

АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2713-1513



#9 (244), 2025

часть II

Актуальные исследования

Международный научный журнал

2025 • № 9 (244)

Часть II

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 биогеографии и ландшафтной экологии (Дагестанский государственный педагогический университет)

Бафоев Феруз Муртазович, кандидат политических наук, доцент (Бухарский инженерно-технологический институт)

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 (Тулский 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)

Каландаров Азиз Абдурахманович, PhD по физико-математическим наукам, доцент, проректор по учебным делам (Гулистанский государственный педагогический институт)

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 (Кубанский государственный университет)

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, доктор филологических наук (DSc), доцент (Андижанский государственный институт иностранных языков)

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)

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

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)

Эшонкулова Нуржахон Абдужабборовна, PhD по философским наукам, доцент (Навоийский государственный горный институт)

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

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЛИТОЛОГИЯ

Лузанов В.А., Кабдий Н., Кенжебулатова А.М. ЕВРАЗИЙСКОЕ ПАРТНЕРСТВО И ШОС: ДОСТИЖЕНИЯ, ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ДАЛЬНЕЙШИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА.....	6
--	---

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Белозерских Д.С. ПРАВОВОЙ СТАТУС ОРГАНИЗАТОРА СИНДИЦИРОВАННОГО КРЕДИТА.....	11
Воронина А.В. ЮРИДИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ РАБОТЕ С СОСТАВНЫМИ ОБЪЕКТАМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТАХ	14
Хахалов Б.И. ДОГОВОРЫ МЕНЫ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА: ПОНЯТИЕ, СОДЕРЖАНИЕ, ОСОБЕННОСТИ.....	18

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

Зинин Н.В. РЕКЛАМА И ТЕХНИКИ ЛИЧНОЙ ПРОДАЖИ В МАРКЕТИНГЕ	22
Зинин Н.В. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ: НАУЧНЫЙ АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	27
Корелова Л.В. ИНСТРУМЕНТЫ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ОСОБЕННОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА.....	32

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Дейнес Н.В. КАДРОВЫЙ ДЕФИЦИТ В РОССИИ: СТРУКТУРНЫЕ ПРИЧИНЫ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ И СТРАТЕГИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ	37
Мустафин Д.Ш. ЛИДЕРСТВО В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ БИЗНЕСЕ: КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ВНЕДРЯЮТ ЦИФРОВУЮ КУЛЬТУРУ В ТРАДИЦИОННЫЕ ОТРАСЛИ.....	40
Примбетова С.Ч., Медетова У.А. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ.....	44

ПЕДАГОГИКА

Бок О.В.	
НЕТРАДИЦИОННЫЕ ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧИТЕЛЯ-ЛОГОПЕДА И РОДИТЕЛЕЙ	50
Букреева Ю.В., Овсянникова Е.М., Литовченко Э.В., Щербинина Э.В.	
ФОРМИРОВАНИЕ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ	54
Румянцева Н.Н., Малахова Т.В., Санду С.С.	
ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТЕРРЕНКУРА» В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	57
Ситникова С.Ю., Холодилов А.А.	
ФЕНОМЕН ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УСЛОВИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА.....	60
Солодилова Д.М.	
НАРУШЕНИЯ РЕЧИ У ШКОЛЬНИКОВ: ПРИЧИНЫ, ДИАГНОСТИКА И ПУТИ КОРРЕКЦИИ	64
Чусов М.С., Ларина Е.В.	
КАК ПОМОЧЬ ДЕТЯМ ПРОТИВОСТОЯТЬ ЗЛУ: ШКОЛЬНАЯ ТРАВЛЯ И КИБЕРБУЛЛИНГ	67
Яковлева С.В.	
РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСТВА ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С ПОМОЩЬЮ АРТ-ПЕДАГОГИКИ	70

ПСИХОЛОГИЯ

Гордеева Т.А.	
ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗРИТЕЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ У ДОШКОЛЬНИКОВ С ОНР	73
Джандарова А.С.	
КАК ТАНЦЫ ВЛИЯЮТ НА ДЕТСКУЮ ПСИХИКУ РЕБЕНКА, У КОТОРОГО ИМЕЮТСЯ ОТКЛОНЕНИЯ ОТ НОРМЫ	79

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Веденок И.В.	
ВЛИЯНИЕ СПОРТА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ И САМООЦЕНКУ ЧЕЛОВЕКА	83
Герасимова П.В.	
ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	87

ПОЛИТОЛОГИЯ

ЛУЗАНОВ Виктор Александрович

старший преподаватель,
Казахский университет технологи и бизнеса имени К. Кулажанова,
Казахстан, г. Астана

КАБДИЙ Нуржанар

старший преподаватель,
Казахский университет технологи и бизнеса имени К. Кулажанова,
Казахстан, г. Астана

КЕНЖЕБУЛАТОВА Асия Микояновна

старший преподаватель,
Казахский университет технологи и бизнеса имени К. Кулажанова,
Казахстан, г. Астана

ЕВРАЗИЙСКОЕ ПАРТНЕРСТВО И ШОС: ДОСТИЖЕНИЯ, ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ДАЛЬНЕЙШИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

***Аннотация.** В рамках трансформации современной международной системы играет важную роль обеспечение политической безопасности и содействие активному торгово-экономическому сотрудничеству между странами путем формирования нового интеграционного проекта – Большого Евразийского партнерства, которое соединяет Запад и Азию.*

***Ключевые слова:** ШОС, ЕАЭС, Большое евразийское партнёрство, экономическая интеграция, безопасность, инициатива «Один пояс, один путь», транспорт, логистика.*

В условиях изменений мирового порядка и формирования новой расстановки сил на глобальной и региональной аренах, возникает необходимость в создании нового интеграционного проекта – Большого Евразийского партнерства (сокращенно БЕП). Его цель – обеспечение политической устойчивости, укрепление безопасности и создание благоприятных условий для активного развития торгово-экономического, финансового и инвестиционного сотрудничества в пределах Евразии. В совместном официальном заявлении лидеры Российской Федерации и Китайской Народной Республики, Владимир Путин и Си Цзиньпин, определили Шанхайскую организацию сотрудничества (ШОС) как ключевую платформу для экономической интеграции в евразийском

пространстве. Несмотря на то, что первоначальные задачи ШОС были направлены на противодействие и борьбу с «тремя силами зла» – терроризмом, сепаратизмом и экстремизмом, – в соответствии со Стратегией развития до 2025 года, приоритетной целью организации является углубление торгово-экономического взаимодействия. Это рассматривается как инструмент для обеспечения политической и экономической стабильности сначала на региональном, а затем и на глобальном уровне. Таким образом, ШОС начинает формировать новое направление развития.

Пройдя путь более чем двадцати лет, ШОС значительно укрепила свои позиции не только в регионе, но и на международной арене. Подтверждением этому служит расширение

состава организации в 2017 году за счёт присоединения Индии и Пакистана, а также вступление Ирана в 2022 году, что способствовало повышению авторитета ШОС в глазах мирового сообщества. На текущий момент в состав ШОС входят восемь государств: Россия, Китай, Казахстан, Киргизия, Узбекистан, Таджикистан, Иран, Индия и Пакистан. Совокупное население этих стран составляет 41,88% от общего населения планеты, а их суммарный ВВП оценивается примерно в 23 триллиона долларов, что составляет четверть мирового ВВП.

В процессе своей деятельности ШОС выступает в роли связующего звена между Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) и инициативой «Один пояс и один путь». Кроме того, за годы работы организация утвердила ряд проектов, заключила соглашения и меморандумы, регулируемые нормативными актами, направленные на расширение и углубление экономической интеграции. Так, подписание в 2019 году Меморандума «О взаимной интеграции национальных транзитных систем между таможенными службами государств ШОС» способствовало улучшению транспортной взаимосвязанности в Евразии. Ещё одним примером является принятие в 2022 году Советом глав государств-членов ШОС «Дорожной карты» по постепенному увеличению доли национальных валют во взаимных расчётах. Это направлено на снижение зависимости национальных экономик от доллара, учитывая его нестабильность и практику применения односторонних экономических санкций.

В контексте расширения сотрудничества Евразийского экономического союза (ЕАЭС) с государствами Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) в области транспорта и логистики, необходимо выделить значимость масштабного транслогистического проекта. В его рамках уже были утверждены восемь транспортных коридоров, которые связаны с международными магистралями «Север-Юг» и «Запад-Восток», а также интегрированы с инициативой «Один пояс, один путь». Кроме того, важно подчеркнуть план по цифровизации этих коридоров, что позволит перевозчикам оперативно получать информацию о загруженности, состоянии дорог, местоположении заправок станций, зон отдыха, а также своевременные данные о возможных чрезвычайных ситуациях.

Существенно отметить торгово-экономическую интеграцию инициативы «Один пояс, один путь» со странами-участницами ШОС через строительство Пилотной зоны «Китай-ШОС» в городе Циндао, провинция Шаньдун, Китай. Целью этого проекта является расширение сотрудничества в сфере международной логистики, современной торговли, взаимных инвестиций, туризма и других областях. Зона «Китай-ШОС» будет способствовать созданию экономического коридора в Евразии, стимулируя развитие открытой торговли и взаимовыгодного сотрудничества между странами, как в восточном, так и в западном направлениях. Эта демонстрационная зона за короткий период времени достигла значительных результатов, включая открытие 31 международного железнодорожного маршрута, который соединил 54 города в 23 странах, что подчеркивает масштаб и важность проекта для содействия формированию Большого евразийского пространства.

Упомянутые ранее инициативы, договоренности и меморандумы демонстрируют активное формирование нового направления торгово-экономического развития ШОС и способствуют углублению взаимодействия в таких сферах, как коммерция, инвестиции, логистика, культурный обмен и другие, не только между государствами-участниками, но и с теми, кто не входит в состав организации. Однако, чтобы понять, является ли ШОС своеобразной экономической платформой для взаимодействия ЕАЭС и проекта «Один пояс и один путь», необходимо проанализировать среднесрочные и долгосрочные перспективы развития организации.

ШОС стремится к расширению своего формата до «ШОС+». Это подтверждается не только недавним присоединением Ирана, но и интересом к членству со стороны Беларуси, Непала и ряда стран Лиги арабских государств. В настоящее время Мьянма, Мальдивы, Саудовская Аравия, Египет, Азербайджан, Армения, Шри-Ланка, Катар, Турция, Камбоджа, ОАЭ и Кувейт являются партнерами по диалогу ШОС. Более того, Саудовская Аравия, Шри-Ланка, Непал, Турция, ОАЭ и Кувейт выразили желание стать полноправными членами организации. Расширение ШОС позволит увеличить масштаб и финансирование проектов, а также способствовать экономической интеграции большего числа стран, создавая

международную транспортную сеть с центром в Центральной Азии. Важно отметить, что упомянутый ранее крупномасштабный транспортный проект предоставит возможность третьим странам, не являющимся партнерами по диалогу или полноправными членами ШОС, присоединиться к соглашению о таможенном транзите. Эта инициатива показывает, что в проектах ШОС могут участвовать страны, не входящие в организацию, что способствует диалогу между Азией и Европой. Таким образом, Шанхайская организация сотрудничества обладает значительным потенциалом для формирования Большого евразийского партнерства.

Формирование зоны свободной торговли. Однако данная инициатива может быть реализована лишь в отдаленной перспективе, поскольку на данный момент обсуждается лишь вопрос о содействии созданию ряда зон свободной торговли, но никаких проектов при участии стран-участниц не было запущено, за исключением соглашения о таможенном транзите.

Развитие Международного транспортного коридора «Север-Юг». С целью повышения значимости этого коридора с регионального уровня на международный ожидается увеличение грузопотоков и ускорение сроков доставки грузов, модернизация и расширение инфраструктуры, входящей в Евразийский транспортный каркас, повышение качества предоставляемых услуг, а также укрепление транспортной безопасности и развитие сотрудничества между государствами.

Перспективы дальнейшего развития ШОС играют важную роль в укреплении взаимодействия между ЕАЭС и инициативой «Один пояс и один путь» с целью формирования Большого евразийского партнерства. Тем не менее, определенные вызовы могут негативно повлиять на реализацию текущих и будущих проектов. К таким проблемам относятся:

Обеспечение безопасности. В настоящее время сохраняется политическая нестабильность в Афганистане – стране-наблюдателе в ШОС, а также противоречия между странами-участницами, такими как Индия-Китай, Индия-Пакистан, Иран-Пакистан и другие, что затрудняет торгово-экономическое сотрудничество и реализацию совместных инициатив. Вопрос безопасности является приоритетным для

ШОС, однако организация зачастую остается в стороне от конфликтов, что можно заметить на примере пограничного конфликта между Индией и Пакистаном в 2020-2021 годах, и пока активно не способствует урегулированию противоречий, борьбе с терроризмом и сепаратизмом. Данная проблема может негативно сказаться на взаимодействии ЕАЭС и проекта «Один пояс и один путь» из-за наличия угроз безопасности в регионах Центральной Азии и за ее пределами.

Договоренности реализуются с отставанием от установленных сроков и/или не в полном объеме. Примером служит стратегический проект строительства железнодорожной магистрали Китай – Кыргызстан – Узбекистан, обсуждение которого ведется с 90-х годов XX века, но фактические работы возобновились лишь в 2022 году после подписания соответствующего соглашения о сотрудничестве в рамках данной инициативы. Тем не менее строительство транзитной железнодорожной линии через горный хребет Тянь-Шань до сих пор находится на стадии планирования.

Отсутствуют механизмы полноценного финансирования проектов. В рамках организации функционирует Межбанковское объединение ШОС, в состав которого входят: Банк развития Казахстана, РСК Банк (Кыргызская Республика), Государственный банк развития Китая, Государственная корпорация развития «ВЭБ.РФ», Habib Bank Limited (Пакистан), Индийская инфраструктурная финансовая компания, Государственный сберегательный банк Республики Таджикистан «Амонатбанк», Национальный банк внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан. Однако для реализации проектов ШОС часто не хватает финансовых ресурсов. По словам Генерального секретаря Шанхайской организации сотрудничества: «Сохраняется значительный разрыв между экономическим потенциалом объединения и практической реализацией имеющихся возможностей», что указывает на необходимость создания устойчивого механизма финансовой поддержки инициатив в виде Фонда развития и Банка развития ШОС, которые упоминаются в стратегии развития ШОС до 2025 года. Стоит отметить, что реализация данного механизма пока находится на стадии переговоров, начиная с 2010 года со стороны Китая по поводу Банка развития и с 2013 года

со стороны России по Фонду развития.

Преобладает двустороннее, либо трехстороннее и более многостороннее сотрудничество, что приводит к тому, что в реализации проектов участвует лишь часть членов ШОС. Примерами являются следующие инициативы: Разработка технологии Smart Glass (РФ и КНР), World Food City (Россия, Казахстан, Китай, Кыргызстан, Таджикистан), Евразийский торгово-экономический индустриальный парк (КНР, Казахстан, Россия, Кыргызстан) – проекты находятся на начальной стадии реализации. Из-за недостаточной вовлеченности всех стран-участниц ШОС возникают трудности в реализации крупных торгово-экономических проектов из-за недостаточного взаимодействия между государствами.

На основе деятельности ШОС за более чем два десятилетия в области политической безопасности, экономического развития, регионального и международного сотрудничества, организация имеет потенциал стать важной платформой экономической интеграции и обеспечения международной безопасности на общеевразийском уровне. Однако это возможно лишь в отдаленной перспективе, учитывая ограниченное количество реализованных проектов, отсутствие необходимых финансовых механизмов и недостаточное содействие в решении ключевых проблем, заявленных в рамках основных целей ШОС. Тем не менее в соответствии с концепцией классического евразийства, организация стремится стать своеобразным «евразийским домом», включающим в себя пространство коллективной безопасности, где важную роль играют трансконтинентальные торговые маршруты, соединяющие Восток и Запад.

Литература

1. Аристова Л.Б. Разработка и реализация стратегии международных транспортных проектов на пространстве ШОС / Л.Б. Аристова. – Текст: непосредственный. // Большая Евразия:

развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – № 3-1. – С. 286-287.

2. Большое Евразийское партнерство – новые горизонты сотрудничества: Тематический сборник / под общей редакцией И.А. Максимцева. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 159 с. – ISBN 978-5-7310-5421-8.

3. Будущее стран ШОС: о программе сотрудничества до 2035 года / У. Хасанов. – Текст: электронный // Международного дискуссионного клуба «Валдай». – 2019. – 3 с. – URL: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/budushche-stran-shos/?ysclid=lov2d18mbe563491833> (дата обращения: 09 февраля 2025).

4. Евразийское пространство: новые векторы и приоритеты. Риски и возможности для России / под редакцией В.А. Матвеева. – Москва: ИДВ РАН, 2021. – 152 с. – ISBN 9785838103925. – DOI: 10.48647/IFES.2021.49.34.001.

5. К Великому океану: хроника поворота на Восток. Сборник докладов Валдайского клуба. – М.: Фонд развития и поддержки Международного дискуссионного клуба «Валдай», 2019. – 352 с.

6. Лушников О.В. Перспективы идеи евразийской интеграции в XXI в. / О.В. Лушников. – Текст: непосредственный. // Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет. – 2022. – С. 115-120.

7. Михневич С.В. Шанхайская организация сотрудничества в 2022 г.: экономическая повестка председательства Узбекистана и перспективы развития организации / С.В. Михневич. – Текст: непосредственный // Вестник Поволжского института управления. – 2019. – Т. 22. – № 5. – С. 35-53. – DOI 10.22394/1682-2358-2022-5-35-53.

8. Перская В.В. Роль ШОС как международной многоаспектной организации на пространстве Большой Евразии / В.В. Перская. – Текст: непосредственный. // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – № 3-2. – С. 186-189.

LUZANOV Victor Alexandrovich

Senior Lecturer,
Kazakh University of Technology and Business named after K. Kulazhanov,
Kazakhstan, Astana

KABDIY Nurzhanar

Senior Lecturer,
Kazakh University of Technology and Business named after K. Kulazhanov,
Kazakhstan, Astana

KENZHEBULATOVA Asia Mikoyanovna

Senior Lecturer,
Kazakh University of Technology and Business named after K. Kulazhanov,
Kazakhstan, Astana

**THE EURASIAN PARTNERSHIP AND THE SCO:
ACHIEVEMENTS, CURRENT STATUS AND FUTURE DIRECTIONS
OF COOPERATION**

Abstract. *As part of the transformation of the modern international system, it is important to ensure political security and promote active trade and economic cooperation between states through the formation of a new integration project – the Greater Eurasian Partnership, which connects the West and Asia. To implement such a large-scale initiative, it is necessary to pair the Eurasian Economic Union and the "One Belt and One Road" project with the help of the Shanghai Cooperation Organization, where a new vector of development – deepening trade and economic integration – has begun to take shape.*

Keywords: *SCO, EAEU, Greater Eurasian partnership, economic integration, security, Belt and Road Initiative, transportation, logistics.*

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

БЕЛОЗЕРСКИХ Даниил Сергеевич

аспирант, Белгородский университет кооперации, экономики и права, Россия, г. Белгород

Научный руководитель – доцент кафедры гражданского права и процесса

Белгородского университета кооперации, экономики и права Внукова Валентина Арсентьевна

ПРАВОВОЙ СТАТУС ОРГАНИЗАТОРА СИНДИЦИРОВАННОГО КРЕДИТА

Аннотация. *Статья посвящена рассмотрению роли организатора синдицированного кредита. Наиболее важную часть работы составляет описание и анализ функционала организатора кредитной сделки.*

Ключевые слова: *договор синдицированного кредита, кредит, синдикат, кредитор, заемщик, кредитный договор, организатор, кредитный управляющий.*

В силу специфики правоотношений, вытекающих из договора синдицированного кредита, перечень участников значительно расширяется по сравнению с классическим кредитным договором.

Состав субъектов договора синдицированного кредита образуют заемщик и кредиторы (синдикат кредиторов), автор целенаправленно акцентирует внимание на множественности лиц на стороне кредитора ввиду того, что закон для реализации прав кредиторов предусматривает дополнительного участника – кредитный управляющий. Кроме того, заключение договора синдицированного кредита может сопровождаться заключением договора об организации синдицированного кредита, следовательно, субъектный состав осложняется организатором или организаторами синдицированного кредита. Необходимо отметить, что субъектный состав договора синдицированного кредита может быть еще более расширен за счет привлечения обеспечительных кредиторов, гарантов и иных лиц, чье участие направлено на повышение надежности и возвратности кредитных средств. Их роль определяется в отдельных соглашениях, связанных с договором синдицированного кредита. В контексте анализа субъектного состава важно учитывать, что заемщик, как правило, является юридическим лицом, нуждающимся в крупном объеме финансирования для реализации инвестиционных проектов или рефинансирования

существующей задолженности. Кредиторами же выступают банки, инвестиционные фонды и иные финансовые институты, заинтересованные в получении дохода от предоставления кредитных ресурсов. Кредитный управляющий выступает ключевым звеном между заемщиком и синдикатом кредиторов, обеспечивая оперативное взаимодействие и контроль за соблюдением условий договора. Его независимость и профессионализм являются залогом эффективного управления кредитным портфелем и минимизации рисков для кредиторов. Организаторы синдицированного кредита играют важную роль на этапе подготовки и структурирования сделки, обеспечивая привлечение необходимых ресурсов и координацию действий всех участников. Их опыт и экспертиза позволяют создать оптимальную структуру кредитования, учитывающую интересы всех сторон.

Законодатель вместо терминов «банк-агент» и «банк-организатор» отдал предпочтение терминам «кредитный управляющий» и «организатор синдицированного кредита», несколько скорректировав их содержание. Поскольку участниками синдиката кредиторов могут стать не только банки, но и иные субъекты гражданского оборота, у которых нет технических и организационных возможностей оценить платежеспособность заемщика, перспективы реализации проекта и возврата денежных средств, возникает вопрос, кто может

выступать организатором синдицированного кредитования. По мнению автора, указание в Законе № 486-ФЗ, что организатором синдицированного кредитования может быть любой потенциальный участник синдиката кредиторов, не соответствует цели правового регулирования данных отношений. В соответствии со ст. 3 Закона № 486-ФЗ субъектный состав организаторов определен в императивной форме. Следовательно, необходимо уточнить, что и организатором синдицированного кредитования на внутреннем рынке должны быть кредитная организация и иные лица, указанные в п. 5 ст. 4 Закона № 486-ФЗ. Организатором (Законом № 486-ФЗ допускает множественность на стороне организаторов) может быть лицо, которое в силу указанного закона вправе быть членом синдиката кредиторов.

Кредитный управляющий, действуя в интересах синдиката, осуществляет мониторинг исполнения обязательств заемщиком и обеспечивает координацию действий кредиторов. Договор об организации синдицированного кредита определяет роли и обязанности организаторов, которые обычно включают в себя подготовку документации, привлечение участников синдиката и структурирование сделки. Таким образом, сложная структура синдицированного кредитования предполагает наличие нескольких ключевых участников, каждый из которых играет определенную роль в обеспечении эффективного функционирования кредитного механизма.

Организатор привлекается по инициативе лица, желающего получить синдицированный кредит (заемщика), и действует на основании договора об организации синдицированного кредита. В качестве организаторов синдицированного кредитования в России преимущественно выступают крупные международные банки (67%), 25% приходится на российские банки. Лишь лица из числа синдиката кредиторов стать его организатором. Так, согласно ст. 3 названного Закона «организатор синдицированного кредита (займа) может заключить договор об организации синдицированного кредита (займа) с лицом, желающим получить кредит (заем)» [1, ст. 3]. По такому договору организатор, действуя по заданию заказчика, должен оказать ему услуги по подготовке к заключению на определенных условиях договора синдицированного кредита, а заказчик обязуется выплатить ему вознаграждение за оказание этих услуг. «Данная новелла Закона о

синдицированном кредите играет важную роль для ВЭБ.РФ, роль которого в этом случае может заключаться не столько в предоставлении финансирования, сколько в организации финансирования проекта, объединении участников такого финансирования» [2, с. 7]. Прекращаются права и обязанности по данному договору в момент достижения его основной цели, так как в п. 1 ст. 3 Закона № 486-ФЗ уточняется, что, «если иное не предусмотрено договором об организации синдицированного кредита (займа), услуги по организации синдицированного кредита (займа) считаются оказанными в момент заключения договора синдицированного кредита (займа)» [1, п. 1 ст. 3].

Правовой статус организатора синдицированного кредита определяется многогранностью его функций. Он выступает координатором между кредиторами и заемщиком, обеспечивая структурирование сделки, проведение due diligence, подготовку кредитной документации и синдикацию кредита. Организатор несет ответственность перед участниками синдиката за полноту и достоверность информации, предоставленной в рамках кредитной сделки. Он обязан действовать добросовестно и разумно, учитывая интересы всех сторон. Вместе с тем организатор не является гарантом возврата кредита. Его ответственность ограничивается надлежащим исполнением своих функций по организации и сопровождению сделки. Судебная практика подтверждает, что организатор не несет ответственность за неисполнение заемщиком своих обязательств, если он действовал в рамках своих полномочий и не допустил нарушений. Таким образом, правовой статус организатора синдицированного кредита характеризуется сочетанием функций координатора, агента и консультанта, с четко очерченным кругом ответственности, не включающим гарантию возврата кредита.

Важно отметить, что правовой статус организатора синдицированного кредита может варьироваться в зависимости от юрисдикции и конкретных условий кредитного соглашения. В некоторых случаях организатор может нести более широкую ответственность, например, за мониторинг финансового состояния заемщика или за обеспечение соблюдения им ковенантов. Для минимизации рисков, связанных с деятельностью организатора, участникам синдиката рекомендуется тщательно анализировать условия кредитного соглашения и проводить собственную проверку информации,

предоставленной организатором. Также целесообразно включать в кредитную документацию положения, предусматривающие ответственность организатора за нарушение своих обязательств. В заключение правовой статус организатора синдицированного кредита представляет собой сложный и многогранный вопрос, требующий детального изучения как теоретических аспектов, так и практического опыта. Четкое понимание прав и обязанностей организатора является ключевым фактором для успешной реализации синдицированных кредитных сделок и защиты интересов всех участников. Таким образом, при выборе организатора синдицированного кредита необходимо учитывать его репутацию, опыт работы

на рынке синдицированного кредитования и готовность нести ответственность за надлежащее исполнение своих функций.

Литература

1. О синдицированном кредите (займе) и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федеральный закон от 31 декабря 2017 года № 486-ФЗ. – ст. 3 // Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286745/ (дата обращения: 15.02.2025).
2. Кузнецов С.В. Правовое регулирование заемного финансирования развития // Банковское право. 2022. № 1 / 2022. С. 7-13.

BELOZERSKY Daniil Sergeevich

Postgraduate Student, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law,
Russia, Belgorod

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Department of Civil Law and Process
at Belgorod University of Cooperation, Economics and Law Vnukova Valentina Arsentyevna*

THE LEGAL STATUS OF THE SYNDICATED LOAN ORGANIZER

Abstract. *The article is devoted to the role of the syndicated loan organizer. The most important part of the work is the description and analysis of the functionality of the credit transaction organizer.*

Keywords: *syndicated loan agreement, loan, syndicate, lender, borrower, loan agreement, organizer, credit manager.*



10.5281/zenodo.14962321

ВОРОНИНА Анна Владиславовначастнопрактикующий юрист по интеллектуальной собственности,
Россия, г. Москва

ЮРИДИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРИ РАБОТЕ С СОСТАВНЫМИ ОБЪЕКТАМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТАХ

Аннотация. В статье анализируется правовое регулирование креативных проектов, включающих составные объекты интеллектуальной собственности. Особое внимание уделяется роли юриста, который, в отличие от традиционной роли, осуществляет функции активного менеджмента и координации проекта. Раскрыты основные правовые проблемы, возникающие в процессе реализации таких проектов, и предложены способы их решения на основе практического опыта.

Ключевые слова: юридический менеджмент, интеллектуальная собственность, креативные проекты, авторские права, лицензионные соглашения, правовые риски.

Креативные проекты, относящиеся к сфере интеллектуальной собственности (далее – ИС), охватывают широкий спектр объектов, подлежащих правовой охране различными режимами защиты. Эти проекты требуют не только профессионального творческого подхода и стратегического планирования, но и тщательной юридической проработки на всех стадиях их реализации. В силу многозначности и комплексности интеллектуальной собственности, процесс её создания и использования сопряжён с множеством юридических рисков, которые могут оказать существенное влияние на конечный результат, как в аспекте правомерности использования объектов ИС, так и в плане соблюдения договорных обязательств и защиты прав. В связи с этим, роль юриста в креативных проектах выходит за пределы стандартного консультирования, приобретая статус активного юридического менеджмента, направленного на полноценное юридическое сопровождение всех процессов, включая контроль за соблюдением всех правовых норм и предотвращение возможных правовых и финансовых рисков.

Объектом данного исследования является процесс правового сопровождения креативных проектов, в частности, тех, которые включают использование составных объектов интеллектуальной собственности. В качестве метода исследования использован анализ правовых

норм, регулирующих использование ИС в рамках таких проектов, а также практическое рассмотрение случаев, где были выявлены сложности и юридические риски в процессе разработки и реализации креативных проектов.

Для достижения целей исследования применён метод анализа договорных отношений и практических методов правового мониторинга на разных стадиях разработки креативных проектов.

Важнейшей проблемой является ситуация отсутствия должного внимания к юридической правомерности условий, которые согласовываются между креативными командами сторон до момента начала работы над креативным проектом. Это может привести к многочисленным правовым осложнениям, включая нарушение авторских прав и несоответствие условиям лицензионных соглашений. В практической деятельности нередко возникают случаи, когда в процессе разработки аудиовизуального произведения креативная команда не уведомляет юристов, что в проекте будут использоваться музыкальные композиции. Однако, в процессе дальнейшей реализации проектов практически всегда используется какое-либо музыкальное произведение, которое не было предусмотрено условиями заключённого лицензионного соглашения. Это обстоятельство в последующем требует значительных изменений в проектной документации, пересмотра условий договоров

и переработки части соглашений, что приводит зачастую к существенным задержкам в проекте, а также увеличению финансовых затрат, связанных с получением необходимых лицензий и урегулированием правовых вопросов. Нередко подобные вопросы уже решаются в судебном порядке.

Таким образом, особый характер прав на объекты ИС дает правомерным правообладателям совершать разрешенные законом действия, запрещать его использование третьими лицами без согласия правообладателя, а также монополизировать его использование в соответствии с законодательством Российской Федерации собственник объекта [1, с. 146]. Становится очевидным, что юридический менеджмент в креативных проектах представляет собой неотъемлемую часть успешной реализации проектов, требующих комплексного подхода и внимательного контроля на всех этапах. Юрист в данном контексте не только занимается формированием правовой документации, но и активно участвует в координации действий всех участников проекта, включая менеджеров, разработчиков, дизайнеров и других, что позволяет своевременно выявлять и минимизировать правовые риски, предотвращая их негативное влияние на проект.

