

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

ISSN 2072-0297

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ



7
2022
ЧАСТЬ IV

16+

Молодой ученый

Международный научный журнал

№ 7 (402) / 2022

Издается с декабря 2008 г.

Выходит еженедельно

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Редакционная коллегия:

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)

Бердиев Эргаш Абдуллаевич, кандидат медицинских наук (Узбекистан)

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, доктор педагогических наук (Узбекистан)

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук (Казахстан)

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук (Азербайджан)

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Искаков Руслан Маратбекович, кандидат технических наук (Казахстан)

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам (Казахстан)

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кошербаева Айгерим Нуралиевна, доктор педагогических наук, профессор (Казахстан)

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук (Казахстан)

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии (Казахстан)

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Султанова Дилшода Намозовна, доктор архитектурных наук (Узбекистан)

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Федорова Мария Сергеевна, кандидат архитектуры

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук (Узбекистан)

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Международный редакционный совет:

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

На обложке изображен *Тома Пикетти* (1971), французский экономист.

Тома родился в парижском пригороде Клиши-ла-Гаренн. В 18 лет он поступил в Высшую нормальную школу, где изучал математику и экономику, а в 22 года получил докторскую степень за диссертацию о перераспределении богатства, которую написал в EHESS и Лондонской школе экономики и политических наук, она была отмечена наградой французской экономической ассоциации как лучшая диссертация года.

Какое-то время Пикетти преподавал в должности доцента на кафедре экономики Массачусетского технологического института и начал сотрудничать с французским Национальным центром научных исследований в качестве исследователя. Вскоре он стал профессором (*directeur d'études*) в Высшей школе социальных наук.

Пикетти первым возглавил Парижскую школу экономики, в создании которой принимал участие. Несколько месяцев во время президентской избирательной кампании он работал в качестве экономического советника Сеголен Руаяль — кандидата от французской социалистической партии. В 2012 году вместе с 42 коллегами Пикетти подписал открытое письмо в поддержку Франсуа Олланда, который в мае одержал победу над Николя Саркози на президентских выборах.

В своих работах ученый специализируется на вопросе экономического неравенства, применяя исторический и статистический подходы. Он рассматривает соотношение темпов накопления капитала и экономического роста на протяжении двухсот лет — с XIX века до наших дней. Его оригинальный подход к использованию налоговой статистики позволил собрать данные о высшем уровне экономической элиты, установить скорость накопления ими богатства и сопоставить это с остальной частью общества и экономики.

Тома Пикетти является автором множества статей и десятка книг. В 2014 году *The Financial Times* и *McKinsey* назвали исследование французского экономиста «Капитал в XXI веке» бизнес-книгой года. После того как в апреле этого года монументальный труд объемом в 655 страниц был издан на английском языке, в мировых СМИ начались яростные дискуссии о его содержании и выводах. В книге автор рассматривает неравенство до-

ходов в Европе и Соединенных Штатах, начиная с XVIII века, и предупреждает, что концентрация капитала в руках узкого круга лиц — имущественное неравенство — в перспективе угрожает современной демократии. Решить эту проблему можно только путем государственного вмешательства. Например, предлагается перераспределение доходов через прогрессивный всеобщий налог на имущество. После выхода книги Пикетти иногда считают марксистом и даже называют современным Марксом.

В своей же новой 1200-страничной книге «Капитал и идеология» Пикетти рассказывает, как на протяжении веков политические учения оправдывали существование неравенства и бедности. Он предлагает целый ряд конкретных шагов для «выхода из капитализма». Например, ограничить право голоса крупных акционеров компаний десятью процентами, выделять половину мест в советах директоров рядовым сотрудникам и позволять миллионерам владеть своими богатствами лишь временно.

Разумеется, его труды подвергались критике. Пикетти, в частности, упрекали в политизированности выводов и непродуманности конкретных шагов, которые экономист предлагал для решения проблемы неравенства. «Настойчивое внимание, которое Пикетти уделяет победе над богатыми, отдает идеологией социализма, а не научной деятельностью. Этим можно объяснить, почему «Капитал» стал бестселлером. И это же говорит о том, что «Капитал» — плохая инструкция для реальных действий», — писал *The Economist*. С предложениями Пикетти не соглашался и самый богатый человек и крупнейший благотворитель в мире — Билл Гейтс. По его мнению, идея налога на большие состояния гораздо менее продуктивна: есть богачи, которые инвестируют в развитие своего бизнеса; есть те, кто активно занимается благотворительностью; а есть и те, кто просто покупает яхты и предметы роскоши. «Мне бы хотелось, чтобы Пикетти видел между ними разницу», — писал Гейтс.

В 2002 году Пикетти получил «Приз лучшему молодому экономисту Франции», однако отказался от ордена Почетного легиона. Он считает, что правительству лучше заниматься ростом экономики, а не присуждать такие награды.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Асосков К. Ю.

Управление качеством проекта: сравнительный анализ процессов управления качеством РМВОК, ГОСТ Р ИСО 21500–2014 и PRINCE2 221

Ахатова В. А.

Проблемы формирования доходов местного бюджета 223

Брикошина И. С., Дзугулова К. А.

Продвижение малого бизнеса в условиях цифровизации 225

Дудина Ж. В.

Система формирования расчетов с поставщиками и подрядчиками 227

Емельянов А. В.

Исследование исполнения проекта Минстроя России по цифровизации городского хозяйства «Умный город» 230

Ефремова Е. А.

Региональная экономическая политика: проблематика понятийно-терминологической базы 237

Ефремова Е. А.

Элементы экономики знаний как фактор развития экономической политики регионов Сибирского федерального округа 238

Жораева Ж.

Исследование процесса мотивации в организации и разработка путей его совершенствования 240

Иванов А. В., Салтыков Д. А.

Влияние экономических рисков на процесс обеспечения качества услуг в сфере транспорта 245

Киржаев И. В., Оденбах И. И.

Равный доступ к государственной службе как механизм реализации участия граждан в управлении государством 248

Мамедов Б. И.

Конкуренция на рынке банковских услуг: проблемы и тенденции развития 250

Паламова С. И.

Формирование модели управления кадровым потенциалом предприятия 253

Самолевский Г. Н.

Кадровая политика как важный элемент в управлении персоналом 255

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Александрова Н. А., Тордесилья Сандерс А. П.

Торговые стратегии компании Zara 258

Барина О. И.

Влияние визуального контента в социальных сетях на восприятие информации 261

Гнусарева Е. С.

Особенности функционирования сайтов онлайн-библиотек и книжных интернет-магазинов 263

Комарова К. В.

Характеристика методов построения имиджа органов местного самоуправления 264

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

Икромова Н. В., Икромова Ф. В.

Лексические заимствования как фактор засорения языка 267

Казиева А. Ю.
К вопросу о методах исследования
концептов 269

Сабирова Е. С.
Функциональная грамотность на уроках русского
языка в 5–11-х классах 271

ПРОЧЕЕ

Джаджиева А. В.
Совершенствование государственного
регулирования визовой деятельности
в Российской Федерации..... 274

Суханов И. В.
Повышение результативности автоматических
систем пожаротушения торгово-развлекательных
центров 276

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ ҚАЗАҚСТАН

Жұмаділла А. Б., Мейірбеков А. Қ.
Тіл меңгерушілер арасында әлеуметтік
лингвистикалық құзіреттілікті қалыптастыру . 280

**Рысқұлова А. Ә., Байжігітова А. Д.,
Бахытқаниева Н. О.**
Мектеп жасына дейінгі балалардың ойын арқылы
сөйлеу тілін дамыту 282

**Рысқұлова А. Ә., Мухтарова А. М.,
Достанова І. Ә., Ғанибаева Н. Н.**
Арт-педагогика және оның балалардың
эмоционалдық сферасына әсері..... 284

Тұрсынташова Ж. Т., Тұрсынташова Ж. Т.
Қазақстандағы мамандық атауларының
құрылымындағы англицизмдер 286

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Управление качеством проекта: сравнительный анализ процессов управления качеством PMBOK, ГОСТ Р ИСО 21500–2014 и PRINCE2

Асосков Кирилл Юрьевич, студент магистратуры
Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)

Актуальность темы: Одной из важнейших функций управления проектом наряду с такими, как управление сроками и стоимостью, является управление качеством проекта. Управление качеством проекта играет ключевую роль для эффективной деятельности инвестиционных программ развития и конкурентоспособности предприятия в современной экономике.

И. И. Мазур считает, что качество — это целостная совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности. Обычно потребности формулируются с помощью характеристик на основе установленных критериев. Потребности могут включать в себя, например, эксплуатационные характеристики, функциональную пригодность, надежность (готовность, безотказность, ремонтпригодность), безопасность, воздействие на окружающую среду, экономические, эстетические и культурно-исторические требования. [1]

Целью является исследование процессов управления качеством проекта

Объект исследования система управления качеством проекта

Предмет исследования методы управления качеством в соответствии с российскими и международными стандартами

Ключевые слова качество, управление качеством, планирование качества, контроль качества, обеспечение качества, проект

История развития управления качеством началась с работ Тейлора в начале XX века. В соответствии с системой Тейлора были установлены технические и производственные нормы для специалистов и инженеров, которые впоследствии выполнялись рабочими. Система качества того времени устанавливала требования к качеству продукции (изделия, детали) в форме поля допуска, при этом были введены определенные шаблоны, которые настраивались на верхнюю и нижнюю границы допусков (проходной и непроходной калибр). В целях успешного функционирования системы качества Тейлора вводится новая должность — инспектор по качеству (в нашей стране технический контролер).

В 1924 году в корпорации AT&T создается группа с руководителем Р.Л. Джонсом, который закладывает основы статистического управления качеством. Они включали в себя

разработки контрольных карт В. Шухарта, первые понятия и таблицы выборочного контроля качества Г. Доджа и Г. Роминга. Демингом была выдвинута идея отмены оценки заданий и результатов выполнения работы, поскольку они создают атмосферу страха, способствуют краткосрочному вкладу в работу. На данном этапе появляется новая должность — инженера по качеству.

Дальнейшую эволюцию история развития управления качеством получила при выдвижении концепции тотального контроля качества в середине XX века. Главными задачами этой концепции можно назвать:

1. Проверку качества поставляемых изделий, материалов и комплектующих,
2. Планируемое устранение потенциального несоответствия в изделии на этапе конструкторских разработок,
3. Развитие служб сервисного обслуживания,
4. Прогнозирование и управление производством и др.

Важнейшим достижением данного этапа стало появление документированных систем качества. Четвертый этап ознаменовался переходом от тотального контроля качества к тотальному менеджменту качества. В то время появляются новые стандарты ИСО.

История развития управления качеством в 90-е годы характеризовалась усилением влияния общества на компании, которые все больше стали учитывать общественные интересы. В то время появляются стандарты серии ИСО 14000, установившие требования к системам управления, учитывая требования по защите окружающей среды и безопасности выпускаемой продукции. [2]

Рассмотрим процессы управления качеством проекта на основе 3-х стандартов: PMBOK, ГОСТ Р ИСО 21500–2014 и PRINCE2.

Определение управления качеством. PMBOK. Управление качеством — это процесс преобразования плана управления качеством в исполнимые операции, относящиеся к качеству, которые внедряют в проект политики организации в области качества.

PRINCE2. Управление качеством — скоординированные действия по руководству и контролю организации в отношении качества.

Процессы управления качеством PMBOK включает следующие процессы:

1. Планирование управления качеством — это процесс определения требований и/или стандартов качества для проекта и его поставляемых результатов, а также документирования того, каким образом проект будет демонстрировать соответствие требованиям и/или стандартам качества.

2. Управление качеством — это процесс преобразования плана управления качеством в исполнимые операции, относящиеся к качеству, которые внедряют в проект политики организации в области качества.

3. Контроль качества — это процесс мониторинга и документирования результатов выполнения операций по управлению качеством для оценки исполнения и обеспечения того, что выходы проекта полны, верны и соответствуют ожиданиям заказчика. [3]

В управлении качеством ГОСТ Р ИСО 21500–2014, вместо процесса управления качеством, используется процесс обеспечения качеством:

1. Планирования качества
2. Обеспечения качества
3. Контроля качества

Управление качеством в PRINCE2, в отличие от предыдущих двух, состоит из двух процессов:

1. Планирования качества
2. Контроля качества

Главным отличием процессов управления качеством PMBOK от ГОСТ Р ИСО 21500–2014 и PRINCE2 в том, что в PMBOK, помимо входов и выходов, присутствуют инструменты и методы. В методологии PMBOK описываются различные инструменты и техники, применяя которые на практике, руководитель проекта или ответственное лицо могут повысить эффективность исполнения проекта, предусмотреть риски, высчитать оптимальные маршруты прохождения проекта, здраво оценить ситуацию и изначально принять правильное решение и т.д.

ГОСТ Р ИСО 21500–2014. Настоящий стандарт содержит основополагающее руководство по проектному менеджменту и может применяться организациями любого типа, включая государственные, частные или общественные организации, в отношении проектов любых видов, независимо от их сложности, масштаба или продолжительности.

Литература:

1. И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге, А. В. Полковников «Управление проектами»
2. История развития управления качеством.— Текст: электронный // SolverBook: [сайт].— URL: <http://ru.solverbook.com/spravochnik/menedzhment/istoriya-razvitiya-upravleniya-kachestvom/> (дата обращения: 17.02.2022).
3. Руководство к своду знаний по управлению проектом (Руководство PMBOK 6th Edition), 2017. — 726 с.
4. PMI vs. PRINCE2.— Текст: электронный // ForPM: [сайт].— URL: <https://forpm.ru/pmi-vs-prince2/> (дата обращения: 17.02.2022).
5. Управление качеством / Под ред. Ильенковой С. Д.— М.: Юнити, 2018.— 64 с.
6. Афанасьев, В. А. Техническое регулирование и управление качеством / В. А. Афанасьев, В. А. Лебедев, В. П. Монахова и др.— М.: КД Либроком, 2017.— 256 с.
7. Ефимов, В. В. Средства и методы управления качеством / В. В. Ефимов.— М.: КноРус, 2017.— 232 с.
8. Фрейдина, Е. В. Управление качеством: учебное пособие. / Е. В. Фрейдина.— М.: Омега-Л, 2018.— 84 с.
9. Национальный стандарт российской федерации руководство по проектному менеджменту ГОСТ Р ИСО 21500–2014, 2015
10. Managing Successful Projects with PRINCE2, 2017

Настоящий стандарт содержит общее описание принципов и процессов, которые рассматриваются в качестве составляющих рациональной деятельности по проектному менеджменту.

PMBOK и PRINCE2. Существует множество организаций, в основе которых использована методология управления проектами PMBOK. Эти организации ведут свою деятельность во всех странах, которые имеют членство во Всемирной торговой организации.

PRINCE2 также используют по всему миру как в общественных, так и в государственных аппаратах. Из них можно выделить Британское Правительство, Евросоюз и Всемирный банк.

В странах СНГ, в основном, PRINCE2 используется в международных британских организациях, таких как British American Tobacco и British Telecom, а также HP и IBM, которые используют PMBOK, и PRINCE2 одновременно. [4]

В заключении стоит сказать о том, что стандарты управления проектом, т.е. PMBOK, PRINCE2 и ГОСТ Р ИСО 21500–2014, достаточно конспективно освещают тему управления качеством. Это обосновано тем, что существуют отдельные стандарты управления качеством, которые гораздо шире и глубже охватывают тему качества, нежели стандарты управления проектом.

Наличие инструментов и методов является главным преимуществом управления качеством PMBOK над другими стандартами. Описанные техники помогают руководителю проекта здраво оценивать ситуацию, изначально принимать правильное решение, повышать эффективность исполнения проекта и т.д. Эти инструменты и методы давно используются в различных видах деятельности человека.

Две группы процессов управления качеством — планирования и контроля качества являются минусом стандарта PRINCE2, ведь конкуренты в лице ГОСТ Р ИСО 21500–2014 и PMBOK, в свою очередь, имеют по три процесса.

Проекты, где необходим постоянный контроль из-за высоких ставок и значительных потерь в случае провала, идеально подходят для PRINCE2. Такие проекты характерны тем, что в них внимательно отслеживается реализация проекта руководством, либо проекты в государственных структурах. Поддержка обратной связи также является чертой таких проектов.

Проблемы формирования доходов местного бюджета

Ахатова Вероника Андреевна, студент магистратуры
Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

В статье затронута актуальная тема муниципальных финансов, касающаяся формирования доходов местных бюджетов. В работе обозначены факторы, оказывающие влияние на данный процесс. Выделены проблемы при формировании доходов, а также предложены возможные меры решения данных проблем.

Ключевые слова: местный бюджет, муниципальное образование, местное самоуправление, доходы.

Актуальность данной темы исследования заключается в том, что муниципальный бюджет является основным источником для реализации функций, целей и задач, стоящих перед муниципальными образованиями. Бюджеты муниципальных образований выступают важным инструментом и фактором развития территорий. Несбалансированность бюджета является фактором, препятствующим обеспечению высокого уровня качества жизни населения и решению актуальных вопросов преобразования экономики территорий.

Муниципальный бюджет является важнейшим базовым элементом экономики местного самоуправления. [3, с. 275] Бюджетный кодекс определяет муниципальный бюджет, как форму образования и расходования денежных средств, которые предназначены для финансового обеспечения задач и функций местного самоуправления.

Бюджет муниципального образования обладает следующими характеристиками:

- обеспечивает нормальные условия жизнедеятельности населения соответствующего муниципального образования, также формирует и поддерживает систему социальных гарантий и служит целями благоустройства;
- наличие достаточного количества муниципального бюджета призвано обеспечить стабильность местной власти, а также ее относительную независимость от вышестоящих структур;
- используется для реализации финансовых интересов муниципалитета как собственника. [4, с. 1581]

Процесс формирования и расходования средств местного бюджета имеет первостепенное значение в управлении финансовыми ресурсами каждого муниципального образования, поскольку осуществление полномочий, отнесенных к местному самоуправлению, должно опираться на прочную финансово-экономическую основу. В настоящее время наблюдается слабая обеспеченность местных бюджетов собственными доходами, из-за чего наблюдается зависимость местного самоуправления от органов государственной власти.

Согласно данным об исполнении местных бюджетов, в объеме поступивших по состоянию на 01.10.2021 доходов, налоговые доходы составили 1039,8 млрд рублей (28,6%), неналоговые — 207,4 млрд рублей (5,7%), безвозмездные поступления, в т.ч. межбюджетные трансферты из бюджетов других уровней (с учетом субвенций и возвратов остатков прошлых лет) — 2382,8 млрд рублей (65,7%).

Такое положение является предпосылкой формирования финансовой зависимости муниципальных образований от от-

числений из бюджетов других уровней, что сказывается на выполнении своих функций органами муниципальных образований.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что муниципалитеты в основном заинтересованы в исполнении минимального перечня своих расходных обязательств, а это означает, что муниципальные образования должны иметь собственные средства, которыми смогут самостоятельно распоряжаться и направлять на осуществление своих обязательств.

Этот вопрос имеет наибольшую актуальность для органов муниципальной власти, которые в настоящее время не располагают финансовыми ресурсами, необходимыми для совершенствования территории муниципального образования, а также финансирования других расходов.

Большая доля муниципальных образований имеет одинаковые трудности:

- недостаток собственных финансовых ресурсов, необходимых для осуществления предусмотренных законом расходных полномочий;
- необходимость обеспечения сбалансированности бюджета, приводящая к большому объему муниципальной задолженности;
- недостаток средств из вышестоящих бюджетов для реализации делегированных государственных полномочий.

Повышение самодостаточности местных бюджетов, расширение доходного потенциала, повышение эффективности использования бюджетных средств является базовыми компонентами бюджетной политики не только на уровне муниципальных образований, но и вышестоящих уровней бюджетной системы. [5, с. 49]

Одним из основных факторов, негативно влияющим на формирование местных бюджетов, является несовершенство действующего законодательства. На данном этапе необходимо дальнейшее совершенствование законодательства в части укрепления налоговой базы муниципальных образований.

В то же время, органы местного самоуправления не вправе устанавливать налоги на муниципальном уровне, так как это противоречит налоговому законодательству, они могут вводить только те налоги, которые устанавливаются федеральными органами власти.

Решением проблемы является создание устойчивой налоговой базы на уровне местного самоуправления, содержащей в себе наилучшее соотношение финансирования местных бюджетов за счет налогов и за счет дотационной помощи. Также необходимо принять меры по законодательному закреплению

учета соразмерности материальных возможностей муниципалитета возложенным на него функциям.

Увеличение доходов местного бюджета за счет увеличения налоговых поступлений весьма проблематично. Это связано, прежде всего, с сильными правовыми ограничениями местных бюджетов в налоговой сфере. Также большое значение имеет тот факт, что повышение налоговых ставок, расширение круга объектов налогообложения, а также отмена льготных категорий субъектов налогообложения вызывает негативный общественный резонанс. В результате чего, органы местного самоуправления могут реально стимулировать увеличение налоговых поступлений в бюджет только за счет возврата недоимки.

Это можно осуществить путем проведения информационной работы с населением. Необходимо информировать налогоплательщиков не только о сроках и порядке уплаты местных налогов, но и о направлениях использования полученных средств.

Также одной из возможных мер по увеличению доходной базы территорий за счет местных налогов является введение в экономический оборот неучтенных земельных и имущественных объектов. К таким объектам относятся самовольно занятые земельные участки, возведенные без разрешительных документов здания, несоответствия по площади земельных участков и недвижимого имущества, реконструкция, перепланировка, изменение целевого назначения, бесхозное содержание зданий, сооружений, строений, жилых и нежилых помещений.

Для решения данных проблем необходимо провести инвентаризацию и регистрацию объектов недвижимого имущества в органах, осуществляющих регистрацию прав на недвижимое имущество и сделок с ним.

