна по отношению к доллару
(источник литературы: <https://mainfin.ru/crypto/chart-bitcoin>)

Существует множество факторов, влияющих на сильную волатильность биткойна, и макроэкономические факторы здесь не имеют особого влияния на стоимость криптовалют. В основном они подразделяются на фундаментальные и новостные группы. И в этом случае наиболее важным из них является группа новостей. Как правило, трейдеры следят за всеми новостями об обороте криптовалюты, будь то мнение авторитетного эксперта, запуск новой криптовалюты или легализация оборота криптовалюты в некоторых странах. Рынок криптовалюты очень быстро реагирует на все эти сигналы.

Конечно, несмотря на свою уникальность, криптовалюта подчиняется пресловутому закону спроса и предложения. Таким образом, держатели биткойна, когда его стоимость достигла 20 000 долларов, начали массовые

Общая капитализация криптовалюты на 13 мая 2020 года, по данным Coinmarketcap, составила 243 миллиарда долларов [16]. Самым распространенным и известным из них является биткойн. Согласно условиям, изложенным в алгоритме функционирования биткойна, устанавливается лимит на его добычу. Максимальный объем его добычи – 21 миллион биткойнов, из которых уже добыто более 18 миллионов биткойнов. [9, с. 79]. По приблизительным оценкам экспертов, общая эмиссия биткойнов закончится в 2140 году. Биткойн также является самой дорогой криптовалютой, ее стоимость на 13.05.2020 превысила 8000 долларов. Однако стоимость биткойна подвержена резким колебаниям. Так, если в январе 2017 года цена одного биткойна составляла около 1000 долларов, то в декабре того же года она подскочила до 20000 долларов (рисунок).

продажи, что привело к падению цены. Однако основным сдерживающим фактором в развитии криптовалюты является позиция государственных финансовых регуляторов, которые не хотят терять контроль над денежно-кредитной политикой своих стран.

После биткойна лидирующее место занимает криптовалюта под названием «Ethereum». Основателем этой криптовалюты является канадско-российский предприниматель Виталик Бутерин [1, с.21-24]. В отличие от биткойна, эфириум – это не только средство платежа, но и элемент регистрации транзакций и обмена собственности. Этот фактор говорит о том, что Ethereum имеет большой потенциал роста.

Замыкает тройку лидеров проверенная надежная и экономичная криптовалюта под названием Tether (USDT) – таблица.

Таблица

Рейтинг криптовалют по уровню капитализации (составлен на 14.06.2021г)

№	Наименование	Рыночная капитализация	Цена за ед., руб.	Объем оборота за 24 ч, млрд. руб.
1.	Bitcoin (BTC)	₽53,137,544,870,479	₽2,847,152.80	₽3,221,349,662,281 1,135,751 BTC
2.	Ethereum (ETH)	₽20,861,049,185,620	₽180,164.23	₽1,892,180,696,758 10,547,705 ETH
3.	Tether (USDT)	₽4,522,332,400,239	₽72.23	₽4,696,252,635,159 64,998,858,394 USDT
4.	Binance Coin	₽3,952,458,862,840	₽25,865.46	₽163,634,124,778 6,352,212 BNB

Примечание – Составлено авторами по данным источника: <https://coinmarketcap.com/ru/currencies/bitcoin/historical-data/>

Сбор средств

Криптовбиржа – это платформа для покупки и продажи криптовалют и токенов. Кроме торговли, биржи позволяют хранить и обменивать криптовалюты [5].

Помимо объема торгов, определяющим фактором надежности криптовалютной биржи являются отзывы трейдеров. Обсуждения проходят на крупнейших форумах, где формируется рейтинг криптобирж.

Лидерство криптобиржи Binance очень четко прослеживается как по объему торгов, так и по отзывам трейдеров. По мнению экспертов, причиной привлекательности этой криптобиржи являются низкие комиссионные за торговлю на ней и высокая скорость обработки транзакций.

Проанализировав ситуацию с налогообложением криптовалюты, можно сделать вывод, что единый концептуальный подход к налоговому администрированию криптовалютных транзакций в мире еще не разработан. Эксперты говорят, что основной причиной такой неопределенности подходов является анонимность участников криптовалютных транзакций, поскольку очень сложно установить личность пользователей криптовалютных транзакций и отследить факт получения ими дохода из-за экстерриториальности транзакций.

Обобщая анализ зарубежного опыта правового регулирования криптовалюты и ее оборота, можно прийти к выводу, что, несмотря на разный уровень правового регулирования операций с криптовалютой, институт криптовалюты постепенно завоевывает свое место в мировой экономике. Об этом наглядно свидетельствуют определенные сигналы, поступающие из США и Японии, лидеров мировой экономики, которые планируют в ближайшее время

запустить в официальный оборот национальные криптовалюты. Возможно, мы находимся на пороге крупной финансовой революции в мировой экономике.

Итак, в ходе исследования было обнаружено, что масштабы и сущность криптовалюты могут принимать разные формы. Криптовалюта – это универсальный финансовый инструмент, который может выступать не только в форме денег, но и как товар, собственность, учетная единица в информационной системе, суррогат и как средство накопления.

Свойства криптовалюты

По своим индивидуальным характеристикам, в частности конвертируемости, возможности проводить онлайн-транзакции, он схож с электронными деньгами, но при этом между ними есть существенные различия в части децентрализации системы, отсутствия эмиссии криптовалюты и исключения финансовых посредников при совершении платежей в криптовалюте.

К отрицательным качествам криптовалюты можно отнести ее высокую волатильность.

Несмотря на волатильность, общая капитализация имеет тенденцию к росту. Основная причина повышения уровня капитализации, по мнению экспертов, – внедрение института ICO – механизма привлечения инвестиций с помощью криптобирж. Каждый год в мире появляются новые виды криптовалют, и их количество с каждым годом растет. На данный момент количество криптовалют, выставленных на различных криптовалютных биржах, составляет более 5 тысяч.

Исследование показало, что важным фактором развития криптовалюты является наличие законодательства в области оборота криптовалюты и ее правовой статус. В странах, где

правовой статус криптовалюты уже законодательно определен, рынок развивается быстрее. В связи с этим предлагается внести в Закон «Об информатизации» - норму, описывающую понятие блокчейна, и изложить ее следующим образом: блокчейн – это информационно-коммуникационная технология, обеспечивающая неизменность информации в децентрализованных данных.

Блокчейн

Блокчейн (от англ. «chain»- сеть). Иначе говоря, сеть – это пространство, где совершаются операции с токенами, а технический стандарт токена – это правила, по которым эти операции совершаются.

ERC20, BEP20, TRC20, OMNI и BEP2 – сети.

ERC-20, BEP-20, TRC-20, BEP-2 – технические стандарты токенов.

Сеть ERC20 является одной из наиболее популярных сетей, это основная сеть Ethereum. Из недостатков сети можно выделить разве что сравнительно высокие комиссии.

Говоря о технических стандартах токенов в сети ERC20, можно назвать:

ERC-20 – стандарт, который использует подавляющее большинство токенов в блокчейне Ethereum.

ERC-223 – это улучшенная версия ERC-20. Работа токена по этому стандарту предотвращает возможную отправку токенов на адрес смарт-контракта, а не кошелька. Ведь адреса смарт-контрактов и кошельков имеют один формат, и отправка токенов на адрес контракта может привести к их потере.

ERC-721 – это технический стандарт токена, главным применением которого являются операции с NFT (невзаимозаменяемый токен).

ERC-777 (и ERC-820) – это улучшенная версия ERC-223. Здесь мы объединили два стандарта, так как они оба являются улучшенными версиями ERC-223, только ERC-820 – это более новый стандарт.

Блокчейн упрощенно можно представить, как большую книгу учёта, страницы в этой книге – блоки, строки – транзакции.

Для того чтобы записать строки – транзакции в книгу – блокчейн, нам нужна страница – блок. Именно для этого майнеры и ищут блоки(майнинг).

Майнинг

Майнинг – это фундамент работы криптовалют, основанных на Proof of work алгоритме консенсуса. Алгоритм консенсуса – это способ, которым участники сети приходят к согласию

насчёт результата какой-либо операции. Например, добычи нового блока.

Постараемся максимально понятно объяснить суть майнинга языком аналогий.

Представим, что Вы поспорили с другом на 100 рублей, утверждая, что сможете отжаться больше раз, чем Ваш друг. Как узнать, кто выиграл спор? Существует единственный способ сделать это: нужно, чтобы и Вы и Ваш друг отжались максимальное количество раз, отжавшийся большее количество раз получает награду – 100 рублей. Каким бы забавным это могло бы ни показаться, но это есть ничто иное, как аналогия на майнинг Биткоина!

100 рублей в споре – это награда за найденный блок, Вы и Ваш друг – соревнующиеся за поиск блока майнеры (майнинговые пулы), а Ваше соревнование в количестве отжиманий – алгоритм консенсуса.

В чем преимущество такого способа определения победителя (алгоритма консенсуса)?

Прийти к истине можно только практически, то есть совершив работу. Предугадать, какое точное количество раз отождметесь Вы или Ваш друг, невозможно.

Вообразим другую ситуацию. На кону стоят всё те же 100 рублей, только условия в этом случае другие: теперь выигрыш получит тот, кто первый отождмется 1.000.000.000 раз. Для упрощения задачи Вы, как и Ваш друг, можете позвать друзей – собрать команду. Количество отжиманий в команде складывается.

Такие команды, объединения майнеров, называются майнинговыми пулами. Майнеры так же объединяются в "команды" и пытаются найти блок.

В итоге выигрывает команда та, которая первой отжалась 1.000.000.000 раз, победители забирают приз в 100 рублей, который должен быть честно разделен между участниками команды. Как разделить выигрышные 100 рублей? Справедливо будет распределить среди участников команды относительно их вклада в общее количество отжиманий.

Аналогичная ситуация происходит и в майнинге. Награда майнингового пула за нахождение блока так же, как и 100 рублей в нашем примере, делится между участниками пула в зависимости от их вклада в общую итоговую мощность пула.

В основе поиска блока лежит одно из интереснейших понятий информационных технологий – хэш функции.

Хэш функции – это функции, которые при пропуске через себя каких-либо данных возвращают результат постоянной фиксированной длины.

Например, хэш функция sha-256: Исходные данные: Musina and Vasilieva Хэш значение: f6f990d243f248c89e97111c3fcb9e71d4953888a2494f181562f9c17bd4f0ee

Увеличим объем исходных данных: Исходные данные: Musina and Vasilieva Musina and Vasilieva Musina and Vasilieva Musina and Vasilieva Musina and Vasilieva Хэш значение: e1e06b188b181b10f252d291571e6a842180dfb8bf1c5797184884c83930a039

Как Вы можете заметить, длина хэша осталась такой же.

Три главных свойства хэш функций:

1. Одинаковые исходные данные всегда дают одинаковый хэш. То есть хэш двух слов "Musina and Vasilieva" всегда будет "f6f990d243f248c89e97111c3fcb9e71d4953888a2494f181562f9c17bd4f0ee". При изменении исходных данных будет изменяться и хэш значение.

2. Предугадать, каким будет хэш после изменения, невозможно. Единственный способ узнать его – прогнать исходные данные через хэш функцию.

3. Из полученного хэша невозможно получить исходные данные.

Вывод

Таким образом, на данный момент сложно предугадать развитие использования криптовалют, потому что это достаточно новый и уникальный финансовый инструмент, впервые появившийся на свет в 2008 году. В связи с этим государственный аппарат на данный момент не может в полной мере оценить все нюансы и возможности использования криптовалют. Более того, остается открытым вопрос правового регулирования «цифрового золота». Перспективы использования крипторубля среды населения тоже неоднозначны. И все же, криптовалюта имеет огромный потенциал, который будет реализован при последующей информатизации общества.