К основным правовым проблемам, возникающим при реализации креативных проектов, можно отнести следующие:

- **Отсутствие прав на объекты ИС.** Это может проявляться в недостаточной проработке лицензионных соглашений на использование определенных компонентов проекта, таких как музыкальные произведения, видеоматериалы, графические элементы и другие составляющие, охраняемые авторским правом. Существенными условиями лицензионного договора являются условия о характере передаваемых прав, способах использования, объекте, на который предоставляются права, цене (в возмездном договоре), о сроках и порядке предоставления отчетов лицензиатом. Чаще всего ошибки в проектах связаны с недостаточной проработкой согласования способов использования ИС и характере их использования, что в последствие нередко приводит к судебным разбирательствам [2, с. 268].

- **Неопределённость правовых условий в отношении коллективных произведений.** Это особенность, характерная для креативных проектов, где несколько участников вносят свой вклад в конечный продукт.

Юридическая сложность заключается в том, чтобы правильно зафиксировать и распределить права между всеми участниками на различных этапах работы. Такие проблемы чаще всего возникают при разработке программного обеспечения и мобильных приложений, в которых принимает участие несколько человек – обладателей прав на составные части конечного объекта ИС.

- **Ошибки при согласовании условий договора.** Следует отметить, что нередко менеджеры и участники креативных проектов, не обладая достаточными знаниями в области юриспруденции, соглашаются на условия, которые невозможно реализовать с правовой точки зрения. Это, в свою очередь, может привести к необходимости пересмотра уже подготовленных документов, включая лицензионные соглашения и другие договорные обязательства.

Для минимизации вышеуказанных юридических рисков и успешной реализации креативных проектов следует придерживаться нескольких ключевых принципов:

- **Тщательное планирование правовых аспектов на ранней стадии.** На этапе согласования условий сотрудничества необходимо заранее определять, какие объекты ИС будут использованы в проекте, а также чётко регулировать права на эти объекты через соответствующие договоры и лицензионные соглашения.

- **Вовлечение юриста на всех этапах проекта.** Юрист должен активно работать на стадии согласования условий, поскольку это способствует минимизации рисков в дальнейшем. Необходимо обеспечить, чтобы все условия, касающиеся ИС, были подробно прописаны и реализуемы с правовой точки зрения.

- **Контроль соблюдения условий договора.** Юрист должен осуществлять мониторинг соблюдения всех правовых обязательств на протяжении всего процесса создания креативного продукта, включая проверку наличия лицензий на все элементы, используемые в проекте.

Зачастую юрист фактически выполняет роль менеджера в части согласования условий сотрудничества, что позволяет обеспечить надлежащий контроль за всеми этапами проектирования и производства, гарантируя, что все правовые аспекты будут учтены до получения финального продукта. В противном случае отсутствие должного юридического контроля может привести к необходимости переписывания

соглашений и устранения правовых нарушений на более поздних стадиях реализации, что неизбежно повлечёт за собой дополнительные риски и затраты.

Таким образом, систему работы над креативным проектом следует представить как синергию правового анализа юриста с контролирующим аспектом работы менеджеров проекта и креативным коллективом (табл.).

Таблица

Этапы юридического управления интеллектуальной собственностью в креативных проектах

Этапы	Описание действий	Потенциальные риски
1. Инициация проекта	На данном этапе осуществляется предварительная правовая оценка и классификация объектов интеллектуальной собственности, подлежащих использованию в проект. Включает в себя юридическое заключение по правомерности их применения в рамках заявленных целей. Это может касаться авторских прав, патентов, товарных знаков и других форм прав на результаты интеллектуальной деятельности. Также, проводится предварительный анализ правового положения участников проекта.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Невозможность или нецелесообразность использования заявленных объектов ИС в проекте (нарушение прав третьих лиц). 2. Отсутствие прав на объекты ИС, которые критичны для реализации проекта. 3. Ошибки в юридической классификации объектов ИС, что может повлиять на дальнейшее использование.
2. Согласование условий сотрудничества	На данном этапе происходит заключение и согласование договорных обязательств, включая лицензионные соглашения, контракты с подрядчиками и партнерами проекта. Юрист обеспечивает надлежащую правовую регламентацию прав на объекты ИС, а также гарантирует, что все договорные условия соответствуют действующему законодательству, минимизируя правовые риски для всех сторон.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточная проработка условий лицензионных соглашений (например, отсутствие права на переработку или распространение). 2. Невозможность реализации условий соглашений, что может привести к расторжению договора или судебным спорам. 3. Нарушение авторских прав или других прав интеллектуальной собственности сторон.
3. Реализация проекта	Этап реализации включает в себя непосредственно использование объектов интеллектуальной собственности в рамках заключённых соглашений. Юрист контролирует соблюдение всех правовых условий, предусмотренных договорами, в процессе разработки и создания произведений, а также оперативно решает возникающие юридические вопросы с участниками проекта, предотвращая нарушения авторских прав и условий лицензий.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Использование объектов ИС, на которые нет прав (несоответствие условиям лицензионных соглашений). 2. Нарушение условий договора сторонними участниками (например, использование несанкционированных материалов). 3. Нарушение обязательств по охране коммерческих тайн, патентов или других защищённых прав.
4. Завершение проекта	На этапе завершения проекта производится юридическая проверка соблюдения всех условий соглашений, подписание итоговых актов и передача прав на созданные объекты интеллектуальной собственности. Юрист осуществляет оформление всей необходимой документации, включая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нарушение условий прав на использование интеллектуальной собственности во время или после завершения проекта. 2. Невозможность передачи прав из-за отсутствия

Этапы	Описание действий	Потенциальные риски
	отчётность, а также проводит проверку на наличие нарушений или несоответствий в условиях лицензионных соглашений.	необходимых документов или недочётов в заключённых соглашениях.
5. Постреализационный контроль	После завершения проекта юрист продолжает осуществлять контроль за соблюдением условий лицензионных соглашений, а также участвует в разрешении потенциальных правовых споров, связанных с использованием объектов ИС. Это включает защиту интересов участников проекта в случае возникновения претензий со стороны третьих лиц, а также мониторинг соблюдения всех юридических норм и обязательств по проекту.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нарушение лицензионных соглашений со стороны третьих лиц (например, использование в проекте нелегальных материалов). 2. Юридические претензии от авторов и других владельцев прав на ИС. 3. Судебные разбирательства, связанные с правами на созданные объекты ИС.

В заключении следует отметить, что юридический менеджмент в креативных проектах, включающих составные объекты интеллектуальной собственности, требует комплексного подхода, который выходит за рамки традиционной консультативной функции. Юрист в данном контексте не только предоставляет правовые консультации, но и активно управляет иными аспектами проекта, начиная с его концептуализации и заканчивая постреализационным контролем. Он координирует действия всех участников, включая менеджеров, дизайнеров и других креативных специалистов, чтобы минимизировать юридические риски.

В условиях современного креативного рынка, где объекты интеллектуальной собственности могут быть представлены как авторские права, патенты или товарные знаки,

юрист становится ключевым звеном в процессе обеспечения соответствия законодательству. Таким образом, роль юриста в креативных проектах выходит за пределы стандартных юридических функций и включает активное вмешательство в процесс планирования и реализации проекта, обеспечивая эффективное управление правовыми рисками и соблюдение всех норм и стандартов.

Литература

1. Чарыева О.А. Интеллектуальная собственность. Академическое издательство «Научная Артель» на CyberLeninka. 2022.
2. Право интеллектуальной собственности. Т. 1. Общие положения: Учебник / Под общ. ред. д.ю.н., проф. Л.А. Новоселовой. – М.: Статут, 2017. – 512 с.

VORONINA Anna Vladislavovna
Private Practice Intellectual Property Lawyer,
Russia, Moscow

LEGAL MANAGEMENT WHEN WORKING WITH COMPOSITE OBJECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY IN CREATIVE PROJECTS

Abstract. *The article analyzes the legal regulation of creative projects that include constituent objects of intellectual property. Particular attention is paid to the role of a lawyer who, in contrast to the traditional role, performs the functions of active management and coordination of the project. The main legal problems that arise in the process of implementing such projects are revealed, and ways to solve them based on practical experience are proposed.*

Keywords: *legal management, intellectual property, creative projects, copyright, licensing agreements, legal risks.*

ХАХАЛОВ Батюр Иванович

студент,

Восточно-Сибирский институт экономики и права,

Россия, г. Иркутск

ДОГОВОРЫ МЕНЫ НЕДВИЖИМОГО ИМУЩЕСТВА: ПОНЯТИЕ, СОДЕРЖАНИЕ, ОСОБЕННОСТИ

Аннотация. В современном мире договор мены (обмен товарами) используется нечасто. Это связано с тем, что крайне редко случается, чтобы у двух сторон одновременно были товары, которые они хотели бы обменять друг на друга. Желания и наличие подходящих для обмена вещей у участников сделки – это редкое совпадение. Однако, несмотря на ограниченное практическое применение, мена как юридическая форма имеет богатую историю и достаточно широкие возможности.

Именно поэтому изучение договора мены недвижимого имущества актуально. В настоящее время его потенциал недостаточно изучен и недооценен участниками гражданского оборота. Многие не рассматривают мену как эффективный инструмент сделки, хотя в определенных ситуациях она может быть выгодна и удобна. Необходимо дальнейшее исследование данного вида договоров, чтобы раскрыть его преимущества и способствовать более широкому применению в тех случаях, когда он действительно может быть эффективным.

Ключевые слова: мена недвижимости, переход права собственности, государственная регистрация, предмет договора мены.

Цель статьи состоит в комплексном исследовании договора мены недвижимого имущества на основе анализа действующего российского законодательства и правоприменительной практики.

Соответственно, в рамках реализации цели исследования были поставлены следующие задачи:

- определить понятие договора мены недвижимого имущества;
- рассмотреть требования к форме договора мены недвижимого имущества;
- проанализировать содержание (условия) договора;
- рассмотреть обязанности и права участников;
- рассмотреть спорные вопросы правового регулирования и определить основания расторжения договора.

Договор мены недвижимого имущества представляет собой сложный и многогранный гражданско-правовой акт, регулируемый главой 31 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ, ст. 567) [2]. В отличие от купли-продажи, где обмен происходит на денежные средства, мена подразумевает взаимную передачу имущества между сторонами. Несмотря

на отсутствие прямого денежного обмена, юридическая природа сделки мены предполагает, что каждый участник одновременно выступает и продавцом, и покупателем своего имущества. Это ключевое отличие, формирующее специфику правовых отношений, возникающих в рамках данного договора. ГК РФ устанавливает довольно широкий спектр объектов, которые могут быть предметом мены. Законодатель не ограничивает перечень исключительно недвижимостью.

Договор мены, являясь разновидностью двусторонней сделки, характеризуется взаимным обменом имущества между сторонами без участия денежных средств. В основе такого соглашения лежит передача каждым участником договора своего имущества в собственность другой стороны в обмен на равноценное имущество.

Подобный договор носит возмездный характер, поскольку каждая сторона получает эквивалентное вознаграждение в виде имущества, передаваемого второй стороной. Цель договора мены заключается в приобретении сторонами имущества, обладающего для них большей ценностью или пользой.

Согласно Гражданскому кодексу РФ, право собственности на обмениваемые товары переходит к участникам сделки одновременно, что обеспечивает равноправность и защиту интересов обеих сторон.

Несмотря на сходство с договором купли-продажи, договор мены отличается отсутствием раздела о передаче денежных средств (за исключением случаев доплаты). В рамках мены стороны выступают одновременно в ролях продавца и покупателя, заключая единое соглашение об обмене товарами.

При этом, если не предусмотрено иное, обмениваемое имущество считается равноценным. Стороны могут запросить и закрепить в договоре доплату при обмене, например, квартирой. Размер доплаты не ограничен, но должен соответствовать принципам мены [5, с. 33].

Важным аспектом договора мены является ответственность сторон за качество передаваемого имущества. В отличие от покупателя по договору купли-продажи, получатель бракованного товара в рамках мены не может потребовать уменьшения цены или передачи дополнительного товара на эту сумму. Вместо этого, он вправе воспользоваться другими способами защиты, такими как: безвозмездное устранение недостатков; возмещение расходов на их устранение; замена товара; отказ от договора мены и требование возмещения убытков при обнаружении неустранимых недостатков.

Важным аспектом мены является одновременность передачи товаров сторонами. Отклонение от этого правила допустимо лишь при явном указании в договоре сроков передачи для каждой стороны, что позволит обеспечить исполнение обязательств в случае задержки со стороны контрагента.

Законодательство не предписывает специальной формы договора мены. Однако при обмене жилыми помещениями применяются нормы, регулирующие договор купли-продажи недвижимости, что предполагает письменную форму и подписи всех участников сделки. Отличительной чертой договора мены является отсутствие пункта о порядке расчетов.

Следует отметить, что по общему правилу, обмениваемый товар должен быть передан одновременно. Ни одна из сторон не вправе приостановить передачу, ссылаясь на неисполнение аналогичного обязательства контрагентом.

В договоре мены недвижимого имущества должно содержать исчерпывающую информацию для обеспечения юридической защищённости всех участников сделки.

Основные положения договора:

1. Идентификация сторон: договор должен содержать полные имена, фамилии и паспортные данные всех участников обмена.

2. Детальное описание объектов: для каждого объекта недвижимости необходимо указать его тип (квартира, дом, доля), точный адрес, общую площадь, количество комнат и другие существенные характеристики.

3. Условия обмена: договор должен детально регламентировать порядок и сроки передачи объектов, а также условия оплаты сопутствующих расходов (переоформление документов, нотариальные услуги, коммунальные платежи, налоги).

4. Гарантии и ответственность: необходимо предусмотреть гарантии по состоянию недвижимости и определить ответственность сторон за скрытые дефекты. В противном случае, при обнаружении существенных недостатков, возмещение убытков будет затруднено, поскольку имущество по договору мены считается равноценным.

5. Условия расторжения: договор должен предусматривать сроки заключения сделки и условия её расторжения, а также порядок действий сторон в случае одностороннего отказа от выполнения условий договора.

Договор мены недвижимого имущества подлежит государственной регистрации в Росреестре. Для этого необходимо подать заявление о переходе права собственности, три экземпляра договора мены, нотариальные согласия супругов (при наличии) и согласие органов опеки (если часть жилья принадлежит детям).

Важно отметить, что обмен квартирами, согласно законодательству, приравнивается к купле-продаже. Поэтому избежать уплаты налогов путём заключения договора мены невозможно. Обе стороны договора признаются продавцами, получающими доход в имущественном эквиваленте.

В соответствии с налоговым законодательством Российской Федерации, подоходный налог (НДФЛ) не уплачивается при владении квартирой в течение пяти лет или трех лет, если квартира является единственным жильем, была приватизирована, подарена близким

родственником или получена в наследство. По истечении указанного срока уплата НДФЛ и отражение его в декларации не требуется.

Несмотря на кажущуюся простоту, договор мены сопряжен с определенными рисками.

К потенциальным рискам для участников сделки можно отнести:

1. Отсутствие возможности взыскания процентов за пользование денежными средствами. В случае нарушения обязательств по договору купли-продажи, который может быть признан частью договора мены, сторона вправе требовать начисления процентов согласно статье 395 Гражданского кодекса Российской Федерации. Однако при мене такая возможность отсутствует, поскольку не возникают денежные обязательства между сторонами.

2. Ограниченные возможности по защите интересов при поставке товара ненадлежащего качества. В бартерных сделках, подразумевающих отдельные условия купли-продажи, сторона может потребовать уменьшения цены в случае поставки товара ненадлежащего качества (статья 475 Гражданского кодекса Российской Федерации). В договоре мены такой опции нет. Сторона может лишь требовать бесплатного устранения недостатков или возмещения затрат на их исправление.

3. Возможность одностороннего отказа от исполнения договора. Любая из сторон вправе отказаться от исполнения договора мены без обращения в суд, даже если в документе прописан запрет на односторонний отказ. Такое условие противоречит законодательству и не учитывается судами. В этом случае сторона, отказывающаяся от сделки, должна компенсировать другой стороне понесенные убытки. Односторонний отказ допустим лишь при наличии соответствующего условия в договоре.

В заключение можно сказать, что договор мены недвижимого имущества – это сложная сделка, требующая внимательного и взвешенного подхода. Необходимо тщательно изучить

все условия договора, проверить юридическую чистоту обмениваемого имущества, и обратиться за помощью к квалифицированным юристам для обеспечения безопасности и законности сделки. Грамотное составление и оформление договора, а также своевременная регистрация перехода права собственности – залог успешного завершения сделки и предотвращения возможных споров в будущем.

Литература

1. Конституция Российской Федерации: Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // [Электронный ресурс]. Документ опубликован не был. Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> (Дата обращения 15 мая 2024).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 26 января 1996 г. № 5. – ст. 410.

3. Батраков А.С. Договоры мены недвижимого имущества. – 1 изд. – Москва: Спарк, 2021. – 15 с.

4. Головизин В.О. О некоторых особенностях правового регулирования передачи недвижимости по договору мены. – М.: Глобальный научный потенциал, 2020. – С. 210.

5. Кубатиева З.К. Понятие договора мены по гражданскому законодательству РФ. – М.: Сборник научных статей по итогам работы пятого международного круглого стола, 2022. – С. 33.

6. Мишустин А.П. Особенности правового регулирования отношений договора мены недвижимого имущества. – 2 изд. – Санкт-Петербург: Юрист, 2022. – 5 с.

7. Старов К.М. К вопросу о сущности договора мены в гражданском праве Российской Федерации. – 1 изд. – Москва: Спарк, 2022. – 50 с.

KHAKHALOV Batyur Ivanovich
Student, East Siberian Institute of Economics and Law,
Russia, Irkutsk

REAL ESTATE BARTER AGREEMENTS: CONCEPT, CONTENT, FEATURES

Abstract. *In the modern world, a barter agreement (exchange of goods) is rarely used. This is due to the fact that it is extremely rare for two parties to have goods at the same time that they would like to exchange for each other. It is a rare coincidence that the parties to the transaction have the desire and availability of suitable items for exchange. However, despite its limited practical application, barter as a legal form has a rich history and ample opportunities.*

That is why the study of the real estate exchange agreement is relevant. Currently, its potential is insufficiently studied and underestimated by participants in civil turnover. Many people do not consider barter as an effective transaction tool, although in certain situations it can be profitable and convenient. Further research on this type of contract is needed in order to reveal its advantages and promote wider application in cases where it can actually be effective.

Keywords: *exchange of real estate, transfer of ownership, state registration, subject of the exchange agreement.*

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

ЗИНИН Николай Вячеславович

студент, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, г. Саратов

РЕКЛАМА И ТЕХНИКИ ЛИЧНОЙ ПРОДАЖИ В МАРКЕТИНГЕ

Аннотация. В условиях высокой конкуренции, характерной для всех современных бизнесов, для того чтобы товар пользовался спросом, недостаточно, чтобы он был качественным. Чтобы клиент понял, среди большого количества аналогов, лучше всех ему подойдет именно этот продукт, важно правильно организовать продажи. Для этого существуют техники продаж, которые помогают не только больше продавать, но и выстраивать долгосрочные отношения с покупателем. В статье обсуждаются, какие бывают современные техники продаж, как правильно ими пользоваться для увеличения прибыли.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникация, реклама, продажи, личные продажи, интегрированные маркетинговые коммуникации.

Основная часть

В современном понимании продажи считаются неразрывно связанными с маркетингом, служат логическим продолжением, практическим результатом и подтверждением правильности ведущейся маркетинговой работы предприятия.

Считается, что само понятие маркетинг появилось из понятия продаж. У этих понятий схожие цели: увеличение дохода предприятия путем удовлетворения потребностей потребителей и завершением маркетинговой деятельности в определенный период времени являются продажи. Выгодное положение на рынке, обеспечивают конкурентные преимущества маркетинга и продажи. Задачи маркетинга – выявить благоприятные возможности для выхода товара (определить основные характеристики товара на основе анализа требований и ожиданий потребителей, время и место выхода на рынок, оптимальную цену и т. д.), а задачи сбыта сводятся к исследованию конкретных рынков с целью обеспечения необходимых объемов продаж. Маркетинг является основой деятельности предприятия и предполагает хорошее знание своих потребителей, умение предугадывать их желания и потребности, что является основой успешных продаж. Поэтому продавец должен узнать как можно больше о клиенте, о его предпочтениях. Продажа предполагает личный и безличный контакт с

клиентом посредством маркетинговых коммуникаций – целенаправленное и комплексное воздействие на внешнюю и внутреннюю среду предприятия. Это: реклама, личные продажи, стимулирование сбыта (поощрение покупки), связи с общественностью, пропаганда. Все это называется продвижением товара – форма сообщений, используемых фирмой для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах общественной деятельности, влиянии на общество. В результате оказывается, что продажа – это метод воздействия на потенциальных клиентов с целью превращения их в покупателей. Маркетинг и продажи должны присутствовать на предприятии в равном соотношении, так как если компания будет ориентироваться только на маркетинг, она не сможет обеспечить нужный доход, а если только на продажи, то это уменьшает развитие компании, ограничивает ее потенциал.

Слово «коммуникация» происходит от Соптикко (пер. с лат. делаю общим, связываю, общаюсь) и означает общение, передачу информации от человека к человеку. Передача информации может быть осуществлена различными методами (коммуникационными каналами): речь, жесты, визуальное изображение. По своей природе все коммуникации подразделяются на два типа: вербальные (словесные) и невербальные (бессловесные).

Вербальные коммуникации представляют собой мощное средство общения с использованием слов и сложных вербальных конструкций. Невербальные коммуникации передают обращения от источника к получателю с помощью многообразных бессловесных способов общения.

Обращение производителя к потребителю с целью предоставления ему товаров компании называется – продвижение товара. Это может быть любая форма сообщений, которые использует компания для информирования потребителя о товаре, напоминая или убеждая его в достоинствах товара. Это может быть реклама, промоакции, передачи на телевидении, радио и другие и где целью является создать устойчивый спрос. Стратегически важно для продвижения использовать комплекс мер по воздействию на покупателей: формирование спроса, маркетинговые коммуникации (реклама, персональные продажи, СМИ), стимулирование потребителей, дизайн системы продвижения. Реклама нацелена на потенциальных покупателей, а метод личных продаж зависит от искусства продавца. Под стимулированием понимаются скидки, образцы продукции, качество обслуживания, мерчандайзинг. Дизайн системы продвижения включает конструирование маршрутов и отпуска товаров с учетом потребностей потребителей. Начинается от осознания требований целевых потребителей к качеству и сервисному обслуживанию. Важно учитывать ряд факторов: условия продаж, закрепление определенной территории, ценовая политика, логистика, широта товарного ассортимента [1].

Реклама – это любая платная форма неличной презентации и продвижения товаров, услуг, идей идентифицированным спонсором.

Платная коммуникация подразумевает, что пространство или время для рекламного сообщения должно, как правило, покупаться. Реклама, так же как и PR, показывает, что использует масс-медиа (т. е. телевидение, газеты, Интернет, радио, журналы), с помощью которых сообщение может быть передано большим группам людей, часто в одно и то же время.

Сущность рекламы означает, что обычно нет возможности для немедленной обратной связи от всех получателей сообщения. Поэтому до отправления сообщения рекламодатель должен попытаться понять, как аудитория интерпретирует сообщение и как она на это сообщение ответит [2].

Преимущества рекламы:

1. Так как компания платит за рекламное пространство, она может контролировать содержание сообщения, время и место – канал передачи, время, график размещения, частота передачи и какой аудитория СМИ.

2. Реклама в основном затратно-эффективный метод взаимодействия с крупными массовыми аудиториями, и затраты на контакт с помощью рекламы нередко достаточно низок.

3. Реклама может также использоваться для создания имиджа и символизированных обращений к потребителю для продуктов и услуг. Это может относиться к продуктам и услугам, например – газированная вода, пиво, мыло и пр. Психологическая ассоциация продукта, создаваемая марочной рекламой, становится важной частью решений потребителей о покупке.

Недостатки рекламы:

1. Затраты на производство и размещение рекламы могут быть очень высоки. Допустим, телереклама доступна далеко не всем компаниям.

2. Отсутствие прямой обратной связи для большинства рекламных сообщений, что затрудняет рекламодателю оценку: получил ли целевой рынок сообщение в должной мере и действительно ли оно.

3. Недостаток доверия к рекламе и простота игнорирования рекламы и скептически трактуется потребителями. Они воспринимают ее как пристрастную и считают, что основное назначение рекламы – убедить любой ценой и навязать мнение. Потребители воспринимают рекламу селективно – ту, что им интересна, игнорируя массу других рекламных сообщений. Но и кроме того, изобилие рекламы создает проблемы для рекламодателей, стремящихся сделать свою рекламу замечаемой и воспринимаемой потребителями [3].

В маркетинге продаж наибольшее значение имеет такой элемент комплекса маркетинга, как коммуникации с покупателями в местах продажи, это объясняется их высокой значимостью для повышения эффективности продаж. В современных условиях коммуникация должна рассматриваться как интерактивный диалог между компанией и покупателями/потребителями.

Следует особо выделить такой инструмент продвижения в маркетинге для увеличения прибыли, как индивидуальный контакт.

Личная продажа – непосредственная презентация товара или идеи потенциальному покупателю представителем компании или организации. В личных продажах используется коммуникация один на один, а не массовые коммуникации, которые характеризуются рекламой, стимулированием сбыта и связями с общественностью.

Отличительной чертой личных продаж является то, что информация, обращение, то есть любая коммуникация, исходит персонально для каждого потребителя, а также, то, что сразу происходит мгновенная обратная связь, в процессе которой есть возможность изменения и подчеркивания основных целей личных продаж. Основопологающими элементами личных продаж являются профессионализм, ведение переговоров и маркетинг партнерских отношений. Для высокого профессионализма существует программы обучения, которые охватывает семь элементов личных продаж: поиск и оценка перспективных клиентов, подготовка к контакту, осуществление контакта, проведение презентации и демонстрации, преодоление возражений, завершение сделки, сопровождение и поддержка сделки [4].

У личных продаж, как и у каждого элемента продвижения, существуют свои преимущества и недостатки.

Следует выделить главные преимущества:

- Гибкость – можно провести презентацию учитывая потребности, мотивы и поведение отдельных клиентов;
- Сводятся к минимуму напрасные усилия – в отличие от маркетинговых коммуникаций с использованием средств массовой информации маркетинговое сообщение предлагается только целевой аудитории вероятных покупателей;
- Облегчают действия покупателя – встреча лицом к лицу позволяет использовать повторение специфических призывов к действиям в случае необходимости;
- Множественность возможностей – сбор платежей, обслуживание проданного товара, прием возвращаемых товаров и сбор информации – все это возможно.

Стоит выделить и главные недостатки личных продаж:

- Высокие издержки (финансовые затраты);
- Подбор и удержание торговых агентов – как торговые агенты, так и предприятия ищут альтернативные пути максимизировать

собственные выгоды (ограниченность воздействия);

- Непостоянство сообщения из-за независимости торгового персонала распространение унифицированного обращения затруднительно;
- Мотивация – трудно мотивировать торговых агентов, чтобы они использовали требуемые способы продаж, делали все необходимые звонки с торговыми предложениями, использовали новые технологии и вели себя этично [4].

Личные продажи: виды и формы:

1. Индивидуальная продажа. Продавец ведет переговоры с одним клиентом. Это может быть консультация в магазине, встреча в офисе, выезд на дом к клиенту, а также продажа через телефон, электронную почту или мессенджеры. Эта форма личных продаж позволяет углубленно изучить проблемы клиента и подобрать лучшее решение.

2. Групповая продажа. Один продавец коммуницирует с группой потребителей. Примеры: проведение промоакций и презентаций. Данный формат периодически используют в розничной торговле или на выставках, где продавец может одновременно общаться с несколькими потенциальными клиентами.

3. Командная продажа. Продавцы общаются с группой представителей клиента. Эта форма чаще всего встречается в сфере B2B, особенно при сделках, которые касаются продажи дорогостоящих товаров и услуг. Здесь отдел продаж координирует свои усилия. Персонал убеждает представителей покупателя в преимуществах своего предложения.

Виды личных продаж:

1. Консультативная продажа. Продавец выступает в роли консультанта. Он помогает клиенту выбрать лучшее решение для его проблемы. Для этого он: задает открытые вопросы, чтобы получить больше информации и лучше понять потребности клиента. Прислушивается к клиенту и анализирует его ответы. Представляет товар или услугу как решение для клиента. Обрабатывает возражения.

2. Командную продажу обычно применяют, когда нужно продать товар со сложными характеристиками. А также, когда решения о покупке принимают несколько человек. Продавец должен убедить каждого из участников в необходимости покупки.

3. Миссионерская продажа. Продавец не ожидает, что клиенты сами придут к нему. Он

лично отправляется на поиски целевой аудитории. Обычно менеджеры используют торговых посредников, чтобы привлечь клиентов. А иногда делают это напрямую. В этом им помогает блог, реклама и публикации в социальных сетях.

Этот тип продаж используют в следующих случаях:

- У компании еще не сформирована клиентская база.
- Товар или услуга только появились на рынке.
- Продукт еще не получил широкой известности.
- Использование миссионерской продажи помогает акцентировать внимание на преимуществах товаров или услуг. Продавцы могут проводить семинары и консультации, а также делать почтовые рассылки.

4. Созидательная продажа. Менеджер стремится к созданию долгосрочных отношений с покупателем, основанных на доверии. Цель компании – увеличить количество повторных покупок.

При созидательной продаже менеджер стремится найти персональный подход к покупателю, обращает внимание на все его потребности и предпочтения.

5. Ответная продажа. Клиент сам начинает диалог, показывая интерес к продукту или задавая вопросы. Продавец отвечает на эти вопросы. Он внимательно слушает, чтобы уловить все потребности и желания покупателя. Затем он предлагает варианты, которые подходят под бюджет и запросы потребителя.

Этот метод работает, когда покупатель уже заинтересован в покупке и ищет лучшее предложение.

6. Техническая продажа. Продавцы технических товаров обладают глубокими знаниями о своих продуктах. Они умеют доступно объяснять сложные детали другим людям. Эта стратегия подходит для сложных товаров, таких как программное обеспечение, специализированное оборудование или микропроцессоры. Он особенно актуален, когда клиент – технически подкованный специалист [5, с. 12-16].

Реклама дает осведомленность, информирует клиентов об особенностях товара и убеждает покупателя, что рекламируемая торговая марка – это лучший выбор. В то время как связи с общественностью стремятся поддерживать достижение поставленных целей косвенным образом, создавая положительный имидж

продукта или компании. И только все вместе стимулирование сбыта, прямой маркетинг и личные продажи стараются обеспечить немедленное действие за счет добавления товару дополнительной ценности.

Личные продажи являются наиболее прямым оружием маркетинговых коммуникаций и дает возможность торговым агентам немедленно отвечать на возникающие вопросы, определить основные условия принятия решения о покупке.

У личных продаж три главные цели: информирование, убеждение и напоминание.

В этих целях заключается весь смысл личных продаж и тактика для торговых агентов. Главной особенностью личных продаж заключается в индивидуальное внимание и передача большого количества информации со стороны торгового агента. В интегрированных маркетинговых коммуникациях личные продажи используются как инструмент общения, индивидуальных взаимоотношений между торговым агентом и потребителем, быстрой сделки и формирования полезных контактов.