Для увеличения неналоговых доходов следует разработать комплекс мероприятий, направленный на такие неналоговые доходы, по которым муниципалитеты имеют реальные мобилизационные возможности. В первую очередь, доходы от использования муниципального имущества. Систематизация информации о наличии и использовании такого имущества поможет увеличению данного рода поступлений. Для этого рекомендуется провести следующие мероприятия:

- осуществлять инвентаризацию муниципального имущества для выявления неиспользуемого и определения направлений его эффективного использования;
- составить и утвердить перечень сдаваемого в аренду недвижимого имущества в целях увеличения дохода, получаемого в виде арендной платы или иной платы за передачу такого недвижимого имущества во временное владение и пользование;
- проводить своевременную корректировку объема арендной платы с целью максимально приблизить ее к рыночной стоимости и сформировать четкое обоснование исключений из этого правила;
- выявлять неиспользуемые основные фонды, переданные муниципальным органам, для реализации соответствующих мер по их сдаче в аренду или продаже.

Одним из малоиспользуемых способов увеличения доходов муниципальных бюджетов является стимулирование инвестиционной активности, поскольку отсутствуют эффективные инструменты, направленные на повышение инвестиционной привлекательности муниципальных образований. Инвестиции в производственные проекты и объекты социальной инфраструктуры обеспечивают рост доходов местных бюджетов не только по статьям безвозмездных поступлений, но и налоговых, а также позволяют сгладить проблемы с занятостью населения. Внедрение инструментов инвестиционной привлекательности малых территорий необходимо осуществлять с учетом долгосрочных прогнозов развития, так как отсутствие перспектив не создаст основы для эффективной реализации инвестиционных проектов.

Анализируя вышеизложенное, можно сделать вывод, что ограниченность доходов местных бюджетов связана с действующими нормами Бюджетного кодекса Российской Федерации, однако данная ситуация в большей степени затрагивает налоговые поступления. При формировании неналоговых доходов органы местного самоуправления обладают более широкими полномочиями, что позволяет им повысить эффективность и собираемость доходов от использования муниципальной земли и недвижимости. Поэтому органам местного самоуправления необходимо проводить работу по разработке целого комплекса мер, направленных на увеличение доходной части местных бюджетов.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/
2. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/
3. Бебякина М. А. Повышение доходов местных бюджетов / М. А. Бебякина // Экономика и социум.— 2017.— № 6–1 (37).— С. 274–281.
4. Глубокая, И. И. Финансы местного самоуправления: понятия, источники, особенности формирования местных бюджетов / И. И. Глубокая, Е. И. Якупова // Эволюция российского права: Материалы XIX Международной научной конференции молодых учёных и студентов / Уральский государственный юридический университет, 2021.— С. 1577–1583
5. Коновалова, с. А., Актуальные проблемы в системе местных бюджетов РФ / С. А. Коновалова, К. Ю. Багратуни // E-Scio.— 2019.— № 7 (34).— С. 47–52.
6. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: <https://www.minfin.ru/ru/>

Продвижение малого бизнеса в условиях цифровизации

Брикошина Ирина Станиславовна, кандидат экономических наук, доцент;
Дзугулова Карина Артуровна, студент
Государственный университет управления (г. Москва)

Цифровизация основных бизнес-процессов стала мощным инструментом повышения эффективности для крупных и средних компаний. Значительно улучшилось качество учета и контроля, созданы эффективные инструменты взаимодействия с клиентами. Важно, что цифровизация всегда требовала значительных вложений — на покупку программного обеспечения, обучение специалистов. Кроме того, на этапе внедрения новых технологий требовались большие вложения в управленческие ресурсы. Поэтому цифровые бизнес-технологии впервые были внедрены в крупных и средних компаниях. В настоящее время в экономике Российской Федерации остро стоит вопрос повышения эффективности малого бизнеса в условиях цифровизации, от решения данного вопроса напрямую зависит и его денежный оборот. Для более точного распределения широко понимаемых рисков и увеличения потенциала инвестиций сегодня активно используются инструменты проектного управления.

Ключевые слова: цифровые технологии, цифровизация, малый бизнес, продвижение, инструменты, условия.

Promotion of small business in the context of digitalization

Brikoshina Irina Stanislavovna, candidate of economic sciences, associate professor;
Dzugulova Karina Arturovna, student
State University of Management (Moscow)

The digitalization of core business processes has become a powerful tool for increasing efficiency for large and medium-sized companies. The quality of accounting and control has significantly improved, and effective tools for interaction with clients have been created. It is important that digitalization has always required significant investments — for the purchase of software, training of specialists. In addition, at the stage of introducing new technologies, large investments in management resources were required. Therefore, digital business technologies were first introduced in large and medium-sized companies. Currently, the issue of increasing the efficiency of small businesses in the context of digitalization is acute in the economy of the Russian Federation, and its monetary turnover directly depends on the solution of this issue. Project management tools are actively used today to more accurately distribute widely understood risks and increase the investment potential.

Keywords: digital technologies, digitalization, small business, promotion, tools, conditions.

Цифровизация привела к новой волне инноваций, которые окажут глубокое влияние на человечество, изменяя отношения между гражданами, правительством и бизнесом, а также структуру общества и экономики. Стремительное развитие цифровой экономики привело к тому, что лидеры рынка сегодня определяются не долгой историей успеха, не затратами, не количеством патентов или доступ к капиталу, а способность менять бизнес-модель по мере технологических революций [6, с. 43].

Цифровые технологии развиваются с экспоненциальной скоростью, коренным образом меняя природу бизнеса и дематериализуя, демонстрируя и демократизируя каждую отрасль. Кроме того, они помогают найти источники повышения эффективности и возможности устойчивого конкурентного развития предприятий. В то же время, прорывные инновации требуют изменений в существующих моделях управления, реформирования коммуникаций и технологий.

Эти обстоятельства активизируют развитие малого и среднего предпринимательства, которое является одним из ведущих отраслей экономики, что определяет темпы экономического роста, состав и качество ВВП а также имеет все возможности гибко реагировать на потребности рынка и меняющиеся условия хозяйствования. Для более точного распределения широко понимаемых рисков и увеличения потенциала

инвестиций сегодня активно используются инструменты проектного управления.

За последние годы область применения методологии проектного менеджмента также значительно увеличилась.

Для многих компаний стало привычным использование методов проектного подхода к управлению в рамках реорганизации бизнеса, разработки и освоения информационных систем, маркетинговых процессов, программ развития кадров и многих других видов деятельности. Новые сферы использования проектного подхода представлены как масштабными государственными программами и проектами, так и сравнительно небольшими проектами малого и среднего бизнеса.

Системы управления проектами все чаще внедряются как инструмент повышения эффективности внутренних процессов развития на предприятиях, ранее приверженных процессно-ориентированной системе производства. Однако вместе с этим достаточно большое число инициированных проектов остаются несостоятельными по таким причинам, как превышение установленных ограничений по бюджету и/или срокам, недостижение поставленных целей, прерывание этапов проекта и многим другим. Данный факт позволяет сделать вывод о том, что наблюдается разрыв между развитием теории проектного менеджмента и практикой его применения. Кроме того, рас-

ширение областей использования проектного подхода к управлению в организации требует дальнейшего развития и адаптации методов и инструментария.

Учитывая вышеизложенное, становится очевидным, что влияние цифровых технологий наиболее велико во всем мире проявляется в малом и среднем бизнесе, поскольку в отличие от крупных корпораций, в небольших компаниях процесс меняется быстро и изменить его очень легко. Крупные корпорации не так оперативны во внедрении цифровых инноваций.

Другими словами, сегодня особенность деятельности современных малых и средних предприятий заключается в том, что цифровые технологии превратились в эндогенный фактор эффективности их развития. Это означает, что шансы оправдать ожидания клиентов, которых глобальный мир приучил быстро и удобно получать современные услуги у гигантов, теперь у всех одинаковые.

Главное мероприятие в рамках цифровизации — внедрение системы управления взаимоотношениями с клиентами. Современный уровень развития цифровых технологий меняет эту ситуацию, все больше небольших компаний начинают активно использовать современные цифровые инструменты. Можно выделить 3 типа наиболее распространенных решений, ставших стандартом де-факто для успешного бизнеса:

CRM-системы управления взаимоотношениями с клиентами. ERP-управление ресурсами предприятия. Под ресурсами здесь означает все — от людей и денег до материалов и оборудования. ERP-системы обеспечивают контроль, четкость и прозрачность движения финансов, персонала и товаров в компании [1, с. 13].

Сервис облачных вычислений используется для многих целей (обмен письмами, хранение данных, сложные вычисления, доступ к возможностям искусственного интеллекта). Наибольшее развитие облачных вычислений в малом бизнесе произошло в скандинавских странах. В этих странах активно развиваются стартап-экосистемы, производится значительное количество программного обеспечения.

Международная статистика показывает, что широкое использование современных цифровых инструментов российским малым бизнесом может стать одним из показателей их успешного развития. Поддержка цифровизации малого бизнеса — эффективный способ развития национальной экономики и увеличения доли малого бизнеса в валовом внутреннем продукте.

Если год назад не все владельцы малых и средних бизнесов хотели переходить на облачные системы, то в этом году интерес

предпринимателей к облакам значительно вырос из-за пандемии. Когда начались ограничения, нужно было быстро найти ответ, который выведет на верный путь.

Динамичная конкурентная среда заставляла искать качественные решения больших задач. Увеличилось количество сервисов, стало больше образовательного контента. Компании перераспределили свои ресурсы, и бизнес по доставке вырос. Многие поставщики облачных технологий поспешили предложить решения для малых и средних предприятий и образовательных учреждений [5, с. 23].

Есть ряд облачных систем, которые предлагают аналитику, бесплатные веб-платформы, low-code, работающий по принципу конструктора, когда не нужно уметь программировать, чтобы создать, например, сервис доставки. Все это может удовлетворять потребности частного пользователя [3, с. 16].

Для компаний такие технологии обеспечивают непрерывность бизнеса и масштабируемость, что, помимо прочего, увеличивает продажи. Поставщики цифровых услуг стремятся усилить защиту от вредоносных файлов электронной почты, обращают внимание на возможные утечки данных. Эксперты считают, что потребность в облачных системах со временем не исчезнет: они позволяют получить доступ к данным или связаться с коллегами из любой точки мира.

Подводя итог, можно отметить, что касается цифровизации, с целью сохранения конкурентного преимущества экономическая нестабильность требует большего, чем просто решение технических вопросов. Руководству необходимо в первую очередь разработать комплексную цифровую стратегию. Не менее важно сосредоточиться на управлении персоналом и профессиональных навыках, а также на бизнес-процессах и организационной структуре.

Цифровизация малого и среднего бизнеса в каждой стране мира — стратегически важное решение, часто сравниваемое с революционным преобразованием, так как влияние их реализации очень существенно. Бизнес, который работает на основе современных информационно-коммуникационных технологий, это эффективный и конкурентоспособный бизнес, который готов к интеграционным процессам и выходу на международные рынки [7, с. 23].

Современные представители мелкого и среднего — компании имеют для этого все возможности и предпосылки активно использовать передовые ИКТ в своей деятельности за счет упрощения бизнес-процессов, гибкости, рациональной структуры затрат, прямого контакта с клиентами, готовности идти на риск и высокой мотивации.

Литература:

1. Брикошина И., Разу М., Лялин А., Бронникова Т., Титов С., Гусева. А. Менеджмент, М.: 2008. — 320 с.
2. Гнатышина Е. В., Саламатов А. А. Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальные и образовательные аспекты / Е. В. Гнатышева, А. А. Саламатова // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. — 2017. — № 8. — С. 19–24.
3. Грибанов Ю. И., Репин Н. В. Институциональные эффекты и последствия цифровизации бизнеса // Экономика и предпринимательство. 2017. № 11(88). С. 1130–1139.
4. Зубарев А. Е. Цифровая экономика как форма проявления закономерностей развития новой экономики / Е. А. Зубарев // Вестник Тихоокеанского государственного университета. — 2017. — № 4 (47). — С. 177–181.

5. Коробейникова Е. В. Управление продажами на предприятии в условиях цифровизации бизнеса // Экономика и предпринимательство. 2018. № 6(95). С. 637–641 Дьячков М. Н. Инновации в банковской сфере и перспективы их развития в России // Вестник ИрГТУ. 2018. № 8 (67). С. 167–171.
6. Крюкова А. А., Михаленко Ю. А. Инструменты цифровой экономики — А. А. Крюкова, Ю. А. Михаленко // Карельский научный журнал. — 2017. — № 3. — С. 108–111.
7. Маймина Э. В., Пузыня Т. А. Особенности и тенденции развития цифровой экономики / Э. В. Маймина, Т. А. Пузыня // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2017. — № 6 (67). — С. 37–45.
8. Н. С. Верховский. Цифровая трансформация — это новая революция, которая изменит все сферы жизнедеятельности [Видеозапись] / Верховский Н. С. // Московская школа менеджмента «Сколково», 2018. — URL: <http://trends.skolkovo.ru/2018/04/>.
9. Толкачев С. А., Михайлова П. Ю., Нартова Е. Н. Цифровая трансформация производства на основе промышленного интернета вещей / С. А. Толкачев [и др.] // Экономическое возрождение России. — 2017. — № 3 (53). — С. 79–88.

Система формирования расчетов с поставщиками и подрядчиками

Дудина Жанна Вячеславовна, студент магистратуры

Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г. Ф. Морозова

Все хозяйствующие субъекты в ходе своей деятельности в той или иной степени осуществляют расчеты с поставщиками и подрядчиками, так как они являются ключевыми и наиболее распространенными операциями. Эти расчеты требуются корректно организовывать и учитывать. При этом существует ряд особенностей организации формирования расчетов с поставщиками и подрядчиками, связанных с различными этапами формирования таких взаимоотношений, при реализации которых, возникают проблемы, в том числе в части учетного контроля таких операций.

Ключевые слова: поставщики, подрядчики, система формирования расчетов, бухгалтерский учет, проблемы и перспективы.

The system of forming settlements with suppliers and contractors

All economic entities in the course of their activities to some extent carry out settlements with suppliers and contractors, since they are the key and most common operations. These calculations must be correctly organized and taken into account. At the same time, there are a number of features of the organization of the formation of settlements with suppliers and contractors associated with various stages of the formation of such relationships, during the implementation of which problems arise, including in terms of accounting control of such operations.

Keywords: suppliers, contractors, settlement formation system, accounting, problems and prospects.

В ходе своей работы хозяйствующий субъект приобретает товары, работы, услуги, с применением которых осуществляет производственную и хозяйственную деятельность. При этом необходимо предварительное заключение договора на поставку товаров, работ и услуг с их поставщиком или подрядчиком. На данном этапе стороны договариваются об условиях таких поставок и принимают на себя обязанности по исполнению договорных обязательств по их поставке, с одной стороны, и оплате, с другой стороны.

С юридической точки зрения, в данном случае, поставщик выступает в роли физического или юридического лица, которое обязуется осуществить поставку товаров, работ или услуг в соответствии с принятыми договорными условиями и за определенную плату покупателю — физическому или юридическому лицу. Подрядчик представляет собой физическое или юридическое лицо, исполняющее договорные обязательства по договору подряда по выполнению работ или оказанию услуг.

Поставка товаров, работ, услуг, как и другие операции бухгалтерского учета, регламентируются на законодательном

уровне в части их документального оформления, отражения на счетах бухгалтерского учета, проведения инвентаризации расчетов с поставщиками и подрядчиками.

При этом документальное оформление операций по учету расчетов с поставщиками и подрядчиками начинается с формирования товарно-транспортных накладных на товар; актов выполненных услуг и работ; унифицированного передаточного документа, либо счета-фактуры. Корректное их оформление, и применение актуальной версии документа является важным при формировании достоверного и законного документооборота в организации, в том числе в части учета расчетов с поставщиками и подрядчиками. В частности, много ошибок выявляется в практической деятельности хозяйствующих субъектов при оформлении счетов-фактур, связанных с продажей товаров, работ, услуг, что отражается на возможности предъявления НДС бюджету с полученных товаров, работ, услуг, то есть принять его к вычету. В этом кроется главная проблема некорректного документального оформления операций по поставке товаров, работ, услуг и оформления расчетов с поставщиками

и подрядчиками, влекущая за собой отказ в возмещении «входного» НДС организации со стороны контролирующих органов.

Бухгалтерский учет расчетов с поставщиками и подрядчиками осуществляется на одноименном счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». При этом требуется ведение синтетического и аналитического учета расчетов с поставщиками и подрядчиками, то есть в разрезе контрагентов и договорных обязательств. Необходимость осуществления учета в разрезе отдельных контрагентов обусловлена тем, что при отсутствии внутреннего контроля над формированием кредиторской задолженности, которая возникает при исполнении договорных обязательств с поставщиками и подрядчиками, возможно некорректное их отражение на счетах бухгалтерского учета и чрезмерное увеличение кредиторской задолженности. Последнее может критически повысить обязательства хозяйствующего субъекта перед поставщиками и подрядчиками, что чревато возникновением риска несостоятельности (банкротства), то есть невозможности отвечать по своим обязательствам в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Можно выделить ряд основных задач, которые решаются в ходе систематизации формирования расчетов с поставщиками и подрядчиками:

- посредством учета создается информационная система, отражающая состояние расчетов, которая требуется для использования руководством;
- в процессе осуществления учетного процесса расчетов с поставщиками и подрядчиками осуществляется сбор документальных подтверждений соответствия деятельности хозяйствующего субъекта законным основаниям;
- посредством учета устанавливается соблюдение требуемых форм расчетов;
- производится отслеживание формирования и исполнения обязательств по кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками организации;
- производится контроль возникновения просроченной кредиторской задолженности хозяйствующего субъекта перед поставщиками и подрядчиками;
- осуществляются контрольные мероприятия над исполнением договорных обязательств по поставке товаров, выполнению работ и оказанию услуг;
- производится своевременное оприходование товарно-материальных ценностей и списание на счета затрат выполненных работ и оказанных услуг.

Перечисленный перечень задач характеризует актуальность ведения расчетов с поставщиками и подрядчиками. С помощью корректного формирования учетной информации расчетов с поставщиками и подрядчиками, внешние и внутренние пользователи получают достоверное отражение состояния расчетов с поставщиками и подрядчиками.

Для проверки достоверности отражения операций по учету расчетов с поставщиками и подрядчиками со стороны бухгалтерской службы хозяйствующего субъекта проводятся инвентаризации данных расчетов. В случае отсутствия практики проведения инвентаризаций в организациях, возникает проблема невозможности осуществления контроля за корректностью

формирования расчетов и достоверности сальдо по расчетам, а также их своевременности погашения.

При этом в Федеральном законе от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О бухгалтерском учете» поименованы основные условия, при которых проведение инвентаризации является обязательной: перед составлением годовой бухгалтерской отчетности. Также требуется проведение инвентаризации расчетов перед выверкой задолженности с контрагентом; при закрытии договорных обязательств.

В целях осуществления инвентаризации расчетов с поставщиками и подрядчиками, связанной с проверкой информации, отраженной на счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», производится предварительная сверка расчетов с контрагентами посредством формирования и подписания актов сверок взаимных расчетов. Инвентаризация позволяет проверить корректность сумм кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками, либо дебиторской задолженности (в случае выполнения авансовых платежей); проверить тождественность остатков; выполнить обоснование начисленной задолженности.

Сложность учетных операций в части договорных отношений с поставщиками и подрядчиками связана также и операциями, носящими неотфактурованный характер. То есть случаются такие взаимоотношения, в ходе которых осуществляется поставка товара без сопровождающих документов: счета-фактуры, товарно-транспортной накладной; унифицированного передаточного документа. В данном случае бухгалтер покупателя обязан составить самостоятельно акт о приемке, который ориентируется на учетной стоимости ценностей без НДС — по договору, либо с учетом стоимости по предыдущим договорам поставок. Для правдивого отражения таких операций в бухгалтерском учете требуется дальнейшая корректировка при несопадении цены поставки в предоставленной документации поставщиком или подрядчиком.

При этом также существует проблема таких операций, связанная с невозможностью учесть в расходах стоимости неотфактурованных поставок в налоговом учете для целей расчета налога на прибыль. Соответственно, для их отражения в налоговом учете требуется выбрать более позднюю дату. В связи с чем необходимо строго контролировать предоставление пакета документов, связанных с поставкой товара, выполнением работ и оказанием услуг, в целях недопущения увеличения налога на прибыль в отчетном периоде осуществления расходов по оплате товаров, работ, услуг.

В ходе проведения внутреннего и внешнего аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками выявляют наиболее часто встречающиеся на практике ошибки, связанные с формированием системы расчетов с поставщиками и подрядчиками, отраженные на рисунке 1.

Как демонстрирует рисунок 1, существует большое множество выявляемых ошибок, которые допускаются на практике хозяйствующими субъектами в ходе осуществления расчетов с поставщиками и подрядчиками, что обуславливает необходимость обязательного контроля над корректностью и достоверностью их отражения. Данные ошибки обусловлены постоянными изменениями, происходящими в сфере законодательства,



Рис. 1. Группировка типичных ошибок расчетов с поставщиками и подрядчиками

недостаточно квалифицированного персонала и т.д. Это повышает актуальность организации внутреннего контроля в хозяйствующих субъектах, что позволит своевременно выявлять допущенные ошибки и устранять их до возникновения проблем, например, с контролирующими органами.

Считаем целесообразным рекомендовать хозяйствующим субъектам организовать также схему документирования расчетов с поставщиками и подрядчиками — составить график

документооборота, детализировать расчеты в зависимости от сроков и форм оплаты.

Предлагаемые мероприятия позволят хозяйствующему субъекту оптимизировать систему учета расчетов с поставщиками и подрядчиками и повысить уровень внутреннего контроля над надлежащим формированием расчетов и исполнением возникающих обязательств перед поставщиками и подрядчиками.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020).
2. Бабаев, Ю. А. Бухгалтерский финансовый учет: учебник / Ю. А. Бабаев, Л. Г. Макарова, А. М. Петров; под ред. Ю. А. Бабаева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 463 с.
3. Быкова, Д. В. Проблемы учета и аудита расчетов с поставщиками и подрядчиками / Д. В. Быкова // Вестник науки и образования. — 2019. — № 1–2 (55). — С. 37–39.
4. Магомедова, П. М. Проблемы учета расчетов с поставщиками и подрядчиками / П. М. Магомедова // Актуальные вопросы современной экономики. — 2020. — № 1. — С. 104–109.