Литература

1. Арутюнян В.А. Эфир как элемент сетевой экономики – валюта будущего? // Труды X Международной зимней школы по институциональной экономике. – 2017. – С. 21-24.

2. Воронов М.П., Часовских В.П. Blockchain – основные понятия и роль в цифровой экономике // Современные проблемы науки и образования. – 2017. – №. 9-1. – С. 30-35.

3. В США думают о полной легализации криптовалют // [Электронный ресурс]. (дата обращения: 12.06.2021)

4. Долгиева М. М. Зарубежный опыт правового регулирования отношений в сфере оборота криптовалюты // Lex Russia. – 2018. – № 10 (143).

5. Криптовалютные биржи. Рейтинг 15 лучших криптобирж на 2020 год // [Электронный ресурс]. (дата обращения: 12.06.2021)

6. Криптовалюты и блокчейн как атрибуты новой экономики // [Электронный ресурс]. (дата обращения: 12.06.2021)

7. Кузнецов В.А., Якубов А.В. О подходах в международном регулировании криптовалют (Bitcoin) в отдельных иностранных юрисдикциях // Деньги и кредит. – 2016. – №. 3. – С. 20-29.

8. Любшина Д. С., Золотарюк А. В. Криптовалюта как инновационный инструмент мировой торговли // Интерактивная наука. – 2016. – № 10.

9. Пехтерева Е.А. Перспективы использования технологии блокчейн и криптовалюты в России // Экономические и социальные проблемы России. – 2018. – №. 1.

10. Пинская М.Р., Цаган-Манджиева К.Н. Налогообложение доходов от деятельности, связанной с криптовалютами // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – Т. 11. – №. 2.

11. Пономоренко В.Е. Виртуальные валюты в понимании международных организаций и национальных юрисдикций // Международное право и международные организации / International Law and International Organizations. – 2016. – №. 3. – С. 296-302.

12. Свон М. Блокчейн. Схема новой экономики. – Litres, 2019.

13. Cryptocurrencies are 'clearly shaking the system,' IMF's Lagarde says // [Электронный ресурс]. (дата обращения: 12.06.2021)

14. Virtual currency schemes – a further analysis // [Electronic source]

15. Japanese Law Translation // Copyright © 2020 Ministry of Justice, Japan. [Electronic source]. (дата обращения: 12.06.2021)

16. Top 100 Cryptocurrencies by Market Capitalization // [Электронный ресурс]. (дата обращения: 12.06.2021)

MUSINA Alina Irikovna

Student, Khanty-Mansiysk State Medical Academy, Russia, Khanty-Mansiysk

VASILYEVA Yana Evgenievna

Student, Khanty-Mansiysk State Medical Academy, Russia, Khanty-Mansiysk

NOVOKSHCHENOVA Irina Evgenievna

Associate Professor of Health and Health, PhD in medical sciences,
Khanty-Mansiysk State Medical Academy, Russia, Khanty-Mansiysk

RESEARCH OF CRYPTOCURRENCY AS A NEW FORM OF MONEY MANIFESTATION IN THE MARKET ECONOMY

Abstract. *This paper presents the materials of the theoretical teaching about the cryptocurrency, its properties and blockchain technology. The purpose of this article is to study virtual currency as a new form of money manifestation in the market economy. The problems of introducing cryptocurrency into the national payment system, as well as the advantages and disadvantages of its use, are considered.*

Keywords: *cryptocurrency, cryptocurrency exchange, bitcoin, smart contract, blockchain, mining, token.*

ОБРАЗОВАНИЕ, ПЕДАГОГИКА

ГОСТИЩЕВА Евгения Сергеевна

учитель-дефектолог, Белгородский областной дом ребёнка специализированный,
Россия, г. Белгород

НЕТРЕБЕНКО Алла Владимировна

учитель-дефектолог, Белгородский областной дом ребёнка специализированный,
Россия, г. Белгород

ОЛЕЙНИКОВА Александра Петровна

учитель-дефектолог, Белгородский областной дом ребёнка специализированный,
Россия, г. Белгород

РАННЯЯ КОМПЛЕКСНАЯ ПОМОЩЬ ДЕТЯМ С СИНДРОМОМ ДАУНА

Аннотация. Статья посвящена способам ранней комплексной помощи детям с синдромом Дауна.

Ключевые слова: помощь, дети, синдром Дайна, умственная отсталость.

«Синдром Дауна» – самая распространенная из всех известных на сегодняшний день форма хромосомной патологии. Около 20% тяжёлых форм поражений центральной нервной системы связано с генетическими нарушениями. Среди этих заболеваний ведущее место занимает синдром Дауна, при котором умственная отсталость сочетается со своеобразной внешностью. Впервые описан в 1866 году Джоном Лэнгдоном Дауном под названием «монголизм». Встречается с частотой один случай на 500-800 новорожденных вне зависимости от пола.

Синдром Дауна диагностируют очень рано, практически с момента рождения ребёнка, поэтому с первых дней жизни такого ребёнка, необходимо окружать его вниманием и заботой.

Характерной особенностью ребёнка с синдромом Дауна, является замедленное развитие.

Между людьми с синдромом Дауна больше различий, чем сходства. У них много черт, унаследованных от родителей, и они похожи на своих братьев и сестёр.

Однако, наряду с этими личными особенностями, у них наблюдаются определённые физиологические черты, общие для всех людей с синдромом Дауна.

Особую проблему представляют трудности с

обучением. Это означает, что учиться им труднее, чем большинству людей одного с ним возраста.

Но чем же вызван синдром Дауна? В 1959 году французский профессор Лежен доказал, что синдром Дауна связан с генетическими изменениями, вызванными наличием лишней хромосомы. Обычно в каждой клетке находится 46 хромосом, половину которых мы получаем от матери, а половину от отца.

У человека с синдромом Дауна лишняя 21-я хромосома, в итоге – 47. В результате наблюдаются нарушения в росте и психо-физическом развитии ребёнка.

Интеллектуальные возможности ребёнка с синдромом Дауна, как и его возможности в других областях развития, в прошлом недооценивались. Последние научные работы опровергают многие сделанные ранее заключения, в том числе, утверждение, что дети с синдромом Дауна обычно имеют сильно выраженное или глубокое отставание в умственном развитии.

В соответствии с данными современных исследований, степень отставания большинства детей с синдромом Дауна находится в пределах от лёгкой до средней. Интеллектуальную деятельность некоторых детей можно назвать пограничной или находящейся в пределах между

низкой и средней, и только совсем немногие дети имеют сильно выраженную задержку интеллектуального развития. Из этого следует, что у детей с синдромом Дауна умственные возможности могут колебаться в широком диапазоне.

Ещё одно неверное представление связано с процессами, происходящими в зрелом возрасте. Считалось, что с возрастом умственные способности людей с синдромом Дауна постепенно снижаются. Однако, наблюдения ученых в течение нескольких лет за группой людей с синдромом Дауна, не обнаружили наличия этого явления. На основании последней информации можно заключить, что сейчас на будущее детей с синдромом Дауна можно, безусловно, взглянуть более оптимистично, чем когда-либо раньше.

Факторы, затрудняющие обучение:

- Отставание в моторном развитии – в развитии тонкой и общей моторики;
- Возможные проблемы со слухом и зрением;
- Проблемы с развитием речи;
- Слабая кратковременная слуховая память;
- Более короткий период концентрации;
- Трудности овладения и запоминания новых понятий и навыков;
- Трудности с умением обобщать, рассуждать и доказывать;
- Трудности с установлением последовательности (действий, явлений, предметов и др.).

Проблемы со зрением. Хотя дети с синдромом Дауна обычно имеют хорошие способности к наглядному обучению могут использовать их для прохождения учебной программы, многие имеют тот или иной недостаток зрения 60–70%. Дети в возрасте до 7 лет должны носить очки.

Проблемы со слухом. Многие дети с синдромом Дауна испытывают некоторый недостаток слуха, особенно в первые годы жизни. До 20% детей могут иметь сенсо-невральную потерю слуха, вызванную дефектами развития уха и слухового нерва. Уровень слухового восприятия может меняться в течение дня.

Проблемы с развитием речи.

Дети с синдромом Дауна имеют недостатки развития речи (как в произношении звуков, так и в правильности грамматических конструкций). Отставание в развитии речи вызвано комбинацией факторов, из которых часть

обусловлена проблемами в восприятии речи и в развитии познавательных навыков. Любое отставание в восприятии и использовании речи может привести к задержке интеллектуального развития.

Общие черты отставания в развитии речи:

- меньший словарный запас, приводящий к менее широким знаниям;
- пробелы в освоении грамматических конструкций;
- способность скорее осваивать новые слова, чем грамматические правила;
- большие, чем обычно, проблемы в изучении и использовании общепринятой речи;
- трудности в понимании заданий.

Кроме того, сочетание меньшей ротовой полости и более слабой мускулатуры рта, и языка физически затрудняют произношение слов; и чем длиннее предложение, тем больше возникает проблем с артикуляцией.

Для таких детей проблемы в развитии речи часто означают, что они фактически получают меньше возможностей и участвовать в общении. Взрослые имеют тенденцию задавать им вопросы, не требующие ответов, а также заканчивать за них предложения, не помогая им сказать самим или не давая им для этого достаточно времени. Это приводит к тому, что ребенок получает:

- меньше речевого опыта, который позволил бы ему выучить новые слова структуры предложения;
- меньше практики, которая делала бы его речь более понятной.

Мышление. Глубокое недоразвитие речи этих детей (выраженные повреждения артикуляционного аппарата, заикание) часто маскирует истинное состояние их мышления, создает впечатление более низких познавательных способностей. Однако при выполнении невербальных заданий (классификация предметов, счетные операции и пр.) некоторые дети с синдромом Дауна могут показывать те же результаты, что и другие воспитанники. В формировании способности к рассуждению и выстраиванию доказательств дети с синдромом Дауна испытывают значительные затруднения. Дети труднее переносят навыки и знания из одной ситуации на другую. Абстрактные понятия, в учебных дисциплинах недоступны для понимания. Также может быть затруднено умение решать возникшие практические проблемы. Ограниченность представлений, недостаточность умозаключений, лежащих в основе

мыслительной деятельности, делают для многих детей с синдромом Дауна невозможным обучение отдельных школьных предметов.

Память характеризуется гипомнезией (уменьшенный объём памяти), требуется больше времени для изучения и освоения новых навыков, и для заучивания и запоминания нового материала. Недостаточность слуховой кратковременной памяти и обработки информации, полученной на слух.

Внимание. Неустойчивость активного внимания, повышенная утомляемость и истощаемость, Короткий период концентрации внимания, дети легко отвлекаются, истощаются.

Воображение. Образ не возникает в воображении, а воспринимается лишь зрительно. Способны соотносить части рисунка и, однако, соединять их в целое изображение не могут.

Поведение. Характеризуется, в основном послушанием, легкой подчиняемостью, добродушием, иногда ласковостью, готовностью делать то, что их попросят. Дети легко вступают в контакт. Может встречаться и разнообразные поведенческие расстройства.

Эмоции. У детей с синдромом Дауна отмечаются сохранность элементарных эмоций. Большинство из них ласковы, привязчивы. Некоторые выражают положительные эмоции ко всем взрослым, вступают с ними в контакт, некоторые – преимущественно к тем, с которыми они постоянно общаются. У детей положительные эмоции наблюдаются чаще, чем отрицательные. При неудаче они обычно не огорчаются. Не всегда могут правильно оценить результаты своей деятельности, и эмоция удовольствия обычно сопровождает окончание задания, которое при этом может быть выполнено неправильно. Доступны страх, радость, грусть. Обычно эмоциональные реакции по глубине не соответствуют причине, вызвавшей их. Чаще они выражены недостаточно ярко, хотя встречаются и слишком сильные переживания по незначительному поводу.