С каждым годом личные продажи становятся все более гибким инструментом не только в маркетинговой системе продвижения товаров и услуг, но и в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Они актуальны, когда контакт между покупателем и продавцом является одним из главных моментов в реализации продукции.

Кроме того, уникальность личных продаж состоит в обеспечении естественной, личной связи производителя с потребителями, продавца – с клиентами.

В настоящее время особое значение приобретают интегрированные маркетинговые коммуникации, современное состояние рынка требует новых технологий в реализации товаров и услуг с максимальной прибылью и, не затрачивая много средств [5, с. 12-16].

Заключение

Для достижения маркетинговых целей используют четыре основных средства маркетинговых коммуникаций или продвижения: рекламу, личные продажи, продвижение продаж.

Сам по себе каждый из элементов маркетингового комплекса сообщает определенную информацию потребителю. Высокая цена несет потребителю сообщение, отличное от того, что несет низкая цена. Цена нередко выступает индикатором качества, например у продвижения через рекламу.

В то время как личные продажи подразумевают персональное общение менеджера с клиентом. Продавец приезжает к клиенту и рассказывает о продукте или услуге. Этот метод вероятно эффективен. Продавец, общаясь с потенциальным покупателем, видит его реакцию. Опытный менеджер сделает упор на том, что интересно клиенту, выделит конкретные преимущества товара или услуги. К каждому клиенту подбирается индивидуальный подход, и это позволяет склонить гораздо большее число покупателей в сторону покупки [6, с. 100-105].

Литература

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход (Пер. с англ.), 2004.
2. Гринченко К.В. Связи с общественностью как один из компонентов интегрированных маркетинговых коммуникаций, 2021 г.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент, 2006.
4. Наумова А.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж, 2007.
5. Осадчий В.В. Многофакторная модель в коммерческой финансовой системе [Текст] / В.В. Осадчий // Журнал прикладных исследований. – 2021. – Т. 3. – № 3. – С. 12-16.
6. Осадчий В.В. Сложный процент в инвестировании, как восьмое чудо света [Текст] // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 3. – С. 100-105.

ZININ Nikolai

Student, Saratov State University, Russia, Saratov

ADVERTISING AND PERSONAL SELLING TECHNIQUES IN MARKETING

Abstract. *In conditions of high competition, typical for all modern businesses, in order for a product to be in demand, it is not enough for it to be of high quality. In order for the client to understand that among a large number of analogues, this particular product will suit him best, it is important to organize sales correctly. For this, there are sales techniques that help not only to sell more, but also to build long-term relationships with the buyer. The article discusses what modern sales techniques are, and how to use them correctly to increase profits.*

Keywords: *marketing, communication, advertising, sales, personal sales, integrated marketing communications.*

ЗИНИН Николай Вячеславович

студент, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, г. Саратов

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ:
НАУЧНЫЙ АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Аннотация. В современном мире невозможно представить эффективно работающую компанию без интернета, без собственного сайта. Благодаря современным интернет-технологиям в много раз усилилась возможность эффективного сотрудничества с партнерами и клиентами: заключение сделок, совершение покупок, обратная связь, интернет-продажа и др.

В статье обсуждается как простота и доступность интернет-технологий расширяет границы возможностей организации, открывая доступ к продукции предприятия и повышая доверие к продукту, а также анализ маркетинговых технологий продвижения продукции в интернет-среде и разработка мероприятий по их совершенствованию.

Ключевые слова: digital-маркетинг, цифровая экономика, Интернет-продвижение, современные методы, искусственный интеллект, машинное обучение, контент-маркетинг, эффективность, анализ данных.

Основная часть

В настоящее время, когда все предприятия и компании используют интернет для своей деятельности, получают много преимуществ: возможность поиска новых деловых партнеров; возможность получения информации о новой продукции или акции; организация онлайн-продаж и др.

Каждый руководитель понимает, что нужно осваивать интернет технологии и с помощью них продвигать свой товар, выявить современные методы продвижения продукции в сети интернет, провести организационно-экономическую характеристику компании, проанализировать систему маркетинга в организации, разработать направления совершенствования маркетинговых технологий продвижения в организации; сформировать комплекс мероприятий по совершенствованию маркетинговых технологий продвижения продукции организации в сети интернет, оценить эффективность разработанных мероприятий. И если не провести ряд таких мероприятий, можно очень скоро отстать от своих конкурентов. Появление и развитие сети интернет не только изменило старые, но и создало новые направления ведения бизнеса (бизнес-порталы, электронные биржи, аукционы, интернет-магазины) [1].

Интернет, с точки зрения маркетинга, являясь каналом распространения информации, так же является и глобальным рынком,

который развивается с огромной скоростью, основной элемент и достояние которого – потребитель. Потребитель – отдельные граждане, семьи, фирмы, общественные организации и государственные учреждения, которые испытывают различные нужды и обладают определенными потребностями. Кроме того, в системе маркетинга ключевым моментом является понимание механизма формирования решения о покупке, которое может иметь свои особенности в зависимости от социально-психологических характеристик покупателя или от характера покупаемого товара.

Интернет – это эффективный и динамично развивающийся инструмент digital маркетинга, который способен решить многие задачи такие, как: увеличение количества покупателей, клиентов или партнеров, а так же имеет целый ряд различных особенностей; продвижение и позиционирование услуг и товаров; продвижение и укрепление бренда; повышение лояльности аудитории; формирования имиджа в зависимости от вида деятельности PR- субъекта и его целей и задач [2].

Надо отметить, что одной из ключевых составляющих стратегического управления является стратегия. Ставя цели компании определяют то, к чему стремится организация, какова стратегия, определяется направление развития организации, касающиеся сферы, средств и форм ее деятельности, системы

взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде и что она хочет получить в результате своей деятельности, то стратегия дает ответ на вопрос, каким способом, с помощью каких действий организация сумеет достичь своих целей в условиях изменяющегося и конкурентного окружения.

Главная цель стратегии интернет-продвижения продукта компании – добиться того самого баланса между возможностями предприятия и потребностями потенциальных покупателей, чтобы все были довольны. Выбранная модель поведения может принципиально повлиять на успех деятельности предприятия, на его положение на рынке, решение специфических задач, связанных с проблемными ситуациями, которые возникают в процессе деятельности [3].

Электронный бизнес, Интернет и информационные технологии не являются панацеей, способной решить все проблемы компании, кроме того, не представляют собой просто один из инструментов маркетинга, а решения относительно выхода в Интернет и использования той или иной модели электронного бизнеса принимается компанией или организацией на основе имеющейся стратегии. Такая стратегия должна определять последовательность действий компании по использованию очередного технического новшества.

Для продвижения бренда offline следует учитывать следующие факторы:

- в сети существуют множество различных сайтов и брендов, а значит становится сложнее выделиться из большинства, так как пользователи не тратят на поиск много времени, большая часть ограничивается поиском из топ-10 вариантов поисковой выдачи;
- отличающие черты брендов в Интернете иные, нежели offline. Важно не только брендование, но и масса иных факторов – удобство использования сайта, положительная репутация, лояльное отношение технической поддержки к пользователю и т. д.;
- среда Интернета достаточно гибкая, достигнуть результата и даже обогнать конкурентов вполне возможно даже молодому проекту. Стоит понимать, что возможности фактически не ограничены для каждого бренда;
- высокая скорость отклика в Интернете и возможность получить максимально оперативно любую обратную связь так же выгодно отличают offline от online;

- брендинг в Интернете не ограничен внешними факторами. Здесь не существует ярко выраженных физических параметров, географических, расовых ограничений.

Продвижение в Интернете дешевле, оперативнее, удобнее для ведения бизнеса, что же касается создания и развития бренда, то заняться всем этим гораздо проще молодому бизнесу, у которого еще совсем немного клиентов, кроме того, такая работа над брендом не потребует огромных денежных вложений. В такой период легче устанавливать доверительные отношения в отношении преимущества за online, так как именно здесь каждый клиент может получить моментальный отклик [6].

Online сфера предоставляет множество площадок для коммуникаций и распространения информации о своем бренде и компании. При этом публикации могут размещаться именно в то время, которое является максимально выгодным для компании. В итоге становится очевидно, что online продвижение в отличие от продвижения бренда offline даст значительные преимущества и выгоды для компаний.

Интернет представляет собой отличный инструмент для отслеживания спроса и желаний потребителей. Реклама в газетах, журналах и на телевидении потихоньку утрачивает свою актуальность и, хотя, масс-медиа и печатные издания продолжают продавать места под рекламу исходя из собственного тиража или рейтинга телеканалов, но при этом никто точно не знает, сколько людей посмотрело рекламу и заинтересовалась продвигаемым товаром или услугой. И только онлайн-реклама в этом смысле очень эффективна. Благодаря счётчикам посещаемости и ресурсам, ведущим статистику, компания может увидеть, какой запрос привёл посетителя, какие действия он производил на сайте компании, что заинтересовало, а что осталось без внимания. Спрос – понятие необходимое значение и переменчивое, но владея полной информацией, можно понять потребителю то, что ему на самом деле нужно [4].

Существуют инструменты интернет-маркетинга, которая имеет свою специфику и ряд особенностей:

- Поисковая оптимизация SEO;
- Контекстная реклама;
- Медийная реклама;
- SMO, SMM;
- Вирусный маркетинг;
- E-mail рассылки.

Поисковая контекстная реклама показывается в результатах поиска в крупнейших поисковых системах (Яндексе, Google, Рамблере, Поиск@mail.ru и др.) или по сайту в том случае, если запрос пользователя совпадает с ключевыми словами контекстного объявления.

Медийная реклама – это рекламные сообщения в разновидности статичных или анимированных иллюстраций (gif- либо flash-баннеров), находящихся на страничках всевозможных веб-сайтов – больших порталов или веб-сайтов СМИ и т. п. с целью имиджевого продвижения продуктов, услуг фирмы либо раскрутки бренда.

Медиареклама – это помимо прочего видеоролики, текстово-графичные блоки. К медиа рекламе в Сети интернет причисляется и брендинг веб-сайтов. Согласно сущности, к данной категории допускается отнести все маркетинговые использованные материалы, направленные на визуальное восприятие, например баннеры – наиболее популярная разновидность медиа рекламы в Сети интернет. Это блоки определенного размера с графическим и/или текстовым содержанием.

SMM – это процесс привлечения трафика либо заинтересованности к бренду или же продукту при помощи социальных платформ. Это совокупность мероприятий по применению социальных медиа в качестве каналов с целью продвижения фирм и решения иных бизнес-задач [5].

В русскоязычном интернете работа SMM-специалистов происходит на довольно ограниченных платформах:

1. Социальные сети – ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Мой Мир, Google+;
2. Профессиональные социальные сети – LinkedIn, Мой Круг, Профессионалы.ру, Viadeo и др.;
3. Блогосфера – Twitter, Живой Журнал, Я.ру;
4. Видео- и фото-блоги – YouTube, Яндекс. Видео, Instagram, Pinterest и др.
5. Вирусный маркетинг – совокупность действий в маркетинговой кампании, когда люди, на которых нацелена рекламное объявление, становятся в то же время и передатчиками данной рекламы – среди приятелей, друзей, или разматая информацию в собственном блоге либо в форумах.

Digital-маркетинг отличается от традиционного площадками, на которых маркетологи продвигают товары, и более широким набором

инструментов для оценки результатов. Например, в рекламных кабинетах можно точно узнать, сколько пользователей видели рекламу и кликнули на объявление, сколько рекламодатель заплатил за каждый клик и даже какое сочетание картинки и текста привлекло нужных клиентов.

Искусственный интеллект стал неотъемлемой частью современного мира, внедряясь активно в различные сферы деятельности. Не обошел он стороной и цифровой маркетинг. С развитием технологий машинного обучения, анализа данных и автоматизации процессов, влияние искусственного интеллекта на современный маркетинг становится более разнообразным и эффективным [6].

Часть маркетинговых задач стало возможно переложить на машинный интеллект и, таким образом, автоматизировать часть работы. Поскольку искусственный интеллект перед тем, как использоваться по назначению, подразумевает предварительное обучение, то его можно научить обрабатывать информацию, распознавать тексты, голос и образы или наоборот создавать их в той манере, в которой необходимо самой компании. Такие форматы информации всегда присутствуют в работе любого маркетолога, поэтому очевидна причина и польза применения искусственного интеллекта в маркетинге, так как затрачено меньше ресурсов, а делается больше, быстрее и более эффективно.

Кроме того, следует отметить, что искусственный интеллект лишен предвзятости и стереотипных установок, которые свойственны человеку, а это благоприятно сказывается на анализе данных и искусственный интеллект в состоянии находить связи между фактами, которые неочевидны и недоступны людям. Учитывая, что современный маркетинг очень сильно полагается на данные и находится в постоянном поиске возможностей получить более высокие показатели продаж за счет поведенческого трекинга пользователей и применения ситуативных предложений, этот факт сам по себе ценен [6].

Искусственный интеллект находит широкое применение в различных сферах маркетинговых задач. ИИ для маркетинга и продаж стал уже незаменимым помощником, так как улучшает эффективность взаимодействия с потребителями и помогает компаниям лучше понимать их потребности. Машинный интеллект

широко используется и приносит успешные результаты:

- Анализ поведения покупателей. Искусственный интеллект помогает анализировать огромные объемы данных о потребительском поведении, предпочтениях пользователей и тенденциях рынка. Это позволяет компаниям принимать более обоснованные решения в сфере digital marketing, т. е. делать прогноз поведения аудитории и спроса на предлагаемые товары и услуги, вводить динамическое ценообразование для повышения прибыльности операционной деятельности бизнеса.

- Продвижение товаров и услуг. С помощью искусственного интеллекта компании могут создавать разнообразный контент и конструировать персонализированные рекламные кампании с учётом индивидуальных предпочтений и интересов отдельных сегментов потребителей или даже каждого в отдельности. Ведь ИИ под силу писать статьи разного формата и стилистики, создавать привлекательные иллюстрации, озвучивать тексты и даже монтировать видео. Это позволяет повысить эффективность маркетинговых усилий и оптимизировать бюджеты цифрового маркетинга для достижения лучших результатов.

- Обслуживание клиентов. Технологии искусственного интеллекта позволяют создавать текстовые и голосовые интерфейсы, которые могут уточнять запросы потребителей, верифицировать их, отвечать на вопросы, предоставлять информацию о продуктах и услугах, а также помогать в процессе выбора и оформления покупки. Это сокращает время реагирования службы поддержки на вопросы клиентов и улучшает опыт взаимодействия с брендом.

Все больше компаний находят новые способы применения ИИ для улучшения своих маркетинговых стратегий и персонализации рекламных кампаний. Вот несколько примеров использования искусственного интеллекта в маркетинге:

- Написание статей для продвижения товаров и услуг с помощью контент-маркетинга, например, на таких площадках как Дзен и ПромоСтраницы Яндекса;

- Создание визуальных образов для оформления сайтов, электронных рассылок, иллюстрации постов в социальных сетях и использования в рекламе;

- Производство видеоконтента, например рилсов или шортс. В частности, искусственный интеллект может самостоятельно

выбрать интересные моменты из беседы, мастер-класса и т. п., нарезать короткие сюжеты, наложить субтитры и подготовить их к публикации за считанные минуты;

- Генерация описаний для карточек товаров в интернет-магазине. Машинный интеллект поможет сформировать не только привлекательные тексты, но и качественные изображения и даже видео, чтобы лучшим образом представить предложение компании на торговой онлайн-площадке;

- Анализ настроений и эмоций потребителей. Нейросеть может анализировать отзывы на различных сайтах, комментарии в социальных медиа и таким образом оценивать общественное мнение по заданной теме или бренду компании;

- Предсказание вероятности покупки пользователем на основе его поведения на сайте или в онлайн-магазине. Это даёт возможность создавать эффективные персонализированные предложения и влиять на показатели конверсии;

- Сегментация аудитории для продвижения товаров и услуг. Через анализ поведения и предпочтений аудитории, ИИ помогает формировать более точные сегменты для таргетированной рекламы и распространения контента;

- Выявление неочевидных связей между поведением потребителей и совершением покупки. Искусственный интеллект, анализируя большой объём данных, может обнаруживать тенденции и паттерны, которые могут приводить к дополнительным продажам для компании.

Современные методы продвижения компаний в интернете представляют собой сложный комплекс инструментов и стратегий, которые требуют глубокого понимания теоретических основ digital-маркетинга, а также постоянного отслеживания новых трендов и технологий [7, с. 12-16].

Заключение

Интернет-маркетинг включает в себя весь спектр маркетинговых мероприятий, осуществляемых через всемирную Сеть: рекламу, создание коммерческих аккаунтов в социальных сетях и их продвижение, PR, продажу товаров или услуг, сбор и анализ обратной связи. Наиболее важное различие между интернет-маркетингом и традиционными его видами, ныне называемыми оффлайн-маркетингом, заключено в почти неограниченных

возможностях первого. Если инструменты офлайн-маркетинга в основном направлены на привлечение клиентов в торговые точки, инструменты онлайн-маркетинга выполняют гораздо больше функций. В частности, они позволяют:

1. Познакомить потенциального покупателя с продуктом или услугой во всех деталях, т. е. дать ему максимум информации по теме;
2. Собрать контактную информацию покупателей для того, чтобы вновь обратиться к ним через Интернет;
3. Совершать продажу напрямую в Сети;
4. Получать полную обратную связь и оперативно реагировать на жалобы клиентов;
5. Организовывать и проводить интерактивные мероприятия по стимулированию сбыта [8, с. 100-105].

Успешное продвижение в интернете требует от компаний гибкости, адаптивности, ориентации на потребителя и постоянного совершенствования своих маркетинговых стратегий, кроме того, требуют глубокого понимания теоретических основ digital-маркетинга, а также постоянного отслеживания новых трендов и технологий.

Литература

1. Холмогоров В. Интернет-маркетинг, 2002.
2. Шурчкова Ю.В. Веб-сайт компании как маркетинговый коммуникативный инструмент, 2012.
3. Шапошников Д. Реклама в Интернете, 2016.
4. Фаустова К.И. Эффективные продажи в интернете, 2015.
5. Сумских И.А. Инновационные методы продвижения товара, 2012.
6. Данишевская О.Г. Стратегии неслучайного маркетинга, или как правильно «шуметь» в социальных медиа, 2011.
7. Осадчий В.В. Многофакторная модель в коммерческой финансовой системе [Текст] / В.В. Осадчий // Журнал прикладных исследований. – 2021. – Т. 3. – № 3. – С. 12-16.
8. Осадчий В.В. Сложный процент в инвестировании, как восьмое чудо света [Текст] // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 3. – С. 100-105.

ZININ Nikolai

Student, Saratov State University, Russia, Saratov

MODERN METHODS OF COMPANY PROMOTION ON THE INTERNET: SCIENTIFIC ANALYSIS AND PROSPECTS

Abstract. *In the modern world, it is impossible to imagine an effectively operating company without the Internet, without its own website. Thanks to modern Internet technologies, the possibility of effective cooperation with partners and clients has increased many times: concluding deals, making purchases, feedback, online sales, etc. The article discusses how the simplicity and accessibility of Internet technologies expands the boundaries of an organization's capabilities, opening access to the company's products and increasing trust in the product, as well as an analysis of marketing technologies for promoting products in the Internet environment and the development of measures to improve them.*

Keywords: *digital marketing, digital economy, Internet promotion, modern methods, artificial intelligence, machine learning, content marketing, efficiency, data analysis.*

КОРЕЛОВА Людмила Витальевна

директор по маркетингу, Омер Ахзакот ЛТД, Израиль, г. Бат Ям

ИНСТРУМЕНТЫ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ОСОБЕННОСТИ И ПРЕИМУЩЕСТВА

Аннотация. *Статья посвящена исследованию особенностей, преимуществ и инструментов событийного маркетинга в социальных сетях. Представлены современные тенденции и особенности развития событийного маркетинга. Раскрываются теоретико-методические основы ивент-маркетинга как специфической формы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Обосновываются общие преимущества и отличия ивент-маркетинга в социальных сетях, которые делают данный подход к его организации особенно популярным. Уточняется вирусность распространения событийного маркетинга в социальных сетях и конкретизируются некоторые из инструментов ивент-маркетинга.*

Ключевые слова: *продвижение в социальных сетях, ивент-маркетинг, событийный маркетинг, особенности событийного маркетинга, инструменты событийного маркетинга.*

Введение

Современные подходы к маркетингу, связанные с развитием теоретико-методических основ маркетинговой активности бизнеса, все чаще предполагают ориентирование принимаемых компанией усилий в области маркетинга на работу в интернет- (цифровых) каналах коммуникации по причине их соответствия текущей динамике социально-экономической сферы. Поскольку цифровизация системно влияет на финансово-хозяйственную деятельность организаций, построение маркетинговых коммуникаций через использование цифровых возможностей не просто становится целесообразным, а выступает базово необходимым ввиду активного развития конкуренции в интернет-среде – традиционных способов маркетинга попросту оказывается недостаточно для полной реализации потенциала бизнеса.

Так, одним из популярных и перспективных каналов интернет-маркетинга стоит признать маркетинг в социальных сетях, эффективность и преимущества которого объясняются возможностью выхода на узкие потребительские сегменты, сотрудничества с микроинфлюенсерами, а также, что немаловажно, функциональными преимуществами и разнообразием доступных сценариев продвижения. Вместе с тем, стоит признать, что идеи маркетинга в социальных сетях достаточно обширно проработаны в целом в научной литературе; тем не менее, сохраняются перспективы конкретизации

отдельных теоретических и практических положений о маркетинге в социальных сетях с привязкой к актуальным концепциям маркетинга. Одной из таковых выступает событийный маркетинг (event-маркетинг), предполагающий организацию различных мероприятий с активным участием потребителей для решения необходимых маркетинговых задач. Стоит подчеркнуть, что специфика событийного маркетинга в социальных сетях и его преимущества до сих пор не были конкретизированы в научной литературе, что делает исследуемую проблематику не только актуальной, но и значимой на научно-теоретическом уровне.

Целью исследования является конкретизация особенностей, преимуществ и инструментов событийного маркетинга в социальных сетях.

Материалы и методы

Теоретическую основу исследования составили труды ученых, в которых раскрываются общие принципы, идеи и фундаментальные положения событийного маркетинга и маркетинга в социальных сетях. Немаловажную роль в структуре исследования заняли также и открытые статистические материалы, которые позволили обозначить современную динамику и тенденции развития событийного маркетинга с привязкой к его организации в социальных сетях.

В качестве методов исследования выступили общенаучные методы; проведен анализ научной литературы по теме исследования,

сформировано её библиографическое описание, осуществлены обобщение и систематизация, которые позволили уточнить особенности, инструменты и преимущества событийного маркетинга в социальных сетях.

Результаты и обсуждение

Современный событийный маркетинг признается в качестве динамично развивающейся и как никогда актуальной сферы, системно влияющей на эффективность маркетинговых коммуникаций в бизнесе и обуславливающих характерные тенденции продвижения. Так, согласно открытым статистическим данным, к 2028 году совокупная стоимость глобального рынка событийного маркетинга превысит

отметку в 722,67 млрд. долл. США, со среднегодовыми темпами роста в 10,63% (рис. 1). Отмечается, что событийный маркетинг переживает стадию активных трансформаций – все более популярным средством становятся онлайн-мероприятия (организуемые в виртуальной среде), которым предпочтение отдает 62% организаторов; системно влияющими на эффективность событийного маркетинга признаются спонсорство (31,8%), динамика посещаемости (19,3%), установление связей между участниками (16,6%), обратная связь (16,1%), вовлеченность (8,9%), медиа-освещение (5,1%), опросы после мероприятия (1,4%) и охваты в социальных сетях (0,9%) [6].

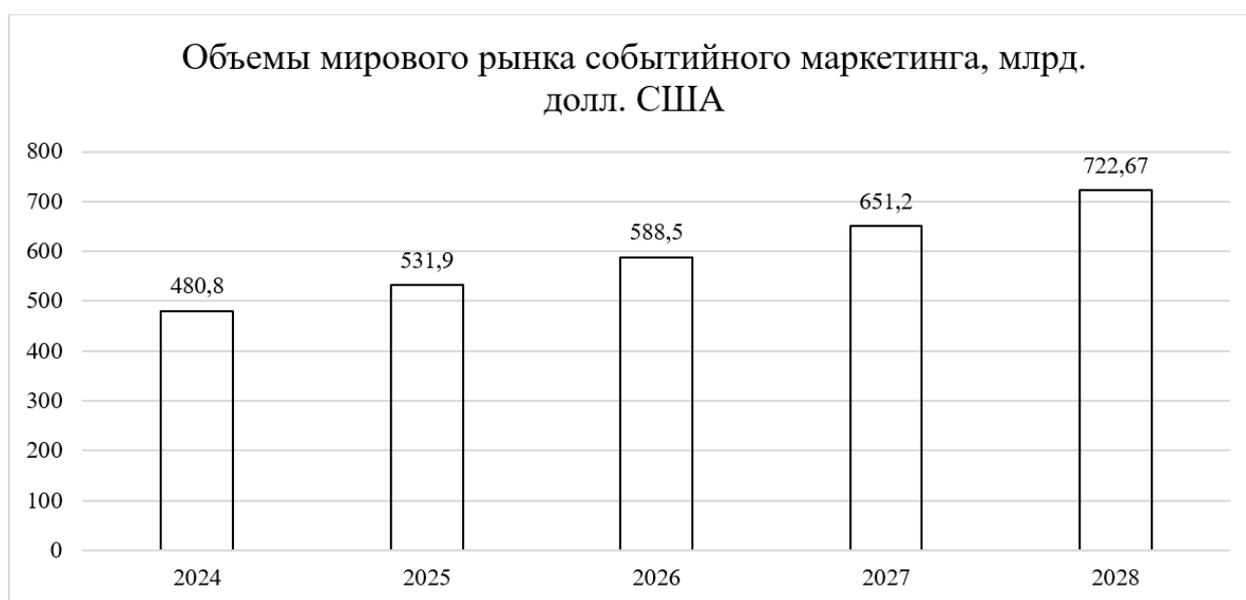


Рис. 1. Динамика рынка событийного маркетинга в мире, млрд. долл. США, составлено автором по данным [6]

По данным другого исследования, не менее перспективной сферой являются «гибридные» мероприятия – они проводятся как в физическом, так и цифровом мире; признается, что в ближайшем будущем до 90% ивент-индустрии будут определять именно мероприятия в онлайн- или гибридном формате [7], что как никогда актуализирует необходимость рассмотрения возможностей продвижения через них.

Традиционная роль ивент-маркетинга раскрывается, по мнению О. А. Козловой, в ракурсе построения системы маркетинговых коммуникаций, интеграция которых обеспечивает эмоциональное вовлечение участников и

позволяет продвигать определенные ценности и смыслы посредством эмоций. Автор считает, что в отличие от традиционных инструментов, ивент-маркетинг позволяет удовлетворять потенциально более обширный спектр потребностей и формировать привязанность к бренду; при этом все эффекты ивент-маркетинга могут быть многократно усилены за счет использования продвижения в социальных сетях. Как итог, актуальность приобретает организация ивент-маркетинга, которая может быть представлена в виде последовательности шагов – алгоритма (рис. 2) [2, с. 16-20].

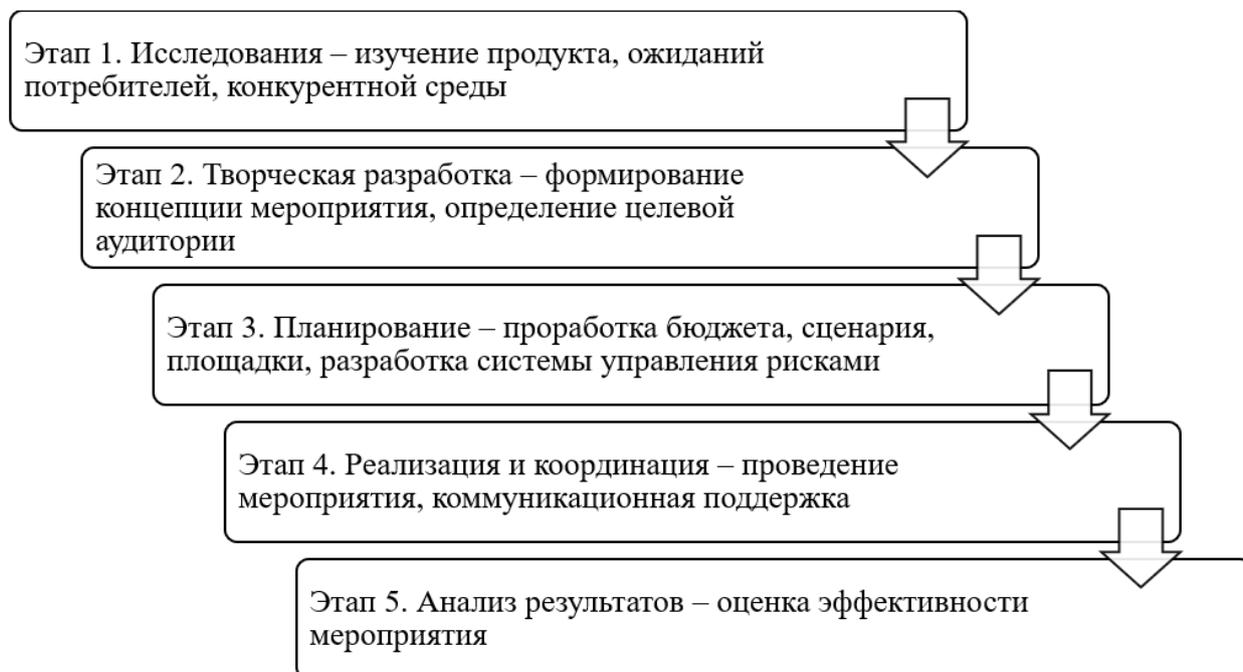


Рис. 2. Этапы организации ивент-маркетинга, составлено автором по данным [2, с. 16-20]

В работе О. И. Поповой и Т. Л. Сысоевой в целом приводятся схожие воззрения на предмет ивент-маркетинга и его эффективности; однако авторы предлагают рассматривать ивент-маркетинг в качестве способа налаживания прямого контакта с аудиторией – через мероприятия, на которых показываются товары или услуги. Авторами приводится

многообразие классификаций событийного маркетинга (рис. 3), а также уточняются характерные тенденции ивент-индустрии (отражающие новые маркетинговые возможности); среди таких тенденций – гибридизация, популяризация геймифицированных мероприятий, высокая роль цифровых технологий [4, с. 133-137].



Рис. 3. Классификации событийного маркетинга, составлено автором по данным [4, с. 133-137]

По мнению Е. А. Соколовой, не менее важным обосновывающим целесообразность

ивент-маркетинга фактором является его финансово-экономическая результативность –

проводимые мероприятия способствуют ненавязчивому продвижению, нередко не требуют огромных бюджетов, однако гарантированно подогревают интерес целевой аудитории к компании и/или её продуктам как объектам мероприятия. Автор предлагает осуществлять информационное сопровождение мероприятий через пиар-коммуникации, социальные сети и рекламу, что поспособствует многократному увеличению искомых эффектов от организации событий и маркетинга на них [5, с. 45-54].