Исследование исполнения проекта Министра России по цифровизации городского хозяйства «Умный город»

Емельянов Александр Владимирович, студент магистратуры

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

В статье автор проводит анализ исполнения проекта Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации по цифровизации городского хозяйства «Умный город» на начало 2022 года. Ведомственный проект Министра России по цифровизации городского хозяйства «Умный город» реализуется в рамках национальных проектов «Жильё и городская среда» и «Цифровая экономика».

Ключевые слова: умный город, городское хозяйство, ведомственный проект.

В современном мире все большее влияние на повседневную жизнь людей оказывают новые информационно-коммуникационные технологии. Широкополосный доступ к сети Интернет, распределённые базы данных, информационные системы, интернет вещей — далеко не полный ряд технологических новшеств, которые не только способствуют устранению бюрократической волокиты в осуществлении управленческих функций, но и стимулируют социально-экономическое развитие государства. Решение актуальных задач цифровизации государственного и муниципального управления, развития демократических институтов и обладания навыками квалифицированной работы с современными ИКТ в соответствии с запросами современного общества требует не только глубокого понимания теоретических и технологических проблем, но и решения целого ряда прикладных, правовых и организационных задач [1].

В последнее десятилетие всё большее развитие получает концепция «умного города». Постоянный рост городского населения и возрастание сложности управления городским хозяйством являются движущей силой для усиления использования современных ИКТ в целях решения проблем, связанных с транспортной инфраструктурой, загрязнением воздуха, уровнем преступности, нерационального использования ресурсов и пр. Ведущие научные организации мира и высокотехнологичные компании являются первопроходцами в разработке идеи умного города. Их исследования создают множество проектов и инициатив, способных воплощать в жизнь самые передовые ИКТ для социально-экономического развития городов.

Государство как основной институт политической системы общества напрямую заинтересовано в подобных технологических инициативах. Российская Федерация не стала здесь исключением: с конца 2018 г. Правительство РФ реализует ряд национальных проектов, в том числе национальные проекты «Цифровая экономика» и «Жильё и городская среда» [2]. Ведомственный проект Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации по цифровизации городского хозяйства «Умный город» реализуется в рамках данных национальных проектов. Целью данного проекта является не только автоматизация и цифровая трансформация большого числа процессов управления городским хозяйством, но и комплексное повышение эффективности городской инфраструктуры.

Такие вызовы нового времени, как изменение климата, глобализация, всемирная интеграция, цифровизация подвергают

крупным изменениям не только деятельность и облик транснациональных корпораций, банков, крупных промышленных производств, но и образ повседневной жизни регионов, городов, местных сообществ. На сегодняшний день около 55% населения всего мира проживает в городах, а к 2050 году ожидается, что эта доля возрастет до 68% [13]. Таким образом, скорость и сложность происходящих изменений бросают вызов лидерству, организационным структурам, образованию и др. Многие компании формируют собственные экосистемы, которые сосредоточены вокруг определённой сферы жизни клиента (человека) и насквозь «пронизывают» её. Считается, что такой подход может облегчить управление изменениями не только на корпоративном уровне, но и на уровне государства, региона, города.

Концепция умного города возникла на стыке урбанистики и развития информационно-коммуникационных технологий. Данная концепция представляет собой новые способы организации городской жизни, основанные на цифровизации. В области ИКТ быстрое развитие программного обеспечения, оборудования и сетей сделало технологически возможным соединять людей и объекты, обслуживающие их повседневные потребности в городах. Таким образом, концепция умного города объединяет технологии, государственное (муниципальное) управление и различные общественные группы для использования таких технологических инструментов, как интернет вещей и искусственный интеллект. Эти факторы, в свою очередь, способствуют развитию различных аспектов умного города, включая, например, транспорт, городское управление, образование, связь, безопасность. Таким образом, различные и часто дополняющие друг друга аспекты умного города включают в себя эффективный, технологически продвинутый, устойчивый и социально-инклюзивный город.

Для развития умного города требуются не только технологические возможности, но и новый образ мышления граждан (заинтересованных сторон). Переход к умным городам предполагает изменение и развитие ролей этих заинтересованных сторон: жителей города следует рассматривать не только как пользователей, но как заинтересованных лиц, играющих активную роль в качестве участников, сотрудников и разработчиков в деятельности города. Точно так же технологии следует больше не рассматривать как актив, а как динамический фактор развития умного города. Более того, бизнес следует далее рассматривать не как поставщика (подрядчика), а как партнера по

сотрудничеству. Эти новые роли вместе с экосистемами, формируемыми умными городами, формируют устойчивую основу для нового типа развития городских территорий. В этой связи важно понимать, что развитие умного города — это не просто предоставление гражданам услуг в цифровом виде, а это процесс глубокой цифровой трансформации, включающий городские структуры, государственное (муниципальное) управление, а также взаимодействие и сотрудничество между заинтересованными сторонами [12].

Что значит быть «умным городом»? «Умный город» как понятие до сих пор не имеет общепринятой дефиниции, поскольку представляет собой системное, многогранное явление. Однако, из существующих научных исследований и нормативно-методических документов можно привести ряд следующих определений:

– «умный город» — это взаимосвязанная система коммуникативных и информационных технологий с интернетом вещей (IoT), благодаря которой упрощается управление внутренними процессами города и улучшается уровень жизни населения [10];

– «умный город» — это подход к развитию города, использующего цифровые инструменты для повышения уровня жизни, качества услуг и эффективности управления при обязательном удовлетворении потребностей настоящего и будущего поколений во всех актуальных аспектах жизни [5];

– «умный город» — это город с численностью более 100 тыс. человек, функционирующий в соответствии с принципами ведомственного проекта и соответствующий следующим ключевым признакам: а) город участвует в реализации Ведомственного проекта; б) в городе активно реализуются инициативы по широкому внедрению передовых цифровых и инженерных решений; в) цифровизация городского хозяйства направлена на повышение эффективности системы городского управления, качества и удовлетворенности жизнью и пребыванием в городе текущего и будущих поколений городских жителей [6].

Исходя из перечисленных выше определений, следует, что научно-теоретические подходы к дефиниции «умного города» обладают большей долей субъективизма их авторов в определении ключевых черт «умного города». В то же время нормативно-методический подход органов государственной власти к дефиниции «умного города» закрепляет ограничения по ряду характеристик (численность населения, участие в ведомственном проекте), но определяет основную цель цифровизации городского хозяйства. Таким образом, можно сделать общий вывод, что «умный город» — это цифровизация городского хозяйства, направленная на повышение качества жизни, качества управления, и экономической эффективности.

По мнению профессоров Венского технического университета Рудольфа Гиффингера и Йоханнеса Зуйтнера, концепция умного города должна включать следующие компоненты: 1) умная экономика, связанная с инновациями в предпринимательстве, производстве; 2) умная мобильность в контексте эффективного управления транспортными ресурсами города; 3) умное управление в контексте участия граждан в принятии решений и прозрачности управления; 4) умная среда,

которая, обеспечивает отсутствие загрязнения, а также эффективное управление ресурсами и энергией; 5) умный образ жизни, который включает в себя экономию времени и финансовых средств; 6) умные люди, с точки зрения высокой образовательной квалификации, творческого потенциала и профессиональной гибкости [11].

В соответствии с пунктом 2.1. Методики оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства в Российской Федерации (IQ городов), Минстрой России определяет десять направлений цифровой трансформации городского хозяйства: а) городское управление; б) инновации для городской среды; в) интеллектуальные системы общественной безопасности; г) инфраструктура сетей связи; д) «умное» ЖКХ; е) «умный» городской транспорт; ж) интеллектуальные системы экологической безопасности; з) туризм и сервис; и) интеллектуальные системы социальных услуг; к) экономическое состояние и инвестиционный климат.

Ведомственный проект Минстроя России по цифровизации городского хозяйства «Умный город» был запущен 1 декабря 2018 года и рассчитан на шестилетний срок реализации (до конца 2024 года). Ведомственный проект Минстроя России «Умный город» находится в прямой взаимосвязи с двумя вышеупомянутыми национальными проектами. В соответствии со Стандартом «Умного города» (утвержденным в марте 2019 г. Минстроем России), данный проект реализуется в городах с населением свыше 100 тысяч человек. Ожидается, что внедрение инновационных цифровых и инженерных решений в городскую инфраструктуру позволит повысить эффективность управления городским хозяйством и сделать города комфортнее и привлекательнее для жизни.

В соответствии с Паспортом ведомственного проекта Минстроя России «Умный город», целью Проекта является преобразование сферы городского хозяйства посредством внедрения цифровых технологий и инженерных решений. Достижение этой цели определяется плановыми значениями следующих пяти показателей (1 основной, 4 дополнительных) [9]:

1. Основной показатель: среднее значение индекса эффективности цифровой трансформации городского хозяйства в субъектах Российской Федерации (IQ городов) — увеличение базового значения 2019 г. на 30% к концу 2024 года;

2. Доля жителей городов (в возрасте старше 14 лет), имеющих возможность участвовать с использованием цифровых технологий в принятии решений по вопросам городского развития — доля к 2024 году должна составлять 60%;

3. Доля организаций, управляющих жилищным фондом, а также ресурсоснабжающих организаций (теплоснабжение, водоснабжение, водоотведение), применяющих автоматизированные системы диспетчеризации в городах — увеличение базового значения 2018 г. на 15% к концу 2024 года;

4. Доля многоквартирных домов, подключенных к автоматизированным системам учёта потребления коммунальных ресурсов с возможностью передачи данных в режиме онлайн в городах Российской Федерации — доля к 2024 году должна составлять 80%;

5. Доля информации в сферах ЖКХ, архитектуры, градостроительства, благоустройства, критичной для принятия

управленческих решений, собираемой в машиночитаемом виде — увеличение базового значения 2018 г. на 50% к концу 2024 года.

В соответствии с Паспортом ведомственного проекта Минстроя России «Умный город», достижение поставленных целей сопряжено с выполнением следующих ключевых задач:

1. Создание институциональных предпосылок для ускоренной и эффективной цифровой трансформации сферы городского хозяйства;

2. Запуск системы апробации передовых цифровых и инженерных решений, организационно-методических подходов и правовых моделей, применяемых для цифровизации городского хозяйства;

3. Тиражирование доказавших свою эффективность цифровых и инженерных решений «Умного города», направленных на повышение эффективности городского хозяйства.

Таким образом, Минстрой России определил три ключевые направления для обеспечения цифровой трансформации городского хозяйства. В первую очередь запланировано создание концептуальной, нормативно-правовой, методической и экспертной базы, способствующих созданию реально функционирующих механизмов и инструментов для реализации ведомственного проекта. Далее планируется «тестирование» на практике разработанных концептуальных основ для понимания того, насколько реальны и эффективны выбранные технологии, созданные нормативно-методические механизмы и инструменты. Помимо этого, апробация передовых решений формирует механизм обратной связи, что способствует выявлению сильных и слабых сторон, подведению промежуточных итогов и своевременного внесения корректировок в проект. Наконец, задача по тиражированию наиболее успешных решений является логическим завершением проекта, формализацией накопленного опыта и акселератором достижения поставленных целей проекта.

В рамках задачи «создание институциональных предпосылок для ускоренной и эффективной цифровой трансформации сферы городского хозяйства»:

– Утверждена «Концепция проекта цифровизации городского хозяйства «Умный город» — приказ Минстроя России от 25 декабря 2020 года № 866/пр;

– Утверждены «Базовые и дополнительные требования к умным городам (стандарт «Умный город»)» — утверждены Заместителем Министра строительства жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 4 марта 2019 года;

– Утверждены «Методические рекомендации по подготовке регионального проекта «Умные города» программ цифрового развития экономики субъекта Российской Федерации» — письмо Минстроя России от 14 ноября 2018 года № 45830-АЧ/06;

– Утверждена «Методика оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства в Российской Федерации (IQ городов)» — приказ Минстроя России от 31 декабря 2019 года № 924/пр;

– Утверждены «Методологические рекомендации по мероприятиям в области информационной безопасности по направлению «Умный город» — письмо Минстроя России от 11 февраля 2020 года № 4319-МЕ/06;

– Представлены данные третьего «Индекса цифровизации городского хозяйства (IQ городов)» за 2020 год среди городов-участников ведомственного проекта [7]. Согласно представленным результатам, среднее значение индекса из 203 городов-участников пилотных проектов составляет 44,17 баллов (из 120 возможных), что на 33,35% выше результата 2018 года;

– Также разработан и введен в эксплуатацию интернет-портал «Банк решений умного города», который позволяет на единой площадке аккумулировать и собирать уже апробированные и эффективные решения.

В рамках задачи «запуск системы апробации передовых цифровых и инженерных решений, организационно-методических подходов и правовых моделей, применяемых для цифровизации городского хозяйства»:

– Определены наиболее перспективные технологии и решения, для которых необходимо провести тестирование в «пилотном» режиме (определены в Стандарте Минстроя России «Умный город»);

– Утверждены порядок и критерии проведения отбора муниципалитетов-участников пилотных проектов (утверждены приказом Минстроя России от 4 февраля 2019 года № 80/пр). Согласно документу, отбор участников осуществляется среди подавших заявку муниципальных образований (со статусом города). К такой заявке участниками должна быть приложена «дорожная карта», подготовленная в соответствии с утверждённой формой.

– По итогам 2020 года участие в пилотных проектах «умный город» принимали 203 муниципалитета, среди которых первые тройки лидеров в своих номинациях заняли: Москва, Воронеж, Казань (в категории городов от 1 млн человек); Химки, Тюмень, Белгород (в категории городов от 250 тыс. до 1 млн человек); Щелково, Домодедово, Реутов (в категории городов от 100 до 250 тыс. человек); Дубна, Ивантеевка, Кольцово (в категории городов менее 100 тыс. человек).

В рамках задачи «тиражирование доказавших свою эффективность цифровых и инженерных решений «Умного города», направленных на повышение эффективности городского хозяйства»:

– Интернет-портал «Банк решений умного города» содержит информацию о 322 проектах: 156 проектов в категории «Информационный город и системы», 35 проектов в категории «Транспорт», 13 проектов в категории «Водоснабжение», 47 проектов в категории «Безопасность», 33 проектов в категории «Энергоэффективность», 10 проектов в категории «Теплоснабжение», 6 проектов в категории «Строительство», 8 проектов в категории «Экология», 5 проектов в категории «Отходы».

– Минстроем России создан национальный Центр компетенций проекта «Умный город». Основной задачей Центра является методическая, экспертная и технологическая поддержка субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. Центр создан при поддержке ПАО «Ростех», ПАО «Росатом», ПАО «Ростелеком».

Общие выводы по реализации целей и задач проекта:

На начало 2022 года выполнена большая часть мероприятий ведомственного проекта «Умный город». Исполнение мероприятий Проекта происходит в соответствии с графиком, грубых нарушений сроков выполнения этапов Проекта не выявлено.

С наибольшей долей выполнена группа мероприятий по задаче «создание институциональных предпосылок для ускоренной и эффективной цифровой трансформации сферы городского хозяйства».

На достижение поставленных целей проекта Минстроя России «Умный город» и качество его исполнения в целом, большое влияние оказывают разнообразные факторы внешней среды: экономические, политические, социокультурные, технологические. Для того, чтобы своевременно реагировать на обстоятельства внешней среды, необходимо оценить влияние как существующих ключевых факторов внешней среды, так и возможных факторов в будущем времени. В качестве методологического инструмента для проведения оценки влияния фак-

торов внешней среды на реализацию проекта, автор принял решение использовать PEST-анализ.

Для этого составим таблицу PEST-анализа (таблица 1), где конкретизируем группы факторов и опишем влияние каждого из них, а также определим субъективную (авторскую) оценку их влияния на реализацию проекта. Для оценки степени влияния факторов автор предлагает следующую классификацию: высокая степень (сильное влияние на целевые показатели проекта, этот фактор должен быть учтён при реализации проекта), умеренная (среднее влияние на целевые показатели проекта, этот фактор рекомендуется учитывать при реализации проекта), низкая (слабое влияние на целевые показатели проекта, этим фактором можно пренебречь при реализации проекта).

Таблица 1. PEST-анализ проекта Минстроя России «Умный город»

Политические факторы (Politics)	Описание влияния	Степень влияния
Государственная политика импортозамещения	Политика импортозамещения направлена на снятие существующей зависимости от импортных товаров и технологий практически во всех отраслях российской экономики (в том числе в отрасли информационных технологий). Такая политика исключает участие в ведомственном проекте «Умный город» ряда иностранных поставщиков оборудования и зарубежного программного обеспечения.	Высокая
Политические «преференции» крупному бизнесу, аффилированному с государством	Владение государством крупной доли акционерного капитала публичных акционерных обществ и государственных корпораций в области информационных технологий и телекоммуникаций, усиливает заинтересованность государства в лоббировании их участия в качестве подрядчиков (поставщиков) в ведомственном проекте.	Высокая
Законодательное регулирование в отрасли	Законодательное регулирование отрасли информационных технологий может создавать дополнительные требования к построению инфраструктуры умного города и расширять полномочия органов внутренних дел и государственной безопасности в отношении контроля за исполнением проекта.	Умеренная
Выборы всех уровней власти	Смена власти может повлиять на вектор развития субъекта Федерации (или муниципалитета), добавить новых участников в пилотные проекты.	Низкая
Экономические факторы (Economy)	Описание влияния	Степень влияния
Экономические санкции	Экономические санкции в отношении России (а также ответные санкции России) оказывают большое влияние на уровень социально-экономического развития государства (что влияет на бюджет проекта), создают запрет на импорт (экспорт) товаров, услуг и технологий, а также ужесточают доступ проекта к зарубежному финансированию.	Высокая
Карантинные меры (в т.ч. локдаун)	Карантинные меры, связанные с пандемией коронавируса, оказывают резко негативное влияние на состояние национальной экономики (в том числе финансовые приоритеты перенаправляются в сторону антикризисных мер), что затрудняет финансирование мероприятий проекта. Локдаун как крайняя мера карантинных мероприятий может чрезвычайно сильно затормозить реализацию мероприятий проекта.	Высокая
Изменение ключевой ставки	Изменение рыночных процентных ставок, вызываемое изменением ключевой ставки ЦБ России, влияет на привлекательность вложений в рублевые активы. Как правило, это приводит к изменению курса национальной валюты (рубля), который, является значимым фактором формирования внутренних цен (в том числе на товары и услуги в области информационных технологий).	Умеренная

Таблица 1. (продолжение)

Политические факторы (Politics)	Описание влияния	Степень влияния
Налогообложение ИТ отрасли	Налоговые послабления (льготы) в отрасли информационных технологий в перспективе вызовут рост технологического предпринимательства в России. Подобная мера увеличивает количество технологических стартапов (новые возможности для реализации в рамках пилотных проектов), компаний-поставщиков оборудования и программного обеспечения (расширяется рынок поставщиков для проекта), формирует высокий спрос на специалистов в области информационных технологий (формирует кадровые ресурсы проекта).	Высокая
Социокультурные факторы (Society)	Описание влияния	Степень влияния
Падение рейтинга доверия к власти	Снижение доверия граждан к власти усиливает оппозиционные настроения в обществе по отношению к проводимой государственной политике (это касается и реализации государственных проектов). При усилении подобного негативного отношения к власти, общество может трактовать цифровизацию городского хозяйства как сбор государством персональных данных в целях тотального контроля за действиями граждан.	Высокая
Демографические изменения	Рост городского населения усиливает потребность в развитии городского хозяйства, делает управление городом более сложным. Повышение эффективности и результативности управления напрямую связано с наличием в городе умных цифровых решений.	Высокая
Религиозные факторы	Некоторые религиозные учения и течения формируют негативное отношение их последователей к использованию цифровых технологий.	Низкая
Технологические факторы (Technology)	Описание влияния	Степень влияния
Изменения в инновационных трендах	Появление новых технологических и программных решений расширяет границы возможностей умных цифровых решений. В силу происходящих изменений в инновационных трендах, содержание ряда мероприятий проекта, а также его нормативно-методическое и правовое обеспечение требует постоянного совершенствования.	Высокая
Доля затрат государства на НИОКР	Низкая доля государственных затрат на НИОКР делает отечественный сектор ИТ-разработок малопривлекательным для ученых в силу низкого уровня оплаты труда и недостаточного развития инфраструктуры. В силу этого снижается качество и разнообразие отечественных электронных компонентов и программных продуктов, внедряемых в рамках ведомственного проекта.	Умеренная
Предложение (спрос) на рынке труда ИТ специалистов	Усиление спроса рынка труда на ИТ специалистов стимулирует государство к увеличению бюджетных мест на технических специальностях, финансированию профильных программ переподготовки и повышения квалификации (одно из мероприятий ведомственного проекта). Это, в свою очередь, поддерживает баланс рынка труда, формируя необходимый уровень предложения ИТ специалистов (кадровых ресурсов для реализации мероприятий проекта и его технической поддержки).	Высокая

Подводя итог проведенному анализу, можно отметить наибольшее влияние на реализацию проекта Минстроя России «Умный город» оказывает группа экономических факторов. Факторами, оказывающими сильное стимулирующее воздействие на реализацию проекта, являются: снижение налогообложения ИТ отрасли, рост городского населения и развитие инновационных трендов. Факторами, наиболее сильно замедляющими реализацию проекта, являются: законодательное регулирование

отрасли, экономические санкции, карантинные меры и падение рейтинга доверия к власти. Автор отмечает, что для успешного достижения целевых показателей проекта, исполнителям проекта необходимо заранее предусмотреть алгоритмы ответных действий на возникающие негативные факторы внешней среды.

Среди реализуемых в Российской Федерации ведомственных проектов федеральных органов исполнительной власти одним из наиболее близким к проекту Минстроя России

«Умный город» по направленности и содержанию является ведомственный проект Министерства сельского хозяйства Российской Федерации «Цифровое сельское хозяйство». Актуальность реализации проекта Минсельхоза России «Цифровое сельское хозяйство» объясняется повышенным вниманием со стороны федеральных органов исполнительной власти к развитию цифровой экономики в России [4].