В личностном плане этим детям в большей степени свойственна внушаемость, подражательность действиям и поступкам других людей. У некоторых из этих детей наблюдаются эпилептоидные черты характера:

эгоцентризм, чрезмерная аккуратность. Однако большинству детей присущи положительные личностные качества: они ласковы, дружелюбны, уравновешенны.

Педагогический подход к реабилитации и ранняя комплексная помощь детям с

синдромом Дауна. Ранняя комплексная помощь – это новая, быстро развивающаяся область междисциплинарного знания, рассматривающая теоретические и практические основы комплексного обслуживания детей первых месяцев и лет жизни из групп медицинского, генетического и социального риска отставания в развитии.

Особенности развития ребёнка в раннем возрасте, пластичность центральной нервной системы и способность к компенсации нарушенных функций обуславливает важность ранней комплексной помощи, позволяющей путём целенаправленного воздействия исправлять первично нарушенные психические и моторные функции при обратимых дефектах и предупреждать возникновение вторичных отклонений в развитии.

Ранняя комплексная помощь предлагает широкий спектр долгосрочных медико-психолого-социально-педагогических услуг, ориентированных на семью и осуществляемых в процессе согласованной («командной») работы специалистов разного профиля.

Она представляет собой систему специально организованных мероприятий, каждый элемент которой может рассматриваться как самостоятельное направление деятельности учреждений, находящихся в ведении органов здравоохранения, образования и социальной защиты населения.

Данное научно-практическое направление ориентировано на удовлетворение образовательных, медико-социальных и психологических потребностей детей от их рождения до трех лет и членов их семей.

Эти программы построены на принципах особой значимости первых месяцев и первых лет жизни для дальнейшего развития ребёнка и предназначались для социально-педагогической поддержки семь и ребёнка в период, когда способы взаимодействия семьи с окружающим миром только начинают формироваться. Научные исследования, которые проводились в ходе применения программ опережающего обучения, привели к коренным изменениям представлений в области социально-эмоционального развития младенцев.

Методический материал для стимуляции развития младенцев и детей раннего возраста, имеющих выраженные нарушения, разрабатывается с учётом того, что раннее социально-эмоциональное взаимодействие с матерью и другими членами семьи формируется так же,

как при нормальных условиях развития, однако требует особого анализа, внимания и поддержки.

Исследования зарубежных ученых показали, что систематическая ранняя педагогическая помощь детям с синдромом Дауна в условиях семьи с привлечением родителей в процессе коррекционной работы позволяет вывести на новый качественный уровень не только сам процесс развития ребенка, но и в значительной мере определяет процесс интеграции в общество. На всех этапах жизни детей с синдромом Дауна должны, по мнению учёных, находиться под патронажем специалистов, организующих процесс сопровождения этих людей в образовательном и социальном пространстве.

Становление в нашей стране системы ранней помощи является сегодня одним из приоритетов развития системы специального образования. Инновационный подход к формированию новой модели комплексной поддержки ребенка с синдромом Дауна в условиях семьи предполагает активное (субъект – субъектное) взаимодействие всех её участников (специалистов, членов семьи, самого ребёнка) в реабилитационном процессе.

Весомый вклад в формирование отечественного опыта разработки системы ранней помощи вносит Институт педагогики РАО. Важнейшим направлением научных исследований института является поиск оптимальных путей реформирования системы специального образования, её реструктуризации за счет достраивания отсутствующего ныне структурного элемента – системы выявления и ранней комплексной помощи. Проведенные в институте исследования показывают, что удовлетворение особых образовательных потребностей в раннем возрасте способно обеспечить максимальную реализацию потенциального развития ребенка с синдромом Дауна. Полученные данные, доказывают, что ранняя комплексная помощь открывает для значительной части детей возможность включения в общий образовательный поток (интегрированное обучение).

Одной из первых программ «раннего вмешательства» в развитие детей со сложным дефектом считается программа раннего обучения детей с синдромом Дауна, разработанная Л. Рходес с группой коллег в государственном госпитале Сонома (США) и продемонстрировавшая эффективность педагогического вмешательства в дефицитное развитие.

Программа ранней педагогической помощи детям с отклонениями в развитии «Маленькие ступеньки», разработана в университете Маккуэри (Сидней, Австралия, 1975), апробирована в учебном центре этого университета на категории детей с синдромом Дауна и другими нарушениями развития. Данная Программа побуждает детей более полно взаимодействовать с окружающим миром.

Концептуальные положения программы «Маленькие ступеньки» представляют инновационный подход в области образования детей с нарушениями в развитии: «Учиться могут все дети. Ребёнок с нарушениями развития учится медленнее, однако, он может учиться!»

Детям с умственными и физическими нарушениями необходимо овладеть всеми навыками, которые нужны им в играх, общении с окружающими, в достижении максимально возможной независимости для интеграции в общество.

Родители, как педагоги, играют самую важную роль.

Эффективность обучения в значительной степени зависит от возраста ребёнка. Занятия нужно начинать с момента установления диагноза.

Индивидуальная программа ребёнка должна удовлетворять как потребностям самого малыша, так и возможностям его семьи.

Целенаправленная система социально-педагогических мероприятий, включение ребенка с синдромом Дауна в коррекционно-образовательный процесс с раннего возраста, повышает уровень развития, способствует социальной активности ребенка.

Современные исследования показали наличие глубокой связи между психологической обстановкой в семье, уровнем взаимодействия между родителями и ребенком, эффективностью программ ранней помощи, дошкольной и школьной помощи.

Благоприятное сочетание компенсаторных возможностей организма с правильно подобранными программами на каждом этапе обучения, эффективными формами её организации могут в значительной мере, а иногда и полностью нейтрализовать действие первичного дефекта на ход психофизического развития ребенка.

Будущее детей с синдромом Дауна сейчас обещает больше, чем когда-либо, и многие родители уже справились с теми проблемами, которые стоят перед ними.

Литература

1. Забаровская Ю.Н. Шаг за шагом. Программа коррекционно-развивающей работы с детьми раннего возраста: Методическое пособие для педагогов ДОУ. – СПб.: ООО «Издательство «Детство-пресс», 2001.
2. Павлова Л.Н. Практическая энциклопедия раннего развития. От рождения до года. – М.: ЗАО «Росмэн-Пресс», 2007. – 111с.
3. Серебрякова Н.В. Коррекционно-развивающая работа с детьми раннего и младшего дошкольного возраста. – СПб.: КАРО, 2014. – 64 с.
4. Питерси М., Трилор Р. Коррекционно-развивающая программа для детей с отклонениями в развитии «Маленькие ступеньки».
5. Екжанова Е.А., Стребелева Е.А. Коррекционно-развивающее обучение и воспитание. Программа дошкольных образовательных учреждений компенсирующего вида для детей с нарушениями интеллекта. М., 2010.
6. Медведева Т.П. Развитие познавательной деятельности детей с синдромом Дауна. Пособие для родителей. М.: Монолит, 2007. – 80 с.

GOSTISCHEVA Evgeniya Sergeevna

teacher-defectologist, Belgorod Regional specialized Children's Home,
Russia, Belgorod

NETREBENKO Alla Vladimirovna

teacher-defectologist, Belgorod Regional specialized Children's Home,
Russia, Belgorod

OLEYNIKOVA Alexandra Petrovna

teacher-defectologist, Belgorod Regional specialized Children's Home,
Russia, Belgorod

EARLY COMPREHENSIVE CARE FOR CHILDREN WITH DOWN SYNDROME

Abstract. The article is devoted to the methods of early comprehensive care for children with Down syndrome.

Keywords: help, children, Dyne's syndrome, mental retardation.

ПОЗДНЯКОВА Юлия Сергеевна

педагог дополнительного образования, Курский государственный колледж,
Россия, г. Курск

ПОДГОРНЫЙ Ярослав Борисович

педагог дополнительного образования, Курский государственный колледж,
Россия, г. Курск

ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В статье рассматривается проблема организации проектной деятельности в современном образовании. Формулируются основные требования к применению метода проектирования, анализируются формы проектной деятельности и представление итогов проектной деятельности.

Ключевые слова: проектная деятельность, образование, методика, требования, формы.

Современное общество постоянно и стремительно развивается. Изменения происходят во всех сферах жизни: политической, экономической, социальной и культурной. Для того, чтобы образовательная организация соответствовала предъявляемым к ней требованиям, с изменениями общества также необходимы изменения в системе образования. В качестве одной из важнейших задач современного образования выступает достижение такого уровня образования школьников, который был бы достаточным для самостоятельного, творческого решения задач теоретического и прикладного характера. Именно поэтому перед образовательным учреждением и педагогом стоит задача формирования личности, способной самостоятельно организовывать свою деятельность и свободно ориентироваться в информационном пространстве. Проектная деятельность является одним из интерактивных методов современного образования, неотъемлемой частью образовательного процесса.

Проектная деятельность обучающихся – деятельность, которая связана с решениями творческих, исследовательских задач с неизвестным решением и предполагающая наличие основных этапов: постановку проблемы, изучение теории по данной теме, подбор методов исследования и их практическое освоение, сбор собственного материала, его анализ и обобщение, научный комментарий, собственные выводы.

Предпосылкой проектной деятельности является наличие заранее определенного

представления о конечном продукте деятельности, этапах проектирования (определения целей и задач проекта, доступных и оптимальных ресурсов для их решения, создание плана, программы и организация деятельности по реализации проекта) и реализации проекта, включая интерпретацию и рефлексия результатов проектной деятельности. Проектная деятельность способствует формированию ключевых компетентностей обучающихся, подготовки их к реальным условиям жизни после обучения в школе.

Вопросам организации проектной деятельности посвящены многие труды авторов Лысовой Н.В., Душиной И. В., Кокаревой Е. Ю., Ялышевой Л. В., Леонтович В. А., Новиковой Т. Д., Поливановой К. Н., и других специалистов.

К основным требованиям к использованию метода проектирования можно отнести следующие.

Во-первых, это наличие значимой исследовательской или творческой проблемы, или задачи, требующей комплексных знаний и исследований для ее решения (Пример: анализ движения твердых бытовых отходов; отчет по изменению погоды в определенном регионе за какое-либо время).

Во-вторых, практическая, теоретическая и познавательная значимость ожидаемых результатов (Пример: печать в сборнике научных исследований; взаимодействие с реальным сектором исследовательской работы, представление результатов труда в качестве материала для анализа).

В-третьих, самостоятельная (групповая, парная, индивидуальная) деятельность обучающихся.

В-четвертых, структурирование основной части проекта (с пошаговым отображением результатов).

В-пятых, с использованием методов исследования: определение проблемы, конечных исследовательских задач, предложение гипотез для их решения, оценка методов исследования, представление окончательных результатов, анализ результатов, обобщение, корректировка, выводы.

В проектной работе должны быть уточнены методы взаимодействия, установлены индикаторы оценки результатов и рабочего процесса. Оперативная разработка проекта – важнейшая часть плана, который определяет перечень конкретных действий с указанием ожидаемых результатов, сроков и ответственности. Проектная деятельность позволяет педагогу реализовать более индивидуальный подход. Из авторитетного источника информации педагог становится партнером научного и творческого процесса, организатором самостоятельной деятельности, консультантом и наставником.

Работая над проектом, педагог:

- помогает учащимся найти нужные источники информации;
- сам является источником;
- координирует весь процесс;
- поощряет обучающихся;
- поддерживает постоянную обратную связь для успешной работы над проектом.