Как, верно, выделяет М. В. Беляева, ивент-маркетинг становится все более востребованным при его использовании в социальных сетях как ключевом инструменте продвижения. Распространение ивент-маркетинга связывается с необходимостью постановки четких маркетинговых целей, и они, как подчеркивается, зачастую не могут связываться с продажами или агрессивными стратегиями влияния, т. к. первостепенной задачей ивент-маркетинга остается создание впечатлений, за которыми последует то или иное отношение к бренду [1, с. 364-366].

Поэтому, конкретизируя специфику событийного маркетинга в социальных сетях, отметим, что таковая сводится к проявлениям и маркетинга в социальных сетях с характерными ему свойствами, и отражает особенности ивент-индустрии. В частности, мероприятия в социальных сетях отличаются более широким охватом и сегментацией, возможностью воздействовать на масс-аудиторию и настраивать таргетинг при большей доступности преимуществ (однако ошибочно полагать, что организация событий в социальных сетях проходит проще).

Важной особенностью представляется и специфическая обратная связь, выраженная в реакциях потребителей (стандартные лайки, комментарии, репосты, реакции и т. д.). При организации ивент-маркетинга в социальных сетях появляется возможность стимулировать пользователей создавать собственный контент (UGC), необходимый для дополнительной популяризации события или вирусного распространения; в целом событийный маркетинг в социальных сетях может организовываться по принципам вирусного маркетинга – основу маркетинга могут составлять малые события или инфоповоды, тренды, которые используются компанией для привлечения внимания.

Ключевым в обеспечении эффективного ивент-маркетинга в социальных сетях представляется «преодоление» ограничений традиционного ивент-маркетинга; организуемое событие должно стать поводом продолжить следить за компанией, её профилем и деятельностью и не ограничиваться развлекательной функцией. Таким образом, ивент-маркетинг в социальных сетях предполагает не столько одноразовое аккумулятивное воздействие большой аудитории и охватов, сколько предоставление стимулов, необходимых для её удержания и последующей реализации дополнительного потенциала от использования прочих инструментов интернет-маркетинга и влияний.

Тем не менее, соглашаясь с позицией Л. И. Начаровой, которая отмечает, что ивент-маркетинг в социальных сетях предполагает вирусное и быстрое распространение информации, ориентированной на узнаваемость и продвижение бренда [3, с. 230-236], у ивент-маркетинга также могут быть выделены специфические инструменты (табл.):

Таблица

Инструменты ивент-маркетинга в социальных сетях

№	Инструмент	Характеристика
1	Виртуальные ивенты	Предполагается проведение непосредственно самих мероприятий в виртуальном пространстве – конференций, вебинаров или прямых трансляций для взаимодействия с целевой аудиторией, показа рекламы и т. п.
2	Интерактивы в социальных сетях	Предполагается проведение розыгрышей, предоставление скидок, распространение брендированных подарков среди участников мероприятий; в том числе применяются челленджи, используются любые предполагающие осуществление действий способы взаимодействия
3	Инфлюенс-маркетинг	Предполагается работа с лидерами мнений по тем или иным вопросам – коллаборации, сотрудничество, принятие участия в мероприятии и т. д.
4	Создание пользовательского контента	Предполагается стимулирование пользователей создавать контент, делать публикации, распространять хештеги, ставить метки и упоминания, репосты и т. д.

Опираясь на таблицу, заметим, что искомыми эффектами использования инструментов ивент-маркетинга в социальных сетях становятся привлечение и набор аудитории, её стимулирование на осуществление необходимых целевых действий.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование доказывает популяризацию событийного маркетинга в социальных сетях и его преимущества, обусловленные массовостью, влиянием на потребителей и эффективность, определяющую растущий интерес к организации событий в онлайн формате. Ключевым обоснованием ивент-маркетинга в социальных сетях становится вариативность форматов организации, по каждому из которых достигаются собственные преимущества в продвижении. В результате идеи ивент-маркетинга в социальных сетях приобретают трендовый характер и активно продвигаются как в малом, так и крупном бизнесе.

Литература

1. Беляев М.В. Тенденции развития современных маркетинговых коммуникаций, используемых рекламными агентствами на

территории региона Кавказские Минеральные Воды // Теория и практика общественного развития. 2013. № 8. С. 364-366.

2. Козлова О.А. Событийный маркетинг как инструмент повышения лояльности потребителей: алгоритм на основе жизненного цикла // Концепт. 2016. № S4. С. 16-20.

3. Начарова Л.И. Событийный маркетинг как эффективный инструмент рекламной кампании социальной сети «ВКонтакте» // Litera. 2024. № 2. С. 230-236.

4. Попова О.И., Сысоева Т.Л. Событийный маркетинг: вызовы и возможности нового времени // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2023. Т. 12, № 3. С. 133-137.

5. Соколова Е.А. Событийный маркетинг: затраты и результаты // Крымский научный вестник. 2019. № 4. С. 45-54.

6. Event Marketing Statistics & Worldwide Trends In 2024. Available at: <https://eventacademy.com/information/event-marketing-statistics/>.

7. Exploding Topics. 50+ Event Marketing Statistics. Available at: <https://explodingtopics.com/blog/event-marketing-stats>.

KORELOVA Lyudmila Vitalievna

Marketing Director, Number Ahzakot LTD., Israel, Bat Yam

SOCIAL MEDIA EVENT MARKETING TOOLS: FEATURES AND BENEFITS

Abstract. The article is devoted to the study of the features, advantages and tools of event marketing in social networks. Modern trends and features of event marketing development are presented. The theoretical and methodological foundations of event marketing as a specific form of integrated marketing communications are revealed. The general advantages and differences of event marketing in social networks, which make this approach to its organization especially popular, are substantiated. The virality of the spread of event marketing on social networks is clarified and some of the event marketing tools are specified.

Keywords: social media promotion, event marketing, features of event marketing, event marketing tools.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

ДЕЙНЕС Наталья Владимировна

студентка, Алтайский государственный университет, Россия, г. Барнаул

*Научный руководитель – доцент кафедры региональной экономики и управления
Алтайского государственного университета, кандидат экономических наук
Сабына Елена Николаевна*

КАДРОВЫЙ ДЕФИЦИТ В РОССИИ: СТРУКТУРНЫЕ ПРИЧИНЫ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ И СТРАТЕГИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Аннотация. В статье кадровый дефицит рассматривается как ключевой вызов для экономики России, анализируются его причины, последствия и предлагаются стратегии преодоления через реформу образования, стимулирование миграции и поддержку регионов.

Ключевые слова: кадровый дефицит, Россия, демография, миграция, рынок труда, образование, экономическое развитие.

Современная экономика России сталкивается с серьезным вызовом – растущим кадровым дефицитом, который охватывает различные отрасли и регионы. Это явление стало следствием сложного взаимодействия демографических, экономических и социальных факторов, включая старение населения, миграционные процессы, дисбаланс между спросом и предложением на рынке труда, а также несоответствие системы профессионального образования потребностям экономики. Кадровый дефицит не только ограничивает потенциал экономического роста, но и создает риски для устойчивого развития страны в долгосрочной перспективе.

Кадровый дефицит в России имеет глубокие структурные корни, которые формируются под влиянием множества факторов. Одним из ключевых является демографический кризис. Сокращение численности трудоспособного населения, вызванное низкой рождаемостью и старением населения, стало одной из главных причин нехватки кадров. По данным Росстата, к 2030 году доля населения старше трудоспособного возраста может превысить 30%, что усугубит ситуацию на рынке труда.

Одной из основных причин кадрового дефицита является демографический кризис, который проявляется в сокращении численности

трудоспособного населения. Этот процесс начался еще в 1990-х годах и продолжает усугубляться.

Несмотря на меры государственной поддержки, такие как материнский капитал, уровень рождаемости остается ниже уровня, необходимого для простого воспроизводства населения. Увеличение продолжительности жизни при сохранении низкой рождаемости приводит к росту доли пожилых людей, что создает дополнительную нагрузку на систему здравоохранения и пенсионного обеспечения. Молодежь составляет основу трудовых ресурсов, однако ее доля в общей структуре населения продолжает снижаться. Эти тенденции приводят к тому, что на рынке труда становится все меньше потенциальных работников, что особенно остро ощущается в трудоемких отраслях, таких как строительство, сельское хозяйство и здравоохранение.

Миграция играет двойственную роль в формировании кадрового дефицита. С одной стороны, Россия традиционно привлекает трудовых мигрантов из стран СНГ, которые частично компенсируют нехватку рабочей силы. С другой стороны, качество миграционного потока зачастую не соответствует потребностям экономики.

Большинство трудовых мигрантов заняты в низкоквалифицированных секторах, таких как строительство, торговля и ЖКХ, тогда как в высокотехнологичных отраслях их вклад минимален. Большинство мигрантов оседают в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург, тогда как регионы, особенно отдаленные, продолжают испытывать острую нехватку кадров. Россия сталкивается с оттоком высококвалифицированных специалистов, которые уезжают за рубеж в поисках лучших условий труда и более высоких зарплат. Это особенно заметно в таких областях, как IT, медицина и наука.

Еще одной важной причиной кадрового дефицита является дисбаланс между спросом и предложением на рынке труда. Быстрое развитие технологий и цифровизация экономики требуют новых навыков, которые система образования не всегда успевает обеспечить. В результате, даже при наличии безработицы, компании сталкиваются с нехваткой специалистов нужного профиля. В крупных городах и экономически развитых регионах наблюдается высокая конкуренция за кадры, тогда как в малых городах и сельской местности многие предприятия испытывают трудности с наймом персонала. В некоторых отраслях, таких как сельское хозяйство и туризм, спрос на рабочую силу сильно зависит от сезона, что создает дополнительные сложности для работодателей.

Система образования в России зачастую не успевает адаптироваться к быстро меняющимся требованиям рынка труда. Многие вузы и колледжи продолжают готовить специалистов по устаревшим программам, которые не соответствуют современным потребностям экономики. Студенты часто получают теоретические знания, но не имеют возможности применить их на практике, что снижает их конкурентоспособность на рынке труда. Несмотря на высокий спрос на инженеров и технических специалистов, многие молодые люди предпочитают гуманитарные и экономические специальности, что усугубляет кадровый дефицит в технических отраслях.

Экономические условия также играют важную роль в формировании кадрового дефицита. Низкий уровень заработной платы. Во многих регионах и отраслях уровень зарплат остается недостаточно высоким, чтобы привлечь и удержать квалифицированных специалистов. Разрыв между развитыми и депрессивными регионами приводит к тому, что многие

специалисты предпочитают переезжать в крупные города, где больше возможностей для трудоустройства и карьерного роста. Многие компании не готовы вкладывать средства в обучение и развитие своих сотрудников, что ограничивает их возможности для адаптации к изменяющимся условиям рынка труда.

Кадровый дефицит оказывает значительное влияние на экономику России. Во-первых, он сдерживает рост производительности труда. Нехватка квалифицированных кадров приводит к увеличению нагрузки на существующих сотрудников, что снижает эффективность их работы.

Во-вторых, дефицит кадров повышает издержки компаний. Работодатели вынуждены увеличивать заработные платы, чтобы привлечь и удержать специалистов, что особенно заметно в регионах с высокой конкуренцией за кадры. Это, в свою очередь, может привести к росту цен на товары и услуги.

В-третьих, кадровый дефицит ограничивает инновационный потенциал экономики. Нехватка специалистов в высокотехнологичных отраслях, таких как IT, инженерия и биотехнологии, замедляет внедрение новых технологий и снижает конкурентоспособность российских компаний на мировом рынке.

Для решения проблемы кадрового дефицита необходимы комплексные меры, которые должны включать как краткосрочные, так и долгосрочные стратегии.

Реформа системы образования и профессиональной подготовки. Важно адаптировать образовательные программы под потребности рынка труда, уделяя особое внимание развитию цифровых и технических навыков. Внедрение дуального образования, при котором студенты совмещают учебу с практикой на предприятиях, может стать эффективным инструментом подготовки кадров.

Стимулирование трудовой миграции. Для привлечения квалифицированных специалистов из-за рубежа необходимо упростить процедуры получения рабочих виз и разрешений на работу, а также создать условия для их интеграции в российское общество.

Поддержка региональных рынков труда. В условиях неравномерного распределения кадров между регионами важно развивать программы стимулирования переезда специалистов в депрессивные регионы, включая предоставление жилья, льгот и социальных гарантий.

Развитие программ переподготовки и повышения квалификации. Для работников, чьи профессии устаревают, необходимо создавать возможности для получения новых навыков, что позволит им адаптироваться к изменяющимся условиям рынка труда.

Государственная поддержка ключевых отраслей. В условиях кадрового дефицита важно сосредоточить усилия на развитии отраслей, которые имеют стратегическое значение для экономики, таких как ИТ, здравоохранение и инженерия.

Литература

1. Капелюшников Н.В. Рынок труда в России: структурные изменения и вызовы. Вопросы экономики, 2020. С. 5-32.
2. Зубаревич Н.В. Региональные аспекты кадрового дефицита в России. Региональная экономика: теория и практика, 2021. С. 45-60.
3. Гимпельсон Е.В. Кадровый дефицит и производительность труда: проблемы и решения. Журнал Новой экономической ассоциации, 2020. С. 78-95.

DEYNES Natalia Vladimirovna

Student of the Chair of Regional Economics and Management,
Altai State University, Russia, Barnaul

*Scientific Advisor – Associate Professor of the Chair Regional Economics and Management
at Altai State University, Candidate of Economic Sciences,
PhD, Associate Professor Sabyna Elena Nikolaevna*

PERSONNEL SHORTAGE IN RUSSIA: STRUCTURAL CAUSES, ECONOMIC CONSEQUENCES, AND COPING STRATEGIES

Abstract. *The article considers the personnel shortage as a key challenge for the Russian economy, analyzes its causes and consequences, and suggests strategies to overcome it through education reform, stimulating migration, and supporting regions.*

Keywords: *personnel shortage, Russia, demography, migration, labor market, education, economic development.*

МУСТАФИН Дамир Шавкатович
директор, JADS.PRO, Россия, г. Москва

ЛИДЕРСТВО В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ БИЗНЕСЕ: КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ ВНЕДРЯЮТ ЦИФРОВУЮ КУЛЬТУРУ В ТРАДИЦИОННЫЕ ОТРАСЛИ

***Аннотация.** Специфика организации современного бизнеса позволяет констатировать, что Цифровизация – это уже не просто тренд, а насущная необходимость, определяющая успех компаний на рынке. Она затрагивает не только высокотехнологичные отрасли, но также становится неотъемлемым фактором развития традиционных сфер промышленности. При этом базовым фактором успешной трансформации становится именно лидерство – способность предпринимателей организовать успешное выполнение проектов внедрения цифровой культуры в рамках стратегического развития бизнеса. Данная статья посвящена исследованию вопросов внедрения цифровой культуры в деятельность производственных компаний. Автор рассматривает методические подходы к цифровой трансформации, анализирует наиболее значимые факторы, затрагивающие реализацию данного процесса, наиболее распространенные барьеры и риски, стратегические решения по интеграции цифровой культуры. Раскрыты проблемы развития стилей и методов управления, цифрового мышления и изменения корпоративной культуры. Определены перспективы цифрового лидерства в традиционных отраслях.*

***Ключевые слова:** развитие экономики, лидерство в бизнесе, производственный бизнес, цифровая культура, корпоративная культура, перспективы лидерства в отраслях.*

Цифровая культура представляет собой совокупность ценностей, норм и поведенческих моделей, способствующих эффективному использованию цифровых технологий в бизнес-процессах. Большинство представителей научного сообщества сходятся во мнении, что цифровая культура предполагает открытость к инновациям, гибкость в принятии решений, а также готовность к экспериментам и обучению. Кроме того, от традиционной корпоративной культуры ее отличает использование данных в процессах принятия решений и организация взаимодействия сотрудников в рамках цифровых инструментов.

Основная роль цифровой культуры в промышленности – ускорение цифровой трансформации производственных процессов. Внедрение современных технологий, помимо непосредственно технических изменений, требует формирования нового типа мышления среди работников. Компании, способные адаптировать свою корпоративную культуру к цифровой среде, получают значительные конкурентные преимущества.

Центральную роль в процессах цифровой трансформации играет лидер. В условиях цифровизации традиционных отраслей промышленности руководитель должен понимать

технологии и уметь выстраивать стратегию их внедрения с учётом особенностей предприятия. Именно руководитель должен выступать инициатором и драйвером изменений. Важнейшей задачей лидера является создание благоприятной среды по интеграции цифровых изменений. Реализация данной задачи предполагает формирование должной мотивации у сотрудников при параллельном снижении уровня сопротивления нововведениям и развитию командного взаимодействия.

Эффективное управление цифровыми изменениями также требует от лидера способности управлять неопределённостью и рисками. При этом, в отличие от традиционных подходов к управлению, где решения принимаются на основе статичных стратегий, в цифровой среде, как правило, необходимо применять гибкие методы.

Таким образом, для успешной интеграции цифровой культуры на предприятии, цифровой лидер должен обладать следующими базовыми компетенциями: стратегическое мышление, способность анализировать данные и принимать обоснованные решения, владение современными цифровыми инструментами, коммуникативная компетентность, адаптивность и открытость к обучению (технологии

постоянно развиваются и обновление знаний становится необходимым условием успешного управления), способность к кросс-функциональному взаимодействию и работе в условиях цифровой экосистемы.

Основой управления с позиции лидерства является стиль управления. Именно стиль определяет, как лидер принимает решения, взаимодействует с командой и направляет организацию. И если традиционных структурах доминируют классические (в т. ч., директивные) стили, в то в условиях цифровой трансформации востребованы более гибкие и адаптивные подходы – сервант-лидерство, коучинговый стиль или трансформационное лидерство.

Сервант-лидерство – это стиль управления, в котором лидер ставит на первое место потребности команды и развитие сотрудников, а не свою власть и контроль. Основные принципы в данном случае включают эмпатию, поддержку, долгосрочное развитие команды (особенно важно в цифровой культуре) и доверие [5].

Коучинговый стиль предполагает выполнение лидером роли наставника. Ключевым отличием стиля от традиционных подходов выступает нацеленность команды на развитие компетенций. Коучинг-лидер мотивирует команду задавать вопросы, искать решения самостоятельно, брать ответственность за свой рост и использовать различные инструменты обучения [1].

При трансформационном лидерстве основной фокус делается на инновациях. Лидер продвигает изменения корпоративной культуры и развитие стратегического мышления у персонала. Основная цель лидера – осуществлять не просто управление процессами, а формировать новое (инновационное) мышление в организации [3].

Не менее важен при цифровизации традиционных отраслей промышленности подбор оптимальных методов управления. По мнению автора, наилучший результат дает применение гибких управленческих методологий, основанных на концепции Agile.

Agile – это подход к управлению, основанный на адаптивности и постоянном взаимодействии команды с целью максимально эффективной разработки продукта. Agile-методы направлены на создание ценности с помощью коротких итераций, регулярной обратной связи и гибкого реагирования на изменения

[2, с. 1953].

В контексте внедрения цифровой культуры в традиционные отрасли наиболее результативной методологией Agile видится Lean – управленческая концепция, направленная на минимизацию потерь и максимизацию ценности за счёт оптимизации бизнес-процессов. Применение Lean в цифровой трансформации позволяет предприятиям выстраивать процессы, обеспечивающие максимальную отдачу от цифровизации [4].

Во-первых, данная методология помогает определить наиболее проблемные зоны в текущих операционных процессах и сфокусировать цифровизацию на тех аспектах, которые действительно нуждаются в улучшении. Так, например, анализ потерь в производстве позволяет выявить неэффективные операции, имеющие потенциал автоматизации с помощью цифровых инструментов.

Во-вторых, принципы Kaizen (непрерывного улучшения) служат базой формирования цифровой культуры таким образом, чтобы сотрудники воспринимали цифровые изменения не как единовременный проект, а как постоянный процесс совершенствования.

В-третьих, необходимо выделить свойство адаптивного управления изменениями в Lean, которое особенно важно в условиях цифровой трансформации. В частности, значительный эффект дает использование цифровых MVP (минимально жизнеспособные продукты) и быстрые итерации.

В итоге гибкие методологии позволяют значительно быстрее адаптировать цифровую трансформацию к меняющимся условиям рынка, поскольку, в отличие от традиционных долгосрочных стратегий, они фокусируются на поэтапном внедрении инноваций с возможностью регулярного тестирования новых решений (особенно актуально в условиях цифровой трансформации).

С позиции изменения организационной культуры в процессе непосредственного внедрения цифровых технологий в традиционные отрасли промышленности одним из наименее рискованных подходов видится постепенная интеграция цифровых решений. Начинать необходимо с наиболее уязвимых и трудоёмких участков производства. Подобный подход позволяет минимизировать риски и адаптировать сотрудников к новым условиям работы. Например, относительно быстро выполнимой видится реализация проекта по внедрению

системы предиктивной аналитики и датчиков IoT в систему контроля оборудования. Между тем, при успешном внедрении данных технологий значительно снизится вероятность поломок без радикального изменения всей производственной цепочки.

Одним из важнейших факторов успешного внедрения цифровой культуры является формирование у сотрудников цифрового мышления – способности работать в условиях цифровой среды, осознавать ценность новых технологий и использовать их в своей профессиональной деятельности. Для этого лидерам предприятий необходимо внедрять специальные обучающие программы. В долгосрочной перспективе такие программы должны способствовать изменению восприятия работы в целом. В итоге внутри организации будет формироваться культура, в которой сотрудники не боятся экспериментов и воспринимают цифровые изменения как возможность, а не угрозу.

Помимо обучения, важную роль играет трансформация корпоративной культуры. Персонал предприятий должен видеть, что лидеры производства поддерживают инициативы сотрудников, предоставляют им нужные инструменты для реализации цифровых идей, формируют внутренние механизмы мотивации (например, программы внутреннего предпринимательства или системы геймификации).

Одним из главных препятствий внедрения цифровой культуры в традиционных отраслях является сопротивление изменениям со стороны сотрудников и руководителей. Часто работники воспринимают цифровизацию как угрозу своей профессиональной стабильности (особенно если внедрение новых технологий сопровождается автоматизацией и сокращением рабочих мест), руководители среднего звена нередко опасаются утраты контроля над процессами из-за децентрализации управления.

К другим, не менее распространённым проблемам можно отнести недостаток цифровых компетенций среди персонала, нечеткость стратегического видения цифровой трансформации, наличие устаревшей IT-инфраструктуры и в целом неготовность к интеграции современных технологий.

Помимо рисков, связанных с цифровой культурой, важно учитывать и общие проектные риски – стоимость внедрения технологий, зависимость компании от IT-инфраструктуры, киберугрозы, сбои в системах, проблемы с

конфиденциальностью данных и ряд других рисков в зависимости от специфики работы компании.

Перспективы цифрового лидерства в традиционных отраслях промышленности определяются тенденциями дальнейшего развития технологий и модификации базовых подходов к управлению. Одним из ключевых трендов должен стать переход к более децентрализованным моделям управления с автономным принятием решений на различных уровнях компании.

Прогнозируется также повышение роли искусственного интеллекта в управленческих процессах – данная тенденция заметна и настоящее время.

Лидеры должны будут развивать не только технологические навыки, но и эмоциональный интеллект – способность осознавать, понимать и управлять своими эмоциями, эффективно взаимодействовать с другими людьми.

К прочим тенденциям цифрового лидерства можно отнести:

- формирование цифровых экосистем и платформенных бизнес-моделей;
- повышение роли корпоративной культуры;
- персонализация подходов к управлению;
- интеграция ESG-принципов в цифровую культуру;
- более активное использование программ переквалификации; и повышения цифровых навыков сотрудников (создание культуры непрерывного обучения).

Литература

1. Лебедева А. Коучинговый стиль управления компанией: что это и как его применить? / А. Лебедева. URL: https://erickson.ru/publications/articles/coaching-business/124836-coaching_style_1 (дата обращения: 05.02.2025).
2. Мезенцева Е.М. Что такое Agile / Е.М. Мезенцева, В.М. Корунов // Экономика и социум. – 2017. – № 12 (43). – С. 1952-1954.
3. Сачкова М.Е. Трансформационный стиль лидерства / М.Е. Сачкова. URL: <https://bigenc.ru/c/transformatcionnyi-stil-liderstva-39c069> (дата обращения: 05.02.2025).
4. Степченко Т.С. Lean-технологии в управлении предприятием / Т.С. Степченко // Современные технологии управления. – 2015. – № 7 (55). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/lean-tehnologii-v-upravlenii-predpriyatiem> (дата обращения: 05.02.2025).

5. Servant-Leadership (Служащий-лидер).

URL: <https://hr-portal.ru/varticle/servant-leadership-sluzhashchiy-lider-robert-k-greenleaf> (дата обращения: 05.02.2025).

MUSTAFIN Damir Shavkatovich
Director, JADS.PRO, Russia, Moscow

LEADERSHIP IN THE MANUFACTURING BUSINESS: HOW ENTREPRENEURS ARE IMPLEMENTING DIGITAL CULTURE INTO TRADITIONAL INDUSTRIES

Abstract. *The specifics of modern business organization allow us to state that digitalization is no longer just a trend, but an urgent necessity that determines the success of companies in the market. It affects not only high-tech industries, but also becomes an integral factor in the development of traditional industries. At the same time, leadership becomes the basic factor of successful transformation – the ability of entrepreneurs to organize the successful implementation of digital culture implementation projects within the framework of strategic business development. This article is devoted to the study of the issues of introducing digital culture into the activities of manufacturing companies. The author examines methodological approaches to digital transformation, analyzes the most significant factors affecting the implementation of this process, the most common barriers and risks, and strategic decisions on the integration of digital culture. The problems of developing management styles and methods, digital thinking and changing corporate culture are revealed. The prospects of digital leadership in traditional industries are determined.*

Keywords: *economic development, business leadership, manufacturing business, digital culture, corporate culture, leadership prospects in industries.*

ПРИМБЕТОВА Сауле Чукаевна

старший преподаватель, кандидат экономических наук,
Западно-Казахстанский университет им. М. Утемисова,
Республика Казахстан, г. Уральск

МЕДЕТОВА Улболсын Амангельдиевна

магистрантка,
Западно-Казахстанский университет им. М. Утемисова,
Республика Казахстан, г. Уральск

**ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ**

***Аннотация.** В статье рассматривается текущее состояние государственного менеджмента, его ключевые принципы, проблемы и перспективы развития. Анализируются основные инструменты и методы, используемые в управлении государственными структурами, а также влияние современных вызовов на эффективность государственного управления. Дополнительно приводится опыт зарубежных стран и сравнительный анализ с Казахстаном. Особое внимание уделено исследованиям ведущих авторов в данной области и применению принципов государственного менеджмента в налоговой сфере.*

***Ключевые слова:** государственный менеджмент, государственная власть, цифровизация, реформирование, эффективность управления, инновационные технологии.*

Введение

Государственный менеджмент представляет собой систему управления государственными структурами с целью обеспечения эффективного функционирования органов власти и реализации государственных программ. В современных условиях он играет важную роль в повышении качества предоставляемых услуг и обеспечении прозрачности деятельности госструктур. Развитие данной дисциплины тесно связано с цифровыми технологиями, инновационными методами управления и ориентацией на потребности граждан. Для повышения эффективности управления важно интегрировать международный опыт, адаптируя лучшие практики к локальным условиям [1].

Менеджмент в государственном управлении появился в семидесятые годы XX века как результат развития школы государственной политики. Изначально в основе менеджмента государственного управления находилось признание важности стратегий, реализуемых высшими должностными лицами государства.

Фактически система управления государством перешла от государственного управления к менеджменту в государственном управлении, что означало отказ от традиционного

институционального подхода к управлению государством в пользу изучения реально существующих управленческих процедур, использования современных методов подготовки управленческих решений на уровне государства и практики их реализации. В настоящее время государственное управление все чаще обозначается термином государственный менеджмент, акцентирующим внимание на необходимости использования современных управленческих технологий для управления государством и росте значимости рыночных отношений в государственном секторе экономики. Основу менеджмента в государственном управлении составили исследования американских специалистов Дэвида Осборна и Тэда Геблера. Данные специалисты выпустили труд под названием «Переосмысление Правительства» («Reinventing Government»). «Перестройка правительства», в котором они выполнили анализ недостатков бюрократической модели управления государством, предложили необходимые и желательные изменения, осуществление которых необходимо было проводить на всех уровнях государственного управления, начиная от федерального и заканчивая муниципальным. Предложившие концепцию

рыночного управления государственным сектором, Дэвид Осборн и Тед Гэблер в своей работе исследуют реформы и новаторские подходы в государственном управлении, включая цифровые инструменты. Авторы делают акцент на повышении эффективности управления через автоматизацию и использование технологий [2].

Осборн и Гэблер считают, что цифровизация открывает возможности для создания «предпринимательского государства», где государственные органы действуют более гибко и клиентоориентированно.

Также в книге они предлагают децентрализованные теории публичного (государственного или муниципального) управления, которые стали обозначать «Новое публичное управление» (New Public Management, NPM). Также Дуайт Уолдо, исследователь взаимодействия бюрократии и демократии, Гарольд Д. Лассуэлл, анализировавшие процессы принятия решений в государственном управлении, Кристоф Демке и Фрэнсис Фукуяма, изучавшие вопросы государственной этики, прозрачности и

влияния институтов на экономическое развитие, Пол Худак, акцентировавший внимание на результативности госпрограмм внесли значительный вклад в развитие государственного управления [3, с. 75-79].

В изучении государственного менеджмента в Казахстане внесли лепту исследователи А. С. Сапарбаев, К. А. Байзакова, Г. Ж. Кенжегузин, Е. А. Оразалин и Ж. А. Абдильдина, что способствует развитию научного подхода к государственному управлению.

Ключевую роль в формировании эффективной, прозрачной и устойчивой системы государственного управления выполняют принципы государственного управления.

Научная литература выдвигает огромное количество предложений относительно принципов управления, приводя при этом всевозможные примеры, касающиеся их классификации [4, с. 45-52]. Ниже представлена таблица 1, отражающая деление принципов государственного управления согласно общей теории управления:

Таблица 1

Классификация принципов государственного управления

Вид принципов	Составляющие принципы
Общие принципы	Системность, саморегулирование, объективность, обратная связь, информационная достаточность, оптимальность, дополненность, эволюционизм, демократизм, вероятность, состязательность, гласность, ведущее звено, стимулирование
Частные принципы управления	Принципы, применяемые в различных сферах и подсистемах общества (социальной, политической, экономической и др.), а также принципы, используемые при анализе отдельных общественных институтов
Организационные принципы	Единоначалие, конкретность, иерархия, распределение труда, делегирование полномочий, диапазон управления, единство распорядительства и другие принципы, определяющие структуру и функционирование управленческих систем

Эта таблица демонстрирует, как делятся принципы государственного управления на общие, частные и организационные, что позволяет систематизировать их и применять в зависимости от специфики анализируемых управленческих процессов.