Целью проекта Минсельхоза России «Цифровое сельское хозяйство» является цифровая трансформация сельского хозяйства посредством внедрения цифровых технологий и платформенных решений для обеспечения технологического прорыва в агропромышленном комплексе и достижения роста

производительности на «цифровых» сельскохозяйственных предприятиях в два раза к 2024 году. Срок реализации проекта «Цифровое сельское хозяйство»: с 1 января 2019 по 31 декабря 2024 года (шесть лет).

Для проведения сравнения проекта Минстроя России «Умный город» и Минсельхоза России «Цифровое сельское хозяйство», сначала необходимо определить положительные и отрицательные факторы внешней и внутренней этих проектов. В качестве методологического инструмента для выявления факторов внешней и внутренней среды проектов, автор работы принял решение использовать SWOT-анализ. Для этого построим таблицу SWOT анализа (таблица 2).

Таблица 2. SWOT-анализ проектов Минстроя России «Умный город» и Минсельхоза России «Цифровое сельское хозяйство»

	Проект Минстроя России «Умный город»	Проект Минсельхоза России «Цифровое сельское хозяйство»
Сильные стороны (S)	<p>Государственная финансово-экономическая поддержка проекта: средства федерального бюджета (1000 млн рублей), возможность получения дополнительных средств в рамках реализации федерального проекта «Формирование комфортной городской среды», возможность получения грантов РФПИ и ВЭБ. РФ, возможность использования механизма государственно-частного партнёрства;</p> <p>Участие в проекте крупнейших отечественных технологических компаний и государственных корпораций (ПАО «Росатом», ПАО «Ростех», ПАО «Ростелеком»);</p> <p>Экспертное и нормативно-методическое сопровождение проекта (создан «Федеральный центр компетенций» и «Банк решений умного города»);</p> <p>Охват всех субъектов Российской Федерации (85 региональных проектов);</p> <p>Связь с национальным проектом «Цифровая экономика» (использование «сквозных» технологий, кадры для цифровой экономики).</p>	<p>Государственная финансово-экономическая поддержка проекта: средства федерального бюджета (300 000 млн рублей), возможность использования механизма государственно-частного партнёрства;</p> <p>Инструменты целевого кредитования АО «Россельхозбанк» (банк предоставляет льготные кредиты для реализации государственных программ по развитию отечественного АПК), и финансовой аренды средств производства для АПК АО «Росагролизинг»;</p> <p>Наличие Аналитического центра Минсельхоза (собственный проектный офис);</p> <p>Наличие у Минсельхоза России учебно-опытных хозяйств (собственные площадки для тестирования технологических решений проекта);</p> <p>Экспертное и нормативно-методическое сопровождение проекта (создан «Центр компетенций по направлению цифровизации сельского хозяйства и обеспечения технологического прорыва в АПК») [8];</p> <p>Связь с национальным проектом «Цифровая экономика» (использование «сквозных» технологий, кадры для цифровой экономики).</p>
Слабые стороны (W)	<p>Ограничения для рынка зарубежных технологических решений (реестр российского ПО, государственная политика импортозамещения) [3];</p> <p>Неготовность инфраструктуры (социальных объектов, муниципалитетов, органов власти) к внедрению новых технологических решений умного города;</p> <p>«Лоскутная» реализация проекта (увеличение разрыва в социально-экономическом развитии между городами даже в границах одного субъекта).</p>	<p>Ограничения для рынка зарубежных технологических решений (реестр российского ПО, государственная политика импортозамещения);</p> <p>Неготовность инфраструктуры ряда сельскохозяйственных предприятий к цифровизации;</p> <p>Скачкообразное освоение внедряемых решений (постоянный спрос на с/х продукцию ограничивает участников проекта время для постепенного освоения технологий).</p>
Возможности (O)	<p>Привлечение частных инвестиций в проект (это обусловлено одним из мероприятий проекта);</p> <p>Усиление инвестиционной привлекательности регионов и муниципалитетов;</p> <p>Расширение сферы деятельности проекта (тиражирование апробированных решений за рубеж);</p>	<p>Привлечение частных инвестиций в проект (это обусловлено одним из мероприятий проекта);</p> <p>Усиление инвестиционной привлекательности отечественного АПК;</p> <p>Расширение сферы деятельности проекта (тиражирование решений за рубеж);</p>
Угрозы (T)	<p>Задержки по срокам реализации мероприятий проекта;</p> <p>Срыв контрактов с подрядчиками проекта;</p> <p>Угрозы информационной безопасности внедряемых решений (DDoS-атаки, вредоносное ПО, утечки персональных данных и др.)</p>	<p>Задержки по срокам реализации мероприятий проекта;</p> <p>Срыв контрактов с подрядчиками проекта;</p> <p>Угрозы информационной безопасности внедряемых решений (DDoS-атаки, вредоносное ПО, утечки персональных данных и др.)</p>

По результатам проведения SWOT-анализа, автор пришел к следующим выводам:

Каждый из представленных проектов обладает рядом собственных сильных сторон. Оба проекта схожи в наличии механизмов государственной финансово-экономической поддержки, наличии экспертной и нормативно-методической базы, а также связью с национальным проектом. Проект Минстроя России «Умный город». Некоторые сильные стороны проекта Минстроя России выделяют его в сравнении с другим проектом, например участие в проекте крупных технологических компаний и полный охват субъектов России. Однако ряд следующих сильных сторон проекта Минсельхоза России качественно отличает его от проекта Минстроя: наличие специальных кредитно-банковских учреждений (АО «Россельхозбанк», АО «Росагролизинг») по финансовой поддержке участников мероприятий проекта; Наличие собственного проектного офиса (Аналитический центр Минсельхоза России), а также ведомственной инфраструктуры (учебно-опытные хозяйства) для проведения пилотного тестирования технологических решений по цифровизации сельского хозяйства;

Слабые стороны обоих проектов практически схожи и в основном связаны с государственной политикой импортозамещения, неготовностью целевой инфраструктуры проектов к внедрению цифровых решений, а также с проблемными особенностями освоения «умных» решений;

Для обоих проектов факторы возможностей абсолютно идентичны в силу государственной (ведомственной) природы проектов и схожести их концептуальных направлений. Факторы угроз также идентичны для обоих проектов в силу их концептуальной направленности (цифровизация) и наличие общих проблем проектного менеджмента.

Подводя общий итог, можно утверждать, что по итогам проведенного анализа, исполнение проекта Минстроя России на сегодняшний день можно считать успешным. В рамках соотношения располагаемых средств и объема реализованных мероприятий, проект показывает высокую результативность. Конечную результативность и эффективность можно будет определить только по завершении проекта. Стоит подчеркнуть, что «умные города» формируют новое направление государственных инвестиций во многих странах мира — инвестиций в цифровизацию управления. Цифровые технологии могут подтолкнуть систему городского управления делать еще больше, но с меньшими затратами. Органам государственной и муниципальной власти необходимо найти правильную комбинацию технологий, инвестиций и политики, которая будет соответствовать как их собственным интересам, так и интересам граждан. Умные города — это уже не просто города, а центры инноваций, где у всех жителей возникает множество возможностей для участия в городской жизни и самореализации.

Литература:

1. Окинавская Хартия глобального информационного общества от 22 июля 2000 г. // Дипломатический вестник.— 2000.— № 8.— С. 51–54
2. Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. N204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» // Собрание законодательства РФ.— 2018.— № 20.— Ст. 2817.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 16 ноября 2015 г. № 1236 «Об установлении запрета на допуск программного обеспечения, происходящего из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // СПС «Консультант-плюс».
4. Ведомственный проект «Цифровое сельское хозяйство»: официальное издание.— ФГБНУ «Росинформагротех», 2019.
5. Концепция проекта цифровизации городского хозяйства «Умный город» // СПС «Консультант-Плюс».
6. Методика оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства в РФ // СПС «Консультант-Плюс».
7. Минстрой России представил результаты нового Индекса «IQ городов». — Текст: электронный // Официальный сайт Минстроя России: [сайт].— URL: <https://minstroyrf.gov.ru/press/minstroy-rossii-predstavil-rezultaty-tretego-indeksa-iq-gorodov/> (дата обращения: 01.02.2022).
8. На базе ФГБУ «АЦ Минсельхоза России» создан Центр Компетенций.— Текст: электронный // Официальный сайт АЦ Минсельхоза России: [сайт].— URL: <http://mcxas.ru/o-tsentre/novosti/1298> (дата обращения: 01.02.2022).
9. Паспорт ведомственного проекта Цифровизации городского хозяйства «Умный город» (ред. 16.09.2020) // СПС «Консультант-Плюс».
10. Умный город — концепция, технологии, перспективы развития.— Текст: электронный // Интернет-портал ROBOSAPINES: [сайт].— URL: <https://robo-sapiens.ru/stati/umnyi-gorod> (дата обращения: 01.02.2022).
11. Giffinger, R., Suitner, J. Polycentric metropolitan development: from structural assessment to processual dimensions / R. Giffinger, Suitner J. // European Planning Studies.— 2015 — № 23(6).— pp.1169–1186.
12. Vanolo A. Smartmentality: The Smart City as Disciplinary Strategy / A. Vanolo // Urban Studies.— 2014.— № 51(5).— pp. 883–898.
13. 68% of the world population projected to live in urban areas by 2050.— Текст: электронный // UN official website: [сайт].— URL: <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html> (дата обращения: 01.02.2022).

Региональная экономическая политика: проблематика понятийно-терминологической базы

Ефремова Екатерина Алексеевна, студент магистратуры

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

Анализ содержания основных подходов к определению понятия «региональная экономическая политика» в отечественной литературе, результаты которого отражены в статье, демонстрирует многоаспектность данного социально-политического феномена. Их критическое осмысление позволяет прийти к выводу о том, что причина данной ситуации кроется в учете в каждом конкретном случае исследования специфических теоретико-практических условий. В статье отмечено также, что большой разброс мнений относительно сути региональной экономической политики, во многом обуславливает отсутствие системного подхода к разработке практически значимых ее положений в регионах, а практика совершенствования региональной экономической политики должна опираться на развитие концептуальных положений.

Ключевые слова: регион, экономическая политика.

Любая социально-экономическая система нуждается в хорошо организованном управлении. В отношении государственного управления одной из ключевых его составляющих является региональная политика. Несмотря на все усилия по развитию экономики России и отдельных ее территорий, обещающего содержания множества принимаемых за последние двадцать пять лет программ, концепций и политик экономического развития, большая часть положений которых оказывалась декларативными, Российская Федерация продолжает оставаться сырьевым государством, а экономика ее во многом зависимой от мировой конъюнктуры. В таких условиях российским регионам крайне необходимо формирование и современной экономической политики, реализация которой способна переориентировать регионы на развитие конкурентных преимуществ, поддержку малого и среднего предпринимательства, привлечение инвестиций и развитие инноваций, развитие кадрового потенциала.

Значимые изменения в экономике России получить без развития экономической политики регионов невозможно. Формирование и воплощение последней в концептуальном плане, в свою очередь, существенно зависит от используемой понятийно-терминологической базы, в которой до настоящего времени не наблюдается единства.

Анализ источниковой базы демонстрирует множество вариантов трактовки понятия «региональная экономическая политика». С позиций широкого подхода региональная политика понимается как управление в целях поддержки сообществ, осуществляющих единую экономическую деятельность на ограниченной территории, реализуемое посредством специальных инструментов региональными, национальными или надгосударственными органами. Такое определение приводит, например, А. А. Угрюмова [4]. Сущностного содержания региональной экономической политики данная трактовка не раскрывает, является слишком общей, в потому сложной для восприятия. С позиций многих авторов региональная экономическая политика напротив, трактуется очень узко, затрагивая лишь отдельные стороны данного социально-политического феномена. Например, с позиции методологического подхода региональную экономическую политику определяет М. Ю. Джамалудинова, понимая под ней совокупность методов, которые

реализуются уполномоченными органами государственного управления в области экономического развития отдельных регионов в соответствии со стратегическими установками и целями [2]. Некоторые определения региональной экономической политики опираются именно на политическую ее сущность, понимая под нею отношения между социальными группами, ограниченные социально-территориальными рамками по поводу реализации властных полномочий в экономической сфере [3].

Многими авторами региональная экономическая политика определяется как составная часть государственной экономической политики, своего рода проекция государственной политики в сфере экономического развития на региональный уровень, учитывающая специфику регионального развития и социально-экономической ситуации конкретной территории. Такого подхода придерживается, например, Е. С. Устинович [8]. Данный подход воплощен был также в нормативной базе: как органическую часть общей социально-экономической политики государства, синтезирующей ее региональные аспекты, региональная политика определялась в Программе Правительства Российской Федерации «Реформы и развитие российской экономики в 1995–1997 годах» [1]. Сторонники данного подхода фактически лишают региональную экономическую политику самостоятельности, предлагая рассматривать ее как составную часть, частный случай экономической политики государства, носящий второстепенный, вспомогательный характер.

Другая группа исследователей региональную экономическую политику считают самостоятельной на том основании, что реализуется она с привлечением специализированных институтов, механизмов, ресурсов, особыми субъектами и по отношению к специальным объектам. Такого мнения придерживается, например, О. С. Сухарев [6].

В современной литературе часто встречаются расширенные трактовки «региональная экономическая политика». Например, Р. О. Угурчиева определяет ее как систему намерений и действий, воплощающих интересы государства в отношении регионов и интересы самих регионов, использует методы и средства, доступные на региональном уровне и оптимальные в отношении каждого отдельного региона в целях экономического регулирования [7]. Понимается она и как совокупность принципов формирования и изменения региональной струк-

туры общества, выявление интересов регионов с учетом специфики последних, установления их мест в общественном разделении труда, в также регламентации взаимоотношений между отдельными структурами регионов, между регионами и регионов с центром в целях достижения наилучших результатов экономического развития [5].

Следует указать также, что отдельными исследователями понятия «региональная экономическая политика», «региональная социально-экономическая политика» и «региональная политика» используются как синонимы. Такого подхода придерживается, например, А. В. Федякин [9]. Данный подход нельзя признать однозначно верным, поскольку содержание понятия «региональная политика» включает не только экономическую ее составляющую, но и иные виды специфичного государственного управления и регулирования, объединенные целями стабильного развития в соответствии с избранной стратегией, как-то региональная политика промышленная, инновационная, экологическая и т.д.

Таким образом, наблюдаемое в литературе многообразие подходов к трактовке понятия «региональная экономическая политика», несомненно, является следствием многоаспект-

ности, сложности и многогранности самой политики, многовариантности и динамичности ее составляющих. Кроме того, каждый исследователь, определяя цели и задачи изучения региональной экономической политики, стремится выделить существенные его стороны, позволяющие максимально полно раскрыть объект исследования. Именно поэтому региональная экономическая политика в современной литературе представляется в категориальных понятиях, конкретизируется применительно к специфичным теоретико-практическим условиям.

Присутствующие в литературе различия в подходах к пониманию сущности региональной экономической политики, неоднозначность его трактовки и большой разброс мнений относительно объема данной категории, во многом обуславливают отсутствие системного подхода к разработке практически значимых ее положений в регионах. Следовательно, практика совершенствования региональной экономической политики в России должна опираться на развитие концептуальных положений, выработку единых подходов к пониманию сущности и содержания региональной экономической политики, признаваемых как научным сообществом, так и представителями практики государственного регионального управления.

Литература:

1. О Программе Правительства Российской Федерации «Реформы и развитие российской экономики в 1995–1997 годах»: Постановление Правительства РФ от 28 апреля 1995 г. N439 // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1995. — N21. — Ст. 1966.
2. Алиев М. А., Акавова Г. К. Экономическое развитие субъектов Федерации и региональная политика // Региональные проблемы преобразования экономики. 2019. — № 1. — С. 82–87.
3. Джамалудинова М. Ю. Особенности управления экономикой на региональном уровне // Индустриальная экономика. — 2021. — № 3. — Т. 1. — С. 12–16.
4. Региональная экономика и управление: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — 2-е изд. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 477 с.
5. Региональная экономика: учебник для вузов / под редакцией Е. Л. Плисецкого. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 532 с.
6. Сухарев О. С. Региональная экономическая политика: структурный подход и инструменты // Экономика региона. — 2015. — № 2. — С. 9–23.
7. Угурчиева Р. О. Роль государственных институтов в реализации региональной социально-экономической политики // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020. — № 2. — С. 210–215.
8. Устинович Е. С. Актуальные проблемы региональной экономической политики в Российской Федерации // Инновации и инвестиции. — 2020. — № 3. — С. 329–331.
9. Федякин А. В., Федякин И. В. Региональная политика современного государства: основные подходы к определению целей и приоритетных направлений // Поиск: политика, обществоведение, искусство, социология, культура. — 2018. — № 2(67). — С. 40–52.

Элементы экономики знаний как фактор развития экономической политики регионов Сибирского федерального округа

Ефремова Екатерина Алексеевна, студент магистратуры

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

Анализ содержания элементов экономики знаний и достигнутых в ее практической реализации результатов на уровне регионов Сибирского федерального округа позволяет прийти к выводу о том, что недостижение последних является значимым фактором, сдерживающим рост региональной экономики. В статье высказана точка зрения, согласно которой в отношении субъектов Сибир-

ского федерального округа диверсификация источников доходов вузов, усиление исследовательской и предпринимательской деятельности, интеграция науки и высшего образования, переток знаний, а также выполнение ряда национальных проектов, в том числе и в области здравоохранения, позволит добиться положительных результатов реального практического воплощения принципов экономики знаний, что окажет положительное влияние на рост региональной экономики в целом.

Ключевые слова: регион, экономическая политика, экономика знаний, Сибирский федеральный округ.

Многоаспектный характер понятия «региональная экономика», сложность и многогранность ее содержания, позволяет констатировать многовариантность и динамичность ее составляющих. В современных условиях значимым фактором развития региональной экономики следует признать развитие экономики знаний, инновационного развития.

Будущее развитие России, как и отдельных ее регионов определяется возможностями трансформации существующей социально-экономической системы в экономику, основанную на знаниях и инновациях. Данная цель развития в явном виде постулирована в Инновационной стратегии 2020 г. [1], целевые показатели которой по итогам 2021 г. оказались недостижимы.

В частности, предполагалось, что к 2020 г. Россия войдет в первую десятку ведущих стран мира по индексу развития информационных технологий, однако этого пока не произошло, наша страна находится в конце списка из трех десятков других государств [4]. Явным фактом является то, то на фоне затрат на формирование человеческого капитала в развитых странах, практически все регионы России [3], в особенности регионы Сибирского Федерального округа в последние годы испытывают явное недофинансирование как из бюджетов, так и частным сектором, науки, высшего образования, здравоохранения.

Проблематично изыскивать средства из бюджета в условиях кризисного состояния экономики, усложненного пандемией Covid-19. Кроме того, вложения в каждую из названных сфер «квазиконкурентны» внутри бюджетов (как федерального, так и региональных), так как статьи на социальное развитие негласно долгое время считались менее приоритетными по сравнению, например, с затратами на оборону или масштабные инфраструктурные проекты. Между тем, вложения в названные сферы также способны ускорить динамику экономического роста в регионах РФ [2].

Экономика знаний, так же как иные типы экономического развития современных государств и регионов, требует вложений в различные отрасли, которые финансируются преимущественно из бюджетных средств. Структурно-стоимостной, функциональный, балансовый анализ таких затрат позволяет выявить, насколько обоснованными выглядят решения о пропорциях распределения финансовых средств на отдельные социальные сферы в рамках региональной экономики, а также выделить в числе экономических затрат регионов расходы на науку и высшее образование, оценить их значимость, возможность оказывать положительное влияние на рост региональной экономики в целом.

Важность отслеживания и контроля таких затрат на региональном уровне позволяет обосновать, почему регионы Сибирского федерального округа должны совершенствовать каналы перетока знаний, создавать адаптационные условия для при-

менения результатов инновационного развития и новых компетенций на предприятиях регионов. Поскольку собственные средства большинства региональных бюджетов Сибирского федерального округа на развитие научно-образовательного потенциала крайне ограничены, то перетоки знаний имеют перспективную возможность снизить остроту проблемы в регионах и активизировать инновационные процессы во всех субъектах Сибирского федерального округа.

Общие экономические предпосылки для инвестиционной деятельности регионов, повышения компьютерной оснащенности способны оказывать положительное влияние на динамику прироста подушевого валового регионального продукта. Эффективность этих вложений пока недостаточно высока, возможно, потому, что доля инвестиций, вкладываемая в инновационные производства в регионах Сибирского федерального округа пока существенно ниже, чем в традиционных отраслях.

Известно, что недофинансирование науки сказывается прежде всего на завершающих стадиях научно-производственных циклов, которые требуют значительных затрат на доработку прототипов, прежде чем предприятия регионов начнут внедрять продукцию или технологии. Переток знаний в сфере высшего образования между регионами Сибирского федерального округа, равно как и между регионами Сибирского федерального округа и иными субъектами России будет способствовать положительному темпу прироста валового регионального продукта на душу населения в регионах, т.е. интеграция науки и высшего образования перспективна для преодоления неоднородности в размещении научно-образовательного комплекса Сибирского федерального округа.

Доля компьютеров, подключенных к интернету в регионах России — один из ключевых целевых индикаторов регионального экономического развития в условиях становления экономики знаний и цифровизации [2]. Однако, влияние данного фактора, скорее оказывает экстенсивное воздействие на динамику роста экономики. Недофинансирование таких сфер современной региональной экономики в субъектах Сибирского федерального округа, как наука высшее образование, государственное здравоохранение (на фоне пропорций, наблюдаемых в развитых странах мира) не позволяет преодолеть критический порог вложений, который бы обеспечивал массовую абсорбцию знаний в инновации и экономический рост регионов. Вместе с тем базисные условия инвестирования — высокая норма накопления в валовый региональный продукт и технические условия для компьютеризации в условиях экономики знаний — стабильные факторы экономического роста.