При этом формы организации проектной деятельности могут быть достаточно разнообразными: исследование, лаборатория, творческий отчет, изобретательство, рассказ об ученых, защита исследовательских проектов, экспертиза, «Патент на открытие», учебный эксперимент, который позволяет организовать освоение таких элементов исследовательской

деятельности, как планирование и проведение эксперимента, обработка и анализ его результатов; домашнее задание исследовательского характера может сочетать в себе разнообразные виды, причем позволяет провести учебное исследование, достаточно протяженное во времени.

Итоги проектной деятельности могут быть представлены в виде статей, обзоров, отчетов и заключений по итогам исследований, проводимых в рамках исследовательских экспедиций, исследований по различным предметным областям, а также в виде прототипов, моделей, образцов.

Таким образом, можно сделать вывод, что проектная деятельность обогащает личностный опыт обучающихся необходимыми знаниями, умениями, навыками, способствует формированию творчески мыслящей, конкурентоспособной личности. Организация проектной деятельности дает возможность повысить познавательный интерес у школьников к предмету и сформировать у них систему метапредметных учебных действий (познавательных, регулятивных, коммуникативных) на более высоком уровне.

Литература

1. Кальней В. А. Структура и содержание проектной деятельности / В. А. Кальней, Т. М. Матвеева, Е. А. Мищенко, С. Е. Шишов. // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2014. – № 4. – С.21–26.
2. Ксенозова Г. Ю. Перспективные школьные технологии / учебно-методическое пособие / Г. Ю. Ксенозова. – Москва: Педагогическое общество России, 2010. – 224 с.
3. Леонтович В. А. Исследовательская и проектная работа школьников / В. А. Леонтович, А. С. Саввичев. – Москва : «ВАКО», 2014. – 118 с.

POZDNYAKOVA Yulia Sergeevna

teacher of additional education, Kursk State College,
Russia, Kursk

PODGORNY Yaroslav Borisovich

teacher of additional education, Kursk State College,
Russia, Kursk

FUNDAMENTALS OF PROJECT ACTIVITY IN MODERN EDUCATION

Abstract. *The article deals with the problem of organizing project activities in modern education. The main requirements for the application of the design method are formulated, the forms of project activity and the presentation of the results of project activity are analyzed.*

Keywords: *project activity, education, methodology, requirements, forms.*

РОГОЖАЯ Светлана Александровна

логопед, Белгородский дом ребенка специализированный для детей с поражением центральной нервной системы с нарушением психики, Россия, г. Белгород

САФОНОВА Мария Юрьевна

логопед, Белгородский дом ребенка специализированный для детей с поражением центральной нервной системы с нарушением психики, Россия, г. Белгород

СЕНСОРНОЕ РАЗВИТИЕ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РЕЧИ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме сенсорного воспитания детей дошкольного возраста. Здесь отражены теоретические и практические аспекты по данному вопросу. А также отражена тесная связь сенсорного и речевого развития.

Ключевые слова: сенсорное развитие, речь, дошкольный возраст, слуховое восприятие.

Сенсорное развитие ребенка – это способ познания окружающего мира, в основе которого лежит работа органов чувств. Ощущения дают нам представление о разнообразных свойствах окружающей среды и помогают формировать целостные образы предметов.

В каждом периоде сенсорное развитие имеет свои особенности. В раннем детстве и среднем дошкольном возрасте у детей формируются сенсорные этапы – устойчивые, закрепленные в речи представления о цвете, геометрических фигурах, отношениях по величине между несколькими предметами. Одновременно с формированием эталонов дети учатся способам обследования предметов: их группировке по цвету, форме вокруг образцов-эталонов, выполнению все более сложных действий. В качестве особой задачи выступает необходимость развивать у детей аналитическое восприятие – умение разбираться в сочетании цветов, расчленять форму предметов, выделять отдельные величины.

В старшем дошкольном возрасте, при усвоении грамоты большую роль играет фонематический слух – точнее различение речевых звуков – различение восприятия начертания букв.

Таким образом, сенсорное воспитание создает необходимые предпосылки для формирования психических функций, имеющих первостепенное значение для возможности дальнейшего обучения. Оно направлено на развитие зрительного, слухового, тактильного, кинестетического, кинестетического и других видов ощущений и восприятий. Непосредственное,

чувственное познание действительности является первой ступенью познания. Ученые (С. М. Вайнерман, Л. В. Филиппова и др.) констатируют, что в детском возрасте не обнаружено оптимумов развития даже по отношению к самым элементарным сенсомоторным реакциям, что свидетельствует о незавершенности в этой возрастной фазе процессов и сенсорного, и сенсомоторного («сенсо» – чувства, «моторика» – движение) развития.

Познание ребенком окружающего мира и его объектов, их основополагающих геометрических, кинетических и динамических свойств, законов пространства и времени происходит в процессе практической (познавательско-исследовательской) деятельности.

Установлена важная роль чувственного опыта в формировании речи и, в частности, ее номинативной (обозначающей) функции. Восприятие и речь взаимно обусловлены в своем формировании. Слово возникает и уточняется на основе чувственной сферы.

Успешность умственного, физического, эстетического воспитания в значительной степени зависит от уровня сенсорного развития детей, т.е. от того, насколько совершенно ребенок слышит, видит, осязает окружающее.

На огромное значение речи для сенсорного развития и развития мышления и формирования личности неоднократно указывал Л.С. Выготский.

Овладение речью – это сложный, многосторонний психический процесс, ее появление и дальнейшее развитие зависит от многих

факторов. Речь начинает формироваться лишь тогда, когда головной мозг, слух, речедвигательный аппарат ребенка достигнут определенного уровня развития. Но, имея даже достаточно развитой речевой аппарат, сформированный мозг, хороший физический слух, ребенок без речевого окружения никогда не заговорит. Чтобы у него появилась речь, а в дальнейшем и правильно развивалась, нужна речевая среда.

В общении с окружающими малыш на первоначальных этапах речевого развития подражает звукам и словам, которые произносят взрослые, т. е. «подгоняет» свое умение к их произношению. Постепенно он обогащает свой словарь, у него формируется правильное произношение звуков, он начинает говорить так же, как и взрослые. Но если малыш говорил, только повторяя за окружающими его людьми, то он никогда бы не смог в полной мере пользоваться речью в различных ситуациях. В овладении речью важна языковая способность ребенка.

В процессе овладения речью у ребенка вырабатывается определенное чувство языка. Он усваивает определенные правила и законы грамматики.

Особого внимания к себе требует взаимоотношение языка и восприятия. Язык есть непосредственная действительность мысли.

Ребенок черпает свои первые основные, исключительно конкретные представления из окружающей его материальной среды при посредстве своих анализаторов. Слово закрепляет представления, добытые сенсорным путем. Лингвистическое развитие ребенка неразрывно связано с сенсорным.

Для ребенка в первую пору его жизни слова являются только вторыми оригиналами действительности. Первыми являются восприятия, поступающие в его сознание через органы внешних чувств – из окружающего его вещественного мира.

Язык развивается наглядным, действенным путем. Чтобы давать названия, должны быть налицо все предметы, с которыми эти названия должны быть связаны. Слово и вещь должны предлагаться человеческому уму одновременно, однако на первое место – вещь как предмет познания и речи.

Вне конкретного мира язык развиваться не может, а мы знаем, что ничто не отражается так отрицательно на общем развитии ребенка, как отсталость в развитии языка.

В раннем детстве надо как можно больше расширять круг наблюдений ребенка, прочно и систематически укреплять в них представления, добытые при наблюдении, давать им обширное знакомство с языком, необходимое для выражения словом того, с чем их познакомила природа и искусство посредством наблюдения. Слово закрепляет представления и делает их более прочными.

Расширение круга представлений детей неразрывно связано с организацией окружающей их обстановки. Педагог должен организовать обстановку так, чтобы дети могли из нее непринужденно и свободно черпать представления, понятия, образы; создать условия, в которых у них явилось бы желание и потребность говорить, превращать воспринимаемое, наблюдаемое в речь.

Необходимо приспособлять к интересам развития детей уже существующую, готовую обстановку, работать над ней, изменять, обновлять и этим расширять круг представлений детей и запас их речевых форм.

Ощущения и восприятия – первая ступень в познании мира, развивающаяся речь опирается на базу сенсорных представлений. Органы внешних чувств – орудие познания, и в развитии речи ребенка они играют главнейшую роль. Правильное восприятие предметов является главной умственной работой ребенка. Сенсорное и речевое развитие происходит в тесном единстве, и работу по развитию речи нельзя отрывать от работы по развитию органов чувств и восприятий.

Литература

1. Мелёхина И.В. Сенсорное развитие – фундамент умственного развития детей дошкольного возраста [Текст] // Теория и практика образования в современном мире: материалы VI междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). – СПб.: Заневская площадь, 2014. – С. 136-139.
2. Фоменко Т.А. Сенсорное развитие детей раннего возраста через дидактические игры [Текст] // Актуальные задачи педагогики: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Чита, октябрь 2013 г.). – Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. – С. 53-55.
3. Янушко Е.А. Сенсорное развитие детей раннего возраста (1-3 года) Методическое пособие для воспитателей и родителей // Библиотека воспитателя «Мозаика – Синтез» - 2010. – С. 34-39.

ROGOZHAYA Svetlana Alexandrovna

speech therapist, Belgorod Orphanage Specialized for Children with Central Nervous System Disorders and Mental Disorders, Russia, Belgorod

SAFONOVA Maria Yurievna

speech therapist, Belgorod Orphanage Specialized for Children with Central Nervous System Disorders and Mental Disorders, Russia, Belgorod

SENSORY DEVELOPMENT AS A BASIS FOR FORMATION OF SPEECH IN PRESCHOOL CHILDREN

Abstract. *The article is devoted to the actual problem of sensory education of preschool children. It reflects the theoretical and practical aspects on this issue. It also reflects the close connection between sensory and speech development.*

Keywords: *sensory development, speech, preschool age, auditory perception.*

САРСЕНОВА Майя Едилбаевна

магистрант, Международный Таразский инновационный институт,
Республика Казахстан, г. Тараз

РОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ НА СРЕДНЕМ УРОВНЕ

Аннотация. В статье роль индивидуального подхода в обучении английскому языку рассматривается как функция управления познавательной деятельностью, свобода выбора образовательных мероприятий и возможность проектирования собственных образовательных траекторий. Социальные ожидания требуют наиболее полного раскрытия личных характеристик ребенка, проверки его сил в деятельности, связанной с предполагаемым занятием, поиска различных способов удовлетворения потребностей в общении и улучшения коммуникативных навыков учащихся. Эти требования могут быть выполнены, если образовательный процесс будет во многом индивидуализирован. Государственный общеобязательный стандарт образования на всех ступенях образования, одно из условий реализации образовательной программы, определил индивидуализацию учебного процесса через реализацию и разработку планов индивидуальных образовательных программ обучающихся, обеспечивающих им эффективную самостоятельную работу с обучением. Сегодня во многом образование, в том числе иностранное, ориентировано на среднего школьника. На практике не делается акцента на индивидуальных особенностях отдельного ученика, на особенностях восприятия материала, уровне развития ученика, скорости его усвоения, его интересах и его мотивации. Все это является причиной того, что слабые ученики не успевают за средней скоростью класса, а сильные ученики теряют интерес к теме и даже оказываются отстающими. Поэтому актуальна тема дифференцированного и индивидуализированного обучения школьников.

Ключевые слова: индивидуализация, индивидуальный подход, обучение иностранному языку, дифференциация, умственные способности ученика, технология реализации индивидуального подхода.