Они представляют собой фундаментальные ориентиры, которые определяют стандарты деятельности государственных институтов и обеспечивают единообразие подходов в управлении государственными процессами. Рассмотрим основные аспекты их значения (рис. 1).



Рис. 1. Принципы государственного управления

Эти аспекты подчеркивают, что принципы государственного управления не только определяют стандарты и процедуры, но и являются стратегическими инструментами для создания эффективной, прозрачной и адаптивной системы управления, способной удовлетворять потребности общества в условиях современных вызовов.

Применение принципов государственного менеджмента в государственном управлении Казахстана осуществляется в рамках комплексной реформы, направленной на модернизацию государственного аппарата и повышение его

эффективности. В Казахстане государственный менеджмент находится на этапе активного развития и трансформации. Внедряются передовые технологии, направленные на цифровизацию и повышение эффективности управления. Особое внимание уделяется концепции «Открытого правительства», которая предполагает повышение прозрачности и учет мнений граждан при принятии государственных решений [5]. Ниже представлена таблица 2, иллюстрирующая ключевые инициативы и реформы в государственном управлении с кратким описанием их влияния:

Таблица 2

Инициативы и реформы в государственном управлении Казахстана

Инициатива/Реформа	Описание и влияние
Развитие системы электронного правительства (eGov)	Упрощает доступ граждан к государственным услугам за счёт автоматизации процессов и повышения прозрачности работы органов власти.
Внедрение системы «Смарт-городов»	Оптимизирует управление городскими процессами через использование цифровых технологий, позволяя улучшить инфраструктуру и оперативно реагировать на городские вызовы.
Механизмы мониторинга гос-программ [7]	Способствуют оценке эффективности реализуемых проектов, обеспечивая контроль за расходованием бюджетных средств и корректировку программ в режиме реального времени.
Антикоррупционные меры	Включают цифровизацию процессов закупок и тендеров, что снижает коррупционные риски и повышает доверие к системе государственных закупок.
Программы повышения квалификации	Улучшают кадровую политику через реализацию образовательных и тренинговых программ для государственных служащих, что способствует развитию профессионального потенциала и компетенций.

Эта схема отражает, как внедрение современных технологий и инновационных подходов способствует совершенствованию государственного управления, делая его более

прозрачным, эффективным и ориентированным на потребности граждан [6].

Несмотря на позитивные изменения, процесс модернизации государственного управления в Казахстане сталкивается с рядом

существенных проблем, которые препятствуют полноценной реализации потенциала современных управленческих технологий. Рассмотрим основные из них:

- **Бюрократические барьеры:** Сложные и устаревшие административные процедуры, избыточная централизация и жесткая иерархия замедляют принятие решений и затрудняют оперативное реагирование на изменения. Для преодоления этих барьеров необходимо оптимизировать внутренние регламенты и пересмотреть распределение полномочий.
- **Низкая скорость принятия решений:** Из-за формализованных и длительных процедур принятие решений часто происходит медленно, что негативно сказывается на эффективности работы государственных институтов. Важно внедрение гибких моделей управления и децентрализации, позволяющих ускорить процесс согласования и реализации управленческих решений.
- **Недостаточная квалификация кадров:** В условиях внедрения новых технологий и методов управления существенным препятствием является недостаточная подготовка государственных служащих. Решением данной проблемы являются программы повышения квалификации, развитие системы профессионального обучения и привлечение специалистов с современными компетенциями.
- **Коррупционные риски:** Несмотря на цифровизацию процессов, коррупция остаётся актуальной проблемой. Недостаточная

прозрачность отдельных процедур и неэффективный контроль могут создавать условия для коррупционных проявлений. Усиление антикоррупционных мер, внедрение систем мониторинга и аудита, а также повышение ответственности госслужащих являются необходимыми мерами для снижения этих рисков.

- **Сопrotивление изменениям:** Традиционные управленческие практики и устоявшаяся корпоративная культура часто приводят к сопротивлению нововведениям. Для успешной трансформации государственных институтов необходимо внедрение стратегий управления изменениями, эффективная коммуникация и создание мотивационных программ, способствующих принятию инновационных решений.

Таким образом, для достижения эффективной модернизации государственного управления требуется комплексный подход, который включает не только внедрение передовых технологий, но и глубокую реорганизацию управленческих структур, повышение профессионализма кадров и активное взаимодействие с гражданским обществом [9].

Для понимания перспектив развития важно изучать примеры зарубежных стран, так как опыт передовых стран Сингапура, Швеции, США и Германии показывает, что эффективное управление возможно при комплексном подходе к реформированию административных процессов, цифровизации услуг и повышению прозрачности [7].

Критерий	Казахстан	Сингапур	Швеция	США	Германия
Цифровизация	eGov, Smart City	Smart Nation, AI в управлении	Высокая цифровая прозрачность	Data-driven governance	Развитые цифровые сервисы
Открытость власти	"Открытое правительство"	Полная цифровая интеграция	Максимальная открытость	Свобода информации	Региональная прозрачность
Антикоррупционные меры	Электронные тендеры, реформы	Нулевая терпимость, жесткий контроль	Высокий уровень доверия	Законодательный контроль	Жесткие меры контроля

Рис. 2. Сравнительный анализ опыта Казахстана и зарубежных стран

Одним из ярких примеров применения государственного менеджмента является исследование Министерства финансов Великобритании по внедрению системы риск-менеджмента в государственных органах. Основные этапы включали:

- **Анализ исходного состояния:** оценка текущих процедур управления и уровня прозрачности.
- **Внедрение системы риск-менеджмента:** интеграция инструментов для идентификации и мониторинга рисков.

- Сравнительный анализ путем оценки эффективности до и после внедрения системы.

Результаты исследования показали снижение финансовых потерь и повышение качества принятия управленческих решений.

Это исследование было инициировано и проведено Министерством финансов Великобритании (HM Treasury) в рамках усилий по совершенствованию государственного управления и интеграции современных управленческих инструментов, что позволило Министерству финансов Великобритании не только улучшить контроль над финансовыми процессами, но и создать модель, которую впоследствии можно было адаптировать и применять в других государственных структурах [10].

Современные методы государственного менеджмента активно внедряют в налоговой сфере Казахстана для оптимизации процессов и повышения эффективности:

1. Цифровизация налоговых процессов:

- Электронное декларирование и документооборот: внедрение системы онлайн-поддачи деклараций сокращает время обработки и снижает ошибки.

- Интеграция с eGov.kz: единый портал обеспечивает централизованный доступ к услугам, упрощая мониторинг налоговых поступлений.

2. Оптимизация административных процедур:

- Автоматизация контроля и аудита: применение аналитики больших данных и алгоритмов машинного обучения позволяет выявлять несоответствия в налоговых платежах.

- Повышение прозрачности: электронный документооборот фиксирует все этапы администрирования, что снижает коррупционные риски.

3. Инновационные инструменты и цифровые сервисы:

- Мобильные приложения и онлайн-порталы: позволяют налогоплательщикам быстро получать информацию о начисленных налогах и сроках уплаты.

- Аналитические платформы: технологии big data и ИИ помогают прогнозировать налоговые поступления и анализировать экономические тенденции.

Внедрение электронной системы подачи налоговых деклараций, что существенно сокращает время рассмотрения документов, система мониторинга налоговых поступлений, интегрированная с государственными

информационными системами, позволяет в реальном времени отслеживать платежи и предотвращать уклонение от уплаты налогов, программы повышения квалификации сотрудников налоговых органов способствуют эффективному использованию новых технологий [11, с. 45-58].

Таким образом, сочетание современных технологий, обновления IT-инфраструктуры и постоянного развития человеческого капитала способствует значительному повышению эффективности, качества обслуживания и снижению коррупционных рисков в системе государственного управления.

Заключение

Применение принципов государственного менеджмента в налоговой сфере Казахстана направлено на модернизацию работы налоговых органов, оптимизацию процессов и повышение доверия граждан к государству. Внедрение цифровых технологий, автоматизация административных процедур и повышение прозрачности позволяют создать эффективную систему налогового администрирования, способствующую устойчивому развитию экономики страны. При этом международный опыт, особенно примеры Сингапура, Швеции, США и Германии, является ценным ориентиром для дальнейших реформ.

Литература

1. Базаров А.И. (2020). Современные подходы и методы в государственном менеджменте. Москва: Издательство Высшей школы экономики.
2. https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/menedzhment_v_gosudarstvennom_upravlenii/.
3. Государственный менеджмент в системе правового управления в Республике Казахстан // Молодой ученый. – 2024. – № 30 (529). – С. 75-79. moluch.ru.
4. Международный опыт управления: анализ лучших практик для возможности имплементации в Казахстане // Вестник МУИВ. – 2024. – № 2. – С. 45-52. vestnik-muiv.ru.
5. Роль государственного менеджмента в системе государственного управления Республики Казахстан // КиберЛенинка. – 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-gosudarstvennogo-menedzhmenta-v-sisteme-gosudarstvennogo-upravleniya-respubliki-kazahstan.cyberleninka.ru>.

6. Государственный менеджмент: возможности и ограничения // КиберЛенинка. – 2023. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennyy-menedzhment-vozmozhnosti-i-ogranicheniya>
cyberleninka.ru.

7. Менеджмент государственной власти: актуальность и мировой опыт // Repository APA. – 2023. – URL:

<https://repository.apa.kz/xmlui/handle/123456789/244>.repository.apa.kz.

8. Талант менеджмент в государственном управлении // Repository APA. – 2024. – URL: <https://clck.ru/3GiUiU>.

9. Государственное управление: на пути к современной модели государственного менеджмента // КиберЛенинка. – 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-upravlenie-na-puti-k-sovremennoy-modeli-gosudarstvennogo-menedzhmenta>.cyberleninka.ru.

10. Yudina T.M. (2019). Цифровизация государственного управления в России и в Казахстане. Алматы: Казахстанский национальный университет.

11. Оразалин Е.А. (2021). Digital Transformation in Governance in Kazakhstan. Journal of State Governance and Public Policy, 12(3), С. 45-58.

PRIMBETOVA Saule Chukayevna

Senior Lecturer, Candidate of Economic Sciences,
Mahambet Utemisov West Kazakhstan University, Republic of Kazakhstan, Uralsk

MEDETOVA Ulbolsyn Amangeldievna

Graduate Student, Mahambet Utemisov West Kazakhstan University,
Republic of Kazakhstan, Uralsk

THE CURRENT STATE OF PUBLIC MANAGEMENT AND ITS APPLICATION IN GOVERNMENT

Abstract. *The article examines the current state of public management, its key principles, problems and development prospects. The main tools and methods used in the management of government structures are analyzed, as well as the impact of modern challenges on the effectiveness of public administration. Additionally, the experience of foreign countries and comparative analysis with Kazakhstan are presented. Special attention is paid to the research of leading authors in this field and the application of the principles of public management in the tax sphere.*

Keywords: *public management, public authority, digitalization, reform, management efficiency, innovative technologies.*

ПЕДАГОГИКА

БОК Оксана Владимировна

учитель-логопед,

МОУ «Ближнеигуменская СОШ», Россия, Белгородская область, с. Ближняя Игуменка

НЕТРАДИЦИОННЫЕ ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧИТЕЛЯ-ЛОГОПЕДА И РОДИТЕЛЕЙ

Аннотация. В статье рассматриваются нетрадиционные формы взаимодействия учителя-логопеда и родителей.

Ключевые слова: учитель-логопед, взаимодействие, родители, нетрадиционные подходы.

В последние десятилетия наблюдается значительное внимание к вопросам речевого развития детей, особенно тех, кто сталкивается с различными речевыми нарушениями. В этом контексте взаимодействие учителя-логопеда и родителей становится ключевым аспектом, способствующим успешной коррекции речевых трудностей. Актуальность данной работы обусловлена необходимостью поиска и внедрения нетрадиционных форм взаимодействия, которые могут значительно повысить эффективность логопедического процесса. В условиях современного общества, где время становится дефицитом, а родители часто испытывают нехватку знаний и навыков для поддержки своих детей, важно рассмотреть новые подходы к сотрудничеству, которые помогут создать гармоничное взаимодействие между детским садом и семьей.

Вопрос взаимодействия учителя-логопеда и родителей детей с речевыми нарушениями требует особого внимания в свете тревожных статистических данных о распространенности таких нарушений. Как показывают исследования, за последние десятилетия общее количество речевых нарушений у детей возросло во многих странах. Особенно актуальна проблема ранней диагностики и коррекции речевых нарушений, которая оказывает влияние на дальнейшее развитие детей, их образовательные успехи и интеграцию в общество.

Несмотря на растущую необходимость в помощи со стороны специалистов, родители часто не осознают важность своего участия в процессе коррекции речевых нарушений у детей.

Психолого-педагогическому взаимодействию между логопедом и семьей не уделяется должного внимания. Это ведет к тому, что многие выгоды от сотрудничества остаются не реализованными. Исследования показывают, что недостаток общения между родителями и детьми негативно сказывается на развитии речевых навыков, что подчеркивает значительную роль родителей в этой сфере [3].

Социально-экономические изменения и нагрузки на родителей также играют роль в упущении возможностей для активного участия в работе с логопедом. Родители, погруженные в работу и бытовые заботы, часто не могут уделить достаточно внимания задачам, связанным с развитием речи у детей. Это ведет к снижению качества взаимодействия между логопедом и родителями, а, как следствие, и к менее эффективным результатам при работе с детьми с речевыми нарушениями.

Согласование действий логопеда и родителей составляет важную часть коррекционного процесса, обеспечивая более целенаправленное развитие ребенка. В современных условиях актуально применение не только традиционных, но и нетрадиционных форм взаимодействия, позволяющих создать более удобные и комфортные условия для обеих сторон. Основной целью взаимодействия логопеда и родителей является обеспечение преемственности в обучении и развитии детей с речевыми нарушениями.

Исследования показывают, что традиционные подходы к взаимодействию часто не учитывают индивидуальные особенности ребенка

и семьи. Традиционное взаимодействие между учителем-логопедом и родителями ограничивается определенными формами, такими как беседы, консультации и собрания. Эти методы часто не способствуют активному вовлечению родителей в коррекционный процесс. Чаще всего родители становятся пассивными наблюдателями, что создает значительные барьеры для установления продуктивных партнерских отношений с логопедом. В этой связи возникают проблемы, связанные с недостатком стратегий, позволяющих родителям не только понять свои роли, но и активно участвовать в процессе обучения и коррекции речевых нарушений у их детей.

Современные исследования показывают, что переход на инновационные формы работы с родителями демонстрирует положительные результаты, позволяя устанавливать более тесные и продуктивные связи [13]. Для достижения этого, в процессе работы учителя-логопеда не обойтись без гибкости в подходах и готовности применять новые методы взаимодействия. Успех будет зависеть от способности логопеда адаптировать свои действия в зависимости от потребностей семьи и особенностей ребенка, что в свою очередь может привести к более успешному процессу коррекции речевых нарушений.

Открытые мероприятия представляют собой эффективный инструмент в сфере взаимодействия логопедов и родителей детей с речевыми нарушениями. Они предоставляют платформу для взаимодействия и совместного участия, что способствует углублению взаимопонимания и повышению уровня вовлеченности родителей в процесс речевого развития своих детей.

Семинар «Праздник ладошек» демонстрирует, как можно развивать речевые навыки у детей через активное участие родителей и воспитателей. В ходе этого мероприятия родители имеют возможность не только наблюдать за процессом, но и непосредственно участвовать в играх и упражнениях, что усиливает их осознание важности их роли в обучении детей. Использование познавательных викторин и праздничных мероприятий помогает родителям лучше понять специфику речевых нарушений и методы их коррекции. Они могут получить информацию о том, как могут поддерживать своих детей в повседневной жизни, превращая эмоциональную связь и участие в

процессе обучения в важный элемент. Внедрение форматов, которые нацелены на активное участие родителей, таких как мастер-классы и специальные посвященные речевым нарушениям праздники, способствует улучшению взаимодействия между семьей и образовательным учреждением. Это не только укрепляет связь между родителями и детьми, но и поддерживает единую концепцию речевого развития в образовательной среде. Такие мероприятия также могут служить местом для обмена опытом, что крайне важно для нахождения оптимальных путей решения возникших проблем.

Цифровые платформы также становятся важным инструментом для взаимодействия учителя-логопеда и родителей, особенно в контексте коррекции речевых нарушений у детей. Современные технологии, такие как облачные хранилища и специализированные приложения, предоставляют родителям доступ к образовательным ресурсам и материалам, которые помогут в процессе обучения. На платформе учителя-логопеда можно найти рекомендации, специальные упражнения и материалы для работы с детьми, что значительно упрощает процесс. Исследования показывают, что использование цифровых технологий повышает уровень образованности и уверенности родителей, что, в свою очередь, влияет на успешность коррекции речевых нарушений у детей.

Исследования показывают, что цифровые технологии не заменяют традиционные методы взаимодействия, а, наоборот, дополняют их. Комбинация различных подходов способствует более полной и эффективной коммуникации между родителями и специалистами, что очень важно в контексте коррекции речевых нарушений. Интеграция технологий в повседневную практику помогает создать всестороннюю поддержку и основанное на сотрудничестве взаимодействие.

Помимо этого, цифровые платформы могут служить дополнением к традиционным открытым мероприятиям, таким как мастер-классы и консультации. Использование цифровых форматов, таких как вебинары и обучающие видео, позволяет охватить большее количество родителей и сделать информацию более доступной. Это, в свою очередь, способствует повышению уровня осведомленности о речевых нарушениях и методах их коррекции.

Мастер-классы представляют собой одну из эффективных форм взаимодействия логопедов с родителями детей, имеющими речевые нарушения. Они не только способствуют развитию навыков у родителей, но и помогают установить более доверительные отношения между специалистом и семьей. На таких занятиях внимание уделяется методам и формам работы, которые можно применять в домашних условиях, что делает их особенно ценными. Основная цель мастер-классов – это обучение родителей игровым методам, помогающим развивать речь детей. Исследования показывают, что игра является важным аспектом обучения и может значительно улучшить речевые навыки ребенка. В ходе мастер-классов особое внимание уделяется упражнениям, направленным на развитие мелкой и артикуляционной моторики, что крайне важно для детей с речевыми нарушениями. Например, пальчиковая гимнастика активизирует не только моторные навыки рук, но и центры мозга, отвечающие за развитие речи.

Практическая часть мастер-классов предлагает родителям не только теоретические знания, но и помогает приобрести необходимые навыки для организации занятий с детьми. Мастер-классы помогают родителям осознать значимость их роли в речевом развитии детей. Осознавая, как важно уделять внимание развитию речи через игру, родители получают возможность стать активными участниками в процессе обучения. Вместо того чтобы заниматься обучением исключительно в образовательных учреждениях, они могут создавать условия для развития речи и коммуникации в своем домашнем окружении.

Совместные проекты между родителями и педагогами представляют собой эффективный инструмент для улучшения взаимодействия и углубления взаимопонимания в образовательном процессе. Такой подход не только способствует укреплению связей между домом и школой, но и дает возможность всем участникам процесса – родителям, детям и учителям – определить общие цели и стремления. Например, проект «Семья и школа: от диалога к партнерству» позволяет создать атмосферу доверия и взаимопонимания, где каждый участник открывает возможности для особого взаимодействия, что, в свою очередь, помогает решать

множество текущих проблем образовательного процесса.

Одним из результатов совместной работы становится возможность для родителей и детей углубить свои отношения. Участие в таком проекте предоставляет возможность не только узнать друг друга лучше, но и создать устойчивую базу для предстоящего сотрудничества. В этом контексте примеры проектной деятельности, такие как «Никто не забыт, ничто не забыто» или «Грамотный пешеход», ярко иллюстрируют, как совместные мероприятия могут снять барьеры в общении и создать условия для совместного решения задач и достижения результатов.

Совместная деятельность в рамках образовательных проектов стимулирует развитие креативности у детей. Участие в социальных инициативах позволяет проявить свои способности, что, в свою очередь, может стать двигателем для дальнейшего личностного роста.

В заключение данной работы следует подчеркнуть, что взаимодействие учителя-логопеда и родителей детей с речевыми нарушениями является неотъемлемой частью успешного процесса коррекции речевых трудностей. Актуальность данной проблемы не вызывает сомнений, так как именно от уровня вовлеченности родителей в процесс логопедической работы во многом зависит эффективность коррекции речевых нарушений у детей. Проблемы традиционного взаимодействия учителя-логопеда и родителей, такие как нехватка времени, недостаток информации и отсутствие мотивации, требуют поиска новых решений. Таким образом, внедрение нетрадиционных форм взаимодействия учителя-логопеда и родителей является необходимым шагом для повышения эффективности логопедической работы. Создание гармоничного взаимодействия между детским садом и семьей, использование современных технологий и активное вовлечение родителей в процесс коррекции речевых нарушений способствуют не только улучшению речевых навыков у детей, но и формированию у родителей уверенности в своих силах и компетентности. Важно продолжать исследовать и развивать новые подходы к взаимодействию, чтобы обеспечить детям с речевыми нарушениями наилучшие условия для их развития и социализации.

Вок Oksana Vladimirovna
Speech Therapist Teacher,
Municipal Educational Institution "Blizhneigumenskaya Secondary School",
Russia, Belgorod Region, Blizhnyaya Igumenka

**NON-TRADITIONAL FORMS OF INTERACTION
BETWEEN A SPEECH THERAPIST TEACHER AND PARENTS**

Abstract. *The article discusses non-traditional forms of interaction between a speech therapist and parents.*

Keywords: *teacher-speech therapist, interaction, parents, non-traditional approaches.*

БУКРЕЕВА Юлия Владимировна

инструктор по физической культуре,

МДОУ «Центр развития ребёнка – детский сад № 8 «Золотая рыбка», Россия, г. Валуйки

ОВСЯННИКОВА Елена Михайловна

старший воспитатель,

МДОУ «Центр развития ребёнка – детский сад № 8 «Золотая рыбка», Россия, г. Валуйки

ЛИТОВЧЕНКО Элина Валерьевна

воспитатель,

МДОУ «Центр развития ребёнка – детский сад № 8 «Золотая рыбка», Россия, г. Валуйки

ЩЕРБИНИНА Элина Валерьевна

воспитатель,

МДОУ «Центр развития ребёнка – детский сад № 8 «Золотая рыбка», Россия, г. Валуйки

ФОРМИРОВАНИЕ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ У ДОШКОЛЬНИКОВ

***Аннотация.** В данной статье рассматривается вопрос о формировании семейных ценностей у дошкольников. Приоритетом семейной политики на современном этапе является утверждение семейных ценностей и семейного образа жизни.*

***Ключевые слова:** семья, личность, дошкольник.*

«Семья – это любовь, счастье, радость материнства и отцовства. Семья – это крепкая связь нескольких поколений, где уважение к старшим и забота о детях всегда объединяют, дают чувство уверенности, защищённости, надёжности» – так искренне выразил свою мысль Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин.

Согласно указу президента Российской Федерации от 22.11.2023 № 875 «О проведении в российской федерации Года семьи», особая первостепенная роль в становлении личности и социализации ребёнка дошкольного возраста принадлежит семье.

Формирование ценностей семьи очень важная задача воспитания детей, ведь именно в дошкольном возрасте происходит формирование культурно-ценностных ориентаций.

Приоритетом семейной политики на современном этапе является утверждение семейных ценностей и семейного образа жизни.

Семейные традиции это в первую очередь атмосфера дома, уклад жизни и привычки всех членов семьи. Ребенок принимает мир глазами родителей. Они для него пример. Ребенок счастлив в семье, где доброжелательная обстановка, взаимоотношения построены на

положительных эмоциях. Именно это можно семейным очагом, который собирает и сплачивает вокруг себя людей, связанных родственными узами.

Формировать у дошкольников семейные ценности возможно во взаимодействии дошкольной образовательной организации и семьи, через проведение различного рода мероприятий, направленных на решение этой проблемы.

Для сближения семьи и детского сада педагоги дошкольного образовательного учреждения «Центр развития ребёнка – детский сад № 8 «Золотая рыбка» г. Валуйки, применяют различные формы работы по формированию семейных ценностей.

Одной, из форм является проектная деятельность. Она представляет собой современную форму работу по привлечению родителей к воспитательному процессу. Авторами статьи были разработаны и реализованы проекты: «Всё начинается с семьи», «Этот день победы». Главная цель таких проектов – укрепление семейных отношений, вовлечение детей и взрослых в творческий процесс, общение родителей и детей, создание условий для закрепления интереса к своей семье, родословной, воспитание

любви и уважительного отношения к родителям и предкам, формирование и развитие личности, партнерских отношений с семьёй. Работа над проектами подобного рода способствовала активному сотрудничеству с семьёй, установлению партнерских отношений, сплочению семьи, детского коллектива.

Педагогами ДОУ организованы конкурсы совместных поделок родителей и детей: «Весна – красна», «Зимние вытворяшки», «Генеалогическое древо семьи», «Герб семьи»; выставки экспонатов, которые собирали в семьях воспитанников в память о своих дедах и прадедах, победивших в Великой Отечественной Войне, «Мы помним, мы гордимся!».

На открытое занятие «23 февраля – праздник мужчин» были приглашены ветераны войны – дедушки и бабушки воспитанников детского сада. В ходе, которого гости рассказали детям о своих подвигах и показали награды.

Педагоги детского сада организовали мастер – классы с родителями «Вышивка бисером», «Роспись яиц». На каждый праздник ребята дошкольного возраста изготавливали своими руками подарки для родителей, которые были сделанные из глины и гипса: «Елочные игрушки», «Сердце для мамы», «Ракета», «Звезда», «Моя планета», «Пасхальное чудо». Так же коллективная аппликация «Мы едины» - симметричное вырезание хоровода из бумаги.

Родители совместно с детьми старшего дошкольного возраста сделали альбом «Наша семья». Это создало особенную эмоциональную атмосферу между родителями и детьми, так как дети очень любят рассматривать фотографии.

С воспитанниками младшего дошкольного возраста формы взаимодействия ограничены. Авторы статьи считают, что самой эффективной формой взаимодействия в этом возрасте – праздники. Например, «День матери», «День отца», «День бабушек», в которых принимают активное участие родители и педагоги.

Для определения наличия традиций и культурных ценностей в семьях воспитанников; большую значимость имеют родительские собрания в нетрадиционной форме. Были проведены собрания «Семейная гостиная», «Круглый стол», «Поле семейных чудес», «Семейное Ток шоу», презентации «Мой дом – моя крепость», в которых семьи сплачиваются, раскрываются со всех сторон, узнают о семейных праздниках, традициях в других семьях.

Таким образом, проведенная работа способствует:

- Сохранению семейных ценностей, развитию интереса к ним, возрождению традиций, благоприятно повлияла на позитивные взаимоотношения в семьях воспитанников;
- Развитию у детей чувства ответственности, взаимной заботы, помощи, уважения к своим родным, близким;
- Повышению компетенции родителей в вопросах семейного воспитания, восстановлению преемственности семейных поколений;
- Повышению знаний детей о своей семье, традициях и обычаях.

Результатом, работы педагогов дошкольного образовательного учреждения являлось, **формирования семейных ценностей у дошкольников – повышение роли семейных ценностей в становлении личности ребёнка**. Воспитание у детей любви и уважения к родительскому дому, семье, своим близким, старшему поколению.

Делая вывод из вышеизложенного, закончить словами А. Герцена – «Семья начинается с детей».

Литература

1. Акинина Е.И. Нравственно-патриотическое воспитание дошкольников / Е.И. Акинина, С.И. Ростовщикова, Ю.А. Акинина // Вестник научных конференций. – 2019. – № 3-3 (43). – С. 13-14. – https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37624316_53002908.pdf – Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
2. Артюхова И.С. Ценности и воспитание / И.С. Артюхова // Педагогика, 2019 – № 4. – С. 78-80.
3. Буланова Д.Д. Формирование принадлежности к семье у детей старшего дошкольного возраста. // теория и практика общественного развития (2015, № 3) Волгоград: Учитель. 2020 г.
4. Вохманова Е.В. Нравственно-патриотическое воспитание старших дошкольников при ознакомлении с историей Великой Отечественной войны / Е.В. Вохманова, М.А. Карсункина, Н.В. Максимова // Поволжский вестник науки. 2019. – № 3 (13). – С. 60-62. – https://www.elibrary.ru/download/elibrary_42487474_95699899.pdf – Режим доступа: науч.-электрон. б-ка «eLibrary.ru», требуется авторизация.
5. Каратаева Н.А. Воспитание уважительного отношения к традициям семьи у детей дошкольного возраста. М.: Академия, 2019. – 265 с.

BUKREEVA Yulia Vladimirovna

Physical Education Instructor,

MDOU "Child Development Center – kindergarten No. 8 "Zolotaya Rybka", Russia, Valuiki

OVSYANNIKOVA Elena Mikhailovna

Senior Tutor,

MDOU "Child Development Center – kindergarten No. 8 "Zolotaya Rybka", Russia, Valuiki

LITOVCHENKO Elena Valeryevna

Educator,

MDOU "Child Development Center – kindergarten No. 8 "Zolotaya Rybka", Russia, Valuiki

SHCHERBININA Elina Valeryevna

Educator,

MDOU "Child Development Center – kindergarten No. 8 "Zolotaya Rybka", Russia, Valuiki

FORMATION OF FAMILY VALUES AMONG PRESCHOOLERS

Abstract. *This article discusses the formation of family values among preschoolers. The priority of family policy at the present stage is the establishment of family values and a family lifestyle.*

Keywords: *family, personality, preschooler.*

РУМЯНЦЕВА Надежда Николаевна
инструктор по физической культуре,
МБДОУ ДС № 24 «Берёзка», Россия, г. Старый Оскол

МАЛАХОВА Татьяна Викторовна
старший воспитатель, МБДОУ ДС № 24 «Берёзка», Россия, г. Старый Оскол

САНДУ Светлана Сергеевна
воспитатель, МБДОУ ДС № 24 «Берёзка», Россия, г. Старый Оскол

ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТЕРРЕНКУРА» В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

***Аннотация.** В статье рассматривается технология образовательного терренкура как эффективный метод формирования навыков ориентировки в пространстве у детей старшего дошкольного возраста. Особое внимание уделяется интеграции физической активности и образовательных задач, что способствует развитию когнитивных и моторных навыков детей.*

***Ключевые слова:** образовательный терренкур, ориентировка в пространстве, дошкольное образование, когнитивное развитие, физическая активность, игровые методики, пространственное восприятие, командное взаимодействие, педагогические технологии, развитие дошкольников.*

В современном мире навыки ориентировки в пространстве становятся все более важными. Дети старшего дошкольного возраста активно осваивают окружающий мир, и умение ориентироваться в пространстве влияет на их безопасность, развитие самостоятельности и уверенности.

Актуальность использования образовательного терренкура заключается в том, что он позволяет сочетать физическую активность с образовательными задачами, что способствует развитию как физического, так и когнитивного потенциала детей. Когнитивный потенциал – это способность к обработке, запоминанию и передаче информации. Чем выше когнитивный потенциал, тем успешнее индивидуум.