В условиях ограниченности бюджетных ресурсов необходимо включение новых институциональных механизмов для повышения отдачи человеческого капитала в регионах Сибирского федерального округа, адаптации инноваций в реальном сек-

торе экономики. Предложения Правительства увеличить долю расходов на образование, науку и здравоохранение достаточно прогрессивны, но они должны быть сопровождаемы институциональными преобразованиями, которые смогут реально улучшить экономическую отдачу вложений в человеческий капитал.

Для субъектов Сибирского федерального округа на современном этапе необходима диверсификация источников доходов вузов, усиление исследовательской и предпринимательской деятельности для обеспечения роста внебюджетных источников финансирования высшего образования. Интеграция науки и высшего образования перспективна с точки зрения преодоления неоднородности в размещении научно-образовательного комплекса по субъектам Сибирского федераль-

ного округа, что частично можно компенсировать перетоком знаний, носителем которых выступает квалифицированный персонал разных уровней.

Выполнение ряда национальных проектов, в том числе и в области здравоохранения так же необходимо соотносить с реформированием системы здравоохранения, осуществлением социальных инноваций в страховой медицине. Реализация данных направлений в стратегическом планировании развития науки, высшего образования и инноваций в регионах Сибирского федерального округа позволит добиться положительных результатов реального практического воплощения принципов экономики знаний, что окажет положительное влияние на рост региональной экономики в целом.

Литература:

1. О стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р (ред. от 18 октября 2018 г.) // Собрание законодательства РФ. — 2012. — № 1. — Ст. 216.
2. Аганбегян А. Человеческий капитал и его главная составляющая-сфера «экономики знаний» как основной источник социально-экономического роста // Экономические стратегии. — 2017. — Т. 19. — № :3. — С. 66–79.
3. Мельников Р. М., Тесленко В. А. Оценка влияния человеческого капитала на экономическую динамику российских регионов // Регион: экономика и социология. — 2018. — № 1. — С. 93–115.
4. Россия в IT-рейтингах. 2022 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>.

Исследование процесса мотивации в организации и разработка путей его совершенствования

Жораева Жанар, студент магистратуры
Московская международная академия

Статья посвящена актуальной в настоящее время теме создание эффективной системы мотивации персонала приобретает особую значимость. Связано это, прежде всего, с возрастающей конкуренцией за профессиональные кадры, поскольку высококвалифицированные специалисты являются конкурентным преимуществом перед другими предприятиями. Мотивация персонала способствует повышению эффективности работы предприятия, что, в свою очередь, приводит к повышению качества оказываемых услуг. Без построения эффективной системы мотивации персонала компания обречена терять чистую прибыль.

Ключевые слова: мотивация персонала, кадровое управление, оплата труда, управление, руководитель, персонал.

The study of the motivation process in the organization and the development of ways to improve it

Zhorayeva Zhanar, student master's degree
Moscow International Academy

The article is devoted to the currently relevant topic of creating an effective system of staff motivation is of particular importance. This is primarily due to the increasing competition for professional personnel, since highly qualified specialists are a competitive advantage over other enterprises. Staff motivation contributes to the efficiency of the enterprise, which, in turn, leads to an increase in the quality of services provided. Without building an effective staff motivation system, the company is doomed to lose net profit.

Keywords: personnel motivation, personnel management, remuneration, management, manager, staff.

Термин «мотивация» происходит от слова «мотив». Слово «мотив» как существительное означает цель, как глагол — это слово означает переход к действию. Следовательно,

мотивы — это силы, которые побуждают людей действовать таким образом, чтобы обеспечить одновременное удовлетворение конкретной человеческой потребности. За каждым чело-

веческим действием стоит мотив. Следовательно, руководство должно мотивировать людей работать на организацию.

Мотивацию можно определить, как запланированный управленческий процесс, который побуждает людей работать в меру своих возможностей, предоставляя им мотивы, основанные на их неудовлетворенных потребностях. «Мотивация означает процесс побуждения людей к действию для достижения желаемых результатов». — Уильям Г. Скотт. «Мотивация — это процесс попытки повлиять на других, чтобы они

исполняли вашу волю с помощью возможности получения выгоды или вознаграждения». — Флиппо.

Фактически, мотивация — это нажатие правой кнопки для достижения желаемого человеческого поведения.

Мотивация, несомненно, является неотъемлемой частью любой Организации. Это психологический прием, который на самом деле выполняет планы и политику усилиями других.

На рисунке 1 приведены выдающиеся особенности концепции мотивации.



Рис. 1. Особенности концепции мотивации

Мотивация — это личное и внутреннее чувство: Мотивация — это психологический феномен, который возникает внутри человека.

Мотивация может быть положительной или отрицательной. Положительная мотивация стимулирует людей, в то время как отрицательная мотивация угрожает усилением сдерживающих факторов.

Мотивация основана на потребностях. Если нет потребностей отдельного человека, происходит сбой процесса мотивации.

Это поведенческая концепция, которая направляет человеческое поведение на достижение определенных целей.

Мотивация — это непрерывный процесс, поскольку человеческие потребности безграничны.

Мотивация — это спланированный процесс. Люди различаются своим подходом к процессу мотивации; поскольку ни-

какие два человека не могут быть мотивированы одинаково. Соответственно, мотивация — это психологическое понятие и сложный процесс.

Мотивация отличается от удовлетворенности работой. На рисунке 2 покажем процесс мотивации.

Мотивация — неотъемлемая часть процесса руководства. На рисунке 3 показаны факторы мотивации.

Управляя подчиненными, руководитель должен создавать и поддерживать в них желание работать для достижения поставленных целей:

1. Высокая эффективность. Хорошая мотивационная система высвобождает огромные неиспользованные резервуары физических и умственных способностей. Ряд исследований показал, что мотивация играет решающую роль в определении уровня успеваемости. «Слабо мотивированные люди могут



Рис. 2. Процесс мотивации



Рис. 3. Факторы мотивации

свести на нет самую здоровую организацию». Удовлетворяя человеческие потребности, мотивация помогает повысить продуктивность.

Лучшее использование ресурсов снижает эксплуатационные расходы.

Мотивация всегда целенаправленна. Следовательно, чем выше уровень мотивации, тем выше степень достижения цели;

2. Фирма, которая предоставляет возможности для финансового и личного роста, имеет лучший имидж на рынке труда. Люди предпочитают работать на предприятии из-за возможности развития и отзывчивого взгляда. Это помогает привлечь квалифицированный персонал и упрощает кадровую функцию;

3. Эффективная мотивация помогает преодолеть сопротивление изменениям и негативное отношение со стороны сотрудников, например, ограничение производительности. Довольные сотрудники проявляют интерес к новым целям организации и более восприимчивы к изменениям, которые руководство хочет внести для повышения эффективности операций;

4. Эффективная мотивация создает удовлетворение от работы, что приводит к теплым отношениям между работодателем и сотрудниками.

Сокращаются трудовые споры, невыходы на работу и текучесть кадров с соответствующими выгодами. Мотивация помогает решить центральную проблему управления — эффективное использование человеческих ресурсов. Без мотивации работники могут не прилагать максимальных усилий и могут искать удовлетворения своих потребностей за пределами организации.

Успех любой организации зависит от оптимального использования ресурсов. Использование физических ресурсов зависит от способности работать и желаний работать сотрудников. На практике проблема не в способностях, а в отсутствии необходимой воли к работе. Мотивация — главный инструмент для построения такой воли. Именно по этой причине Ренсис Лайкерт сказал: «Мотивация — это ядро управления». Это ключ к действию менеджмента.

Мотивированные сотрудники необходимы на наших быстро меняющихся рабочих местах. Такие сотрудники помогают организациям выжить.

Мотивированные сотрудники более продуктивны. Чтобы быть эффективными, менеджеры должны понимать, что мотивирует сотрудников в контексте выполняемых ими ролей. Из всех функций, которые выполняет менеджер, мотивация сотрудников, пожалуй, самая сложная. Отчасти это связано с тем, что мотивация сотрудников постоянно меняется. Например, исследования показывают, что по мере роста доходов сотрудников деньги становятся все менее мотивирующим фактором. Кроме того, по мере того как сотрудники становятся старше, интересная работа становится все более мотивирующей.

В свое время наемные работники считались просто еще одним вкладом в производство товаров и услуг. То, что, возможно, изменило этот образ мышления о сотрудниках, было исследованием, называемым исследованиями Хоторна, проведенным Элтоном Майо с 1924 по 1932 год. Это исследование показало, что сотрудники мотивированы не только деньгами, а поведение сотрудников связано с их отношениями. Исследования Хоторна положили начало подходу к управлению человеческими отношениями, в соответствии с которым потребности и мотивация сотрудников становятся основным фокусом менеджеров.

Первые подходы к пониманию человеческой мотивации появились в IV веке до н.э., когда греческие философы ссылались на концепцию гедонизма как на главную движущую силу поведения. В конце XIX века проблема мотивации начала анализироваться в психологии. Джеймс и Макдугалл утверждали, что мотивация инстинктами важна для человеческого поведения. Одним из таких инстинктов была коммуникация. Позже другие психологи, такие как Торндайк и Халл заменил теории инстинктов концепцией обучения из прошлого в мотивированном поведении. В то же время организационные исследователи, такие как Тейлор, были сосредоточены на научном менеджменте с использованием измерения и оплаты в качестве движущих сил производительности и мотивации. Вопреки этой точке зрения, такие социологи, как Майо, Барнард, Ротлисбергер и Диксон представили социальные потребности как мотивационный фактор. Мэйо утверждал, что работников можно мотивировать, признавая их социальные потребности и заставляя их чувствовать себя важными в рамках своей социальной системы. В результате сотрудникам была предоставлена свобода



Рис. 4. Пирамида потребностей Маслоу

принимать решения на рабочем месте, и больше внимания уделялось неформальным рабочим группам.

В 1950-х годах начали появляться теории содержания, подчеркивающие индивидуальные потребности. Например, Маслоу разработал иерархию потребностей, состоящую из пяти иерархических классов (Рисунок 4).

Согласно его теории, индивиды мотивируются неудовлетворенными потребностями. Потребности более низкого уровня, например, связанные с физиологическими факторами и факторами безопасности, должны быть удовлетворены до того, как будут удовлетворены потребности более высокого уровня (чувство принадлежности, самоуважение и самоактуализация).

Потребности, связанные с принадлежностью, были названы третьим уровнем Пирамида Маслоу. Эти потребности удовлетворяются через удовлетворительные отношения — связи с различными людьми, с которыми взаимодействуют индивиды, что подразумевает принятие их другими.

Высокая потребность в аффилиации указывает на то, что человек сильно мотивирован получать одобрение от других, соответствовать внешним ожиданиям и избегать конфликтов и конфронтации. Однако было обнаружено, что люди с низкой потребностью в аффилиации более подходят для принятия решений, поскольку их выбор и действия при распределении ресурсов не обусловлены личным желанием избежать конфликта или заслужить одобрение.

Макклелланд предположил, что люди обычно обладают несколько часто конкурирующими потребностями, которые служат мотивацией поведения при активации.

Другие теории, основанные на содержании, принимают во внимание содержание работы, которую делает человек. Например, теория Херцберга и теория Хэкмана и Олдхэма предполагают, что определенные особенности работы могут влиять на мотивацию или демотивацию сотрудников. Согласно концепции Герцберга, человеческие отношения связаны с гигиеническими факторами, которые могут только уменьшить неудовлетворенность сотрудников. Однако среди мотивационных факторов есть признание и продвижение, которые также имеют некоторый социальный аспект. Начиная с середины 1960-х годов появился новый подход к изучению трудовой мотивации,

который рассматривал трудовую мотивацию с динамической точки зрения.

Теория процессов пыталась объяснить, как люди иницируют, направляют и поддерживают свою мотивацию. Одной из таких концепций является теория справедливости Адамса, которая утверждала, что люди ожидают баланса между своим вкладом и результатом, который они получают. Они сравнивают свое положение с другими подобными индивидами и если есть неравенство, они корректируют свое поведение, чтобы уменьшить это неравенство. Теория справедливости является производной от теории социального обмена, поскольку работник сравнивает свое отношение затрат/результатов с воспринимаемыми отношениями других. Мотивация ваших сотрудников жизненно важна для любого бизнеса.

Мотивированная рабочая сила означает высокоэффективный персонал, который поможет достичь любых бизнес-целей. И это должно быть главной целью в организационном и бизнес-плане. Прежде чем, построить мотивационную стратегию, первый шаг, который нужно сделать, — это понять, что мотивирует сотрудников. То, что приводит их к максимальной производительности, лучше поможет разработать программы, которые одновременно мотивируют и удерживают лучших сотрудников для бизнеса. Хотя не каждый сотрудник будет мотивирован одним и тем же, сосредоточение внимания на списке ключевых мотивирующих программ может помочь.

Данный план может включать в себя все: от денежных стимулов, поощрений, создания программ, поддерживающих баланс между работой и личной жизнью до простого создания веселой, непринужденной офисной обстановки. Возможности безграничны, а награда существенна. Программы стимулирования сотрудников — это один из самых простых способов стимулирования рабочей силы. Хотя не каждая программа должна быть денежной по своей природе.

Например, если у предпринимателя ограниченный бюджет, конечные результаты одинаковы: сотрудники становятся более мотивированными, когда их признают и вознаграждают за хорошую работу. Эти типы программ могут включать в себя все, что угодно, от бонусов, наградных признаний, таких как «Сотрудник месяца», до выделения сотрудников на корпоративных веб-сайтах. Все это позволит сотрудникам чувствовать себя

связанными с частью успеха бизнеса. Сотрудники хотят чувствовать, что они хорошо справляются со своей работой. Они ищут личной обратной связи от своих менеджеров. Это также должно включать конструктивную критику, необходимую для решения проблем и оказания помощи сотрудникам в более эффективном выполнении их работы.

Четыре наиболее важных показателя — это факторы, которые в некоторой степени поддаются изменению. Например, расширение возможностей для обучения, улучшение физических условий труда и окружающей среды за счет улучшения физических структур, оборудования и материалов может помочь улучшить эти важные условия труда (Рисунок 5).



Рис. 5. Четыре наиболее важных показателя

Другие сильно диссонирующие факторы (более 40% диссонанса) включали возможность продвижения по службе, хорошие пособия по трудоустройству, время для семейной жизни, хороший доход и проживание в хорошем месте. Удовлетворенность очень динамична по своей природе, и каждый фактор оказывает различное влияние на мотивацию сотрудников.

Следовательно, для организации важно поддерживать запас и состав факторов, влияющих на мотивацию сотрудников и удовлетворенность работой, с тем чтобы своевременно принимать правильные меры, позволяющие противостоять конкуренции. Это привело к высокому уровню ответственности HR организации за обновление себя с текущим уровнем удовлетворенности и мотивации среди сотрудников для обеспечения необходимого уровня приверженности.

Мотивация исходит изнутри индивида, побуждая его к действию.

Мотивация — это функция индивидуальной воли. Люди мотивированы неудовлетворенными потребностями, и эти потребности отличаются от человека к человеку.

Потребности людей определяются их уникальным набором обстоятельств, их системой ценностей и убеждений, семейным происхождением, образованием, опытом работы и индивидуальными стилями личности.

Мотивация включает в себя четыре цели:

- 1) понимание концепции мотивации;
- 2) оценка подхода к мотивации сотрудников;
- 3) определение роли менеджера в процессе мотивации;
- 4) применение мотивационных техник (создание среды);
- 5) измерение успеха (рисунок 6).



Рис. 6. Четыре цели мотивации

Таким образом, мотивация напрямую связана с моральным духом, то есть отношением индивидов и групп к своей работе, окружающей среде, управлению и организации в целом.

Система мотивации персонала — одна из базовых составляющих системы управления организацией. Цели и методы мотивации непосредственно зависят от миссии и стратегии организации, взаимоотношений между владельцами и наёмным персоналом, используемого стиля управления. Раз-

личный характер идеологических основ организации, соотношение идеологии и практики управления определяют соотношение используемых материальных и нематериальных стимулов, использование поощрений и наказаний и т.п.

На мотивацию сотрудников любой организации действуют многочисленные факторы как внутриорганизационного происхождения, так и внешние.

Литература:

1. Ларри Б. Исполнение. Система достижения целей. — М.: Альпина Паблишер, 2018. — 689 с.
2. Статья «Мотивация». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://joor.me/print/filosofia-zizni/20> (дата обращения: 06.04.2021)
3. Дудка В. Д. Менеджмент качества в области высокотехнологичных производств. — М.: Финансы и кредит, 2017. — 238 с.
4. Аванесов Г. А. Общество. Личность. Мотивация. Исследования криминолога. — М.: Юнити-Дана, 2015. — 264 с.
5. Ветлужских Е. М. Оплата труда. Инструменты. Методики. Практика: моногр. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 152 с.
6. Статья «Эффективность управления персоналом». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://infopedia.su/7x3fbc.html> (дата обращения: 07.02.2022)
7. Статья «Методы управления персоналом». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://econom-lib.ru/4-12.php> (дата обращения: 07.02.2022)

Влияние экономических рисков на процесс обеспечения качества услуг в сфере транспорта

Иванов Артем Владимирович, аспирант;
Салтыков Дмитрий Александрович, студент
Российский университет транспорта (МИИТ) (г. Москва)

На отечественном пространстве достаточно часто игнорируют риски при управлении качеством на транспорте. До настоящего времени данное понятие применялось только к техногенной сфере. Процветание предпринимательского дела подтолкнуло к изучению вопросов оценки и управления риском, их взаимосвязи. Особенно остро это наблюдается в финансовой и экономической сфере, где вероятность столкнуться с рисками увеличена.

Ключевые слова: управление качеством, транспорт, риски, экономическая безопасность, транспортное обслуживание, экономический анализ, управление рисками.

В экономике риском называют неблагоприятные события, моменты наступления опасности, которые ведут к конкретным последствиям с неисчислимым ущербом. Ущерб — это негативное последствие риска, которое несет в себе социальный, финансовый, экологический характеры. В числовом эквиваленте — это средние потери за отдельно взятый период времени.

Риск присутствует во всех существующих сферах деятельности, однако при правильном выполнении функций, обязанностей, он может не реализоваться. Когда наступает событие, которое можно назвать рискованным, то за ним следуют возникновение ущерба, или отрицательного экономического результата. Если риск не реализовывается, то возникает положительный экономический результат. Это диаметрально противоположное явление ущерба, которое можно вычислить уровнем прибыли от нормальной реализации профильной деятельности.

Нужно постоянно учитывать возможные риски в тех случаях, когда принимаются решения производственного или управленческого характера. Объясняется это наличием неопределенности, в складывающихся внешних и внутренних условиях по отношению к объекту хозяйствования. На степень риска могут влиять экономические, политические, природные и социальные факторы. От них практически невозможно защититься на сто процентов. И чем больше неопределенность какой-либо ситуации, тем больше и степень риска. Она может зависеть от различных факторов: наличия информации, случайности, природных происшествий и социальных событий.

Если серьезнее углубляться в понятие рисков, то можно заметить невероятное разнообразие их видов.

Рассмотрим взаимосвязь видов экономических рисков, встречающихся в сфере транспорта, с ключевыми показателями качества транспортного обслуживания грузовладельцев.

– производственный риск. Этот тип риска напрямую связан с ключевой функцией транспорта — с грузовыми перевозками. Сюда же можно добавить пассажирские перевозки, перегрузочные работы, хранение продукции, ремонт и прочие процессы, которые напрямую связаны с транспортировочной функцией.

В данном случае производственный риск связан в первую очередь с техническим состоянием транспортных средств. Все понимают, что любая деталь, даже самая прочная, постепенно изнашивается, и требует замены. В транспортной сфере на территории России чувствуется тенденция увеличения количества транспорта, который изнашивается.

Решение этой проблемы довольно простое. Организация производственных процессов, непрерывное снабжение ресурсами и деталями, топливом и так далее. Это материалы, обеспечивающие гарантию того, что транспортное средство будет функционировать нормально, соответственно риски уменьшатся. Однако из-за существенного увеличения цен на все ресурсы, эффективность транспорта начинает падать. Поэтому рекомендуется заранее создать взаимосвязи с поставщиками ресурсов и деталей, чтобы не нарушать динамику работы транспорта, при этом долгосрочная перспектива сотрудничества в данном аспекте намного выгоднее, чем решение проблемы по факту, на месте.

Нельзя исключать вероятность форс-мажорных обстоятельств. Это ситуации, которые невозможно предусмотреть, они возникают резко и спонтанно, создавая риски пассажирам, рабочему персоналу транспорта, транспорту и продукции, если это промышленная перевозка. Именно износ деталей, пренебрежение этим существенно увеличивает форс-мажорную обстановку.

Чрезвычайные ситуации — это ситуации аналогичного характера, как и форс-мажор, однако с гораздо большим уровнем рисков. Он характерен катастрофами, диверсиями, негативными обстоятельствами разного рода и реализуются в виде отрицательных последствий.

Таким образом, основные последствия от производственного риска, влияющие на процесс управления качеством транспортного обслуживания грузовладельцев, можно выделить следующие:

- убытки от аварий и крушений. Они возникают в основном, когда не выполнен показатель качества — безопасность перевозок;
- штрафные санкции, возникающие вследствие невыполнения таких показателей качества как: СД, СГ, УС, РГ, КО. Например, из-за технического состояния транспорта (вовремя не была произведена диагностика) произошла вынужденная остановка, срок доставки грузов был смещен, и как следствие на транспортную компанию были наложены штрафные санкции за невыполнение нормативных сроков доставки;
- потеря потребительского рынка в обслуживании, которая образовалась как итог всех вышеперечисленных последствий. Вызвана, в первую очередь, нарушением упомянутых показателей качества.
- инновационный риск. Это отрицательные последствия после внедрения новых правил, методик, функционала. Суть

в том, что инновационный риск чаще всего возникает, когда нововведения частично или полностью нарушают ранее сбалансированную действующую систему. Несмотря на внушительный ущерб подобного риска, если он был реализован, предприниматели все равно регулярно стараются внедрить в собственное производство новые технологии, правила и устои, с желанием получить лучший, более эффективный процесс.