Введение

В обучении индивидуальный подход – одна из актуальных проблем методики обучения иностранным языкам в школе. Эта проблема не нова. Эта тема достаточно изучена, но, ввиду сложности использования данных технологий на практике, продолжает привлекать внимание учителей. Над его разработкой работали и продолжают работать многие зарубежные, отечественные, российские и советские исследователи, такие как А.Г. Русских, А.А. Кирсанов, И.М. Чередов, И.Е. Унт и другие: создано огромное количество монографий, практических руководств, статей и др. написаны диссертации. Исходя из этого, возникает научная проблема: что нужно сделать, чтобы дифференцировать и индивидуализировать, что приводит к положительным результатам обучения?

Объекты и методы исследования

Объектом исследования является процесс обучения школьников на уроках иностранного языка.

Предмет изучения – индивидуальный подход к обучению школьников на уроках иностранного языка.

Основная цель нашего исследования – выявить особенности индивидуального подхода к обучению детей школьного возраста на уроках иностранного языка.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи: изучить концепцию индивидуального подхода к обучению иностранному языку; анализировать успешность овладения иностранным языком с использованием индивидуального подхода; рассмотреть технологию реализации индивидуального подхода в обучении английскому языку; проанализировать способы индивидуализации обучения.

В образовании индивидуальный подход – одна из актуальных проблем методики обучения иностранным языкам в школе. Эта проблема не нова. Сам термин «индивидуальный подход» трактуется как система дидактических средств организации учебного процесса на иностранном языке, содержащая изменение формы цели, урока, процесса и содержания.

Индивидуальный подход к обучению иностранному языку анализируется как сложное педагогическое явление, приписывающее эффективность обучения иностранному языку и предполагающее активную роль субъекта учебной деятельности. Основными условиями реализации индивидуального подхода являются дифференциация, которая проявляется в оценке начальной языковой подготовки студента, развитии навыков самостоятельной занятости, постановке лично значимых для него целей и умении осуществлять системную подход к овладению новыми знаниями [2, с.24].

На первый взгляд эта, казалось бы, простая задача вызывает большие затруднения практически у любого второго учителя, работающего в школе. Основная трудность заключается в невозможности найти идеальное сочетание групповой, индивидуальной и фронтальной работы при обучении иностранному языку. Другие трудности связаны с определением индивидуальных характеристик личности ученика и с организацией на этой основе деятельности учителя, которая должна быть направлена на развитие умственных способностей любого ученика. Неоспоримый факт – разная степень подготовки студентов. Чтобы правильно понять причины неравномерной успеваемости в классе, вам необходимо выявить причины чьей-либо задержки и попытаться понять их. Причины могут быть разными: один пропустил занятия по болезни, другой не понял объяснения учителя в классе, а третий был невнимателен в классе [1, с.18].

Многие методисты и психологи считают, что зачастую дифференциация в обучении иностранному языку основана не на индивидуальных особенностях личности ученика, а только на индивидуальных пробелах в его знаниях. При этом следует иметь в виду тот факт, что способность изучать иностранный язык неодинакова: одни язык дается легко, другие – с большим трудом. Изучение студентов, их возможностей обучения, их интересов и склонностей, а также анализ перспектив развития этих возможностей должны служить отправной точкой в индивидуальном подходе к обучению английскому языку. Но реализовать это на практике непросто. Основная сложность заключается в выборе и применении задач дифференцированной степени сложности. При выполнении заданий с одинаковой степенью сложности способные и менее способные студенты могут достичь одного и того же результата только за

разное время. Знание индивидуальных особенностей ребят позволяет предвидеть возникновение допустимых конфликтных ситуаций на уроке, как, например, в случае несовпадения самооценки школьника с оценкой его ответа учителем. На уроках английского языка есть такие условия, которые разрешают развивать индивидуальные учебные способности школьников [3].

Лингвистические способности учащихся могут выражаться не только в скорости, легкости и мощности усвоения учебного материала, но и в предпочтительных и наиболее эффективных формах учебной деятельности, проводимой учащимися. Таким образом, учащиеся с низким уровнем изучения иностранного языка отдадут предпочтение репродуктивным заданиям, например, исправлению ранее выученного текста; средний уровень обучения позволяет студентам совмещать полученные знания с элементами самовыражения; достаточная способность к обучению выражается в том, что учащиеся готовы выполнять задания, требующие самостоятельности; в случае повышенного уровня обучения иностранному языку учащиеся выступают против репродуктивных форм работы и предпочитают творческую самостоятельность. Дифференцированное обучение, в свою очередь, предусматривает такие формы организации, в которых любой ученик работает на уровне своих навыков, преодолевая реальную трудность, но вполне осозаемую для него. Таким образом, индивидуализация обучения предполагает учет уровня подготовки студентов и их потенциальных возможностей. Следовательно, та или иная серия упражнений должна включать в себя специальные задания, направленные на развитие психологических и индивидуальных особенностей учащихся. Дифференцированное обучение основано в основном на выборе индивидуальных заданий в зависимости от подготовки учащихся и уровня сформированности речевых навыков и умений. Дифференцированное обучение, в основном, строится на подборе индивидуальных заданий, в зависимости от подготовки учеников и уровня сформированности речевых умений и навыков. Имеется много форм дифференцированного обучения. К ним можно отнести следующие: использование заданий различной степени сложности, разное число повторений для исполнения одного и того же задания, применение различных вариантов однотипных заданий, исполнение упражнений по

индивидуальным карточкам, оказание разной помощи обучающимся при исполнении одного и того же задания, разная длина пауз для исполнения заданий, разные виды ключей, опор, чтение текстов различной трудности [5, с.44].

Совершенно очевидно, что самые сложные вопросы, которые возникают перед учителем, индивидуальный подход в обучении иностранному языку – это вопросы о том, как отличить характеристики ученика, как определить исходный уровень развития, от которого он находится. Необходимо встроить в организацию учебного процесса, а также какие области работы с определенными детьми будут наиболее значимыми [7, с. 112].

Результаты и их обсуждение

Как известно, иностранный язык объективно является общественной ценностью. И именно в этой ценности иностранного языка убеждаются студенты. Но субъективно для большинства из них иностранный язык – это потенциальная ценность, а не реальная. Студенты очень плохо понимают, практически не видят и не чувствуют, что дает (может) сам процесс овладения иностранным языком.

Учить в подобных «антимотивационных» условиях малоэффективно, да и безнравственно. Указанное противоречие лишает процесс образования основного – смысла деятельности обучающегося, его личной ориентированности на цель, что только и может разрешить ему ответить себе на вопрос «зачем учить?» Ведь личностный смысл есть «отношение мотива к цели» (А.Н. Леонтьев). Но если задаётся цель кем-то извне, а мотива по различным причинам не появляется, то нет и смысла. В подобных условиях вместо учащегося-субъекта учебной деятельности возникает учащийся-объект, который «подвергается обучению» [4, с. 12].

Надо четко представлять, что получит каждый обучающийся как индивидуальность, если и учитель, и методика окажутся на высоте:

1. У ученика будет ощущение, что вся система работы над его личностью настолько сфокусирована и структурирована, что непосредственная деятельность ученика, его мировоззрение, его опыт, его внеклассные и образовательные интересы и склонности, его чувства не игнорируются, но они учитываются при организации общения на занятиях. По сути, содержание коммуникативных уроков иностранного языка строится не на «наличии учебной темы», изучении подготовленных текстов, а на

обсуждении актуальных жизненных проблем. В этом случае учащимся предоставляется возможность обсудить собственные действия и поступки, текущие события из своей жизни, жизнь страны и города. Они учатся выражать свое отношение к происходящему, отстаивать и обосновывать собственное мнение. Коммуникационные технологии, предлагаемые учителями, имеют особые средства учета и применения всех аспектов индивидуальности ученика, которые он неизбежно может видеть и чувствовать [6, с. 85].

2. Обучающийся почувствует, что все общение не только ориентировано на человека, но и основано на уважении к нему. Поскольку сами проблемы не имеют однозначного решения, участники их обсуждения – ученики и учитель – такие же речевые партнеры: мнение ученика уважается так же, как и мнение учителя. Свобода выражения этого мнения, уважение к нему, свободный выбор должности и отсутствие навязывания благотворно влияют сначала на психологический климат в целом и на комфорт любого человека, а затем на развитие демократических отношений как ценность.

Изучение личностных характеристик студентов на разных этапах обучения в связи с индивидуальными особенностями, характерными для владения иностранным языком [9, с. 74].

Исходя из цели индивидуального аспекта (разработать то, что играет наиболее существенную роль для процессов познания, обучения и воспитания), а также сущности процесса развития человека, логично будет считать, что объекты развития должны быть навыками, которые позволяют правильно функционировать трансформирующей, эмоционально-оценочной и познавательной сферах деятельности студента. Это способности, которые могут развиваться на основе имеющихся у человека наклонностей и могут развиваться только в деятельности. А.А. Леонтьев одну из трактовок способностей к языку раскрывает следующим образом. Он полагает, что под способностями к языку часто понимают отличия в особенностях личности, которые связаны с общением. Ребенок может затруднения испытывать не в самом овладении языком и не в порождении иноязычной речи, а в социально-психологических взаимоотношениях с воспитателем, другими детьми, школьным учителем. Он бы и рад заговорить, но мешает ему „психологический барьер”. Данное, является очень частым случаем

в педагогической практике, но похожие затруднения при доброй воле взрослого являются вполне преодолимыми [8, с. 23].

Таким образом, А.А. Леонтьев считает, что способности к языку складываются из многих компонентов, чаще всего не специфических. Следовательно, необходимо и возможно развивать соответствующие навыки и умения на разных учебных материалах. Таким образом, обучение коммуникативным навыкам на родном языке снимает «психологический барьер». Существует реальная потребность в формировании в организации индивидуального подхода, который неразрывно связан с выявлением сильных и слабых сторон возможностей конкретного ученика, терпеливо преодолевает вместе с ним различные трудности, опираясь на все то прогрессивное и сильное, что присуще данной личности. В настоящее время существует довольно большой выбор различных способов организации индивидуального обучения иностранному языку. Сегодня очень важно последовательно применять те методы организации обучения, которые позволяют активизировать познавательную деятельность любого ученика, продуктивное и творческое усвоение навыков и знаний, создание положительного эмоционального фона, начало самостоятельной работы, активное общение [10, с. 185].

В обучении одной из актуальных проблем методики обучения иностранным языкам в школе является индивидуальный подход. Эта проблема не нова. Само понятие «индивидуальный подход» трактуется как система дидактических средств организации учебного процесса на иностранном языке. Таким образом, индивидуализация обучения заключается в учете как уровня подготовки студентов, так и их потенциальных возможностей. Следовательно, та или иная серия упражнений должна включать в себя специальные задания, направленные на развитие как психологических, так и индивидуальных особенностей учащихся. Студенту желательно чувствовать, что вся система работы ориентирована на его личность и выстроена таким образом, чтобы не оставались непосредственная деятельность студента, его мировоззрение, опыт, интересы и внеклассные и образовательные задатки, его чувства вне внимания, и при организации общения на уроке учитываются... Таким образом, ученик почувствует, что все общение не только

ориентировано на личность, но и основано на уважении к нему [12, с.6].

Поскольку проблемы как таковые не имеют однозначного решения, участники их обсуждения – ученики и учитель – равны как говорящие партнеры: мнение ученика уважается так же, как и мнение учителя. Таким образом, способность изучать язык в процессе обучения развивается и дает человеку возможность более самостоятельно и эффективно преодолевать трудности, возникающие в процессе обучения, знать, как их решать и разрешать, успешно применять имеющиеся возможности. Способность учиться в языковых исследованиях включает: навыки обучения; общие фонетические навыки и умения; эвристические навыки; с учетом механизмов языка и коммуникативного процесса. Такое раскрытие содержания умения изучать иностранные языки дает возможность разработать и определить средства решения сложных актуальных проблем формирования языковых навыков учащихся.