Технология образовательного терренкура представляет собой новый подход к обучению, который соединяет физическую активность с образовательными задачами. Это не просто прогулки на свежем воздухе, а целая система, которая включает в себя использование природных объектов, а также элементы игры и творчества. Такой подход делает процесс обучения более комплексным и увлекательным, что особенно важно для детей в дошкольном возрасте.

Суть опыта заключается в том, что через активные игры и задания на открытом воздухе

дети учатся ориентироваться в пространстве, развивают внимание, память, критическое мышление и умение делать выводы. Важным аспектом является ориентировка на собственном теле и умение определять свое положение в пространстве. Дети учатся понимать, как их тело взаимодействует с окружающей средой, что способствует развитию их моторики и пространственного восприятия.

Были разработаны различные варианты образовательных терренкуров, которые проводились в первую половину дня за счет времени, отведенного на утреннюю прогулку и физкультурное занятие на воздухе.

В работе над опытом использовались разнообразные технологии и методы такие как:

- **Игровые задания** – это разработка игр, в которых дети должны найти определенные предметы или пройти заданный маршрут. Например, детям предлагалось найти «сокровища», расставленные в определённых точках, что развивало их навыки ориентировки.

- **Командные активности** – это участие детей в групповых заданиях, где требуется совместная работа и координация. Например, игра на нахождение предметов по командам, что учит детей работать в команде и понимать свои действия «от себя».

- **Ориентировка на собственном теле** – это практические задания, направленные на понимание собственного тела в пространстве. Дети выполняли упражнения на определение расстояния до предмета, стоя на месте и перемещаясь, что помогало им осознать, как их тело занимает пространство.

- **Ориентировка «от себя»** – это когда дети учатся определять свое местоположение относительно окружающих предметов, что помогает им развивать навыки пространственного восприятия. Например, было предложено задание, где они должны объяснить, как добраться до определенного объекта, исходя из своей текущей позиции.

- **Определение положения предметов** – это упражнения, в которых дети должны определить, где находится один предмет относительно другого. Например, они размещали игрушки по определенному принципу – «справа от», «слева от», «перед» или «за».

- **Использование карт** – это обучение детей основам чтения карт и планов через практические занятия на свежем воздухе. Что помогало детям не только запомнить местоположение предметов, но и развивать умение определять положение одного предмета относительно другого.

- **Наблюдение и обсуждение.** Регулярное обсуждение результатов и впечатлений детей после занятий, помогало закрепить полученные знания. Дети делились своими ощущениями и впечатлениями от пройденного маршрута, что развивало их речь, критическое мышление и умение делать выводы.

В процессе работы над опытом авторами был изготовлен лэпбук «Спорт», в который вошел комплекс спортивных игр для формирования навыков ориентировки в пространстве у детей старшего дошкольного возраста, создана картотека подвижных игр на развитие ориентировки в пространстве у воспитанников, а также были разработаны рекомендации по применению технологии образовательного терренкура в детском саду.

Посредством применения технологии образовательный терренкур были получены результаты, которые показывают, что дети стали более уверенными в своих действиях, лучше ориентируются в пространстве и проявляют интерес к окружающей среде.

Педагогические наблюдения и анкеты для родителей подтверждают, что у детей улучшились навыки восприятия и анализа

информации о местности, а также повысилась их физическая активность.

Полученные результаты показали, что дети стали лучше определять расстояния и относительное положение предметов, что является важным показателем эффективности технологии терренкур.

Рекомендации по применению технологии образовательного терренкура в детском саду

Цели и задачи:

- Формирование у детей понимания пространства и ориентировки в нем.
- Развитие физической активности и координации.
- Укрепление социального взаимодействия и командного духа.

Подготовка:

- Исследуйте территорию детского сада и выберите подходящие участки для проведения терренкура.
- Создайте карту маршрута с обозначениями для детей, на которой указаны ключевые точки активности.
- Ознакомьте детей с элементарными понятиями о пространстве: вперед, назад, право, лево.

Структура занятия:

- Начните с разминки, которая разбудит детей и подготовит их к физической активности.
- Проведите инструктаж о правилах безопасности во время занятий и объясните ориентиры на маршруте.
- Разделите детей на группы и предложите каждому отряду свои задания на разных этапах маршрута.

Игровые элементы:

- Включайте элементы игры в каждую активность: например, «Найди самое высокое дерево» или «Пройди через воображаемый мост».
- Используйте квесты и загадки, где дети будут разгадывать, как добраться до следующей точки на карте.

Обратная связь и подведение итогов:

- После завершения терренкура обсудите с детьми, что им понравилось, какие задания были сложными и что они узнали.
- Используйте фломастеры или наклейки, чтобы отмечать достижения детей, например, за выполнение каждого этапа.

Безопасность:

- Убедитесь, что маршрут проходит по безопасным участкам, уберите потенциально опасные предметы.

- Назначьте несколько взрослых для помощи и контроля за детьми во время мероприятия.

Работа с родителями:

- Проводите информационную работу с родителями о преимуществах терренкура для физического и социального развития детей.

- Предлагайте идеи для совместных активностей в рамках терренкура, чтобы родители могли участвовать в этом процессе.

Следуя данным рекомендациям, вы сможете успешно реализовать технологию образовательного терренкура в детском саду, принося в занятия элементы игры и познания, что будет способствовать активному обучению детей.

Таким образом, технология образовательного терренкура в современном мире представляет собой эффективный инструмент для формирования навыков ориентировки в пространстве у дошкольников. Она учитывает как физическую активность, так и развитие когнитивных навыков, что делает её актуальной и значимой в системе дошкольного образования. Наша задача как педагогов – создать такие условия, в которых дети смогут уверенно и безопасно исследовать окружающий мир, учиться

взаимодействовать с ним и развивать свои способности ориентировки в пространстве.

Данный опыт по формированию навыков ориентировки в пространстве посредством использования технологии образовательный терренкур может быть внедрен в другие образовательные учреждения и адаптирован под различные условия, так как он способствует формированию у детей важнейших жизненных навыков, что в свою очередь влияет на их успешное обучение в школе и благополучное развитие в дальнейшей жизни.

Литература

1. Ананьев Б.Г. Особенности восприятия пространства у детей / Б.Г. Ананьев, Е.Ф. Рыбалко. – Москва: Просвещение, 2010. – 304 с.
2. Габова М.А. Технология развития пространственного мышления и графических умений у детей 6-7 лет: практическое пособие / М.А. Габова. – Москва: АРКТИ, 2010. – 136 с.
3. Говорова Р. К вопросу о развитии пространственных представлений у дошкольников // Теория и методика развития элементарных математических представлений у дошкольников. Хрестоматия в 6 частях. Ч. IV–VI / Р. Говорова. – СПб, 2020. – 237 с.
4. Земцова О.А. Вправо – влево, вверх – вниз: Ориентируемся в пространстве / О.А. Земцова – М.: Махаон, 2005. – 16 с.

RUMYANTSEVA Nadezhda Nikolaevna

Physical Education Instructor, MBDOU DS No. 24 "Berezka", Russia, Stary Oskol

MALAKHOVA Tatiana Viktorovna

Senior Tutor, MBDOU DS No. 24 "Berezka", Russia, Stary Oskol

SANDU Svetlana Sergeevna

Educator, MBDOU DS No. 24 "Berezka", Russia, Stary Oskol

INNOVATIVE TECHNOLOGY OF THE "EDUCATIONAL TOUR" IN THE MODERN WORLD

Abstract. *The article considers the technology of educational terrain as an effective method of forming spatial orientation skills in older preschool children. Special attention is paid to the integration of physical activity and educational tasks, which contributes to the development of children's cognitive and motor skills.*

Keywords: *educational environment, spatial orientation, preschool education, cognitive development, physical activity, game techniques, spatial perception, team interaction, pedagogical technologies, development of preschoolers.*

СИТНИКОВА Светлана Юрьевна

доцент, кандидат педагогических наук,
Дальневосточный государственный университет путей сообщения,
Россия, г. Хабаровск

ХОЛОДИЛОВ Александр Андреевич

старший преподаватель,
Дальневосточный государственный университет путей сообщения,
Россия, г. Хабаровск

ФЕНОМЕН ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УСЛОВИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА

***Аннотация.** Поле научных интересов авторов представленной статьи является продуктивная организация образовательного процесса, нацеленного на достижение образовательно значимого результата посредством внедрения специально разработанных педагогических условий.*

В статье авторы исследуют феномены «условие» и «педагогическое условие» с точки зрения логики системного подхода, полагая, что феномены являются, как компонентами педагогической системы, так и сами системными образованиями, включающими в себя определённый компонентный состав.

В конце сформулировано авторское понимание феномена «педагогическая система», включающая возможности образовательной (содержание, методы и формы обучения и воспитания, совокупность мер педагогического процесса и др.) и материально-пространственной среды, воздействующих на личностный и процессуальный аспекты субъекта образовательного процесса для достижения образовательного результата.

***Ключевые слова:** образовательный процесс вуза, система, системный подход, системное явление, педагогическое условие, образовательная среда.*

Перед выявлением и обоснованием педагогических условий лично значимых преобразований субъекта образовательного процесса с целью достижения образовательно-значимого результата целесообразно определить существенные характеристики базового понятия «условие» и производного от него понятия «педагогическое условие», требования к нему и требования к системе педагогических условий, продуктивно влияющих на процесс в единстве и взаимовлиянии.

В научно-педагогической литературе «условие» является устоявшимся общепринятым определением, и трактуется, как

обстоятельство, обуславливающее возникновение или развитие какого-либо процесса [1]. При этом, внедрение, изменение или отмена условия влечёт за собой трансформацию процесса и событий, зависящих от него/условий.

Осмысление феномена «условие» позволило выделить:

- две существенных группы по характеру воздействия на объект – объективные и субъективные;
- пространственные условия;
- две значимые группы по специфике объекта воздействия – общие и специфические, представленные на рисунке 1.

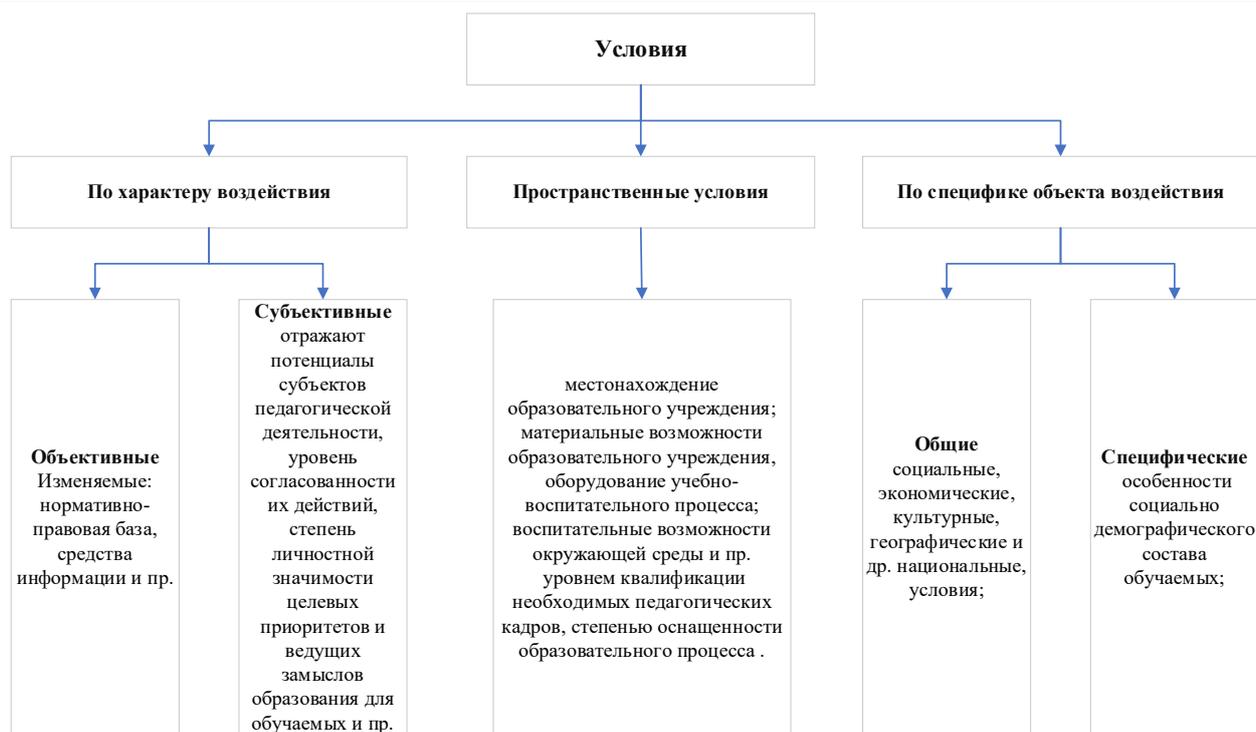


Рис. 1. Классификация условий, влияющих на образовательный процесс

Исходя из логики системного подхода феномен «педагогическое условие» выступает компонентом педагогической системы.

В педагогической науке исследования

феномена «педагогические условия» предлагаются с трёх научных позиций, представленных на рисунке 2.



Рис. 2. Научные позиции исследования педагогических условий

Представим научные воззрения учёных на феномен педагогических условий (табл.) для

дальнейшей корреляции с идеями системного подхода.

Таблица

Научные воззрения на феномен педагогических условий

Определение понятия «педагогические условия»	Автор	Системные компоненты феномена
Комплекс мер, содержание, методы, приёмы и организационные формы обучения и воспитания	Андреев В. И.	содержание методы приёмы организационные формы
Совокупность возможностей содержания, форм, методов, средств и материально-пространственной среды, направленных на решение поставленных задач.	Найн А.Я.	содержание формы методы средства
Компонент педагогической системы, отражающий совокупность внутренних (обеспечивающих развитие личностного аспекта субъектов образовательного процесса) и внешних (содействующих реализации процессуального аспекта системы) элементов, обеспечивающих ее эффективное функционирование и дальнейшее развитие.	Ипполитова Н. В.	внутренние элементы внешние элементы
Содержательная характеристика одного из компонентов педагогической системы, в качестве которого выступают содержание, организационные формы, средства обучения и характер взаимоотношений между учителем и учениками.	Зверева М. В.	содержание организационные формы средства обучения взаимоотношения между субъектами образовательного процесса
Совокупность возможностей образовательной и материально-пространственной среды, влияющих положительно или отрицательно на ее функционирование	Ипполитова Н. Стерхова Н.	образовательная среда
Характеристика педагогической системы, отражающая совокупность потенциальных возможностей образовательной среды, реализация которых обеспечить эффективное функционирование и развитие педагогической системы.	Володин А. А., Бондаренко Н. Г.	образовательная среда

Анализ представленных в таблице научных воззрений на феномен педагогических условий позволяет выделить основную идею – системное видение феномена, его структурное построение и проявляющиеся взаимосвязи компонентов структуры, что позволяет исследовать его с точки зрения системного подхода с выделением целевой основы – цели достижения образовательно значимого результата вследствие внедрения в образовательный процесс. При этом педагогические условия сами являются компонентом педагогической системы, и, одновременно, являются системообразующим феноменом, представляющим собой систему.

Исходя из принципов системного подхода –

целостности, иерархичности, структуризации, системности и множественности, выделим их в феномене педагогического условия:

- целостность заключается в единой направленной взаимосвязи компонентов педагогических условий – содержания, методов, приёмов, организационных форм на достижение образовательно значимого результата;
- иерархия во взаимоподчинённости взаимосвязанных компонентов педагогического условия;
- структуризация компонентов системы педагогического условия – методов, форм, приёмов и др.;
- множественность проявляется в вариативности педагогического условия как

системного явления, поскольку в зависимости от компонентного состава самого условия зависят целевые показатели; в зависимости же от совокупности педагогических условий трансформируются целевые показатели образовательно значимого результата;

- системность проявляется во взаимосвязи вышепредставленных принципов.

Ориентируясь на исследования Андреева В. И., Бондаренко Н. Г., Н. М. Борытко, М. В., Володина А. А., Зверевой, Ю. А. Звонаревой, Н. Ипполитовой, Найн, А. Я. и др. сформулируем понимание феномена «педагогическое условие», которое представляет собой *компонент педагогической системы, заключающийся в совокупности возможностей образовательной (содержание, методы и формы обучения и воспитания, совокупность мер педагогического процесса и др.) и материально-пространственной среды, воздействующих на личностный и процессуальный аспекты субъекта образовательного процесса для достижения образовательного результата* [2; 3; 4, с. 143-152; 5, с. 29-32; 6; 7, с. 8-14]. Опираясь на идеи системного подхода, отметим, что внедрение в образовательный процесс педагогических условий трансформирует образовательно значимый результат за счёт влияния на другие компоненты педагогической системы.

Литература

1. Новиков А.М., Новиков Д. А. Методология. – М.: Синтег, 2007.
2. Андреев В.И. Педагогика. Учебный курс для творческого саморазвития. Казань: Якорь, 2000. 600 с.
3. Борытко Н.М. В пространстве воспитательной деятельности. Волгоград: Перемена, 2001.
4. Володин А.А., Бондаренко Н.Г. Анализ содержания понятия «Организационно-педагогические условия» // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. № 2. С. 143-152.
5. Зверева М.В. О понятии «дидактические условия» / М.В. Зверева // Новые исследования в педагогических науках. – М.: Педагогика. – 1987. – № 1. – С. 29-32.
6. Звонарёва Ю.А. Педагогические условия как конструкт современной педагогической науки // Инновационная наука. 2016. № 6-2.
7. Ипполитова Н. Анализ понятия «педагогические условия»: сущность, классификация / Н. Ипполитова, Н. Стерхова // General and Professional Education. – 2012. – № 1. – С. 8-14.

SITNIKOVA Svetlana Yurievna

Associate Professor, Candidate of Pedagogical Sciences,
Far Eastern State University of Railway Transport, Russia, Khabarovsk

KHOLODILOV Alexander Andreevich

Senior Lecturer, Far Eastern State University of Railway Transport, Russia, Khabarovsk

THE PHENOMENON OF PEDAGOGICAL CONDITIONS FROM THE POINT OF VIEW OF A SYSTEMATIC APPROACH

Abstract. *The field of scientific interests of the authors of the presented article is the productive organization of the educational process aimed at achieving educationally significant results through the introduction of specially developed pedagogical conditions.*

In the article, the authors explore the phenomena of "condition" and "pedagogical condition" from the point of view of the logic of a systematic approach, believing that phenomena are both components of a pedagogical system and themselves systemic formations that include a certain component composition.

In the end, the author's understanding of the phenomenon of the "pedagogical system" is formulated, which includes the possibilities of educational (content, methods and forms of teaching and upbringing, a set of measures of the pedagogical process, etc.) and the material and spatial environment that affect the personal and procedural aspects of the subject of the educational process to achieve an educational result.

Keywords: *university educational process, system, system approach, systemic phenomenon, pedagogical condition, educational environment.*

СОЛОДИЛОВА Дарья Михайловна

студентка, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова,
Россия, г. Симферополь

*Научный руководитель – преподаватель кафедры специального (дефектологического)
образования Крымского инженерно-педагогического университета имени Февзи Якубова
Говоруха Инга Юрьевна*

**НАРУШЕНИЯ РЕЧИ У ШКОЛЬНИКОВ:
ПРИЧИНЫ, ДИАГНОСТИКА И ПУТИ КОРРЕКЦИИ**

Аннотация. В статье рассматриваются нарушения в речи детей старшего школьного возраста, приводятся примеры их предупреждения.

Ключевые слова: нарушения, дети старшего школьного возраста, пути предупреждения, речь.

Нарушения речи у детей школьного возраста – сложная проблема, оказывающая значительное влияние на их социальную адаптацию, успеваемость и общее развитие. Причины этих нарушений многообразны и далеко не всегда очевидны. Они могут быть обусловлены как органическими факторами, так и социальными и педагогическими причинами. Разнообразие проявлений речевых нарушений у школьников требует дифференцированного подхода к диагностике и коррекции. Органические причины: к ним относятся различные заболевания и патологии, затрагивающие речевой аппарат и нервную систему. Например, дислалия – это нарушение звукопроизношения, которое может быть механически (связанным с анатомическими дефектами органов речи, такими как короткая подъязычная связка, неправильный прикус, расщелина губы или неба) или функциональным (обусловленным недостаточной работой артикуляционного аппарата без видимых органических поражений). Риноплазия – это нарушение тембра голоса, связанное с дефектами строения носовой полости или неба, приводящее к гнусавости. Дизартрия – это расстройство произносительной стороны речи, обусловленное поражением центральной или периферической нервной системы. Она проявляется в нарушении артикуляции, координации движений органов речи, темпа и ритма речи. Нарушения слуха и зрения также могут косвенно способствовать развитию речевых дефектов, затрудняя восприятие и воспроизведение звуков. Некоторые генетические заболевания могут также играть роль в

возникновении речевых нарушений. Важно отметить, что органические причины часто требуют комплексного лечения, включающего работу логопеда, дефектолога, невролога и других специалистов. Функциональные и социально-педагогические причины: в ряде случаев речевые нарушения у школьников развиваются не из-за органических причин, а в результате недостатка речевого общения в раннем возрасте, низкого уровня речевого развития у окружающих, невнимания к проблемам речи ребенка со стороны родителей и педагогов. Общее недоразвитие речи (ОНР) – это комплекс речевых нарушений, затрагивающий все компоненты речевой системы: фонетику, лексику, грамматику, фонематическое восприятие и связную речь. ОНР может быть обусловлено как органическими, так и социальными факторами. Одной из форм ОНР является алалия – отсутствие или недоразвитие речи при сохранном слухе и интеллекте. Причины алалии могут быть различными: перинатальные поражения головного мозга, генетическая предрасположенность, социальная депривация. Нарушения темпо-ритмической организации речи: эта категория нарушений проявляется в заикании (логоневрозе), который характеризуется судорожными повторениями звуков, слогов или слов, а также в брадилалии (замедленной речи) и тахилалии (ускоренной речи). Причины заикания до конца не выяснены, однако предполагается роль как наследственных факторов, так и психогенных. Стрессовые ситуации, эмоциональное напряжение, неблагоприятная

атмосфера в семье могут провоцировать или усугублять заикание.

Ранняя диагностика речевых нарушений крайне важна. Специалисты, такие как логопеды и дефектологи, проводят комплексное обследование, включающее оценку звукопроизношения, лексического запаса, грамматического строя речи, фонематического слуха, а также исследование психомоторного развития и состояния нервной системы. Коррекционные мероприятия подбираются индивидуально с учетом характера и степени тяжести нарушения, возраста и особенностей развития ребенка. Они могут включать в себя логопедические занятия, нейропсихологическую коррекцию, психологическую поддержку, а также работу с родителями и педагогами. Эффективность коррекции во многом зависит от своевременности начала занятий и комплексного подхода. Запущенные случаи могут привести к стойким трудностям в общении, обучении и социальной адаптации. Поэтому любые отклонения в развитии речи у ребенка требуют внимательного отношения и обращения к специалистам. Кроме того, важно помнить о необходимости создания благоприятной речевой среды в семье и школе, которая стимулировала бы развитие речи ребенка и способствовала бы преодолению имеющихся трудностей. Современные методы коррекции, включающие в себя использование компьютерных технологий и интерактивных методик, значительно повышают эффективность логопедической работы.

У большинства детей с нарушениями речи выявляется недифференцированное представление о речевой действительности, нерасчлененность в осознании элементов речи (звук, слог, слово, предложение, текст), отставание в практическом овладении навыком языкового анализа и синтеза, что вместе с неполноценностью коммуникации создает ситуацию неготовности к овладению письменной речью.

Преодоление речевых нарушений обеспечивается рациональным сочетанием фронтальных, подгрупповых и индивидуальных занятий с учащимися. Индивидуальные занятия проводятся учителем 2-3 раза в неделю. Как правило, учителя имеют логопедическое образование. Кроме того, коррекция нарушений развития речи проводится и на уроках родного языка. Для этого в программе предусмотрены специальные разделы: произношение, развитие речи, обучение грамоте, фонетика, грамматика и правописание, развитие речи. Развитие речи

проводится и на материале всех других изучаемых предметов.

Коррекционно-воспитательную работу проводят в школе все учителя и воспитатели, осуществляя единый речевой режим и обеспечивая реализацию целой системы внеурочных мероприятий.

Основная задача уроков развития речи заключается в том, чтобы помочь детям устранить недостатки их речи, повысить уровень владения ими языком, научить школьников пользоваться речью как средством общения и обобщения. Формирование навыков и умений владения речью у детей происходит только на основе речевой практики, поэтому большое внимание в период обучения в специальной школе уделяется специально организованной речевой практике. Благодаря речевой практике у детей увеличиваются возможности для самостоятельного накопления словарного запаса в условиях непосредственного речевого общения.

В большинстве случаев и на логопедических пунктах при общеобразовательных школах и в специальных школах в ходе работы выявляется положительная динамика развития. Ко 2-3 классу удается преодолеть или сгладить недостатки, которые в 1 классе проявляются наиболее ярко. Обучение школьников с речевыми нарушениями затруднено и в силу имеющихся у них особенностей психических процессов и функций: у детей отмечаются недостаточность внимания, восприятия, памяти, снижение работоспособности, уровня самоконтроля, несформированность произвольной деятельности, педагогическая запущенность, возникшая уже в начальный период обучения и усугубляющаяся в связи с недоразвитием речи.

Своеобразие проявлений речевого недоразвития, низкий уровень знаний по русскому языку, недостаточность речевой коммуникации, особенности эмоционально-волевой сферы и учебной деятельности детей требуют особых коррекционных средств воздействия, направленного одновременно на неречевую и речевую функции. В работе учитывается единство коррекции речи, психических процессов и деятельности.

Словарная работа с детьми направлена на расширение их пассивного и активного запаса, на уточнение понимания смысла слов, на овладение умением четко выражать свои мысли и использовать слова для построения связного высказывания. Специально организованная

лексическая работа формирует у детей умения оперировать словами, выделять их смысловую сторону, сопоставлять, оценивать, проводить отбор слов. Тем самым у школьника формируется монологическая речь. Ребенок учится отбирать языковые средства для построения высказывания. Лексическая работа, проводимая со школьниками, тесно связана, с одной стороны, с работой по формированию и коррекции грамматического строя, а с другой - с уточнением звукопроизношения и исправлением его нарушений.

Работа с учащимися ведется с учетом взрослых речевых и познавательных

возможностей, дополнительно к систематическому школьному обучению. Учитывается, что ведущим видом деятельности у учащихся является уже не игровая, а учебная деятельность.

Литература

1. Коррекционная педагогика: Основы обучения и воспитания детей с отклонениями в развитии: Учеб. пособие для студ. сред. пед. учеб. заведений / Б.П. Пузанов, В.И. Селиверстов, С.Н. Шаховская, Ю.А. Костенкова; Под ред. Б.П. Пузанова. – М.: Издательский центр «Академия», 1998. – 144 с.

SOLODILOVA Darya Mikhailovna

Student, Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov,
Russia, Simferopol

*Scientific Advisor – lecturer at the Department of Special (Defectological) Education
of the Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov
Govoruha Inga Yurievna*

TYPICAL SPEECH DISORDERS IN HIGH SCHOOL CHILDREN AND WAYS TO PREVENT THEM

Abstract. *The article examines speech disorders in children of high school age, provides examples of their prevention.*

Keywords: *violations, children of high school age, ways of prevention, speech.*

ЧУСОВ Максим Сергеевич

социальный педагог,

МБОУ «Серебряно-Прудская СОШ им. маршала В. И. Чуйкова»,
Россия, Московская область, р. п. Серебряные Пруды**ЛАРИНА Елена Валентиновна**

социальный педагог,

МБОУ «Серебряно-Прудская СОШ им. маршала В. И. Чуйкова»,
Россия, Московская область, р. п. Серебряные Пруды**КАК ПОМОЧЬ ДЕТЯМ ПРОТИВОСТОЯТЬ ЗЛУ:
ШКОЛЬНАЯ ТРАВЛЯ И КИБЕРБУЛЛИНГ**

Аннотация. Статья подробно обсуждает явление буллинга в школьной среде, подчеркивая его системный характер и разрушительные последствия как для жертв, так и для палачей. Авторы заявляют, что буллинг – это не случайные акты агрессии, а организованные и повторяющиеся нападения, направленные на подавление и унижение жертвы. При этом кибербуллинг, как новая форма травли, усугубляет проблему, позволяя злоумышленникам действовать анонимно и безнаказанно.

Основная мысль статьи заключается в том, что буллинг является не просто проявлением личной агрессии, но и показателем глубоких проблем в системе отношений внутри детского коллектива. Авторы обращают внимание на то, что изгнание одной жертвы не решает проблему, так как на её место приходит другая, и подчеркивают, что физическое и психологическое насилие могут иметь долгосрочные последствия, включая серьезные психические расстройства и склонность к антисоциальному поведению у агрессоров.

Контекст статьи включает важность выявления признаков буллинга, таких, как изменение поведения ребенка, и призыв к родителям и учителям активно вмешиваться, чтобы предотвратить дальнейшее насилие. В качестве профилактических мер представлены советы для родителей и детей, акцентирующие внимание на формировании здоровых социальных связей и взаимоуважения.

Таким образом, статья подчеркивает необходимость системы поддержки (как со стороны взрослых, так и со стороны сверстников) для создания безопасной школьной среды, свободной от насилия и страха. Проблема буллинга требует комплексного подхода и активного участия всей образовательной системы, чтобы в конечном итоге выстроить более здоровые и поддерживающие отношения среди молодежи.

Ключевые слова: буллинг, жертвы буллинга, кибербуллинг, рекомендации.

Буллинг – это мрачный ритуал повторяющегося насилия, где группа злоумышленников обрушивается на незащитную жертву. Это не случайная перепалка, а систематическая атака, призванная сломить волю, посеять панику и растоптать достоинство. Буллинг, словно зловещая тень, неотступно преследует свою жертву, стремясь подчинить её разум.

В эпоху цифровых технологий эта тьма породила кибербуллинг – призрачный кошмар, в котором унижительные фотографии, ядовитые сообщения и леденящие душу угрозы распространяются со скоростью мысли. Информационные сети превратились в арену для травли, где анонимность наделяет злоумышленников беспредельной дерзостью.

Причина буллинга кроется не в уязвимости жертвы, а в прогнивших корнях отношений внутри детского коллектива. Это не просто агрессия отдельных личностей, а заразная болезнь, поразившая всю систему. Изгнание одной жертвы не решает проблему – на её место неминуемо встанет другая, обречённая на те же страдания.

Физическое насилие в школе проявляется в ожесточённых потасовках, особенно характерных для подростков 11–15 лет. Однако старшие ученики зачастую прибегают к более изощрённым формам, таким как словесные оскорбления и психологическое давление, оставляющие невидимые, но кровотокающие шрамы.

Нефизическое насилие – это яд, просачивающийся в юные души сквозь:

- Обидные высказывания, жалящие как скорпионы.
- Оскорбления, словно плевки в лицо.
- Беспощадные передразнивания, превращающие жизнь в нескончаемый ад.

Заметить надвигающуюся беду можно по изменившемуся поведению ребёнка: внезапные перепады настроения, угрюмость, потеря интереса к учёбе, необъяснимые пропуски занятий. Если вы чувствуете, что вашего ребёнка окутывает мрак, немедленно обратитесь за помощью к администрации школы, классному руководителю или школьному психологу.