Основные последствия в области управления качеством от данного вида риска следующие:

- ухудшение работы транспорта по перечисленным показателям качества (в случае неэффективности внедряемых инноваций), и как следствие — неоправданные расходы для транспортной компании. Например, предприятие вкладывает некоторую сумму на разработку и внедрение инновационной технологии для улучшения показателя качества — скорости и сроков доставки грузов. При отсутствии положительного эффекта данное действие является нецелесообразным и приводит к дополнительным убыткам.

- коммерческий риск. В первую очередь коммерческий риск связан с изменениями объема спроса, что приводит к колебаниям объемов перевозок. Транспортные предприятия часто взаимодействуют с различными партнерами, предприятиями других видов транспорта и клиентами. Данное сотрудничество увеличивает вероятность реализации коммерческих рисков, т.к. какой-либо из компаньонов может оказаться недобросовестным или несостоятельным.

При транспортных перевозках велика вероятность имущественных рисков, связанных со снижением качества груза и его потерей. К возможным причинам данных рисков относятся дефекты упаковки, неправильное размещение груза, резкое маневрирование и торможение, воздействие влаги и т.д.

Последствия в области управления качеством следующие:

- штрафные санкции по перечисленным показателям качества. В случае с невыполнением показателя СД — штрафы за просрочку, СГ — штрафы за несохранность груза, УС, РГ и КО — штрафы за нарушение договорных условий перевозки.
- потеря потребительского рынка, которая возникает как следствие невыполнения всех перечисленных показателей качества. Например, при неполноценном удовлетворении спроса на перевозки (УС) падает общий спрос на услуги транспортной компании, и рынок ее постоянных потребителей значительно сужается.
- финансовый риск. Данный риск, в основном связан не с самим транспортом, а с предприятием, которое им владеет. Финансовый рынок — возможность потери финансов, обесценивание ценных бумаг и так далее. В первую очередь, это денежный ущерб, который зависит от разнообразного количества факторов, начиная от колебания курса рубля, заканчивая структурными изменениями или сменой вектора развития.

На показатели качества у финансового риска прямого влияния нет. Однако он имеет влияние на стоимость перевозок и уровень затрат, связанных с обеспечением качества. Чаще всего при повышении качества, конечно же, стоимость перевозок и уровень затрат на них растет, что связано с ростом

курса валют, действием инфляции, изменением величины транспортных тарифов и т.д.

– внешнеэкономический риск. Это полноценная комбинация всех рисков с единственным упоминанием — грузоперевозка осуществляется за пределами страны. Один из специфических рисков — это страновой, который полностью зависит от страны, в которую въезжает транспорт или проезжает дальше. Здесь увеличивается влияние геополитического фактора, деятельности государства и ее взаимоотношений со страной-производителем. При осуществлении внешнеэкономической деятельности большая роль принадлежит разработке маркетинговой стратегии транспортного предприятия. Возникающие маркетинговые риски — неполное представление о конъюнктуре страны, куда въезжает транспорт.

Последствия внешнеэкономического риска на процесс управления качеством:

– отрицательный экономический результат от деятельности транспортного предприятия связан со всеми перечисленными показателями качества. Например, в случае закрытия границ пострадает показатель качества УС: предприятие теряет потенциальную прибыль, которую он мог бы получить за реализацию транспортных услуг для зарубежных грузовладельцев или при запросе на перевозку груза за рубеж, что негативно скажется на его деятельности.

– потеря потребительского рынка в обслуживании. И как логичное следствие, из-за внешнеэкономического риска какая-то часть потребителей внешнего рынка будет потеряна по упомянутым ранее причинам.

– социальный риск. Данный тип риска целиком и полностью зависит от человеческого фактора — подбор несоответствующих кадров для работы, не совестные работники и т.д. Специфика транспортной отрасли накладывает свой отпечаток на условия и режим труда. Поэтому социальные риски в процессе производственной деятельности на транспорте значительно повышаются.

Основные последствия на процесс управления качеством следующие:

Литература:

1. Иванов, А. В. Финансовые проблемы повышения качества транспортного обслуживания грузовладельцев [Текст] / А. В. Иванов, А. А. Бобунова // Молодой ученый. — 2019. — № 22. — С. 528–530.
2. Соколов, Ю. И. Методы экономической оценки и инструменты повышения качества обслуживания грузовладельцев при взаимодействии транспортных компаний / Е. В. Рогова, Ю. И. Соколов, И. М. Лавров. — РУТ (МИИТ), 2019. — 250 с.
3. Соколов, Ю. И. Экономическое обоснование создания интегрированного информационного пространства взаимодействия транспортных компаний и клиентов: монография / О. В. Ефимова, Ю. И. Соколов, И. М. Лавров. — РУТ (МИИТ), 2019. — 100 с.
4. Соколов, Ю. И. Экономико-математическая модель зависимости объема перевозок от качества обслуживания грузовладельцев / Ю. И. Соколов, И. М. Лавров, М. В. Ишханян // Транспортное дело России. — 2021. — № 1. — С. 83–86.
5. Юсупова О. А. Проблемы диджитализации в банковском секторе // Цифровая трансформация в экономике транспортного комплекса: сборник научных трудов / под общ. ред. О. В. Ефимовой, Л. А. Каргиной. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 374 с. С. 366–369.

– ухудшение работы транспорта по перечисленным показателям качества (в случае нехватки рабочей силы и профессиональной непригодности). Например, полнота удовлетворения спроса на перевозки может быть значительно снижена, если будет не хватать квалифицированных кадров в сфере реализации транспортных услуг, и как следствие объем не вывезенных грузов из заявленного к перевозке их общего объема будет расти. По этой же причине может пострадать и безопасность перевозок. Из-за нехватки рабочей силы, могут участиться случаи брака в работе.

– экологический риск. Его можно анализировать с двух сторон — как проявление сил природы в момент функционирования транспорта. С другой стороны, диаметрально противоположный эффект, где уже производственная активность негативно влияет на природу. Если риски этого типа будут реализованы, то это приведет к существенному ущербу и природе, и производственному процессу. Данный вид риска может проявиться спустя довольно длительный период времени, на это стоит обращать внимание. А также ему присуща неопределенность, так как в перспективе может трансформироваться оценка рисков. Определить масштабы реализованного риска можно через стоимость восстановительных работ.

В части управления качеством данный риск имеет следующие последствия:

– возникновение убытков, возникших вследствие невыполнения таких показателей качества как СГ, БП, ЭК. В первую очередь из-за экологического риска страдает сохранность грузов, что в дальнейшем влечет за собой штрафные санкции. Безопасность перевозок также зависит от степени данного риска. Например, в случае буйства природы (например, выпадения климатических осадков в значительном объеме), могут случиться какие-либо аварии на железнодорожном транспорте, что приведет к дополнительным затратам. Убытки, связанные с восстановительными работами по причине экологических катастроф, возникают, когда транспортной компанией нарушены правила соблюдения нормативных экологических норм при эксплуатации транспортных средств и инфраструктуры.

Равный доступ к государственной службе как механизм реализации участия граждан в управлении государством

Киржаев Игорь Васильевич, студент магистратуры;

Оденбах Иван Иванович, студент магистратуры

Орский филиал Московского финансово-юридического университета МФЮА

В статье авторы пытаются выявить ограничения конституционного права граждан на равный доступ к государственной службе.

Ключевые слова: государственная служба, конкурс на замещение вакантной должности, ограничения.

Право на равный доступ к государственной службе закреплено в статье 32 Конституции РФ и вытекает из природы демократического правового государства, которая подразумевает наличие формально закрепленной возможности участия граждан в управлении государством. В Конституции указано, что народ может осуществлять свою власть как непосредственно, так и через органы государственной власти и местного самоуправления.

Исходя из определения данного в Федеральном законе «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 N79-ФЗ, Государственная гражданская служба Российской Федерации — вид государственной службы, представляющей собой профессиональную служебную деятельность граждан Российской Федерации на должностях государственной гражданской службы Российской Федерации по обеспечению исполнения полномочий федеральных государственных органов, государственных органов субъектов Российской Федерации, лиц, замещающих государственные должности Российской Федерации, и лиц, замещающих государственные должности субъектов Российской Федерации. Государственная гражданская служба Российской Федерации подразделяется на федеральную государственную гражданскую службу и государственную гражданскую службу субъектов Российской Федерации.

На гражданскую службу вправе поступать граждане Российской Федерации, достигшие возраста 18 лет, владеющие государственным языком Российской Федерации и соответствующие квалификационным требованиям, установленным настоящим Федеральным законом. К квалификационным требованиям относятся требования к уровню образования, стажу гражданской службы или работы по специальности, направлению подготовки, знаниям и умениям, которые необходимы для исполнения должностных обязанностей.

Согласно ст. 16 Федерального закона «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 N79-ФЗ: гражданин не может быть принят на гражданскую службу, а гражданский служащий не может находиться на гражданской службе в случае осуждения его к наказанию, исключающему возможность исполнения должностных обязанностей по должности государственной службы, по приговору суда, вступившему в законную силу, а также в случае наличия не снятой или не погашенной в установленном федеральным законом порядке судимости.

Однако в реализации этого права есть такой подводный камень, как судимость родственников, особенно в близком род-

стве. Комбу В. С. рассматривает это явление как аналог института ограничений прав, связанных с наличием судимости у конкретного лица, как в уголовном, так и в ином другом законодательстве. Он говорит, что данный аналогии присутствовали и в Царской России. Еще Уголовное Уложение России 1903 г. Предусматривало запрет на проживание ранее судимых лиц в определенных местностях, ограничивало право выбора места жительства в столице, губернских городах и др. нередко эти запреты касались и членов семьи осужденного. Не секрет, что эти аналогии и стереотипы действуют, когда на работу оформляются близкие родственники осужденных лиц. Законодательные ограничения на занятие должностей лиц, близкие родственники которых привлекались к уголовной ответственности отсутствуют, но в качестве причин для отказа могут быть названы любые иные основания. В ряде случаев вы просто не сможете установить, что истинной причиной отказа в приеме на работу является факт привлечения к уголовной ответственности, например, вашего отца [3, с. 159].

Представители работодателя, которые имеют неосторожность или смелость уточнить истинную причину отказа, называют это сложившейся практикой. Хотя в нашей правовой системе судебная или иная юридическая практика не являются источником права. К тому же акты, перечисленные в Федеральном законе «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 N79-ФЗ как источники норм, регулирующих поступление, прохождение и прекращение государственной гражданской службы такого ограничения не содержат. В данном случае представитель работодателя, как минимум, может воспользоваться возможностью расширенно толковать такую формулировку, как: «Иные ограничения, связанные с поступлением на гражданскую службу и ее прохождением». Как максимум, использовать еще одну возможность дать претенденту на конкурсный отбор субъективную оценку его квалификации, т.е. представитель нанимателя может указать, что счел ваш опыт и знания и умения недостаточными.

Оформить подобный отказ в пределах действующего законодательства и нарушить право гражданина на равный доступ к государственной службе помогает 2 фактора:

- 1) Невершенство и недоработанность законодательства в данной сфере;
- 2) Ненадежность гарантий защиты данного конституционного права.

Конкурс на замещение вакантной должности государственной гражданской службы проводится в 2 этапа. На первом этапе конкурса это подача документов на участие в конкурсе,

в т.ч. и анкетных данных, содержащих библиографические сведения. Данный этап, по существу, проводится представителем нанимателя. Именно он определяет, кого из числа претендентов следует определить в категорию «кандидатов». Нетрудно заметить, что уже на этом этапе конкурса претендентам уже не гарантируется конституционное право на равный доступ к государственной службе, включая и субъективную оценку наличия судимости близких родственников (данные вопросы прописаны во всех анкетах на государственную службу). Формально претендент информируется представителем нанимателя в письменной форме о причине отказа в участие в конкурсе, которая звучит как несоответствие квалификационным требованиям к вакантной должности, которая также производится на субъективной основе представителем нанимателя или уполномоченным им лицом.

Данный фактор ведет за собой нарушение еще одного конституционного права, предусмотренного статьей 19 Конституции РФ и представляет собой дискриминацию по признаку происхождения, так как родство устанавливается происхождением. Исключения составляют такие члены семьи как супруги. Однако их можно отнести к социальному положению. В этих аспектах есть различие. Если супруга человек выбирает, т.е. своим волевым актом решает связать свое положение с противоправным элементом, то свое происхождение человек контролировать не в силах. Так как сделанный выбор — характеристика человека, а неподконтрольные ему факторы лишь переменные в его судьбе.

Отказ в принятии на государственную службу, основанный на судимости близких родственников, также нарушает принцип персональной ответственности в уголовном праве. По УК РФ наказание за преступление несет только виновное, в той или иной форме проявления вины, лицо.

Ненадежность гарантий защиты данного конституционного права состоит в следующем. Конечно, претендент за замещение вакантной должности государственной гражданской службы, не допущенный к участию во втором этапе конкурса, вправе обжаловать это решение, воспользовавшись правом на судебную защиту. Однако пока претендент только начнет отстаивать свое право на равный доступ к государственной службе в судебных инстанциях, второй этап конкурса уже завершится, а его победитель займет вакантную должность гражданской службы [2, с. 18].

Не последнюю роль играет низкая эффективность правосудия, недоверие народа к судам. Граждане обращаются в суды крайне редко, т.к. боятся продолжительных судебных тяжб, предвзятого рассмотрения дела. А в случае, если вам было отказано в принятии на вакантную должность в суде и вовсе предвзятость, единственное, что ассоциируется с судебной за-

щитой права. Судебная защита права граждан на равный доступ к государственной службе в судебном порядке не является распространенным способом защиты [1, с. 102].

К вышеуказанным фактам можно добавить низкую гражданскую позицию граждан России, которая свойственна нашему менталитету. За столетия у нас выработался рефлекс, что мы не сможем отстоять свои права, если их нарушителями являются представители государства. Логично предположить, что данный факт является немаловажной причиной неработоспособности гарантий в области защиты конституционного права на равный доступ к государственной службе. По этой причине большинство людей, у которых имеются близкие родственники, привлекаемые к уголовной ответственности, изначально отвергают мысль, что могут связать свою жизнь с государственной службой. Поэтому одним элементом из того комплекса мероприятий, которые могут решить эту, да и множество других проблем правовой и политической сферах, можно назвать воспитание гражданской позиции у наших граждан. Сейчас люди постепенно начинают первые шаги в этом направлении, но так как это происходит индивидуально, интуитивно и хаотично, то исправлением ситуации это назвать нельзя. К тому же этот процесс будет более «безболезненным», если будет исходить от государства.

Вторым элементом в механизме исправления сложившейся практики является максимальное исключение субъективных факторов в проведении конкурса на замещение вакансии государственной службы. То есть, исключить возможность представителя нанимателя в одностороннем порядке влиять на состав претендентов. Возможно, это будет электронная регистрация претендентов и последующее их прямое общение уже с комиссией, уполномоченной принять решение. При этом, в анкетных данных следует оставить графу только о наличии судимости непосредственно претендента. К тому же следует отменить право представителя нанимателя не проводить конкурс на замещение должности государственной службы. Это будет бюрократическое усложнение ситуации, но поможет избавиться от неправомерно сложившейся практики. Спустя некоторое время при наличии некоторого количества прецедентов, можно будет продумать упрощение процедуры. Уменьшение влияния субъективных факторов на кадровый состав государственных служащих поможет также искоренить такое проявление коррупции, как устройство на службу по знакомству.

Третий элемент — это совершенствование судебной системы, воспитание непредвзятости судей и т.д. однако сколько бы правых актов, направленных против коррупции, не издавалось, пока в нашей стране не будет правового воспитания и высокой гражданской позиции, все они будут работать наполовину.

Литература:

1. Артюхов В. С. Проблемные аспекты замещения должностей государственной гражданской службы // «Вестник Омского юридического факультета» 2018 № 1 (12), стр. 18.
2. Афанасьева С. А. Право граждан на равный доступ к государственной службе в современной России. // «Образование и право» № 11 2018, стр. 102–103
3. Комбу В. С. Правовые последствия судимости. // Вестник Тувинского государственного университета. Социальные и гуманитарные науки. 2018, стр. 159.

Конкуренция на рынке банковских услуг: проблемы и тенденции развития

Мамедов Байрам Измирович, студент магистратуры
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В нижеследующей статье приводится попытка авторов отразить, с одной стороны, современное состояние конкуренции на рынке банковских услуг России, с другой — представить вероятные тенденции развития конкуренции в данном секторе.

Ключевые слова: банковский сектор РФ, конкуренция, Сбербанк, ВТБ

Есть разные подходы к определению понятия «конкуренция». Исторически, слово «конкуренция» обычно интерпретируется как борьба, столкновение или соревнование в достижении конкретной цели. Конкуренция на рынке банковских услуг — механизм для взаимодействия предметов экономических отношений, который гарантирует спрос и предложение на рынке банковских услуг. Кроме того, конкуренцию

на рынке банковских услуг можно рассмотреть как борьбу [2] участников рынка банковских услуг для получения потенциальных клиентов. Чтобы определить тенденции в развитии конкуренции на банковском рынке, необходимо проанализировать текущее состояние рынка.

Рассмотрим, какую эволюцию в количестве прошли банки с 2001 года по январь 2022 года (Рисунок 1).

Дата	Количество кредитных организаций (банков) в России на выбранную дату	В т.ч. количество КО в Москве	% количества банков Москвы к общему количеству
01.01.2001 г.	1311	578	44,09
01.01.2002 г.	1319	620	47,00
01.01.2003 г.	1329	645	48,53
01.01.2004 г.	1329	661	49,74
01.01.2005 г.	1299	656	50,50
01.01.2006 г.	1253	631	50,36
01.01.2007 г.	1189	593	49,87
01.01.2008 г.	1136	555	48,86
01.01.2009 г.	1108	543	49,01
01.01.2010 г.	1058	522	49,34
01.01.2011 г.	1012	514	50,79
01.01.2012 г.	978	502	51,33
01.01.2013 г.	956	494	51,67
01.01.2014 г.	923	489	52,98
01.01.2015 г.	834	450	53,96
01.01.2016 г.	733	383	52,25
01.01.2017 г.	623	314	50,40
01.01.2018 г.	561	277	49,38
01.01.2019 г.	484	239	49,38
01.01.2020 г.	442	227	51,36
01.01.2021 г.	406	207	50,99
01.01.2022 г.	370	189	51,08

Рис. 1. Эволюция числа банков в России и Москве с 2001 по 2022 гг.

Число банков в России с 2001 по 2022 годы уменьшено почти втрое, и процесс сокращения продолжается. [3] Это происходит главным образом из-за аннулирования лицензий: некоторые банки покидают рынок самостоятельно, но это все еще меньшинство; в то же время, значительная часть участников рынка не в состоянии справиться с кризисом в экономике, который приводит к аннулированию лицензий. Более того, наблюдается серьезная централизация банковского сектора из года в год — основное количество кредитных организаций расположено в Москве. [1]

Стоит отметить, что рост волны аннулирования лицензии произошел в течение тех промежутков времени, когда экономика стояла перед кризисом: например, в 2014–2015. В частности, банковский сектор в настоящее время затронут кризисом, вызванным пандемией коронавируса. Кризис затронул всю мировую экономику: пандемия привела к уменьшению или потере потребительского дохода, уменьшению в материально-сырьевой базе [7]. Но экономические кризисы не единственная причина массового аннулирования лицензий. Быстрое сокращение участников банковского рынка связано

с политикой Центрального банка, в результате которого быстро растет уровень концентрации в промышленности. С одной стороны, сокращение числа банков может быть рассмотрено в положительном свете, как своего рода санитария рынка — избавление от неэффективных участников. С другой стороны, такое быстрое сокращение числа банков приводит к консолидации и концентрации на рынке, который в свою очередь может привести к монополизации рынка. В то же время массовое анну-

лирование лицензий вызывает недоверие в банковской системе со стороны клиентов, которые в свою очередь могут стать отправной точкой в реструктуризации потребительских предпочтений к небанковским финансовым учреждениям [7].

По состоянию на 2022 год рынок банковских услуг похож на олигополию с конкурентной средой. Рассмотрим современную картину банковских активов России по состоянию на апрель 2021 года (рисунок 2).

Структура активов банковского сектора



Рис. 2. Состояние активов банковского сектора РФ, апрель 2021 г.

Сбербанк занимает значительную долю рынка банковских услуг — приблизительно 28%. Остальная часть участников рынка в лучших 10 российских банках не может иметь такой высокий процент: между первыми и вторыми местами есть значительный промежуток. На втором месте ВТБ Банк, — приблизительно 12%. Далее идет Газпромбанк с долей рынка около 7%, что почти вдвое меньше, чем у ВТБ. Другие банки, начиная с третьего места, занимают от 4 до 1% рынка: НКЦ, Альфа-банк, Россельхозбанк, Кредитный банк Москвы, Промсвязьбанк, ФК «Открытие», Совкомбанк.

В совокупности на топ-10 банков приходится 67% рынка, тогда как на остальные 396 банков приходится лишь 33% доли рынка, что в пересчете на каждый из них дает долю рынка около 0,06%. Такое положение дел подтверждает утверждение, что современный рынок банковских услуг является олигополией с конкурентной средой. Есть небольшое количество банков, которые доминируют на рынке и много мелких участников рынка, которые занимают лишь малую его часть.

Можно сделать вывод, что российский рынок банковских услуг характеризуется как высококонцентрированный. Это можно считать следствием ряда причин, таких как:

- 1) быстрое сокращение почти в три раза числа банков на рынке из-за отзыва лицензий и жесткой политики ЦБ;
- 2) высокая доля участия государства в банковской сфере и преференции для банков, входящих в костяк;

- 3) Технологический разрыв между ведущими банками и другими участниками кредитного рынка.

Высокая степень монополизации и рост концентрации имеют ряд негативных последствий для рынка:

- 1) снижение стимулов к совершенствованию системы, созданию новых продуктов и услуг, инновационное развитие в результате отсутствия и низкого уровня конкуренции между игроками рынка, что приводит к снижению эффективности банковского рынка в целом.