Средствами индивидуализации обучения могут быть групповые и индивидуальные задания, выбор и распределение языковых ситуаций, а также коммуникативные задачи. Но без учета личностных качеств ученика, а также без его ментальных аспектов индивидуализация уроков невозможна.

Принципы индивидуального и дифференцированного подхода взаимосвязаны и направлены на оптимизацию учебного процесса. Оба принципа влияют на все компоненты системы обучения иностранному языку от объективного до контроля обучения. К индивидуальным характеристикам обучающихся относятся: интерес, мотивация, общее развитие, степень уверенности в собственных силах, культурные особенности, способности, уровень обучения, языковые навыки, обучаемость, интеллектуальные способности, трудоспособность, отношение к предмету, механизмы, деловой язык, трудолюбие.

Поэтому в контексте разработки государственного образовательного стандарта Республики Казахстан именно учитель должен думать о построении урока так, чтобы была возможность взаимодействия с любым учеником.

Во время работы необходимо учитывать особенности учащихся при выборе и использовании тех или иных методов и приемов обучения, при назначении домашних заданий. Можно совместить фронтальную работу с классом и индивидуальную работу с

индивидуальными учениками. Методы обучения должны быть разными, варьироваться в зависимости от индивидуальных особенностей ученика. И каждый учитель ищет свои приемы и методы для достижения цели. А главная цель дифференциации и индивидуализации – это дальнейшее развитие и сохранение индивидуальности ребенка, воспитание такого человека, который бы представлял собой уникальную, неповторимую личность.

Заключение

Индивидуальный подход к обучению – одна из актуальных проблем методики обучения иностранным языкам. Проблема эта не нова, но, наверное, не раскрыто все разнообразие ее аспектов, вся ее значимость в решении задач совершенствования учебного процесса.

Термин «индивидуальный подход» трактуется как система дидактических средств организации учебного процесса на иностранном языке, включающая изменение содержания, цели, формы и хода урока. Индивидуальный подход анализируется как сложное педагогическое явление, определяющее эффективность обучения иностранному языку и играющее активную роль как предмет учебной деятельности.

Условиями успешной реализации индивидуального подхода являются дифференциация, которая проявляется в учете начальной языковой подготовки студентов, постановке лично значимых для студента целей, развитии рациональных и устойчивых навыков самостоятельной работы и умения реализовывать системный подход к усвоению знаний.

Таким образом, при изучении английского языка необходимо учитывать индивидуальные особенности восприятия учащихся. Для этого необходимо разработать комплекс упражнений по типам восприятия студентов. Однако, поскольку нет чистых типов восприятия, в некоторых случаях можно дополнять упражнения для аудитории письменными текстами, а для визуальных – прослушиваниями, или комбинировать их, то есть варьировать упражнения.

Реализация индивидуального подхода при обучении иностранному языку от учителя требует большого искусства. Он должен учитывать

реальные условия, которые складываются в группе, и возможности каждого учащегося, ни в коем случае не ущемляя достоинства и интересов любого из них.

Литература

1. Акимова М.К. Индивидуальность учащегося и индивидуальный подход. - М.: Знание, 1992. - 80с.
2. Бутузов И.Д. Дифференцированный подход к обучению учащихся на современном уроке. - Новгород, - 1972. - 72с.
3. Дроздова Е.А. Технология индивидуализации обучения на уроках английского языка». [Электронный ресурс]. Электрон. дан. – URL: <https://nsportal.ru/shkola/inostrannyye-yazyki/angliiskiy-yazyk/library/2020/07/23/tekhnologiya-individualizatsii> (режим доступа свободный., загл. с экрана).
4. Индивидуализированное обучение в группе учащихся (некоторые практические советы) // English. - 2018. - №10. - 39с.
5. Кириллов А.В., Солдатов А.А. Благоприятный социальнопсихологический климат - основа создания безопасных условий труда и обучения. / Материалы ивановских чтений. - 2016. № 4-1. - С. 44-47.
6. Индивидуальный подход к школьникам в процессе обучения. - Горький, 1974. - 138 с.
7. Кирсанов А.А. Индивидуализация учебной деятельности как педагогическая проблема. - Казань, - 2012. - 224 с.
8. Кирсанов А.А. Психологические основы индивидуализации учебной деятельности школьников. - Казань, - 2015. - 112 с.
9. Корнилова В.Ф. Индивидуализация обучения иностранному языку // Иностранные языки в школе. - 2015. - №6. - С.74.
10. Леонтьев А.А. Язык и речевая деятельность в общей и педагогической психологии. - М.: МОДЕК, 2014. - 345с.
11. Осмоловская И.М. Организация дифференциации обучения в современной общеобразовательной школе, 2018. - 55с.
12. Пассов Е.И. Урок иностранного языка. - Рн/Д: Феникс, 2010. - 23с.

SARSENOVA Maiya Edilbayevna

master's student, International Taraz Innovation Institute,
Republic of Kazakhstan, Taraz

THE ROLE OF AN INDIVIDUAL APPROACH IN TEACHING ENGLISH AT THE SECONDARY LEVEL

Abstract. *In the article, the role of the individual approach in teaching English is considered as a function of cognitive activity management, freedom of choice of educational activities and the ability to design their own educational trajectories. Social expectations require the fullest disclosure of the child's personal characteristics, testing his strength in the activities associated with the proposed occupation, finding various ways to meet the communication needs and improve the communication skills of students. These requirements can be met if the educational process is largely individualized. The state mandatory standard of education at all levels of education, one of the conditions for the implementation of the educational program, defined the individualization of the educational process through the implementation and development of plans for individual educational programs of students, providing them with effective independent work with training. Today, in many ways, education, including foreign education, is focused on the average student. In practice, there is no emphasis on the individual characteristics of an individual student, on the features of the perception of the material, the level of development of the student, the speed of its assimilation, its interests and its motivation. All this is the reason that weak students do not keep up with the average speed of the class, and strong students lose interest in the topic and even find themselves lagging behind. Therefore, the topic of differentiated and individualized education of schoolchildren is relevant.*

Keywords: *individualization, individual approach, teaching a foreign language, differentiation, student's mental abilities, technology for implementing an individual approach.*

ПСИХОЛОГИЯ

ФАЙНОВА Анастасия Викторовна

студентка пятого курса,

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева;

учитель-дефектолог, МБОУ СОШ № 6 г. Орла,

Россия, г. Орел

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И СОЦИАЛИЗАЦИИ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С РАССТРОЙСТВОМ АУТИСТИЧЕСКОГО СПЕКТРА

Аннотация. В статье обосновывается проблема социального развития и социализации детей старшего дошкольного возраста с расстройством аутистического спектра. Раскрыты мотивы подготовки к школьному обучению детей старшего дошкольного возраста с расстройством аутистического спектра.

Ключевые слова: мотивационная готовность, дети с расстройством аутистического спектра, внутренняя позиция школьника, познавательные мотивы, игровые мотивы, социальные мотивы.

У детей с расстройствами аутистического спектра имеются нарушения аффективно-эмоциональной сферы, приводящие к искажению всех пропорций психического развития. В психологии эти варианты нарушений относятся к различным вариантам искаженного развития.

Выделяются три варианта искаженного развития:

- искажение преимущественно эмоциональной сферы (ранний детский аутизм);
- искажение преимущественно когнитивной сферы (атипичный аутизм);
- смешанный вариант искаженного развития.

По сей день отсутствует системная классификация раннего детского аутизма. Расстройства аутистического спектра охватывают расстройства, ранее упомянутые как ранний детский аутизм, детский аутизм, аутизм Каннера, высокофункциональный аутизм, атипичный аутизм, детское дезинтегративное расстройство, и расстройство Аспергера.

Расстройства аутистического спектра включают и глубоко дезадаптированного безречевго ребенка с низким уровнем умственного развития и детей с блестящей «взрослой» речью и ранним к отвлеченным областям знания, избирательной одаренностью. И те, и другие,

однако, нуждаются в специальной педагогической и психологической помощи.

О.С. Никольская отмечает, что аутизм включен в группу первазивных, (всепроникающих расстройств), проявляющихся в нарушении развития практически всех сторон психики: когнитивной и аффективной сферы, сенсорики и моторики, внимания, памяти, речи, мышления.

Анализ исследований В.М. Башиной, Л. Каннера, М. Раттера позволяют выделить следующие психологические характеристики присущие аутичному ребенку:

- неравномерность созревания психической, речевой, моторной, эмоциональной и других сфер;
- глубокие нарушения в социальном развитии, неспособность к формированию общения;
- проявления отрешенности, отгороженность от внешнего мира, что проявляется в игнорировании раздражителей до тех пор, пока они не стали болезненными;
- недостаточность коммуникативной речи, эхолалии, крайняя буквальность в использовании слов;
- блестящая механическая память;
- впечатление хорошего интеллекта благодаря успешности в отдельных навыках и умному выражению лица;

- монотонное повторение звуков и движений, монотонные механические игры с нейтральными предметами;
- сверхпристрастие к объектам и сопротивление изменению окружающей среды (обстановки), стремление к постоянству, проявляющееся в стереотипах;
- задержка и нарушения развития речи вне связи с интеллектуальным уровнем;
- неспособность к осознанию посторонних персон и неодушевленных предметов;
- отсутствие подражания;
- отсутствие реакций на комфорт и дискомфорт;
- агрессия, самоагрессия;
- нарастающая с возрастом задержка речевого и интеллектуального развития, трудности в обучении, сложности в освоении бытовых и социальных навыков [2].

Стереотипное, однообразное поведение с элементами одержимости у таких детей, связано со стремлением сохранить постоянные, привычные условия жизни; сопротивление малейшим изменениям в обстановке, порядке жизни, страх перед ними; поглощенность однообразными действиями – моторными и речевыми: раскачивание, потряхивание и взмахивание руками, прыжки, повторение одних и тех же звуков, слов, фраз; пристрастие к одним и тем же предметам, одним и тем же манипуляциям с ними: трясению, постукиванию, разрыванию, верчению; захваченность стереотипными интересами.

Для диагностики аутистического расстройства, на основании критериев Международной классификации болезней 10-го пересмотра, должно быть не менее 6 из перечисленных ниже симптомов (из них не менее 2 признаков должны относиться к первой подгруппе и не менее 1 – к остальным).

Существуют качественные нарушения социального взаимодействия и качественные изменения коммуникации.

К качественным нарушениям социального взаимодействия относятся:

- невозможность детей в общении использовать взгляд, мимические реакции, жесты и позу в целях взаимопонимания;
- неспособность к формированию взаимодействия со сверстниками на почве общих интересов, деятельности, эмоций;
- неспособность, несмотря на имеющиеся формальные предпосылки, к установлению адекватных возрасту форм общения;
- неспособность к спонтанному переживанию радости, интересов или деятельности с окружающими.

К качественным изменениям коммуникации относятся:

- задержка или полная остановка в развитии разговорной речи, что не сопровождается компенсаторными мимикой, жестами как альтернативной формой общения;
- относительная или полная невозможность вступить в общение или поддержать речевой контакт на соответствующем уровне с другими лицами;
- стереотипии в речи или неадекватное использование слов и фраз, контуров слов;
- ограниченные и повторяющиеся стереотипные шаблоны в поведении, общении, интересах, деятельности;
- обращенность к одному или нескольким стереотипным интересам, аномальным по содержанию, фиксация на неспецифических, нефункциональных поведенческих формах или ритуальных действиях, стереотипные движения в верхних конечностях или сложные движения всем телом;
- преимущественная занятость отдельными объектами или нефункциональными элементами игрового материала.