Последствия школьного насилия – это незаживающая рана, разъедающая душу:

- Жертвы буллинга страдают от физических и психических расстройств, их успеваемость резко падает, а мысли о суициде становятся навязчивыми. Косвенная травля, словно липкая паутина, опутывает разум и толкает к пропасти.
- Преследователи усваивают агрессивную модель поведения, пренебрегают правилами и становятся на скользкий путь антисоциального поведения: драки, воровство, вандализм, употребление алкоголя и наркотиков.

• Свидетели травли живут в постоянном страхе, ощущают беспомощность и стыд за своё бездействие, испытывают соблазн примкнуть к мучителям, лишь бы избежать участи жертвы.

Рекомендации:

Научите ребёнка противостоять тьме:

- Быть скромным, не выставлять напоказ свои достижения и достаток.
- Вести себя достойно, не заискивать перед учителями и сверстниками.
- Найти хотя бы одного верного друга.
- Приглашать одноклассников в гости, культивировать дружеские связи.
- Уважать чужое мнение, даже если оно не совпадает с твоим.
- Не всегда стремиться к победе в спорах, уметь признавать свои ошибки.

• Стать частью коллектива, а не просто посещать школу.

• Поддерживать школьные мероприятия, даже если они кажутся незначительными.

Общие методические рекомендации для родителей:

- Избегайте скандалов и ссор в присутствии ребёнка, чтобы не формировать у него деструктивную модель поведения.
- Следите за питанием ребёнка, голодный ребёнок более склонен к агрессии.
- Будьте внимательны к проблемам ребёнка, посещайте школу не только на родительские собрания.
- Откажитесь от физических наказаний, они порождают страх, ложь и отчуждение.

Если профилактика оказалась бессильна, и ваш ребёнок стал жертвой буллинга:

Советы родителям:

- Не оставляйте ребёнка в одиночестве, выслушайте его и попытайтесь разобраться в ситуации.
- Если ребёнка бьют, оскорбляют или унижают, немедленно примите меры.
- Помните: равнодушие – злейший враг.

Литература

1. Громова И.С. Дети и молодежь в условиях цифровизации: кибербуллинг и его последствия / И.С. Громова, Н.А. Смирнова. – Москва: Московский гуманитарный университет, 2022. – 228 с.
2. Зверев И.А. Кибербуллинг: вызовы и решения / И.А. Зверев. – Москва: Издательство МГПУ, 2021. – 310 с.
3. Киселева А.Г. Факторы, способствующие кибербуллингу среди подростков в России / А.Г. Киселева. – 2021. – Журнал Психологии и Педагогика.
4. Привалов А.Н. Психология школьного буллинга: диагностика и коррекция / А.Н. Привалов. – Санкт-Петербург: Питер, 2020. – 198 с.
5. Тихомиров В.В. Буллинг в школе: природа, причины и последствия / В.В. Тихомиров. – Москва: Питер, 2018. – 256 с.

CHUSOV Maxim Sergeevich

Social Educator,

MBOU "Serebryano-Prudskaya Secondary School named after Marshal V. I. Chuikov",
Russia, Moscow region, Serebryanyye Prudy

LARINA Elena Valentinovna

Social Educator,

MBOU "Serebryano-Prudskaya Secondary School named after Marshal V. I. Chuikov",
Russia, Moscow region, Serebryanyye Prudy

HOW TO HELP CHILDREN RESIST EVIL: SCHOOL BULLYING AND CYBERBULLYING

Abstract. *The article discusses in detail the phenomenon of bullying in the school environment, emphasizing its systemic nature and devastating consequences for both victims and executioners. The authors state that bullying is not random acts of aggression, but organized and repeated attacks aimed at suppressing and humiliating the victim. At the same time, cyberbullying, as a new form of harassment, exacerbates the problem, allowing intruders to act anonymously and with impunity.*

The main idea of the article is that bullying is not just a manifestation of personal aggression, but also an indicator of deep problems in the system of relations within the children's collective. The authors draw attention to the fact that expelling one victim does not solve the problem, as another takes its place, and emphasize that physical and psychological violence can have long-term consequences, including serious mental disorders and a tendency to antisocial behavior in aggressors.

The context of the article includes the importance of identifying signs of bullying, such as changing a child's behavior, and calling on parents and teachers to actively intervene to prevent further violence. As preventive measures, tips for parents and children are presented, focusing on the formation of healthy social ties and mutual respect.

Thus, the article highlights the need for a support system (both from adults and peers) to create a safe school environment free from violence and fear. The problem of bullying requires an integrated approach and the active participation of the entire educational system in order to eventually build healthier and more supportive relationships among youth.

Keywords: *bullying, victims of bullying, cyberbullying, recommendations.*

ЯКОВЛЕВА Светлана Владимировна

психолог, преподаватель психологии,

Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского, Россия, г. Калуга

РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСТВА ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С ПОМОЩЬЮ АРТ-ПЕДАГОГИКИ

***Аннотация.** Дошкольное детство – один из самых важных этапов в жизни ребенка. В этот период ребенок активно познает окружающий мир. А в детском саду ребенок получает первый опыт взаимодействия с другими людьми, пытается найти свое место среди них, учится жить в ладу с самим собой и окружающими и получает первые элементарные знания. Задача педагога дошкольного образования заключается в том, чтобы и опыт, и навыки, и знания ребенок получал в комфортных для него психологических условиях и в той степени, какая ему необходима. Поэтому, необходимо использовать новые технологии. Такой технологией, несущей особые развивающие возможности является арт-педагогическая технология.*

Ключевые слова: творчество, искусство, образование, развитие.

Основная часть

Перед современным дошкольным образованием стоит такая задача, как развитие индивидуальных способностей и творческого потенциала каждого ребенка в качестве субъекта отношений с самим собой, другими детьми, взрослыми и миром.

В современном мире в системе образования остается актуальной проблема раскрытия творческого потенциала у ребенка. Происходит это в связи с процессом гуманизации обучения в целом и активном использовании индивидуального подхода в воспитании ребенка-дошкольника в частности. Арт-педагогика – это инновационное явление в педагогике, имеющее практико-ориентированное направление, где личностное развитие ребенка, его воспитание и обучение реализуется посредством искусства [1].

Сущность такой педагогики состоит во взаимодействии педагогики и искусства, направленное на обучение, развитие и воспитание средствами искусства, а также формировании основ художественной культуры и овладении детьми практическими умениями в различных видах художественной деятельности.

Арт-педагогическая технология – это система последовательных действий педагога, которые направлены на решение образовательно-воспитательных задач, с использованием различных видов искусства.

Изобразительное творчество способствует развитию всесторонней личности ребенка. При этом формируются воображение,

наблюдательность, творческие способности, которые позволяют ребенку выражать свободно свои мысли и чувства, активизируется конкретное образное мышление, связывает и развивает все важнейшие функции (речь, зрение, двигательная координация) [1].

Цель арт-педагогики – запустить познавательную деятельность учащихся средствами искусства, развить творческое воображение, эмоциональную память; гармонизация духовно-нравственного состояния внутреннего мира детей и их социализация; приобщения к национальному и мировому искусству, развитие любви к искусству и культуре, их духовно-нравственным народным традициям, запечатлённым в произведениях отечественной живописи, скульптуре, музыке, литературе, театре, хореографии, песнопениях, в произведениях материальной культуры и других видах народного творчества.

Великими психологами доказано, что все функции культуры и искусства имеют терапевтический эффект на формирующуюся личность ребенка.

Функции арт-педагогики являются:

1. Культурологическая. Где личность будит интерес к познанию, образовательно, развивает культуру как систему ценностей;
2. Образовательная. Направлена на развитие личности и познание ею действительности через искусство и обеспечивает усвоение знаний в сфере искусства;
3. Воспитательная. Формирует морально-эстетические основы личности и содействует

её социокультурной адаптации с помощью искусства [2].

Воспитание творчества у ребенка дает такие качества и способности, которые необходимы ребенку, чтобы иметь дело с неизвестными ситуациями и переменами и осознанно с ними справляться. Творческий ребенок находится в постоянном контакте с окружающим миром и принимает в нем живое участие. В каждом человеке существует творчество в той или иной мере. Творчество необходимо воспитывать, чтобы оно стало жизненно-необходимой установкой.

Именно в дошкольном возрасте закладываются основы развития личности и формируются творческие способности к саморазвитию, самосовершенствованию. При этом важным условием для развития творческих способностей является обучение с использованием современных методов и приемов. Поэтому все виды арт-педагогика можно сказать, что помогают раскрыть «творческий характер» и помогают ребенку открывать в себе что-то новое, понимать себя, развивать свои отношения с другими людьми и миром. В каждом человеке предполагается существование возможностей, которые можно открыть для самореализации личности [2].

Арт-педагогика помогает развитию гармонии личности, путем развития способности самовыражения и самопознания. Кроме того она ненавязчиво исцеляет психику, знакомит с окружающим миром, позволяет увидеть мир вокруг себя прекрасным и гостеприимным. Арт-педагогика предлагает ребенку выразить свои эмоции, чувства с помощью лепки, рисования и т. д.

Арт-педагогика включает в себя использование художественных методов и приемов, таких как рисование, театральная игра, музыка, танцы, литература и т. д., для достижения образовательных и воспитательных целей. Они позволяют развивать творческое мышление, эмоциональную сферу, коммуникативные навыки и другие аспекты личностного развития ребенка.

Такие, как рисование, лепка, аппликация и другие виды творческой деятельности, могут оказаться эффективными для достижения этой цели [2].

В процессе обучения с использованием арт-педагогика дети могут выражать свои мысли, эмоции и представления о добре и зле посредством создания художественных работ. Педагог может проводить беседы с детьми,

стимулируя их осознанность и анализ своих дальнейших действий. При этом важно также обратить внимание на моральные и культурные нормы, объяснить их значение и дать возможность детям применять их в повседневной жизни.

Практический метод в изобразительной деятельности дошкольников очевиден и имеет ряд преимуществ. Во-первых, это позволяет детям непосредственно применять свои навыки и умения в создании художественных работ и помогает им развивать мелкую моторику, координацию движений и воображение. Во-вторых, арт-педагогика способствует развитию трудолюбия и усердия у детей. Они учатся прилагать усилия для достижения желаемого результата и осознают, что только трудом можно добиться успеха. Кроме того, в процессе практической деятельности дети учатся быть самостоятельными. Дети учатся принимать решения, выбирать материалы и инструменты, создают свои произведения. Все это способствует развитию самостоятельности и самооценки у детей. Важно отметить, что педагог уделяет внимание детям на инновационности труда.

Арт-педагогика помогает и способствует развитию творческого мышления у детей. Они думают нестандартно и находят необычные пути решения проблем. Это помогает развить в детях креативность и способность мыслить гибко. Кроме того, проблемный метод позволяет детям учиться сотрудничать и работать в команде. В процессе решения проблем они могут обсуждать свои идеи, выслушивать мнения других и приходиться к общему решению. Таким образом, дети развивают навыки общения и сотрудничества в изобразительной деятельности дошкольников и способствует развитию их творческих способностей, логического мышления, креативности, коммуникативных и социальных навыков. Он помогает детям стать активными и самостоятельными участниками процесса решения проблем [3].

Использование игровых моментов в изобразительной деятельности дошкольников помогает привлечь внимание детей и сделать процесс более интересным и увлекательным. Например, при изображении предметов дети могут играть в гостинцы с новой куклой. Они могут лепить ей угощение, такие как блины, пироги и печенье. Также дети могут поиграть в рисование плюшевого мишки с натуры. В этот момент игрушка может стучаться в дверь, здороваться с детьми и просить их нарисовать его. Это не только делает процесс рисования более

увлекательным, но и помогает детям развивать свою фантазию и творческое мышление.

В моменты игры в изобразительной деятельности позволяют детям вжиться в роль, использовать свое воображение и создавать свою собственную историю. Они могут выражать свои мысли и эмоции через игру, что способствует развитию их социальной адаптации [3].

Одним наиболее важным аспектом формирования нравственных представлений является сохранение патриотических чувств и заботы о своей стране и семье. Так, с помощью арт-педагогике дети могут изображать иллюстрации и символы своей страны, создавать произведения, отражающие их любовь и уважение к родине. Педагог может рассказать о важных событиях и деятелях, связанных с историей и культурой страны.

В целом, арт-педагогика представляет собой мощный инструмент для развития личности и достижения образовательных и воспитательных целей. Происходит объединение искусства и педагогики, создается среда для творчества, самовыражения и личностного развития учащихся. Регулярные занятия с использованием арт-технологий, а также поддержка и руководство со стороны педагога, способствуют развитию детей и формированию духовно-нравственного мировоззрения [3].

Заключение

Сущность арт-педагогике состоит в гармонизации личности ребенка, его адаптации в современном мире в процессе воспитания, обучения и развития средствами искусства через художественно-творческую деятельность. В

ходе занятий с применением арт-педагогических технологий удовлетворяется актуальная потребность обучающихся в признании, позитивном внимании, ощущении собственной успешности и значимости. Ребенок начинает чувствовать себя спокойно, комфортно, он начинает получать удовольствие от того, чем занимается. Необходимая составляющая занятия - полное принятие и поддержка со стороны педагога.

Таким образом, арт-педагогика и практика педагога при помощи средств искусства помогает решать важные профессиональные педагогические задачи. Во все времена искусство было важнейшим средством приобщения к общечеловеческим ценностям через личный, внутренний эмоциональный опыт человека, поэтому так важно использовать различные методы искусства через его непосредственное участие в творческом педагогическом процессе [4].

Литература

1. Афанасьева А.Б. Арт-педагогика в диагностике и развитии креативности ребенка во внеурочной деятельности, 2016.
2. Зинченко Д.К., Бочкарева А.П. Воспитание детей в игре (Пособие для воспитателей детского сада), 1983.
3. Григорьева Г. Г. Игровые приемы в обучении дошкольников изобразительной деятельности, 1995.
4. Томилова С.Д. Полная хрестоматия для дошкольников с методическими подсказками для педагогов и родителей, 2005.

IAKOVLEVA Svetlana

Psychologist, Psychology Teacher,

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky, Russia, Kaluga

DEVELOPMENT OF CREATIVITY IN PRESCHOOL CHILDREN WITH THE HELP OF ART PEDAGOGY

Abstract. *Preschool childhood is one of the most important stages in a child's life. During this period, the child actively learns about the world around him. And in kindergarten, the child gets his first experience of interacting with other people, tries to find his place among them, learns to live in harmony with himself and others, and gets his first basic knowledge. The task of the preschool teacher is to ensure that the child receives experience, skills, and knowledge in comfortable psychological conditions and to the extent that he needs. Therefore, it is necessary to use new technologies. Such a technology, carrying special developmental opportunities, is art-pedagogical technology.*

Keywords: *creativity, art, education, development.*

ПСИХОЛОГИЯ

ГОРДЕЕВА Татьяна Анатольевна

воспитатель, ГБОУ Школа № 113 СП 3 «Малинка», Россия, г. Москва

ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗРИТЕЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ У ДОШКОЛЬНИКОВ С ОНР

Аннотация. Исследование посвящено изучению особенностей развития зрительного восприятия у детей с ОНР в старшем дошкольном возрасте. Типичными трудностями зрительного восприятия дошкольников ОНР оказываются: зрительно-моторная координация, нарушение соотношения составляющих элементов, их деформирование; изменение положения фигуры в пространстве. Статья может быть интересна педагогам и психологам, работающим с дошкольниками и младшими школьниками с проблемами речевого развития. Полученные данные могут быть использованы педагогами дошкольных образовательных учреждений в образовательном процессе детей с разными формами нарушений речевого развития.

Ключевые слова: зрительное восприятие, общее недоразвитие речи (ОНР), диагностика зрительного восприятия, зрительно-моторная координация, фигуру-фонное восприятие, пространственные отношения.

Выборка исследования: общее количество испытуемых: 26 человек. Из них – 13 девочек и 13 мальчиков. Возраст: от 6 до 7 лет. В состав группы детей с ОНР III уровня входит 22 дошкольника (9 девочек и 13 мальчиков). В состав контрольной группы входит четверо детей (девочек) без речевой патологии. Диагностика проводилась в мини-группах и индивидуально.

Процесс зрительного восприятия включает большое количество структурных компонентов, таких как зрительно-моторная координация, помехоустойчивость, константность, зрительно-пространственное восприятие, зрительный анализ-синтез. Их несформированность может являться причиной школьных трудностей. Поэтому для диагностики сформированности составляющих зрительного восприятия были использованы следующие методы [2, с. 81-99]:

- методика диагностики зрительного восприятия. Автор – М. Фростиг. Цель: диагностика зрительного восприятия;

- методика «Геометрические фигуры». Автор – Дэвид Векслер. Цель: исследование умения правильно копировать геометрические формы и их пространственное положение;

- методика «Фигура Рея». Разработан А. Реем. Цель: диагностика перцептивного развития.

1. Методика диагностики зрительного восприятия (М. Фростиг)

Общая длительность выполнения заданий составило 35 минут. Для удобства работы дети были поделены на мини-группы по 5-6 человек.

Большое число разнообразных заданий и относительно быстрый темп работы поддерживали у ребят мотивацию экспертизы, заинтересованность. Но в ходе обработки полученных результатов обнаружилось, что испытуемые первой группы (дети с ОНР) испытывают затруднения по всем составляющим теста Зрительного восприятия.

Таблица 1 демонстрирует уровень развития компонентов зрительного восприятия у детей с общим недоразвитием речи. Здесь введены следующие условные обозначения: ЗМК – зрительно-моторная координация, ФФ – фигуру-фонное восприятие, К – константность восприятия, ПП – восприятие положения в пространстве, ПО – восприятие пространственных отношений.

Таблица 1

Распределение испытуемых группы детей с ОНР по уровням выполнения субтестов задания «Диагностика зрительного восприятия»

	ЗМК	ФФ	К	ПП	ПО
Низкий	68%	9%	64%	45%	32%
Средний	32%	77%	32%	14%	41%
Высокий		14%	4%	41%	27%

Выяснилось, что у большинства детей (68%) слабее всего развита зрительно-моторная координация. Провести линию карандашом, не касаясь при этом ограничительных линий, которые все время сужаются, для детей с ОНР было трудно. Также сложно было связать прямой линией объекты. Исполненная линия угловата и прерывиста. 64% (это больше половины детей!) испытывают трудности и при выполнении заданий на константность восприятия. Таким образом, в этом задании проявились такие трудности в развитии зрительного восприятия детей с ОНР, как зрительно-моторная координация и константность восприятия.

Сразу отметим, что выявленные трудности могут создавать затруднения для детей с ОНР в школьном обучении. Это трудности при списывании текста (перевод печатных букв в письменные), а также нераспознавание схожих по написанию букв при чтении и письме; небрежный почерк, выходящий за границы рабочей строки, за поля; невысокая скорость письма; не узнавание фигуры предложенной формы в изменившихся условиях (величина, расположение в пространстве).

Лучше всего у испытуемых из этой группы развито восприятие фигуру-фоновых

отношений (по общему коэффициенту положительного выполнения заданий – 91% детей выполнили задания на среднем и высоком уровнях). Обнаружилось только двое детей с проблемой выделения фигуры из фона.

На втором месте после него (по общему коэффициенту положительного выполнения заданий) находится восприятие пространственных отношений (15 из 22 детей, это 68%, выполнили субтесты на среднем и высоком уровнях).

Показатели сформированности восприятия положения в пространстве следующие: низкий уровень развития – у 45% детей, средний уровень – у 14%, высокий – у 41% испытуемых. Т. е. мы видим, что процент детей, испытывающих трудности, выше процента детей без проблем восприятия положения в пространстве. Девять ребят (41%) показали такие же высокие результаты, как и дети контрольной группы.

Дети без речевой патологии (вторая группа испытуемых) показали следующие результаты (табл. 2). Мы видим, что у детей без речевой патологии не выявлено отрицательных показателей. Испытуемые успешно справились со всеми заданиями.

Таблица 2

Распределение испытуемых контрольной группы по уровням выполнения субтестов задания «Диагностика зрительного восприятия»

	ЗМК	ФФ	К	ПП	ПО
Низкий					
Средний	100%	50%	100%	50%	50%
Высокий		50%		50%	50%

Ниже представлены сводные данные по результатам выполнения этой методики детьми с ОНР и детьми без речевой патологии:

По первому субтесту разница результатов от 0% до 71%. У шестерых детей с ОНР результат отличался от результата детей с нормальным речевым развитием более чем на 50%. Отсутствие разницы у двоих детей (9%) из первой группы показывает, что они справились с заданием, но в целом, логопедическая группа справилась с заданием на низкие баллы.

По второму субтесту разница результатов доходит до 60%, у двенадцати детей (54%) из первой группы результаты соответствуют результатам детей из второй контрольной группы, что свидетельствует о том, что дети успешно справились с заданием, разница более чем в 50% обнаружена только у одного ребенка.

По третьему субтесту разница результатов первой и второй групп доходит до 75%, разница более чем в 50% обнаружена у пятерых детей, результат восьмерых детей (37%)

соответствует результатам детей без речевой патологии, из них двое набрали баллы выше, чем самый высокий балл второй группы.

По результатам четвертого субтеста у 12 детей с ОНР (54%) был обнаружен результат, соответствующий результату детей с нормальным речевым развитием. У двоих детей набрано то же количество баллов, что и в контрольной группе, но их уровень выполнения субтеста по возрастному признаку будет считаться низким. Лишь у одного ребенка была обнаружена разница ниже 50%.

По пятому субтесту самая большая разница результатов составила 66%, у четверых детей

результат на 50% ниже результатов контрольной группы, семеро детей (32%) из первой группы справились с заданием так же, как и дети с нормальным речевым развитием.

В целом можно сказать, что дети с диагнозом ОНР справились с тестированием хуже, чем дети без речевой патологии. Хуже всего дети справились с первым субтестом «Зрительно-моторная координация» – лишь у двоих детей с ОНР III уровня результаты соответствуют результатам детей с нормальным речевым развитием (набрано по 15 баллов). Лучшее же дети с ОНР справились со вторым субтестом на выделение фигуры из фона.

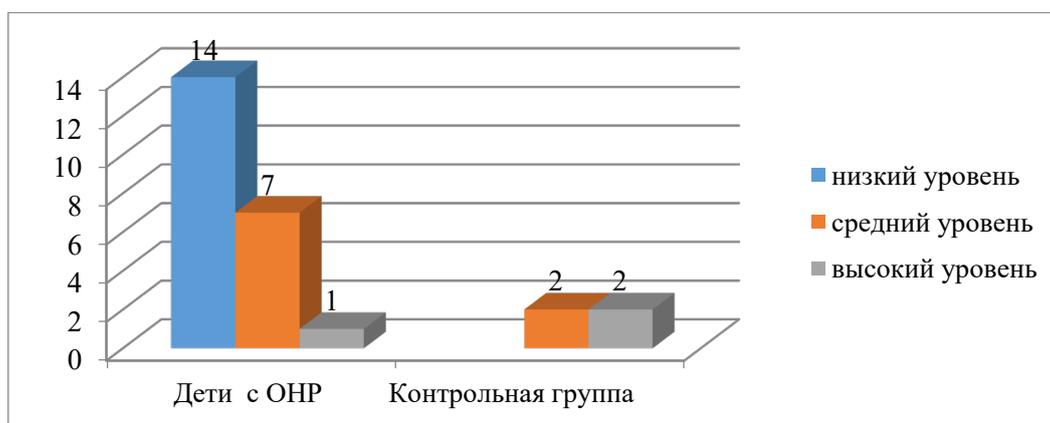


Рис. 1. Результаты исследования по методике диагностики зрительного восприятия (М. Фростиг)

Таким образом, результаты исследования зрительного восприятия по методике М. Фростинга показывают, что в первой группе из 22 детей, у 14 детей (64%) низкий уровень развития зрительного восприятия, у 7 детей (32%) средний уровень и лишь у одного ребенка (4%) высокий уровень развития зрительного восприятия. Группа детей с нормальным речевым развитием показала хорошие результаты выполнения теста. У них высокий и средний уровни развития зрительного восприятия. Эта разница в общих показателях свидетельствует о наличии трудностей в развитии зрительного восприятия у дошкольников с ОНР по сравнению с их благополучно развивающимися сверстниками.

2. Методика Геометрические фигуры (Д. Векслер)

По данной методике испытуемым было предложено скопировать девять фигур. При выполнении задания не все дети, в силу своих индивидуальных особенностей, работали

внимательно и аккуратно. Основная масса детей действовала быстро и невнимательно, что отразилось на качестве работы.

Чтобы определить уровень зрительного восприятия у детей по данной методике, необходимо суммировать баллы, которые выводятся по каждой из скопированной фигуры. У двоих испытуемых геометрические фигуры были скопированы беспорядочно. Поэтому из общего результата у них вычитался дополнительный балл. Результат исследования по методике «Геометрические фигуры» показал, что у восьми (36%) детей первой группы выявлен средний уровень зрительного восприятия, когда как у 14 детей (64%) был выявлен низкий уровень. Во второй контрольной группе все дети показали средний результат по данному тесту. Следовательно, сформированность графических умений и способность их использовать при копировании сложных фигур у детей с ОНР ниже, чем у детей без патологий речевого развития.

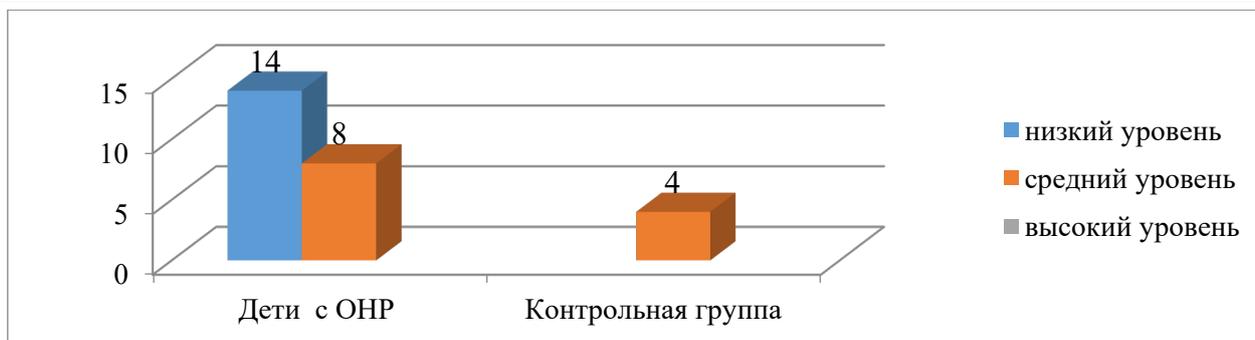


Рис. 2. Результаты исследования по методике «Геометрические фигуры» (Д. Векслер)

При копировании простых фигур у детей второй группы выявлены следующие варианты ошибок (табл. 3).

Таблица 3

Ошибки дошкольников с ОНР в выполнении тестового задания

Ошибки	Пример
Изменение формы фигуры, как незначительное, так и выраженное	Вместо круга дети могли изобразить овал неправильной формы: 
Нарушение соединения – перехлест или расхождение до 3мм и больше. Пересечение линий, не замкнутость.	
Кривизна линии: дрожащая с сильным нажимом или, многократные обведения	
Расстояние между 2 и 3 линиями равно, меньше или больше чем в два раза по сравнению с расстоянием между 1 и 2 линиями.	
Ротация – поворот основания	
Нарушение соразмерности	
Нарушение соединения: наложение, сдвиг или отрыв	

В результате исследования мы видим, что дети с ОНР испытывают трудности не только в копировании сложных геометрических фигур, но и в копировании простых. Причем, в одной фигуре наблюдаются ошибки по нескольким параметрам: дети заменяют сходные по форме фигуры (круг – овалом, квадрат – ромбом и

прямоугольником), нарушают соотношение элементов, деформируют их, изменяют положение фигуры в пространстве, допускают «графические неточности» (многократные обведения и проч.). У них наблюдается неустойчивый почерк. Это обнаруживается в проведении неровных штрихов, различной высоте и

протяженности графических элементов, что указывает на несформированность зрительно-моторной координации.

Недостаток навыка работы с пространством листа (несформированность восприятия положения в пространстве) показаны в ротации изображения. Сразу отметим, что эти типичные ошибки могут оказаться факторами нарушения обучения в начальной школе, где навыки каллиграфического письма являются одними из требуемых и оцениваемых, что может создавать учебные и психологические трудности для детей с ОНР.

3. Методика «Фигура Рея» (вариант 2)

После неудачного копирования 1 варианта фигуры Рея (дети не смогли принять и сохранить в памяти поставленную перед ними задачу, вносили в рисунок дополнительные игровые элементы, что тоже может быть важным фактом) для диагностики испытуемым был предложен 2 вариант фигуры. Исследование

показало, что дети с ОНР испытывают трудности не только в копировании сложных фигур, но и в воспроизведении этих фигур по памяти. Те дети, которые скопировали фигуру правильно (количественные баллы соответствуют среднему уровню выполнения (от 14 до 23)), имели затруднения в ее воспроизведении по памяти. Поэтому общий уровень выполнения задания снижен.

Итак, по результатам заключительного исследования у 14 детей из первой группы обнаружен низкий уровень развития зрительного восприятия (64%), у 8 детей (36%) был выявлен средний уровень развития. Низкий уровень у этой группы преобладающий. Это свидетельствует о том, что общее недоразвитие речи сопровождается низким уровнем зрительной памяти и пространственных представлений.

Во второй группе тест показал у всех детей средний уровень развития зрительного восприятия.



Рис. 3. Результаты исследования по методике «Фигура Рея»

В результате обобщения полученных данных по трем различным методикам высокого уровня развития зрительного восприятия в коррекционной группе не обнаружено. В группе детей с нормальным речевым развитием из четырех детей после обобщения результатов выявлен средний уровень зрительного восприятия.

Дети с ОНР испытывали трудности при выполнении заданий по выделению в фигуре составных частей, соблюдению пропорций. Многие из них работали быстро и невнимательно, что отразилось на качестве работы.

При проведении исследования по методике «Фигура Рея» обнаружено, что дети с ОНР, как правило, копируют фигуры в хаотичном порядке, не придерживаясь какого-либо плана. Много штрафных баллов при оценке исследования по методике «Геометрические фигуры» дети с ОНР получали за кривизну линий, изменение формы и нарушение соединения. При выполнении заданий по методике диагностики

зрительного восприятия (М. Фростинг) больше всего трудностей дети испытывали в первом субтесте «Диагностика зрительно-моторной координации». Провести линию карандашом, не касаясь при этом ограничительных линий, которые все время сужаются, для детей с ОНР было трудно, в итоге с заданием справились так же, как сверстники с нормальным речевым развитием, лишь двое детей из первой группы. Тяжелее всего детям давались задания со сложными фигурами, но такое наблюдается и при выполнении заданий детьми с нормальным речевым развитием.