- 2) Отток средств из регионов. Концентрация возрастает в сторону московских банков и банков Московской области, что приводит к созданию диспропорции в процессе реализации перераспределительной функции банковского сектора.

- 3) Ухудшение предложений по банковским продуктам из-за отсутствия необходимости бороться за клиента в условиях сокращения количества кредитных организаций. Наибольшую угрозу представляет сокращение числа региональных банков, так как банки обеспечивают приток капитала в обрабатывающие отрасли и обеспечивают развитие экономики региона. В статистике Банка России о территориальном присутствии действующих кредитных организаций и их подразделений [5] можно проследить эту диспропорцию: большая часть головных офисов банков сосредоточена в центральном регионе, тогда как в других регионах их значительно меньше.

Нужно отметить, что несмотря на централизацию в столице и состоянии активов, в которых подавляющее количество денежных средств сосредоточено у таких кредитных титанов, как Сбербанк, ВТБ или Газпромбанк, существует клиентский

рейтинг популярности банков, в котором наибольшее предпочтение отдано совершенно другим банкам. На начало 2022 года клиентский рейтинг банков в России выглядит следующим образом (рисунок 3).

№	Наименование	Рейтинг	Отзывы	Ответы	Решено проблем	Скорость ответа
1	 Тинькофф Банк	4.94 ★	11196	6292	327	18 дней 9 часов
2	 Совкомбанк	4.74 ★	1257	1245	115	1 день 20 часов
3	 ОТП Банк	4.18 ★	1479	753	16	∞
4	 Газпромбанк	3.97 ★	827	670	215	4 дня 2 часа
5	 ФК Открытие	3.41 ★	793	14	110	∞
6	 Россельхозбанк	3.26 ★	461	0	3	∞
7	 Уральский Банк реконструкции и развития	3.22 ★	381	304	11	∞
8	 Промсвязьбанк	2.97 ★	471	462	46	∞
9	 Московский Кредитный Банк	2.96 ★	389	345	29	4 дня 21 час
10	 Восточный Банк	2.75 ★	1048	764	109	4 дня 2 часа

Рис. 3. Структура клиентского рейтинга российских банков, январь 2022 года.

Сегодня рынок банковских услуг можно охарактеризовать как олигополистический рынок с высоким уровнем концентрации и конкурентной средой. Из-за стремительного снижения числа игроков на рынке, роста крупнейших банков, кризиса в экономике ухудшается и конкурентная среда в сфере банковских услуг. Снижение конкуренции на рынке может привести к ухудшению состояния экономики в целом и реги-

ональных экономик в частности. В связи с этим поддержание и развитие конкуренции в банковском секторе должно быть ключевым политическим направлением государства и Банка России как мегарегулятора.

Таким образом, основной тенденцией в развитии конкурентной среды банковского сектора является, с одной стороны, высокий темп централизации банковских отделений, с другой —

монополизация банковского рынка, где совокупный% активов из года в год увеличивается и прирастает у одних и тех же круп-

нейших банков, тогда как банки, не входящие в топ-10, заимели тенденцию к сокращению активов и продаже своих акций.

Литература:

1. Банковский сектор. II квартал 2021. Аналитический обзор // Центробанк, 2021. [Электронный ресурс] — URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/35586/analytical_review_bs-2021-2.pdf (дата обращения: 13.02.2022)
2. Ковалева, Н. А. Анализ концентрации банковской системы: зарубежный опыт, российская практика / Н. А. Ковалева, У. А. Конкина, С. С. Кудряшов // Финансовые рынки и банки. — 2021. — № 1. — С. 51–55.
3. Количество кредитных организаций в России по годам (2001–2022 годы.) 03.02.22. Банки, обзоры // Банкирша, 2022. [Электронный ресурс] — URL: <https://bankirsha.com/kolichestvo-kreditnyh-organizacij-v-rossii-po-godam-2001-2021-gody.html> (дата обращения: 13.02.2022)
4. Массовая ликвидация банков в России: в чем причина и чем это грозит// Banki.ru: [Электронный ресурс] — URL: <https://www.banki.ru/news/columnists/?id=10948434> (дата обращения: 13.02.2022)
5. Прогноз банковского сектора на 2022 год: передышка после рекордов // Expert, 2022. [Электронный ресурс] — URL: https://gaexpert.ru/researches/banks/bank_forecast_2022/ (дата обращения: 13.02.2022)
6. Рейтинг банков // Sravni.ru, 2022. [Электронный ресурс] — URL: <https://www.sravni.ru/banki/rating/klientskij/> (дата обращения: 13.02.2022)
7. Челнокова, О. Ю. Моделирование использования индекса Херфиндаля-Хиршмана при анализе степени концентрации фирм на отраслевом рынке / О. Ю. Челнокова. // Профессиональная ориентация. — 2018. — № 2. — С. 54–58.

Формирование модели управления кадровым потенциалом предприятия

Паламова Светлана Ивановна, студент магистратуры

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

В статье рассматривается процесс построения модели управления кадровым потенциалом предприятия, сформированной на основе взаимосвязи тех или иных статистических показателей, используемых для оценки персонала.

Ключевые слова: алгоритмизация, кадровый потенциал, показатель, критерий оценки, способность, предприятие.

Уровень развития кадрового потенциала организации во многом определяется именно внутренними и индивидуальными факторами. Также важным компонентом является способность системы управления человеческими ресурсами не только правильно осуществлять подбор и расстановку кадров, но достоверно проводить оценку, по итогам которой финансировать обучение и развитие персонала с целью достижения того уровня, который обеспечит организации необходимую конкурентоспособность [2].

Работа с кадровым потенциалом должна быть направлена, в первую очередь, на развитие необходимых организации для достижения ее стратегических целей навыков и умений. Следует отметить, что кадровые решения должны приниматься только на основании проведения оценки персонала с использованием любого из существующих методов, основанных на унифицированных и надежных критериях, обеспечивающих необходимую достоверность [3].

Поскольку алгоритмизация бизнес-процессов носит характер не столько построения математической модели, сколько построение системы критериальной оценки отдельных показателей, постольку из указанной методики нами будут взяты

лишь отдельные элементы, способные разрешить существующие прикладные проблемы кадровой работы.

Так, элементы кадрового аудита, связанные с оценкой системы управления, подходящие для целей последующей разработки самостоятельного алгоритма, представлены в таблице 1

Реализация системы оценки как выше указанной структуры, так и всех последующих, будет проводиться путем оценки соответствующих статистических показателей и «интеллектуального» анализа, применяемого в современных ИИ-системах [1].

Оценка эффективности непосредственно персонала будет проводиться на основании следующих показателей (таблица 2).

Отметим, что если с показателями оценки системы управления вопросы получения статистических данных для анализа условно понятны — показатели берутся из общих для предприятия и его структурных подразделений данных (н-р, о роли в организационно-функциональной структуре, где при проведении сравнительно-сопоставительного анализа сразу же выявляются дублирующие функции, а последующая оценка структурных взаимосвязей позволяет определить возможность их взаимного замещения), то в части оценки персонала требуется определить некоторые фактические обстоятельства.

Таблица 1. Объекты оценки для целей анализа системы управления предприятием

Объект оценки	Критерии оценки
Организационно-функциональная структура	Наличие/отсутствие фрагментарных, дублирующих функций. Распределение ключевых функций относительно числа должностных лиц. Соответствие самой структуры потребностям (целям, задачам, стратегическим приоритетам) предприятия
Осуществляемость управленческих решений сотрудниками	Количество и качество решений, относительно которых не было произведено осуществление, либо: был пересмотр/дополнение решения после момента их принятия
Адекватность организационной структуры актуальной ситуации	Наличие организационных паталогий: господство структуры над функцией; бюрократизация; стагнация; дублирование организационного порядка.
Характеристика системы управления	Наличие формальной системы управления и ее характеристик

Источник: составлено автором, на основе стандартизированных методик.

Таблица 2. Показатели оценки деятельности персонала предприятия

Объект оценки	Критерии оценки
Профессионализм работника	Качество работы и производительность труда
Профессиональный и инновационный потенциал	Способность: принимать нестандартные решения; к профессиональному росту.
Способность к анализу	Характер принимаемых решений в зоне ответственности и уровень разрабатываемых материалов
Способность осуществлять представительские функции	Уровень изложения материалов и привлечения позитивного внимания, включая ораторские способности, культуру речи и т.п.
Исполнительность и сверхнормативная активность	Превышение объемов исполнения поставленных задач одновременно и на протяжении всего процесса осуществления трудовой деятельности
Способность к самостоятельной работе	Составление оперативного плана действий по порученным задачам
Удовлетворенность статусом, ориентация на карьерный рост	Карьерные планы сотрудника
Реакция на изменения	Соответствие реакции конкретному типу

Источник: составлено автором, на основе стандартизированных методик.

Так, выделенные для оценки профессионализма работника показатели являются статистически элементарными — внесение информации об уровне допустимого брака при производстве работ, уменьшение производительности труда и иные смежные показатели уже давно вносятся в информационные системы любого современного предприятия.

Здесь путем достаточно элементарных вычислений будет определяться уровень профессионализма. К числу особенностей, однако, относится также построение взаимосвязей между оцениваемым сотрудником и иными работниками. Вследствие чего, на примере того же производственного брака, будет определяться предшествующий и последующий этапы производимых работ, что позволит выявить как степень виновности каждого из участников производственного процесса в ухудшении производственных результатов, так и уровень участия в устранении неблагоприятной ситуации.

Это, в свою очередь, позволит выявить не только того работника, в ходе осуществления трудовых обязанностей которого предприятие недополучило прибыль, либо понесло убытки, но и того, кто мог стать действительным виновником ситуации, н-р, систематически нарушая технологические процессы производства отдельных видов работ. Показатели брака на последующих этапах работы такого сотрудника у различных производителей работ будут находиться приблизительно на одном уровне, что позволит выявлять потенциальные «точки роста» производства, достижение которых возможно либо через повышение квалификации «проблемного» работника, либо через замену его на более квалифицированного специалиста.

Далее обратим внимание на показатели кадрового потенциала предприятия (таблица 3)

В данном случае становится очевидна потребность в переходе к применению ИИ-алгоритмов, ввиду усложнения

Таблица 3. Показатели оценки кадрового потенциала предприятия

Объект оценки	Критерии оценки
Удовлетворенность кадрового состава в общей иерархии и по уровням	Наличие вакансии в штатном расписании и время ее существования
Соответствие уровня подготовленности требованиям к должности	Формальное соответствие лица занимаемой должности
Социально-демографическая структура	Соотношение социальных/демографических групп в целом и по уровням управления/подразделениям
Текучесть кадров	Динамика движения кадров, формальные и реальные причины ухода

Источник: составлено автором, на основе стандартизированных методик.

самой системы развития кадрового потенциала в сравнении с оценкой деятельности персонала. Изначально при разработке алгоритмов оценки здесь потребуются введение коэффициентов удельного веса отдельных показателей, как с учетом общетеоретических моделей, так и исходя из значимости того или иного показателя для стратегии развития предприятия.

Между тем, здесь сразу же необходимо говорить о вынесении отдельных показателей в систему оценки соискателей для последующего подбора и отбора кадров. Отметим, что в предлагаемой автором модели реализации функций рекрутинга может быть построена на алгоритмах «превентивного подбора», когда условный «бот»¹ будет в фоновом режиме анализи-

ровать ресурсы, содержащие анкеты претендентов и, при возникновении необходимости замещения вакантной должности, будет сразу же предоставлять список кандидатов, наиболее подходящих на ту или иную должность.

Также необходимо сказать, что многие зарубежные предприятия уже используют данную технологию, а сами «программные продукты» возможно использовать бесплатно, при условии интеграции определенных платформ. Так, например, компания Google предоставляет на безвозмездной основе ботов с указанной функциональностью при условии, что все разрабатываемые на него надстройки не будут реализовываться предприятиями как самостоятельный программный продукт для извлечения из этой деятельности коммерческой выгоды.

Литература:

1. Чэнь, Ш. Концепция стратегического управления человеческими ресурсами предприятия / Ш. Чэнь.— Текст: непосредственный // ИСОМ.— 2019.— № 5.— С. 138–146
2. Романова, Н. П. Управление человеческими ресурсами как форма использования человеческого потенциала / Н. П. Романова.— Текст: непосредственный // Вестник ЗабГУ.— 2019.— № 2.— С. 88–95.
3. Сорокин, В. И. Организация и методика проведения функционально-стоимостного анализа управления персоналом / В. И. Сорокин.— Текст: непосредственный // Научный вестник Крыма.— 2017.— № 2 (7).— С. 14.

Кадровая политика как важный элемент в управлении персоналом

Самолевский Григорий Николаевич, студент магистратуры
Тольяттинский государственный университет

В данной статье дается обзор на те виды кадровой политики, которые известны на сегодняшний день. Автор высказывает свое мнение относительно той кадровой политики, которая по его мнению является более эффективной.

Ключевые слова: кадровая политика, активная кадровая политика, дальнейшее развитие, персонал, руководство организации, управление персоналом.

¹ В большинстве исследований боты определяются как автоматизированные агенты, действующие на онлайн-платформах. Управляют данными агентами специально разработанные программы, которые формулируют решения и воздействуют на них без вмешательства человека. Автоматизированные агенты могут приспосабливаться к контексту, в котором они действуют.

HR policy as an important element in personnel management

Samolevsky Grigory Nikolayevich, student master's degree
Togliatti State University

This article provides an overview of the types of personnel policies that are known today. The author expresses his opinion on the personnel policy that, in his opinion, is more effective.

Keywords: personnel policy, HR, active personnel policy, further development, personnel, organization management, personnel management

Любая организация в начале своего становления должна ориентироваться на несколько важных элементов. Первое — это бизнес идея, надо четко понимать, на чем будет специализироваться новая компания, на чем она будет зарабатывать. Второе — это бизнес-план, а именно, четкая программа с продуманными, структурированными, описанными и рассчитанными по времени действиями. В хорошо сформулированном бизнес-плане должна быть не только продумана стратегия дальнейшего развития, но и должны быть предусмотрены возможные риски. Ну и конечно же, стартовый капитал, капитал, на который можно начать реализовывать задуманное, который позволил бы на начальном этапе запустить бизнес. И казалось бы все, но насколько бы талантливым не был организатор, насколько хорошую бизнес-идею он бы не имел, даже при отсутствии финансовых ограничений для запуска проекта, можно прогореть, если у тебя не будет талантливой команды и грамотного персонала.

Персонал, наряду с другими ресурсами, является одним из важных ресурсов организации. И те компании или организации, которые не понимают или не придают этому должного значения, как правило, обречены. Конечная цель любой организации — получение прибыли, и именно люди, персонал приносят деньги компании. А в условиях рыночной экономики одним из решающих факторов эффективности и конкурентоспособности предприятия является обеспечение высокого качества кадрового потенциала [1]. Поэтому одним из важных этапов в момент становления организации является правильный выбор методов работы с персоналом. Правильный выбор кадровой политики способствует повышению и поддержанию эффективности любого предприятия.

Под кадровой политикой понимается отношение со стороны организации к своим сотрудникам. Через те цели, которые ставит перед собой организация в этой области, и определяется направление работы с персоналом. Кадровая политика должна способствовать обеспечению организации квалифицированным, интересным для нее и заинтересованным в работе персоналом. Кроме того правильно подобранная кадровая политика должна создавать благоприятную для всего коллектива атмосферу и стимулировать сотрудников в их желании трудиться во благо всей организации в целом. Иными словами посредством кадровой политики можно решать такие вопросы как:

- создание комфортной, благоприятной рабочей атмосферы в коллективе;
- поддержание должного уровня квалификации сотрудников;
- создание оптимального соотношения в структуре персонала по уровню квалификации и количеству работников.

Давайте разберем какие кадровые политики по своему подходу в работе с персоналом сложились на сегодняшний день. В основном выделяют четыре их вида:

- активная;
- пассивная;
- реактивная;
- превентивная [2].

Для проведения активной кадровой политики организация должна иметь прогноз своего дальнейшего развития как минимум на среднесрочную перспективу. Этот прогноз должен позволять воздействовать на те или иные кадровые ситуации, которые могут возникать в текущей работе компании, с целью снижения или вовсе устранения возможных негативных последствий. К инструментам, которые используются при активной кадровой политике, относятся:

- мониторинг всех кадровых изменений, которые происходят в организации и их влияние;
- своевременный и подробный разбор всех факторов, которые влияют на изменение в составе организации;
- разработка специальных программ, которые направлены на решение кризисных ситуаций, возникающих в персонале.

По средствам реализации активной политики выделяют два ее типа:

- рациональная;
- авантюристическая.

Если при рациональной активной кадровой политике руководство организации имеет четкую картину, в каком направлении будет развиваться кадровая политика и что необходимо для этого сделать, то при авантюристической активной кадровой политике упор делается на достижении стоящих перед компанией целей, и не проводится глубокого анализа как к ним прийти.

При пассивной кадровой политике наблюдается полное непонимание того, что происходит с персоналом. Не проводится анализ текущей ситуации, отсутствует прогнозирование, нет программ по дальнейшему развитию. Можно сказать, что дело пущено на самотек.

При реактивной кадровой политике кадровые службы, как правило, ведут мониторинг по отслеживанию негативных моментов, влияющих на персонал. Вся работа направлена на решение возникших у сотрудников проблем таких как: недовольствие персонала условиями организации труда, отсутствие квалифицированных кадров и зачастую частные конфликтные ситуации, которые возникают между сотрудниками.

При превентивной кадровой политике, как правило, руководство организации имеет прогноз на краткосрочную пер-

спективу, однако не может влиять на негативную ситуацию ввиду отсутствия необходимых средств.

При работе с кадрами в организации можно выделить два типа кадровой политики: открытая и закрытая кадровая политика.

При открытой кадровой политике в случае возникновения потребности в кадрах организация чаще всего обращается к рынку труда. Хочу отметить, что главным фактором, которым руководствуется организация, это квалификация сотрудников. Организации с открытой кадровой политикой не занимаются подготовкой кадров и могут пригласить на работу причем на любую должность от обычного специалиста до директора сотрудника из вне. Определяющим здесь является его квалификация.

При закрытой кадровой политике, как правило, организация воспитывает кадры самостоятельно. Сотрудники, придя на работу в компанию с подобной кадровой политикой, обучаются и, постепенно продвигаясь по службе, могут занять самые высокие посты.

Литература:

1. Т. Ю. Базаров Управление персоналом. Учебное пособие. 8-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. — 224 с.
2. О. Х. Аршолоаева Основы кадровой политики и кадрового планирования. — Улан-Удэ: Издательство Бурятского госуниверситета, 2015. — 160 с.

Если сравнивать все вышеперечисленные кадровые политики предприятий самая эффективная, на мой взгляд, — это активная кадровая политика. Именно при ней осуществляется осознанный подход к кадровым вопросам. Разрабатываются программы развития, своевременно принимаются антикризисные мероприятия. Как правило, на работу с персоналом выделяются деньги, и эти вложения возвращаются в виде эффективной работы сотрудников. Маловероятно, что успешная и финансово состоятельная организация сознательно выбирает пассивную кадровую политику. Однако, любая организация в независимости от того, какую политику она официально декларирует, может прийти к состоянию, когда приказы директора саботируются, растет текучка кадров, сотрудники, перегруженные обязанностями, увольняются, а руководство вынуждено вмешиваться для погашения острых конфликтов внутри персонала. Поэтому очень важно изначально грамотно спланировать тактику и стратегию управления кадрами и в дальнейшем строго следить за ее соблюдением. Это в свою очередь принесет свои плоды в виде эффективного и сплоченного работающего персонала.

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR

Торговые стратегии компании Zara

Александрова Наталья Александровна, доцент

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

Тордесилья Сандерс Андреа Паола, студент

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье анализируется, как под влиянием глобализации и появления информационных технологий сектор текстиля и одежды претерпел кардинальные преобразования. Поведение потребителей, имеющих широкий доступ к различным маркам, значительно изменилось в результате пандемии COVID-19. В статье рассмотрены основные стратегии формирования лояльности бренду Zara в личных и цифровых каналах. Этот бренд характеризуется отсутствием традиционной рекламы, поэтому мы определим те элементы, которые позволили бренду сегодня быть признанным на международном уровне брендом. Это компания, которая постоянно находится в инновациях, стремится адаптироваться к различным поколениям своих потребителей, оказывать влияние через социальные сети в качестве основного средства создания сообщества, а также отметим, как бренд инвестировал в повышение своей эффективности и охвата цифрового канала. Основой успеха этого бренда является стратегия, которая позволила ему контролировать все процессы, связанные с его продукцией, от дизайна одежды до продажи в физических и виртуальных магазинах, что позволило ему лучше подходить к требованиям своих клиентов.

Ключевые слова: производство just in time, поддержка клиентов, книжные полки, онлайн-опыт, зеркальные нейроны, лояльность к бренду, исследования поведения потребителей, омниканальность.

Zara business strategies

Aleksandrova Natalya Aleksandrovna, Associate Professor

Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (Moscow)

Tordesilya Sanders Andrea Paola, student

Peoples' Friendship University of Russia (Moscow)

This article analyses how, following the impact of globalization and the appearance of information technologies, the textile and clothing sector has undergone a dramatic transformation. The behaviour of consumers with wide access to different brands has changed significantly as a result of the COVID-19 pandemic. The article covers the main strategies for building brand loyalty to Zara on personal and digital channels. This brand has been characterized by not perform traditional advertising, so we will identify those elements that has allowed the brand today to be a recognized brand at international level, is a company that is constantly in innovation, seeks to adapt to the different generations of consumers, generate an impact through the social networks as the primary means of creating community and will also be observed as the brand has made investments to increase its effectiveness and reach in the digital channel. The basis of the success of this brand is the strategy that has allowed it to have control of all the processes that involve its products, from the design of the garment to the sale in physical and virtual establishments, which has allowed it to have a greater approach to the demands of its customers.