Для нашей работы были выбраны дети третьей группы, дадим краткую характеристику этой группы.

Дети третьей группы имеют развёрнутые, но крайне косные формы контакта с окружающим миром и людьми – достаточно сложные, но жёсткие программы поведения (в том числе речевого), плохо адаптируемые к меняющимся обстоятельствам и стереотипные увлечения, часто связанные с неприятными острыми впечатлениями. Что создаёт у таких детей экстремальные трудности во взаимодействии с людьми и обстоятельствами, нарушение таких детей проявляется как поглощенность собственными стереотипными интересами и неспособность выстраивать диалогическое взаимодействие.

Дети этой группы стремятся к достижению, успеху, и их поведение формально можно назвать целенаправленным. Проблема в том, что для того, чтобы активно действовать, им требуется полная гарантия успешности. Ребенок этой группы мало способен к исследованию переживания риска, неопределенность его полностью дезорганизуют. Если в норме самооценка ребенка формируется в ориентировочно-исследовательской деятельности, в реальном опыте удач и неудач, то для этого ребенка значение имеет только стабильное подтверждение своей успешности.

Стереотипность этих детей в большей степени выражается в стремлении сохранить не

столько постоянство и порядок окружения (хотя это тоже важно для них), сколько неизменность собственной программы действий, необходимость по ходу менять программу действий (а этого и требует диалог с обстоятельствами) может спровоцировать у такого ребенка аффективный срыв. Родители и близкие, часто оценивают его как потенциального лидера. Это является ошибочным мнением, поскольку неумение вести диалог, договариваться, находить компромиссы и выстраивать сотрудничество, не только нарушает взаимодействие ребенка со взрослыми, но и выбрасывает его из детского коллектива. При трудностях выстраивания диалога с обстоятельствами дети способны к развернутому монологу. Речь детей третьей группы грамматически правильная, развернутая, с хорошим запасом слов может оцениваться как слишком правильная и взрослая – «фонографическая». При возможности сложных монологов на отвлеченные интеллектуальные темы этим детям трудно поддерживать простой разговор.

Умственное развитие этих детей часто производит блестящее впечатление, что подтверждается результатами стандартизированных обследований. При этом, в отличие от других детей с РАС, их успехи более проявляются в вербальной, а не в невербальной области. Дети могут рано проявить интерес к отвлеченным знаниям и накопить энциклопедическую информацию по астрономии, ботанике, электротехнике, генеалогии, и часто производят впечатление «ходячих энциклопедий». При блестящих знаниях в отдельных областях, связанных с их стереотипными интересами, дети имеют ограниченное и фрагментарное представление о реальном окружающем мире. Такие дети получают удовольствие от самого выстраивания информации в ряды, ее систематизации, однако эти интересы и умственные

действия тоже стереотипны, мало связаны с реальностью и являются для них родом аутистической муляжи.

В области социального развития эти дети демонстрируют чрезвычайную наивность и прямолинейность, нарушается развитие социальных навыков, понимания и учета подтекста и контекста происходящего. При сохранности потребности в общении, стремлении иметь друзей, они плохо понимают другого человека. В раннем возрасте, такой ребенок может оцениваться как сверходаренный, а позже обнаруживаются проблемы выстраивания гибкого взаимодействия, трудности произвольного сосредоточения, поглощенность собственными сверхценными стереотипными интересами. Социальная адаптация таких детей, по крайней мере, внешне, значительно более успешна, чем в других группах.

Литература

1. Аутичный ребенок: проблемы в быту. Методические рекомендации по обучению социально-бытовым навыкам аутичных детей и подростков / под ред. С.А. Морозова. М.: 2018. 92 с.
2. Башина, В.М. Ранняя детская шизофрения (статика и динамика) / В.М. Башина. М.: Медицина, 1989. 256 с.
3. Буянов, М.И. Беседы о детской психиатрии / М.И. Буянов. М.: Просвещение, 2012. 255 с.
4. Веденина, М.Ю. Использование поведенческой терапии аутичных для формирования навыков бытовой адаптации / М.Ю. Веденина // Дефектология. 2017. №2. С. 31–40.
5. Власова, Т.А. О детях с отклонениями в развитии / Т.А. Власова, М.С. Певзнер. М.: Просвещение, 1973. 201 с.

FAINOVA Anastasia Viktorovna

fifth year student, Oryol State University named after I. S. Turgenev;
teacher-defectologist, MBOO SOSH No. 6, Russia, Orel

FEATURES OF SOCIAL DEVELOPMENT AND SOCIALIZATION OLDER PRESCHOOL CHILDREN WITH AUTISM SPECTRUM DISORDER

Abstract. The article substantiates the problem of social development and socialization of children older than preschool age with autism spectrum disorder. The motives of preparing for school education of children of senior preschool age with autism spectrum disorder are revealed.

Keywords: motivational readiness, children with autism spectrum disorder, internal position of the student, cognitive motives, game motives, social motives.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

ВИНОГРАДОВ Данила Петрович

магистрант, Московский педагогический государственный университет,
Россия, г. Москва

ШЕРСТНЕВ Антон Максимович

магистрант, Московский государственный областной университет,
Россия, г. Москва

ОБУЧЕНИЕ И ТРЕНИРОВКА МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В СЕКЦИИ ФУТБОЛА КАК ЕДИНЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

Аннотация. В данной статье рассматриваются различные условия внеурочных занятий по футболу обучающихся 1-4-х классов в государственных образовательных организациях. Показаны основные методы обучения игре в футбол. Оценивается эффективность применяемых условий обучения игре в футбол младших школьников во внеурочное время.

Ключевые слова: футбол, внеурочные занятия, младший школьный возраст, методы тренировки, физические качества.

Введение. Проблема физического воспитания всегда актуальна, но на современном этапе развития общества она приобрела глобальный масштаб. Научно-технический прогресс, бурное развитие средств массовой информации, напряженная умственная работа в школе и дома вызывают у обучающихся значительное переутомление организма. Вместе с тем, большую часть свободного времени дети проводят в положении сидя, чаще всего за компьютером. С одной стороны, работа с компьютером упрощает обучающимся жизнь, например, в поисках нужной и интересующей информации, также помогает при подготовке домашних заданий, но в то же время негативно влияет на здоровье. Также и в школе обучающиеся ведут малоподвижный образ жизни, а это негативно сказывается на их физическом развитии, состоянии здоровья и на уровне физической подготовленности.

На сегодняшний момент данная проблема актуальна. Поэтому жизненно необходимыми являются уроки физической культуры и спорт, которые помогают укреплять здоровье, целенаправленно воздействовать на весь организм, совершенствовать двигательную деятельность и формировать физические качества.

В настоящее время одной из актуальных задач физического воспитания является разработка и использование таких методов и средств, которые способствовали бы повышению работоспособности детского организма, делали бы его выносливым, сильным, стойким. О данной ситуации постоянно говорят педагоги, врачи и ученые. Основная проблема состоит в низкой двигательной активности детей и подростков.

Исходя из этого, единственной возможностью нейтрализовать отрицательные явления, развивающиеся у обучающихся при продолжительном и напряженном умственном труде, является активная и организованная физкультурно-оздоровительная работа в школе, в том числе во внеурочное время.

Укрепление здоровья детей, развитие интереса к спорту и физкультуре – одна из основных задач учреждений дополнительного образования. В ряду наиболее эффективных средств физкультурно-оздоровительной работы с обучающимися во внеурочное время лидирующее место занимает футбол. Футбол – один из самых любимых видов спорта в нашей стране. Футбол привлекает своей зрелищностью, обилием разнообразных технических и

тактических действий, эмоциональностью, слаженностью действий игроков команд. Кроме того, данная игра имеет большие сберегающие ресурсы для укрепления здоровья [2, с. 6].

Несмотря на свою простоту, эта игра обладает рядом интереснейших особенностей, делающих ее особенно привлекательной именно для школьников.

Методы и организация исследования.

Младший школьный возраст является важным для создания фундамента личности: происходит закладывание нравственного поведения, происходит усвоение норм и правил поведения, начинает формироваться общественная направленность личности.

Дети, занимающиеся футболом во внеурочное время, становятся более крепкими, сильными, выносливыми и реже болеют.

Занимаясь физической культурой с обучающимися младших классов, очень важно учитывать их эмоциональное состояние, поскольку дети 6-10 лет часто пере возбуждаются.

Младшие школьники зачастую бывают обидчивы и вспыльчивы. Поэтому следует избегать резких замечаний и обидных сравнений при неудачном выполнении упражнения, так как они вызывают у детей стрессовые состояния и нежелание заниматься физической культурой. Для развития волевых качеств обучающихся младших классов следует давать более трудные упражнения, но в то же время доступные для выполнения. Выполнение непосильных упражнений может оказать отрицательное воздействие на занимающегося.

Обучение младших школьников, занимающихся во внеурочное время в секции футбола, составляет единый педагогический процесс, направленный на укрепление здоровья занимающихся, развитие их физических качеств и освоение технико-тактических приемов игры. Этот возраст идеально подходит для тренировочных занятий начальной стадии, тем самым подготавливая организм ребенка к более значительным физическим и интеллектуальным нагрузкам. В условиях тренировки этот процесс можно разделить на два года обучения.

Основная часть. На первом году обучения (7-8 лет) занимающимся прививаются умения правильно выполнять основные технические приемы и тактические действия, обеспечивается разносторонняя физическая подготовка, сообщаются основные теоретические сведения;

На втором году (9-10 лет) тренером ставится задача расширения круга изучаемых технических приемов и тактических действий, формирования умений выполнять изученные приемы в усложненных условиях, дальнейшего развития физических качеств с учетом специфики футбола [1, с. 188].

Также значительно расширяется объем теоретических знаний, совершенствуется психологическая устойчивость.

Развитие физических качеств у младших школьников, занимающихся футболом во внеурочное время, осуществляется с помощью самых разных методов.

Поскольку футбол является игрой, где основным фактором является скоростно-силовые способности рекомендуется использовать следующие методы:

- метод длительной непрерывной работы, который используется для развития аэробной выносливости;
- переменный метод, отличающийся от предыдущего лишь длительностью выполняемой работы. Он способствует воспитанию специальной выносливости. Наиболее типичным представителем данного метода выполнения упражнений является сама игра в футбол;
- повторный метод - разновидность прерывистой работы в самой игре. Рекомендуется использовать при развитии быстроты, силы, скоростной выносливости;
- интервальный метод, представляющий собой типичную разновидность прерывистой работы и отличающийся от других строгой регламентацией периодов работы и отдыха. При этом отдых сравнительно невелик, что не дает возможность организму занимающихся восстанавливаться;
- метод максимальной интенсивности – это метод предельных нагрузок, выполняемых с максимальной интенсивностью и установкой действовать «до отказа». Он используется для развития у занимающихся максимальной силы и способности к работе большой мощности [3, с. 57].

Следует отметить в своей работе на первом году обучения чаще используют повторный и интервальный методы для большей заинтересованности занимающихся.

В начале обучения особое внимание детей направляю на овладение простых приемов и движений, а затем стремлюсь, чтобы они освоили точные передачи, удары по воротам и скорость движений. Обучение технике провожу

постепенно путем усложнения условий выполнения движений. Например, сначала даю обычный удар по неподвижному мячу в ворота, затем даю удар в ворота уже по катящемуся мячу и последнее – удар по воротам, после обрыша фишек, проброса мяча вперед и ударом по воротам.

Начинать обучение ведению мяча лучше всего с ведения по прямой от фишки к фишке. Обязательным требованием считаю касание мяча на каждый шаг. Скорость ведения при этом постепенно увеличивается. По мере того как дети овладевают этим действием, перехожу к обучению ведению в разных направлениях с обводкой фишек.