Зрительное восприятие – это одна из главных психических функций, так как зрение – главный канал получения информации об окружающем мире. Искажение изображения мира на уровне восприятия ведет за собой искажение продуктов и способов деятельности воображения, памяти, мышления. Поэтому работа по развитию зрительного восприятия должна занимать особое место в системе

коррекционной деятельности, так как именно эта психическая функция «снабжает материалом» познавательные процессы. От того, как развито зрительное восприятие, зависит развитие функций интеллекта, внимания, речи.

Литература

1. Прокопенко В.Т., Трофимов В.А., Шарок Л.П. Психология зрительного восприятия / Учебное пособие. – СПб: СПбГУИТМО, 2006. – 73 с.
2. Салмина Н.Г., Филимонова О.Г. Психологическая диагностика развития младшего школьника. – М., МГППУ, 2006. – 210 с.

GORDEEVA Tatiana Anatolyevna

Educator, GBOU School No. 113 SP 3 "Malinka", Russia, Moscow

EXPERIMENTAL STUDY OF THE LEVEL OF VISUAL PERCEPTION FORMATION IN PRESCHOOLERS WITH OND

Abstract. *The study is devoted to the study of the peculiarities of visual perception development in children with OCD in the senior preschool age. Typical difficulties of visual perception among ONR students are: hand-eye coordination, a violation of the ratio of the constituent elements, their deformation; a change in the position of the figure in space. The article may be of interest to teachers and psychologists working with preschoolers and younger school-children with speech development problems. The data obtained can be used by teachers of pre-school educational institutions in the educational process of children with different forms of speech development disorders.*

Keywords: *visual perception, general speech underdevelopment (OND), diagnosis of visual perception, hand-eye coordination, figure-background perception, spatial relations.*



10.5281/zenodo.14962982

ДЖАНДАРОВА Анастасия Сергеевнапедагог-психолог, кандидат психологических наук,
МБДОУ комбинированного вида «Детский сад № 6 «Ручеёк», Россия, г. Черкесск

КАК ТАНЦЫ ВЛИЯЮТ НА ДЕТСКУЮ ПСИХИКУ РЕБЕНКА, У КОТОРОГО ИМЕЮТСЯ ОТКЛОНЕНИЯ ОТ НОРМЫ

Аннотация. Целью исследования является анализ влияния танцев на психическое развитие детей с отклонениями от нормы, включая эмоционально-волевые, когнитивные и двигательные нарушения. В работе использованы методы теоретического анализа научной литературы, эмпирические данные о применении танцевальной терапии и их практическая интерпретация. Рассматриваются механизмы воздействия танцев на эмоциональную регуляцию, социальную адаптацию, когнитивное развитие, формирование позитивного образа тела и снижение уровня стресса. Результаты исследования показывают, что занятия танцами способствуют улучшению эмоционального состояния детей, развитию социальных навыков и когнитивных функций. Отмечено повышение уверенности в себе и снижение уровня тревожности. Танцевальная терапия доказала свою эффективность как универсальный метод психокоррекции, позволяющий адаптировать занятия под индивидуальные потребности ребенка. Полученные данные обосновывают целесообразность включения танцев в программы реабилитации детей с особыми потребностями.

Ключевые слова: танцевальная терапия, дети с отклонениями, психическое развитие, социальная адаптация, эмоциональная регуляция.

Танцы, как форма искусства и физической активности, оказывают мощное воздействие на психическое развитие детей, включая тех, у кого имеются отклонения от нормы. Эти особенности могут включать умственную отсталость, эмоционально-волевые нарушения, двигательные расстройства и другие состояния. В данной статье подробно рассматриваются механизмы воздействия танцев на психику таких детей, их терапевтический потенциал и роль в развитии личности.

Танцы играют важную роль в эмоциональной регуляции детей с отклонениями от нормы. Часто такие дети испытывают трудности в выражении своих чувств и управлении эмоциональными состояниями. Танец становится для них безопасным пространством для невербального самовыражения. Через движения ребенок может передать эмоции, которые он не способен выразить словами, будь то страх, радость или агрессия.

Исследования показывают, что танцы активируют лимбическую систему мозга, которая отвечает за обработку эмоций. Во время занятий высвобождаются эндорфины и серотонин – нейромедиаторы, улучшающие настроение и

снижающие уровень тревожности [1, с. 19]. Это особенно важно для детей с повышенной эмоциональной возбудимостью или депрессивными состояниями. Например, элементы музыкотерапии в танцах помогают успокаивать или активизировать ребенка в зависимости от характера музыки.

Кроме того, танцы способствуют снятию мышечных зажимов, которые часто возникают у детей с эмоциональными нарушениями. Эти зажимы являются соматическим проявлением подавленных эмоций. Через ритмичные движения ребенок учится отпускать напряжение, что снижает уровень стресса и улучшает общее психическое состояние.

Социальная изоляция – частая проблема среди детей с отклонениями от нормы. Групповые занятия танцами создают уникальные условия для социализации. Во время таких занятий дети взаимодействуют друг с другом, учатся согласовывать свои действия и развивают эмпатию. Это особенно важно для детей с нарушениями общения или аутизмом [3, с. 45].

Групповые танцы требуют синхронизации движений и физического контакта (например, держание за руки), что помогает преодолеть

барьеры в общении даже у самых замкнутых детей. Постепенно такие дети начинают подражать действиям других участников группы, что является важным этапом обучения через наблюдение. Это подражание формирует основы социального поведения и помогает ребенку чувствовать себя частью коллектива.

Особенно эффективны сюжетные танцы или импровизационные упражнения, где дети могут взаимодействовать через ролевую игру. Такие занятия способствуют развитию коммуникативных навыков и укреплению уверенности в себе.

Танцы стимулируют когнитивные процессы благодаря необходимости запоминания движений, последовательностей и ритмов. Для детей с задержками психического развития это становится мощным инструментом тренировки памяти и внимания. Например, моторная память активно развивается при выполнении сложных танцевальных комбинаций [4].

Кроме того, занятия танцами повышают нейропластичность мозга – способность нервной системы адаптироваться к новым условиям. Это особенно важно для детей с когнитивными нарушениями, так как способствует формированию новых нейронных связей. Регулярные занятия улучшают концентрацию внимания и способность к длительной умственной деятельности [6].

Пространственное мышление также активно развивается благодаря необходимости ориентироваться в пространстве во время выполнения движений. Дети учатся понимать взаимосвязь между своим телом и окружающим миром, что положительно влияет на их когнитивные способности.

Дети с двигательными нарушениями или низкой самооценкой часто испытывают сложности в принятии своего тела. Танцы помогают им осознать свои физические возможности и улучшить восприятие собственного тела через движение. Это особенно важно для детей с нарушениями опорно-двигательного аппарата (НОДА), у которых снижена двигательная активность [5].

Танцевальная терапия, направленная на создание позитивного образа тела у ребенка, представляет собой мощный инструмент психокоррекции, который способствует улучшению самооценки, эмоционального состояния и физического восприятия. Осознание своего тела через танцевальные движения позволяет детям воспринимать его как источник силы и

красоты. Это особенно важно для детей с низкой самооценкой или нарушениями в принятии собственного тела. Постепенное освоение новых движений помогает не только улучшить физическую координацию, но и укрепить уверенность в себе [2, с. 37].

Позитивный образ тела формируется через осознание уникальности и возможностей своего организма. Например, элементы индийского танца, такие как «абхиная», развивают мимику и мелкую моторику, что способствует улучшению невербальной коммуникации и эмоциональной выразительности. Уникальность индийского танца заключается в его способности соединять физическое движение с глубокими эмоциональными переживаниями, что помогает ребенку лучше понять себя и свои чувства.

Танцевальная терапия также способствует снятию мышечных зажимов и напряжения, которые часто возникают у детей с эмоциональными трудностями. Ритмичные движения позволяют расслабить тело, что приводит к снижению уровня тревожности и общей эмоциональной стабилизации. Дети начинают воспринимать свое тело как нечто гармоничное и красивое, что напрямую связано с их образом «Я».

Формирование позитивного образа тела оказывает значительное влияние на самооценку ребенка. Осознание своих достижений в танце укрепляет чувство уверенности в себе и помогает преодолеть внутренние барьеры. Дети начинают видеть свои успехи не только в физическом плане, но и в социальной адаптации, так как занятия танцами часто проходят в группах [4].

Важным аспектом является связь между телесным опытом и эмоциональным состоянием. Танцевально-двигательная терапия позволяет детям исследовать свои чувства через движение, что углубляет их понимание себя. Это особенно эффективно при работе с детьми с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), так как такие занятия помогают им интегрировать физическое и эмоциональное восприятие [7].

Танцы выполняют функцию психической релаксации благодаря сочетанию ритмичных движений и музыки. Музыкальное сопровождение оказывает мощное воздействие на эмоциональное состояние ребенка: оно помогает расслабиться или мобилизоваться в зависимости от характера мелодии. Например, упражнения типа «Вода и лед» чередуют напряжение и

расслабление мышц, способствуя снятию психоэмоциональных блокировок.

Снижение уровня кортизола (гормона стресса) после занятий подтверждено исследованиями. Это особенно важно для детей с хроническим стрессом или тревожными расстройствами. Регулярные занятия не только стабилизируют эмоциональный фон ребенка, но также улучшают его общее самочувствие.

Танец – это форма искусства, которая стимулирует воображение и креативность ребенка. Импровизационные упражнения учат детей свободно выражать свои мысли через движения, что развивает их творческие способности. Такие занятия помогают детям лучше понимать свои эмоции и находить нестандартные решения в сложных ситуациях.

Для детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) творческая составляющая танца становится способом преодоления внутренних барьеров. Сюжетные или эстрадные танцы позволяют ребенку примерить на себя различные роли, что способствует развитию индивидуальности [7].

Несмотря на многочисленные преимущества занятий танцами для детей с отклонениями от нормы, важно учитывать их индивидуальные особенности:

- Дети с двигательными нарушениями могут нуждаться в адаптированных упражнениях.
- Для детей с повышенной тревожностью необходимо создавать поддерживающую атмосферу без соревновательного элемента.
- Медицинские противопоказания должны быть тщательно проанализированы перед началом занятий.

Эффективность занятий напрямую зависит от профессионализма педагогов и их умения найти подход к каждому ребенку. Индивидуализация программы позволяет достичь максимального терапевтического эффекта.

Танцы оказывают комплексное влияние на психику детей с отклонениями от нормы: они способствуют регуляции эмоций, развитию социальных навыков, когнитивному росту и формированию позитивного образа тела. Танцевальная терапия представляет собой универсальный метод коррекции психических процессов через телесный опыт.

Для достижения максимального эффекта важно учитывать индивидуальные особенности ребенка и использовать дифференцированный подход к организации занятий. Включение танцев в программы реабилитации может значительно улучшить качество жизни таких детей как в психологическом плане, так и в социальной адаптации.

Литература

1. Барабанов Р.Е. Использование танцевальных занятий в развитии двигательной сферы умственно отсталых школьников // Научное обозрение. Педагогические науки. – 2017. – № 1. – С. 18-28. URL: <https://science-pedagogy.ru/ru/article/view?id=1538> (дата обращения: 27.02.2025).
2. Гиршов А.Е. Интегративная танцевально-двигательная терапия: теоретические и практические аспекты / А.Е. Гиршов. – Москва: ЛитРес, 2023. – 256 с.
3. Красный Ю.Е. Арт – всегда терапия: развитие детей со специальными потребностями через искусство / Ю.Е. Красный. – Москва: Просвещение, 2019. – 312 с.
4. Танцевальная терапия детей с двигательными нарушениями // Психологическая газета [Электронный ресурс]. – 2015. URL: <https://psy.su/feed/4863/> (дата обращения: 27.02.2025).
5. Танец как средство реабилитации и социализации // Благотворительный фонд «Преодолей-ка» [Электронный ресурс]. – 2020. URL: <https://xn--80aidamjr3akke.xn--p1ai/articles/tanec-kak-sredstvo-reabilitacii-i-socializacii> (дата обращения: 27.02.2025).
6. Уроки ритмики для детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) // Дефектология PRO [Электронный ресурс]. – 2020. URL: https://www.defectologiya.pro/zhurnal/uroki_ritmiki_dlya_detej_s_ogranichennyimi_vozmozhnostyami_zdorovya_ovz/ (дата обращения: 27.02.2025).
7. Особенности влияния танцевальной терапии как метода развития // Студия баланса [Электронный ресурс]. – 2023. URL: <https://s-ba.ru/tpost/b4120ou4e1-osobennosti-vliyaniya-tantsevalnoi-terap> (дата обращения: 27.02.2025).

DZHANDAROVA Anastasia Sergeevna

Teacher-psychologist, Candidate of Psychological Sciences,
MBDOU of combined type "Kindergarten No. 6 "Ruchek", Russia, Cherkessk

HOW DANCE AFFECTS THE PSYCHOLOGY OF CHILDREN WITH DEVELOPMENTAL DEVIATIONS

Abstract. *The aim of the study is to analyze the impact of dance on the psychological development of children with developmental deviations, including emotional-volitional, cognitive, and motor impairments. The research employs methods of theoretical analysis of scientific literature, empirical data on the application of dance therapy, and their practical interpretation. The mechanisms of dance's influence on emotional regulation, social adaptation, cognitive development, body image formation, and stress reduction are examined. The results of the study demonstrate that dance activities improve children's emotional well-being, enhance social skills and cognitive functions, increase self-confidence, and reduce anxiety levels. Dance therapy has proven to be an effective universal psychocorrectional method that allows for the adaptation of sessions to meet the individual needs of the child. The obtained data substantiate the feasibility of incorporating dance into rehabilitation programs for children with special needs.*

Keywords: *dance therapy, children with developmental deviations, psychological development, social adaptation, emotional regulation.*

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

ВЕДЕНОК Игорь Витальевич

студент, Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово

Научный руководитель – старший преподаватель

Кемеровского государственного университета Сметанин Андрей Григорьевич

ВЛИЯНИЕ СПОРТА НА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ И САМООЦЕНКУ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. В статье рассматриваются психологические аспекты занятий спортом, их влияние на эмоциональное состояние, личностное развитие и самооценку человека. Анализируется, каким образом физическая активность способствует снижению стресса, повышению устойчивости к эмоциональным нагрузкам и формированию позитивного восприятия себя. Также исследуются возможные негативные последствия чрезмерных нагрузок и зависимость от спортивных результатов.

Ключевые слова: психология спорта, эмоциональная устойчивость, самооценка, стресс, физическая активность, личностный рост, спортивная мотивация, психическое здоровье, эндорфины, стрессоустойчивость.

Психологические аспекты занятий спортом

Индивидуальный подход к занятиям спортом открыт для личностного роста и эмоционального развития каждого человека. Каждый участник спортивных мероприятий может переживать различные эмоции: от счастья и гордости до разочарования и тревоги. Эти эмоциональные колебания напрямую связаны с уровнем личных достижений и внутренними стандартами, которые человек устанавливает для себя. От этого зависит, насколько позитивно или негативно он оценивает свой прогресс.

Поле спортивной активности, независимо от уровня мастерства и направленности, активно формирует психологическую устойчивость личности. Под воздействием постоянных тренировок и соревнований развиваются навыки концентрации, самоконтроля и стрессоустойчивости. Физическая тренировка приводит не только к улучшению физической формы, но и к значительным изменениям в психологическом состоянии. Человек сталкивается с новыми вызовами и трудными ситуациями, что стимулирует его к поиску эффективных способов преодоления трудностей. В результате такой активности у человека

формируется способность управлять своими эмоциями и контролировать стрессовые реакции.

Несмотря на множество положительных аспектов, занятия спортом могут также иметь негативные последствия. Избыточные нагрузки, зависимость от результатов и переутомление могут привести к выгоранию и стрессу. Тем не менее правильный подход к тренировкам и сбалансированный режим позволяют избежать этих негативных последствий.

Таким образом, неразрывная связь спорта с психологическим состоянием и самооценкой человека открывает широкие перспективы для дальнейшего исследования. Как спорт формирует личность, какие механизмы психологического роста можно активировать через физическую активность – все эти вопросы становятся объектом глубокого анализа и изучения. Каждый спортсмен в уникальной степени влияет на свою психологию в зависимости от своей мотивации, социального окружения и личных целей. Стремление к улучшению, желание преодолеть себя и раскрыть потенциал – это направления, которые качество спорта может предоставить каждому, вне зависимости от уровня подготовки или опыта.

Спорт как средство преодоления стресса

Стресс, как естественная реакция организма на внешние или внутренние раздражители, стал обычным явлением в современном обществе. Ощущение давления, тревожности и истощения переживают многие люди, и в этих условиях спорт представляется не только как способ физической активности, но и как мироощущение, которое может существенно изменить восприятие стресса и улучшить психоэмоциональное состояние.

Физическая нагрузка способствует выработке эндорфинов – гормонов, которые улучшают настроение и создают ощущение счастья. Эти биохимические изменения активизируют центры удовольствия в мозге, помогая снизить уровень тревожности. Во время занятия физической активностью внимание человека смещается с негативных мыслей и переживаний на процесс преодоления собственных границ, что становится катализатором психоэмоционального расслабления.

Часто спортивные занятия выходят за рамки обычных тренировок и превращаются в рутинные практики, помогающие создать определенную структуру в повседневной жизни. Эта структура важна для поддержания психического здоровья, так как помогает воздержаться от множественных источников стресса, которые могут возникнуть в условиях неопределенности. Люди, развивающие привычку заниматься спортом, часто начинают устанавливать режим дня, что вносит элемент предсказуемости и стабильности в их жизнь.

Культивирование позитивной среды вокруг спортивных занятий также вносит важный вклад в общее психическое самочувствие. Спорт организует активный досуг, создает возможности для социализации, формирует поддерживающее окружение. Участие в спортивных мероприятиях, соревнованиях и клубах позволяет людям находить единомышленников и поддерживать общую атмосферу конкуренции, что в свою очередь может привести к еще большему повышению мотивации и снижению стресса.

Занятия спортом способствуют не только эмоциональной разгрузке, но и пониманию, как важно уделять время себе и заботиться о своем здоровье. Принятие активного участия в своем физическом состоянии и психическом благополучии становится неотъемлемой

частью личностного роста. Этот активный подход подводит к пониманию, что осознание и попытка изменить свое состояние являются первыми шагами на пути к более здоровому психологическому состоянию.

Влияние регулярной физической активности на самооценку

Регулярные занятия физической активностью оказывают влияние на самооценку человека, создавая положительную связь между физическим состоянием и ощущением собственной ценности. Этот процесс не происходит в изоляции; он является результатом множества взаимосвязанных факторов, среди которых физическое здоровье, социальное взаимодействие, успехи в спорте и изменение восприятия самого себя.

Во-первых, участие в физической активности способствует улучшению физического состояния, что немедленно отражается на состоянии духа. Человек, который регулярно занимается спортом, чаще испытывает прилив энергии и ощущение бодрости. Физическая активность приводит к выбросу эндорфинов – гормонов счастья, которые способствуют улучшению настроения и снижению уровня стресса. Это, в свою очередь, положительно сказывается на восприятии себя. Люди, занимающиеся спортом, чаще отмечают, что их самооценка возрастает благодаря физическим изменениям, достигнутым благодаря тренировкам. Осознание своих достижений, будь то уменьшение веса, наращивание мышечной массы или улучшение выносливости, усиливает чувство удовлетворенности и уверенности в своих силах.

Кроме того, занятия спортом принимают форму достижения личных целей, как небольших, так и более значительных. Конкретные достижения, такие как победа в соревнованиях, окончание марафона или просто регулярное посещение тренажерного зала, способствуют улучшению самооценки. Человек начинает чувствовать себя более компетентным и успешным, поскольку спорт требует самодисциплины и усилий. Этот процесс формирования самодовольства основан на внутреннем удовлетворении от достигнутых результатов и преодоленных трудностей.

Поскольку спорт часто навязывает человеку культурные нормы и идеалы, его влияние на самооценку также может иметь отрицательные

стороны. Например, чрезмерная фиксация на физической форме и внешнем виде может привести к искажению восприятия себя. Люди начинают сравнивать себя с идеалами, которые часто недостижимы и нереалистичны. Эта борьба с идеальными стандартами может подрывать самооценку, особенно у молодежи, стремящейся соответствовать общественным ожиданиям.

Психологические аспекты, такие как уровень стресса и тревожности, будут иметь значение в оценке влияния спорта на самооценку. Люди, страдающие от высокого уровня стресса, могут чувствовать себя неподходящими для активного занятия спортом, что создаст замкнутый круг: отсутствие физической активности приведет к еще большему ухудшению настроения и снижению самооценки. Напротив, те, кто активно занимается физической активностью, могут эффективно справляться с жизненными вызовами, улучшая свою эмоциональную устойчивость и уверенность в себе.

Тренировки в спортзале или на спортивных площадках способны стать не только способом поддержания физической формы, но и катализатором для поиска ментальных стратегий для поддержания позитивной самооценки. Позитивное самоощущение, достигнутое через физические усилия, открывает новые возможности для самосовершенствования, позволяя не только преодолевать физические преграды, но и развивать внутреннюю силу и уверенность.

Заключение

В заключение данной работы можно с уверенностью утверждать, что влияние спорта на психологическое состояние и самооценку человека является многогранным и значимым аспектом, который требует дальнейшего изучения и осмысления. В условиях современного общества, где уровень стресса и тревожности значительно возрос, физическая активность становится не просто способом поддержания физической формы, но и важным инструментом для улучшения психического здоровья.

Спорт как средство преодоления стресса становится особенно актуальным в условиях современного мира, где многие люди сталкиваются с различными вызовами и трудностями. Физическая активность позволяет не только отвлечься от повседневных забот, но и научиться справляться с трудностями, что в конечном итоге приводит к укреплению внутренней уверенности и повышению самооценки.

Влияние регулярной физической активности на самооценку является одним из ключевых аспектов, который был подробно рассмотрен в данной работе. Исследования показывают, что люди, занимающиеся спортом, чаще имеют более высокую самооценку и уверенность в своих силах. Это связано с тем, что физическая активность способствует не только улучшению внешнего вида, но и формированию внутреннего ощущения силы и способности справляться с трудностями.

Таким образом, можно сделать вывод, что спорт является мощным инструментом для улучшения психологического состояния и повышения самооценки человека. В условиях современного мира, где стресс и тревожность становятся неотъемлемой частью жизни, физическая активность может стать надежным союзником в борьбе за психическое здоровье и уверенность в себе.

Литература

1. Иванов И.А. Влияние физической активности на психоэмоциональное состояние человека.
2. Петрова Е.В. Спорт и самооценка: корреляционные исследования.
3. Смирнов Д.Ю. Психология спорта: влияние физической активности на эмоциональное состояние.
4. Федорова Н.А. Спорт и психологическое здоровье: исследования и выводы.
5. Жукова М.П. Спортивная деятельность и её влияние на самооценку личности.

VEDENOV Igor Vitalievich

Student, Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Scientific Advisor – Senior Lecturer at Kemerovo State University Smetanin Andrey Grigorievich

THE IMPACT OF SPORTS ON A PERSON'S PSYCHOLOGICAL STATE AND SELF-ESTEEM

Abstract. *The article discusses the psychological aspects of sports, their impact on the emotional state, personal development and self-esteem of a person. The article analyzes how physical activity helps to reduce stress, increase resistance to emotional stress and form a positive self-perception. The possible negative effects of excessive exercise and dependence on athletic performance are also being investigated.*

Keywords: *sports psychology, emotional stability, self-esteem, stress, physical activity, personal growth, sports motivation, mental health, endorphins, stress tolerance.*

ГЕРАСИМОВА Полина Вячеславовна

студентка, Кемеровский государственный университет, Россия, г. Кемерово

*Научный руководитель – старший преподаватель кафедры физического воспитания
Кемеровского государственного университета Сметанин Андрей Григорьевич*

**ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ
С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Аннотация. В статье рассматриваются особенности физического воспитания детей с ограниченными возможностями здоровья. Освещаются основные цели адаптивной физической культуры, уделяется внимание методическим подходам в организации занятий.

Ключевые слова: физическая культура, дети с ОВЗ, социальная адаптация, здоровье, физическое воспитание, двигательная активность.

Введение

В современном обществе все больше внимания уделяется вопросам инклюзивного образования и физического воспитания детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Физическое воспитание таких детей имеет свою специфику и направлено на коррекцию и компенсацию имеющихся нарушений. В отличие от физического воспитания здоровых детей, здесь основное внимание уделяется не только развитию физических качеств, но и коррекции имеющихся нарушений, компенсации недостатков, социальной адаптации и улучшению общего качества жизни. Эффективность процесса напрямую зависит от междисциплинарного взаимодействия специалистов (врачей, педагогов, психологов, инструкторов по ЛФК) и тесного сотрудничества с родителями.

Классификация ОВЗ и её влияние на физическое воспитание:

Дети с ОВЗ представляют собой весьма неоднородную группу. Классификация нарушений может основываться на различных принципах (по этиологии, патогенезу, клинической картине, функциональным нарушениям). Для целей физического воспитания наиболее важна классификация по характеру и степени двигательных ограничений:

- **Дети с нарушениями опорно-двигательного аппарата:** (ДЦП, сколиоз, артриты, ампутации). Здесь важна коррекция осанки, развитие силы и выносливости в рамках доступных движений, предотвращение вторичных деформаций.

- **Дети с нарушениями зрения:** (слепота, слабовидение). Особое внимание уделяется развитию тактильного восприятия, слуховой ориентации, компенсаторных механизмов. Используются специальные методики и адаптированное оборудование.

- **Дети с нарушениями слуха:** (глухота, тугоухость). Необходимо использовать визуальные средства коммуникации, адаптировать упражнения под особенности восприятия информации.

- **Дети с интеллектуальными нарушениями:** (олигофрения). Упражнения должны быть простыми, понятными, повторяющимися, с акцентом на развитие основных движений и координации.

- **Дети с нарушениями речи:** (заикание, дизартрия). Физические упражнения могут способствовать развитию дыхания, артикуляции и общей координации.

- **Дети с заболеваниями сердечно-сосудистой системы:** (врожденные пороки сердца, ревматизм). Физические нагрузки должны быть строго дозированными и контролируемыми, с учетом индивидуальных показателей.

- **Дети с заболеваниями органов дыхания:** (бронхиальная астма, муковисцидоз). Упражнения направлены на развитие дыхательной системы, повышение её функции и выносливости.

Основные принципы и методики физического воспитания детей с ОВЗ:

- **Индивидуальный подход:** Программа должна учитывать специфику заболевания,

степень выраженности нарушений, физические возможности ребенка.

- **Постепенность и доступность:**

Нагрузка увеличивается постепенно, упражнения адаптируются к возможностям ребенка.

- **Комплексность:** Включает различные виды активности: ЛФК, игровые упражнения, адаптированные виды спорта.

- **Систематичность и регулярность:** Занятия проводятся регулярно, желательно ежедневно.

- **Положительная мотивация:** Создание комфортной атмосферы, поощрение успехов.

- **Межведомственное взаимодействие:** Взаимодействие врачей, педагогов, психологов, родителей.

Роль лечебной физкультуры (ЛФК):

ЛФК играет ключевую роль в физическом воспитании детей с ОВЗ. Она направлена на коррекцию нарушений, восстановление утраченных функций, профилактику осложнений и вторичных деформаций. Методы ЛФК подбираются индивидуально, с учетом особенностей заболевания.

Адаптированный спорт:

Адаптивный (адаптированный) спорт – это спортивные направления, специально разработанные для людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). В него внесены необходимые изменения в правила и техники обычных видов спорта, а также созданы новые дисциплины.

Основные задачи адаптивной физкультуры:

- Приучение к регулярным физическим нагрузкам.

- Улучшение психофизического здоровья.

- Обучение осознанному отношению к своим возможностям.

- Предоставление выбора видов активности.

- Формирование спортивных команд с учетом состояния здоровья.

- Обеспечение индивидуального подхода.

- Мотивация к здоровому образу жизни.

Существует два основных направления адаптивного спорта:

1. Рекреационно-оздоровительное – занятия в секциях, реабилитационных центрах, санаториях.

2. Соревновательное (спорт высших достижений) – соревнования на первенство в спортивных клубах и школах.

Основные виды адаптивного спорта:

- Легкая атлетика (для слепых, парализованных, людей с ДЦП).

- Тяжелая атлетика (для людей с ампутированными конечностями, ДЦП).

- Баскетбол на колясках.

- Бочча (для людей с ДЦП).

- Велоспорт (для слепых и людей с проблемами двигательного аппарата).

- Фехтование (на специальных колясках).

- Футбол для людей с ДЦП.

- Голбол (игра для слепых).

- Стрельба из лука (стоя или сидя).

- Дзюдо (для слабослышащих).

- Плавание (самый популярный вид спорта для людей с ОВЗ).

В России развитие адаптивного спорта координируют несколько организаций:

- Сурдлимпийский комитет России.

- Федерация спорта глухих.

- Федерация спорта слепых.

- Федерация спорта лиц с интеллектуальными нарушениями.

- Специальная олимпийская организация.

Адаптивный спорт развивается в трех основных направлениях:

1. Паралимпийское движение (для спортсменов с физическими нарушениями).

2. Сурдлимпийское движение (для глухих и слабослышащих).

3. Специальное олимпийское движение (для людей с особенностями интеллектуального развития).

Адаптивный спорт не только помогает в реабилитации и социальной адаптации, но и дает возможность достигать высоких спортивных результатов, участвовать в соревнованиях и Паралимпийских играх.

Роль семьи в физическом воспитании:

Семья играет важную роль в поддержании физической активности ребенка и выполнении рекомендаций специалистов. Родители должны быть активными участниками процесса, создавая благоприятную домашнюю среду и помогая ребенку выполнять упражнения.

Заключение

Физическое воспитание детей с ОВЗ – это длительный и сложный процесс, требующий индивидуального подхода и

профессионализма специалистов. Его цель – не только улучшение физического состояния, но и гармоничное развитие личности ребенка, его социальная адаптация и улучшение качества жизни.

Литература

1. Апанасенко Г.Л., Попова Л.А. Медицинская валеология. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 248 с.
2. Дмитриев А.А. Адаптивная физическая культура в специальном образовании. – М.: Академия, 2002. – 176 с.
3. Евсеев С.П. Теория и организация адаптивной физической культуры. – М.: Советский спорт, 2005. – Т. 1.
4. Гогунев Е.Н., Марьянов Б.И. Психология физического воспитания и спорта. – М.: Академия, 2004.

GERASIMOVA Polina Vyacheslavovna

Student, Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

*Scientific Advisor – Senior Lecturer of the Department of Physical Education
of Kemerovo State University Smetanin Andrey Grigorievich*

FEATURES OF PHYSICAL EDUCATION OF CHILDREN WITH DISABILITIES

Abstract. *The article discusses the features of physical education of children with disabilities. The main goals of adaptive physical culture are highlighted, and attention is paid to methodological approaches in organizing classes.*

Keywords: *physical education, children with disabilities, social adaptation, health, physical activity.*

Актуальные исследования

Международный научный журнал

2025 • № 9 (244)

Часть II

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, пр-т Б. Хмельницкого, 135

Email: info@apni.ru

Сайт: <https://apni.ru/>

Отпечатано в ООО «ЭПИЦЕНТР».

Номер подписан в печать 11.03.2025г. Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.

308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 40