Следующий этап обучения ведению мяча – при сопротивлении противника. Ведение мяча совершенствуется в игровых упражнениях и самой игре в футбол.

Программа обучения младшей (7-8 лет) и старшей (9-10 лет) групп состоит из теоретического и практического разделов. Занятия по теоретическому разделу провожу в течение всего года обучения в виде бесед в процессе занятий. Практический раздел программы включает в себя общую и специальную физическую подготовку, техническую подготовку, тактическую подготовку, участие в соревнованиях и сдачу контрольных нормативов по отдельным видам подготовки.

Специальная физическая подготовка включает упражнения, способствующие развитию специальных качеств юного футболиста. Интенсивность и продолжительность упражнений, соотношение общей и специальной физической подготовки определяется возрастными особенностями детей и уровнем их подготовки. Техническая подготовка включает специальные приемы: удары по мячу, остановки, ведение мяча, обманные движения, вбрасывание и отбор мяча, а также техника игры вратаря. По мере освоения технической подготовки усложняется условия выполнения упражнений: остановка мяча в движении, передача мяча с различной степенью силы и т.д. Увеличивается быстрота исполнения приема, вводится пассивное и активное сопротивление со стороны партнера. В ходе технической подготовки основное внимание уделяется правильности выполнения движений и приемов.

Совершенствование владения основными техническими приемами проводится в игровых упражнениях и в процессе самой игры. Конкретный подбор упражнений определяется

возрастом занимающихся, уровнем подготовленности. Важной составляющей обучения является тактическая подготовка, которая проводится различными методами. Отрабатывается взаимодействие в парах и тройках.

Результаты исследования и их обсуждение. Индивидуальные и групповые тактические действия совершенствуются в игровых упражнениях на ограниченном участке поля, в игре в одни ворота, в игре в развернутые ворота и непосредственно в игре.

На первом и втором годах обучения два раза в год провожу прием контрольных нормативов по физической и технической подготовке. Для каждой возрастной группы существуют свои величины показателей. Но самым эффективным и наилучшим средством оценки является участие команд в соревнованиях.

С каждым годом количество желающих заниматься футболом только растет. Повышение мотивации к занятиям футболом во внеурочное время, прежде всего, связан с победами на соревнованиях старшей группы. Так же популярности этого вида спорта в нашей стране способствуют высокие показатели выступлений сборной команды России.

На внеурочные занятия футболом приходят заниматься обычные ученики, не имеющие возможности в силу определенных обстоятельств заниматься «большим» спортом.

Также активно идет работа по привлечению в тренировочный процесс учеников с девиантным поведением. Они регулярно ходят на занятия, активно тренируются и удачно выступают на соревнованиях. Мною и педагогическим коллективом было замечено, что тренировки благоприятно сказываются на их моральном, физическом воспитании. Также стоит отметить, что у таких обучающихся повысилась успеваемость.

Выводы и рекомендации. Таким образом, систематическое занятие футболом, участие в соревнованиях оказывают всестороннее влияние на обучающихся: повышаются функциональные возможности их организма, обеспечивается нормальное физическое развитие. Занятия спортом способствуют также воспитанию целого ряда положительных качеств и черт характера: умение подчинять личные интересы интересам коллектива, взаимопомощи, уважение к партнерам или соперникам в играх, сознательной дисциплины, активности, чувства ответственности, пунктуальности, спортивной этики. Воспитание нового, всесторонне

развитого человека – одно из необходимых и решающих условий успешного развития современного общества.

Литература

1. Лукьяненко В.П. Физическая культура: основы знаний / В.П. Лукьяненко: учебное пособие. М.: Советский спорт, 2013. - 224 с.

2. Колодницкий Г.А., Кузнецов В.С., Маслов М.В. Внеурочная деятельность учащихся. Футбол: пособие для учителей и методистов. М.: Просвещение, 2011. - 95 с.

3. Дахновский, В.С. Особенности построения процесса тренировки юных футболистов / В.С. Дахновский [и др.] // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. - 2012. - № 2. - С. 2-7.

VINOGRADOV Danila Petrovich

master's student, Moscow State Pedagogical University,
Russia, Moscow

SHERSTNEV Anton Maksimovich

master's student, Moscow State Pedagogical University,
Russia, Moscow

TEACHING AND TRAINING OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS IN THE FOOTBALL SECTION AS A SINGLE PEDAGOGICAL PROCESS

Abstract. *This article discusses the various conditions of extracurricular football classes for students of grades 1-4 in state educational organizations. The main methods of teaching the game of football are shown. The effectiveness of the applied conditions for teaching football to junior schoolchildren in extracurricular activities is evaluated.*

Keywords: *football, extracurricular activities, primary school age, training methods, physical qualities.*

ЛАРЁВА Наталья Алексеевна

студентка второго курса естественнонаучного факультета,
Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета,
Россия, г. Стерлитамак

*Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент
Крылов Владимир Михайлович*

ВОЛЕЙБОЛ КАК ВИД СПОРТА

Аннотация. В данной статье мы рассмотрим волейбол как вид олимпийского спорта, историю создания волейбола.

Ключевые слова: волейбол, история, команда.

Волейбол (от англ. volley удар и ball мяч) – это такой вид спорта, целью которого является навести мяч в сторону конкурента таким образом, чтобы он приземлился на половине конкурента, либо дожидаться оплошности со стороны игрока команды конкурента. Во время одной атаки допускается только три касания мяча подряд. Волейбол моден как среди парней, так и среди дам.

История появления относится волейбола

Считается, что волейбол появился благодаря Уильяму Дж. Моргану, педагогу физического воспитания 1-го из колледжей Холиока (США). В 1895 году на одном из собственных уроков он установил сетку (приблизительно на высоте 2 метра) и предложил своим воспитанникам перекидывать через неё баскетбольную камеру. Получившуюся забаву Морган именовал Минтонет. В следующей половине 1920-х годов появились национальные федерации Болгарии, СССР, США и Стране восходящего солнца. В 1922 году в Бруклине прошли 1-ые международные соревнования, это был чемпионат YMCA при участии 23 команд из мужчин. В 1925 году были утверждены современные размеры площадки, также размеры и вес волейбольного мяча. В 1947 появилась интернациональная федерация по волейболу (FIVB). Членами федерации стали: Бельгия, Бразилия, Венгрия, Египет, Италия, Нидерланды, Польша, Португалия, Румыния, США, Уругвай, Франция, Чехословакия и Югославия. В 1949 году в Праге состоялся 1-ый чемпионат мира среди парней, ну а в 1964 году волейбол был включен в программу Олимпийских игр в Токио. В интернациональных соревнованиях 1960-1970-

х годов величайших фуроров добивались национальные сборные команды СССР, Японии, Польши, Румынии, Чехословакии, Болгарии. С 1990-х годов перечень наисильнейших команд пополнился Бразилией, США, Кубой, Италией, Нидерландами, Югославией. С 2006 года FIVB объединяет 220 национальных федераций волейбола, забава является номером один в списке модных видов спорта на Земле.

Техника производитель игры

Волейбольный матч состоит из партий (от 3 до 5). Протяженность волейбольной партии не ограничена и продолжается до того времени, пока одна из команд не наберет 25 очков. Если превосходство над конкурентом менее 2 очков, то партия продолжается до тех пор, пока преимущество не будет увеличено. Матч продолжается до того момента, пока одна из команд не выиграет три партии. Стоит отметить, что в пятый партии счет идет не до 25, а до 15 очков.

В составе команды может быть 14 игроков, но на поле могут находиться 6 человек. Начальная расстановка игроков указывает порядок перехода соучастников по площадке, он обязан сохраниться на протяжении всей партии. Мяч вводится в игру подачей, подающая команда определяется при помощи жребия. После каждого перехода права подачи от одной команды к другой, игроки передвигаются по всей игровой зоне по часовой стрелке. Подача выполняется за задней полосой. Если подающий заступает за линию, отправляет мяч за границы поля или попадает в сетку, то команда утрачивает подачу, а конкурент получает очко. Принимать подачу имеют право все игроки команды, но как обычно это спортсмены первой полосы.

Поддача не блокируется. Игрок с первой полосы может проводить атакующий удар, производится такой удар над сетью. Игроки задней полосы атакуют с трехметровой отметки. Блокирование атаки проводится над сетью чтобы помешать мячу перелететь через сетку. При блоке можно переносить руки на сторону соперников, не создавая абсолютно всем этом им помех. Заблокируют только игроки с фронтальной полосы.

Разновидности волейбола

1. *Пляжный волейбол.*

Существует также еще одна разновидность игры – бич-волей (волейбол на песке, пляжный волейбол). В волейбол на песке в двадцатые – тридцатые годы играли в Болгарии, Латвии, СССР, США, Франции, Чехословакии. Бич-волей с двумя игроками на площадке появился в США в 1930 г. В конце XX века бич-волей получил очень широкое распространение в мире и в 1993 г. на сессии МОК в Монте-Карло он был признан олимпийским видом спорта.

Сейчас официальный календарь ФИВБ включает следующие соревнования по бич-волею: турниры в программе летних Олимпийских игр (с 1996 г.), чемпионаты мира (с 1987 г. для мужчин, с 1992 г. для женщин) и Мировой тур (с 1989 г. для мужчин, с 1993 г. для женщин), этапы (турниры) которого в течение сезона проводятся в разных странах.

2. *Мини-волейбол.*

Игра для детей до 14 лет. Включена в школьную программу многих стран, в том числе России. Появился мини-волейбол в 1961 в ГДР. В

1972 были официально утверждены его правила. Различают два уровня: мини-3 и мини-4. В каждой команде играют три (четыре) игрока плюс двое запасных. За команду могут выступать одновременно и мальчики и девочки, но их соотношение в командах-соперницах должно быть одинаково. Игра проходит на площадке 6х4,5 (6х6) м, разделенной пополам сеткой на высоте 2,15 (2,05) м. Вес мяча: 210–230 граммов, окружность: 61–63 см. Игра в партии идет до 15 очков.

3. *Пионербол.*

Основное его техническое отличие от классического волейбола заключается в том, что мяч в процессе игры берется в руки. Соответственно подача, пас партнеру и перевод мяча на сторону соперника осуществляется не ударом, а броском. Матч состоит из трех партий, игра в которых ведется до 15 очков. Выигрывает команда, победившая в двух партиях. Пионербол включен в программу средних школ по физподготовке и является подготовительным этапом в освоении азов не только волейбола, но и баскетбола. В разных городах России проводятся соревнования по пионерболу.

Литература

1. Загорский Б.И., Залетаев И.П., Пузырь Ю.П. и др. “Физическая культура”, Высшая школа 1989 г.
2. Железняк Ю.Д. Юный волейболист, Учебное пособие для тренеров. Москва. Физкультура и спорт, 1988 год.

LAREVA Natalia Alexeevna

second year student of the Faculty of Natural Sciences,
Sterlitamak branch of Bashkir State University, Russia, Sterlitamak

*Scientific supervisor - PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Krylov Vladimir Mikhailovich*

VOLLEYBALL AS A SPORT

Abstract. *In this article, we will look at volleyball as an Olympic sport, the history of the creation of volleyball.*

Keywords: *volleyball, history, team.*

Актуальные исследования

Международный научный журнал
2021 • № 24 (51)

ISSN 2713-1513

Подготовка оригинал-макета: Орлова М.Г.
Подготовка обложки: Ткачева Е.П.

Учредитель и издатель: ООО «Агентство перспективных научных исследований»
Адрес редакции: 308000, г. Белгород, Народный бульвар, 70а
Email: info@apni.ru
Сайт: <https://apni.ru/>

Отпечатано в ООО «ЭПИЦЕНТР».
Номер подписан в печать 21.06.2021г. Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.
308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 1