Keywords: Just in time production, customer service, shelves, online experience, mirror neurons, brand loyalty, consumer behaviour research, omnichannel.

ZARA — испанская сеть моды, являющаяся частью бизнес-группы Inditex и имеющая более 7000 магазинов, которые разбросаны по всему миру. На протяжении многих лет этот бренд разрабатывает и передает в своих магазинах такие концепции, как красота, ясность, функциональность и устойчивость [1].

Приоритет этого бренда в настоящее время заключается в том, чтобы предложить привлекательную моду своим потребителям в то время и в том месте, которое наиболее соответствует их потребностям. Дизайнеры бренда сегодня делают ставку на то, чтобы гибко и новаторски реагировать на требования по-

ребителей, а также стремятся постоянно улучшать поддержку клиентов [2]. Сегодня бренды массового потребления испытывают жесткую конкуренцию на рынке, стремятся дифференцироваться и выделяться на рынке для того, чтобы клиенты всегда выбирали их и потребляли чаще. Различные исследования подтверждают, что лояльность клиентов представляет большую выгоду для компаний, чем стратегии вызова новых клиентов, лояльные клиенты закладывают основу для успеха компании и составляют ее самый ценный актив.

Zara разработала модель сетевого производства на основе взаимодействия с широким кругом малых и средних предприятий, занимающихся производством, распределением и продажей, с которыми материнская компания поддерживает связи на основе субподряда и, в случае необходимости, франшизы. Но в отличие от своих конкурентов, Zara была первой компанией, которая включила целую интернет-систему, которая позволяет ей облегчать потоки информации среди более чем 2244 торговых точек, которые она распространяет по 58 странам.

Основной аспект, который компания ZARA применила для разработки стратегий формирования лояльности, заключается в том, чтобы вся организация была задействована в этом процессе: это задача и деятельность не только отдела маркетинга, но и всех сотрудников, максимально ориентированных на клиента и удовлетворение его потребностей. Основная философия, которую использует бренд, — «слушать клиента». Бренд постоянно изучает те продукты, которые востребованы постоянно, те, на которые существует сезонный спрос, и те, которые отвергаются потребителями [1].

У бренда имеется группа исследователей, которые аккумулируют информацию о последних тенденциях моды на международном уровне, о последних стилях на международных подиумах или в коллекциях крупных и известных брендов или дизайнеров. Они переводят эту информацию в более упрощенные проекты для представления в магазинах Zara [3].

Кроме того, у компании есть вторая группа исследователей, которые часто посещают места потенциальных потребителей (кафе, ночные клубы, университеты, развлекательные заведения и т.п.), где им удастся определить основные потребности или тенденции на следующий сезон, и таким образом иметь возможность оперативно реагировать на потребности рынка.

Такие бренды, как ZARA, сохраняя лояльность своих клиентов, получают следующие преимущества:

- затраты на маркетинг и рекламу снижены, поскольку основными клиентами являются те, кто уже знает бренд;
- обеспечение стабильности рабочего места сотрудникам, что приводит к более высокому уровню мотивации и эффективной работе для лучшего обслуживания клиентов;
- клиентоориентированность — одна из лучших маркетинговых стратегий, которые могут быть использованы в массмаркете.

Сегодня ZARA не занимается привычной рекламой, не использует телевизионную рекламу, пресс-рекламу, рекламные щиты и др.; весь бюджет направляется на разработку маркетинговых стратегий, основанных на логистике и коммерческих методах.

Какие же маркетинговые стратегии использует бренд Zara, для того, чтобы иметь успех сегодня?

Стратегии в действующих торговых точках

1. Производство «Just in Time»:

Компания характеризуется копированием тенденций крупных брендов, выводящих новинки на рынок в рекордно короткие сроки (в течение 10–15 дней) благодаря своей стратегии «Just in time». В то время как другим брендам требуется от 3 до 6 месяцев, чтобы вывести новую коллекцию в магазин; это создает лояльность потребителей, постоянно ожидающих новых тенденций.



2. Инвестиции в магазинах:

ZARA стремится расположиться в знаковых центрах разных городов, независимо от уровня арендной платы, стремится создать восприятие элитарности, находясь рядом с такими брендами, как Louis Vuitton или Armani.

3. Витрины:

Одним из основных моментов, на которые ZARA делает ставку, чтобы привлечь внимание своих клиентов в роз-

ничных магазинах, являются презентации продуктов, которые она продает, и/или запуск новых коллекций. Бренд работает с так называемыми «призрачными витринами»: моделирует город с улицами и ненастоящими витринами для того, чтобы проектировать различные вариации вместе с экспертами в области нейромаркетинга с целью разработки окончательной витрины, которая будет использоваться в его различных магазинах [3].



ZARA меняет свои витрины каждые 15 дней, а в течение летнего и зимнего сезона составляет две дополнительные витрины для периодов скидок. Это означает, что в течение всего года этот бренд производит около 150 000 витрин [3], через них вступают в работу **зеркальные нейроны**, то есть у потребителя возникает ощущение, что одежда манекена отлично подходит.

4. Внутри магазинов:

Магазины ZARA просторные, удобные, хорошо оборудованные. Например, в мужской секции выставляются комбинированные предметы, чтобы потребителям не приходилось искать, как сочетать одежду, однако в женской секции одежда размещается по цвету, чтобы соответствовать различным вкусам.

Стратегии цифрового маркетинга

Информационные технологии позволяют получать информацию о продажах одежды в магазинах в режиме реального времени и существенно повышают эффективность управления коммуникациями между магазинами и предприятиями. Эта новая система позволяет адаптировать спрос и предложение практически сразу, так как текучесть между различными агентами производственного процесса очень велика и реакция очень быстрая.

Zara — это бренд, который сумел сделать прорыв и получить признание через социальные сети и интернет, поскольку одной из основных стратегий, которые использует этот бренд, является омниканальность — возможность синхронизировать различные каналы покупок [4]. Zara имеет международные учетные записи, такие как Facebook (www.facebook.com/Zara), Твиттер (www.twitter.com/zara), Instagram (www.instagram.com/zara/), Pinterest (www.pinterest.com/zaraofficial/) и YouTube20 (www.youtube.com/user/zara), в которых он имеет хорошую репутацию [5], особенно в Facebook. С помощью цифровых средств массовой информации бренд применяет следующие стратегии:

1. Стратегии продвижения положительных отзывов:

Социальные сети и различные цифровые платформы сегодня широко используются разными клиентами бренда, и одним из основных факторов, которые позволили ZARA получить признание в этих средствах массовой информации, являются положительные отзывы, сделанные различными потребителями, поскольку это позволяет другим людям быть более уверенными в приобретении продукта бренда, поскольку такие

комментарии используются в качестве ссылки при совершении покупки. [6]

2. Дифференцирующий онлайн-опыт.

В социальных сетях можно показать, что бренд имеет высокий уровень взаимодействия, получая, например, около 30 000 лайков в своих ежедневных сообщениях, использует *instastories*, где демонстрирует последние тенденции.

Кроме того, разработано приложение, с помощью которого потребители имеют быстрый доступ к новым коллекциям, торговым точкам и др. Бренд активно использует стратегию «Just in time».

Компания имеет высокий уровень рейтинга в интернете, поскольку это первый вариант, который появляется при поиске через поисковые источники, такие как Google или Яндекс [7].

3. Стратегии во время пандемии

В результате пандемии COVID-19 Zara и многие другие бренды, принадлежащие группе INDITEX, были вынуждены расширять использованные ранее маркетинговые стратегии. В период с 2020 по 2022 год фирма запланировала вложения в размере миллиард евро в развитие цифровых каналов, а также инвестировала около 700 миллионов евро в интеграцию в магазины новых технологий [8].

Каналы, такие как Instagram, в значительной степени выделяются в сфере распространения контента и создания взаимодействия, через этот канал также было определено, что реклама через *fashion film*, рекламные акции и розыгрыши являются одним из наиболее эффективных инструментов для генерации взаимодействия в сообществе среди основных клиентов — *millenials* и *centennials* [8].

Заключение

Zara — это бренд, использующий в своей деятельности различные рыночные стратегии, для того чтобы постоянно предлагать нововведения, которые соответствуют потребностям или требованиям покупателей. Zara — это бренд, который стремится создать сквозное присутствие во всех каналах, к которым его целевая аудитория имеет доступ, чтобы адаптироваться к новым потребностям клиента.

Стратегия, которая позволила Zara достичь признания, заключается в том, что она изучает свою целевую аудиторию, поддерживает активное слушание и обеспечивает постоянное ис-

следование поведения потребителя и опережает его потребности и требования, поскольку для них клиент является центром бизнеса. Этот бренд стремится развивать и укреплять свое присутствие во всех каналах, поскольку они дополняют друг друга: через розничные магазины с внедрением новых технологий ком-

пания стремится создать новый потребительский опыт, а через интернет-магазины бренд охватывает всех клиентов, у которых нет времени или желания обратиться в розничный магазин. Zara разрабатывает многоканальную стратегию как фундаментальный инструмент роста и позиционирования.

Литература:

1. Inditex. Приоритеты Zara — предлагать привлекательную и ответственную моду и постоянно улучшать качество обслуживания клиентов. Inditex. URL: <https://www.inditex.com/es/quienes-somos/nuestras-marcas/zara> (Дата обращения 17.12.2021)
2. Marketing Magazin Eslogan. Маркетинговая и реклама стратегия Zara. Eslogan Magazin. URL: <https://www.esloganmagazine.com/marketing-y-publicidad-de-zara/> (Дата обращения 17.12.2021)
3. Бизнес-кейсы. Zara дизайн уникального модного опыта для среднего класса. Marketinginteli.com. URL: <https://www.marketinginteli.com/documentos-marketing/casos-marketing/caso-zara/> (Дата обращения 17.12.2021)
4. Альварес Алонсо. Анализ основных маркетинговых стратегий Zara. Holos 73 media. URL: <https://holos73.media/analisis-de-las-principales-estrategias-de-marketing-de-la-empresa-zara/> (Дата обращения 17.12.2021)
5. Беатрис Хименес. Цифровой маркетинг: дело Zara. Университет Сарагосы. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/289981112.pdf> (Дата обращения 17.12.2021)
6. IMF. Узнай о стратегиях цифрового маркетинга, которые привели Zara к успеху. URL: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/conoce-las-estrategias-de-marketing-digital-que-catapultaron-a-zara-hacia-el-exito/> (Дата обращения 17.12.2021)
7. Digital Analytics Team. Цифровой Маркетинг Zara. The Salle. Blogging. URL: <https://blogs.salleurl.edu/es/el-marketing-digital-de-zara> (Дата обращения 17.12.2021)
8. Фернанда Гонсалес. Zara, лидер среди цифровых модных брендов: что они сделали правильно?. Merca 2.0. URL: <https://www.merca20.com/zara-lider-entre-las-marcas-de-moda-en-digital-que-esta-haciendo-bien/> (Дата обращения 19.12.2021)

Влияние визуального контента в социальных сетях на восприятие информации

Баринова Ольга Игоревна, магистр филологии
(г. Чита)

В данной статье рассматривается влияние визуальных концепций оформления контента в социальной сети Инстаграм в 2022 году. В качестве основных моментов выделяются композиции, цветовые и шрифтовые сочетания, использование дополнительных украшающих элементов и возможности форматов Историй для передачи информации.

Ключевые слова: дизайн, визуальный контент, социальные сети, тренды, визуал, оформление.

Визуальная коммуникация в настоящее время является одним из основных способов передачи и получения информации. Следует отметить, что именно характер передачи данных, стилизация и дизайнерские варианты оформления текстовых и графических элементов в социальных сетях напрямую влияют на уровень восприятия информации потребителем.

На данный момент визуальная коммуникация перестаёт выполнять только гедонистическую функцию в качестве основной. Главной целью публикации любого контента является информационная функция, то есть способность донести необходимую информацию до любого человека.

Визуализация всё больше становится неотъемлемой составляющей подачи любой информации в Интернете — это связано с изменениями в концепции социальных сетей. Например, упрощение форматов получения информации — это замена текста на графику. Там, где можно что-либо сообщить человечеству с помощью рисунков, схем и графических деталей, уходят большие тексты.

Люди гораздо охотнее и быстрее воспринимают графику: она позволяет за несколько секунд без лишних усилий выделить главное, уловить смысл и считать информацию, которую хочет донести автор. На прочтение текстового формата уходит больше времени, а в процессе ещё необходимо самостоятельно выделить самое важное и воспринять информацию так, как её донесли авторы.

Такие процессы также связаны с ускорением темпа и с изменением образа жизни человека: у нас остаётся всё меньше времени на целостное восприятие информации. При этом потребность в ежедневном получении различных данных растёт: каждый человек хочет быть в курсе большого количества событий и мнений. Вопрос в том, как потребить больше, но проще, быстрее.

Также известно, что визуальные составляющие вызывают большее доверие, чем текст. Например, если чью-то переписку подкрепить скриншотом — мы охотнее поверим, что это было на самом деле, чем если просто прочитаем о данном факте. Это мнение подтвердилось в 2017 году в исследовании Клермонт-

ского университета (Claremont Graduate University): тогда выяснили, что, если к текстовому факту добавить изображение, доверие вырастет на 75%.

Также следует отметить, что раньше давать человечеству информацию могли только люди определённых профессий: это учёные, писатели, журналисты, дизайнеры, художники. Сейчас масштабная информатизация даёт доступ к созданию информации каждому человеку. Эти возможности глобальной сети Интернет дали возможность любому из нас стать и создателем, и потребителем контента одновременно.

Например, раньше быть дизайнером мог только профессионал в данной сфере: человек, обладающий необходимыми приобретёнными навыками, опытом, насмотренностью, а также владеющий нужными программами. Сейчас дизайнером может стать каждый. Существуют мобильные дизайнеры (люди, создающие дизайн прямо на экранах мобильных телефонов), контент-мейкеры (специалисты, которые помимо других обязанностей также создают дизайн для Историй в Инстаграме и для основной ленты).

Любой человек, размещающий контент в социальных сетях, напрямую влияет на то, как информацию воспримут адресаты: потенциальные клиенты, постоянные покупатели, подписчики, а также новые люди, случайно увидевшие созданный контент (в рекламе или по рекомендации).

Основные факторы оформления, от которых зависит грамотная подача информации:

- размещение текста;
- способы оформления информации и визуальных элементов;
- стилистика графических элементов при создании дизайна;
- выбор цветов и оттенков;
- композиционные решения;

И многое другое.

Рассмотрим подробнее.

Размещение текста в Истории в Инстаграме

Несмотря на важность и популярность графики как способа подачи информации, текст также остаётся важным элементом, в том числе в самом мобильном и краткосрочном способе передать информацию — с помощью Историй в Инстаграме. Здесь есть зависимость и от подбора шрифтов для оформления заголовков, основного текста и важных мыслей, и от композиционных решений, и даже от кегля любого выбранного шрифта.

Важные мысли принято выделять размером, стилем, цветом, расположением. Можно разместить ключевые фразы отдельно от основного текста: например, на цветной плашке (это графический элемент-подложка, которая может быть однотонной либо с какой-то текстурой) или в стороне, на свободном от основного текста месте.

Способы оформления текста в сочетании с визуальными элементами

Любой текст можно выделить не только цветом или кеглем. Можно украсить нужные фразы декоративными фигурами, плашками, постоянными графическими элементами, которые

уже являются или только могут стать частью узнаваемого фирменного стиля.

Стилистика графических элементов при создании дизайна. Выбор цветов и оттенков

Стилистика выражает характер и стиль повествования автора информационного сообщения. По стилю, композициям, шрифтам и цветам мы определяем, как автор относится к читателю, своему делу, миру. Это очень важный психологический момент: например, люди охотнее прочитают текст на плашке с закруглёнными краями тёплого бежевого оттенка, чем то же самое, но на прямоугольнике ярко-алого цвета с острыми углами и неаккуратным расположением.

Композиция

В создании графического варианта любого информационного продукта важен каждый миллиметр: будь это слово, расположенное в подходящем для него месте, или любой элемент, с какой-либо целью добавленный в макет. Основное правило в процессе создания продукта: дать возможность удобно и полноценно считать информацию.

Одним из ключевых моментов при создании любой визуализации является типографика: расположение надписей остаётся самым важным акцентом и играет большую роль в донесении главного смысла любого сообщения.

Типографика может быть акцентной (небольшие отрывки или заголовки для привлечения внимания) или основной (когда тексту всё-таки уделяется большое внимание, а графические решения остаются дополнительными).

Таким образом, можно отметить, что создание визуальной коммуникации в социальных сетях играет большую роль. Сейчас это тренд, которым пользуются и создатели личных блогов, и ведущие коммерческих аккаунтов в различных сферах бизнеса и не только. Крупные блогеры и бренды стремятся первыми узнать о трендах в визуальном оформлении аккаунтов и применить их на практике. Чаще всего волну новых трендов запускают именно эти категории пользователей социальных сетей. При этом нередко над созданием контента трудится большая группа профессиональных дизайнеров, креаторов, контент-менеджеров, продюсеров, фотографов и других причастных лиц. Результат их работы часто выглядит профессионально и дорого.

Тексты, цвета, изображения, графические элементы, идеи, креативы — всё это постепенно становится важнейшей составляющей любого процесса создания контента в социальных сетях. Именно от этой работы часто зависят продажи, успех и узнаваемость брендов и людей.

Создание визуальной концепции стало частью большого процесса SMM-продвижения. Историям в инстаграме уделяется пристальное внимание, так как именно там происходит укрепление образа личного и коммерческого бренда. Благодаря чёткой визуальной концепции создаются узнаваемые и постоянные характеристики и ассоциации, появляются новые клиенты, осуществляются продажи.

Таким образом, визуальная концепция напрямую влияет на то, как будущий или настоящий покупатель воспринимает продукт, услугу или создателей. Грамотная концепция способна увеличивать уровень лояльности, узнаваемости, доверия и по-

вышать стоимость услуг и товаров, а соответственно и прибыль. Кроме того, часто хорошая визуальная концепция позволяет рассказать и правильно донести то, что было бы трудно воспринять в текстовом формате.

Литература:

1. Волкова, В. В. Специфика медиадизайна / В. В. Волкова.— Текст: непосредственный // Вестник Московского университета.— 2014.— № 4.— С. 5–21.
2. Кривоносов, А. Д. Виртуальный PR-текст как инструмент медиарилейшнз / А. Д. Кривоносов.— Текст: непосредственный // Петербургская школа PR: от теории к практике: сб. статей.— 2005.— № 3.— С. 54–61.
3. Dian, B. Viral Content: 21 Data-Driven Techniques That Work Fast [Электронный ресурс] / Brean Dean.— URL: <https://backlinko.com/hub/content/viral> (дата обращения: 12.02.2022).
4. Морозов, М. Д. Роль эстетики в веб-дизайне / М. Д. Морозов.— Текст: непосредственный // Вестник АГТУ.— 2019.— № 2 (68).— С. 65–82.
5. Балюта, П. А. Соотношение красоты и пользы в дизайне / П. А. Балюта.— Текст: непосредственный // ОНВ.— 2013.— № 5 (122).— С. 250–280.

Особенности функционирования сайтов онлайн-библиотек и книжных интернет-магазинов

Гнусарева Екатерина Сергеевна, студент
Московский городской педагогический университет

Технологический прогресс все чаще заставляет людей отказываться от привычных ранее вещей. В том числе от походов в библиотеку или книжный магазин. А электронные девайсы и новые приложения для чтения книг помогают просто и быстро узнать информацию о книге и приобрести или взять из онлайн-библиотеки нужное произведение.

Ключевые слова: интернет-магазин, книги, библиотека, функционал, библиотека, книгоиздание.

Сравнением технологий каждая человеческая деятельность подверглась изменениям. Они также коснулись библиотечного дела, книгопечатания и книготорговли. Хорошим примером реформации являются книжные интернет-магазины, в которых ассортимент порой бывает шире, чем в физическом магазине.

Цель работы: анализ особенностей функционирования сайтов онлайн-библиотек и книжных магазинов с точки зрения пользователя.

Задачи работы:

1. Изучить историю возникновения книжных сервисов;
2. Проанализировать функциональность книжных сервисов;
3. Выделить главные особенности в функциональности сайтов.

Многие известные ученые и книговеды давно изучают связь между книжным делом и новыми технологиями. «В условиях высоких темпов развития научно-технического прогресса вновь создаваемые информационно-коммуникативные средства не вытесняют уже сложившиеся формы коммуникации, а выстраиваются вместе с ними в некий континуум, дающий возможность человеку все более эффективно работать в постоянно усложняющемся информационном пространстве. Ярким

примером здесь может быть все более глубокое проникновение компьютерных технологий в редакционно-издательский процесс, а также процессы книгораспространения». [1]

Книжный интернет-магазин — сайт, на котором каждый пользователь сети Интернет может приобрести книги, не выходя из дома. Интересно, что первый онлайн-магазин, появившийся в Америке в 1994 г., специализировался на продаже книжной продукции. В России подобный магазин появился в 1997 г. в Москве, и это тоже был книжный. Во многом популярность книг, как виртуального товара, связана с преимуществом хранения, так как у книг практически нет срока годности, а потребитель всегда нуждается в получении новых знаний. Конечно, у торговли книгами в физических магазинах множество преимуществ — покупатель может полистать страницы, изучить качество продукта и иллюстрации и прочее. Интернет-магазин не дает таких преимуществ, но зато он экономит деньги. [2] Также многие книжные интернет-магазины стали продавать на своих сайтах не только книжную продукцию, но и канцелярию, закладки, открытки, товары для творчества и многое другое.

Так с появлением новых девайсов и приложений для чтения все большее количество библиотек переходит на электронную систему. Теперь пользователь может не только купить книги

в приложении, но и брать на время чтения библиотечные книги, если он зарегистрирован на сайте своей библиотеки. [3] Книга также выдается на ограниченное количество времени, так как на некоторые произведения может даже создаваться виртуальная очередь. Онлайн-библиотеки — отличный вариант для тех, кто заботится об экологии. Отказ от бумажных книг иногда может вызвать чувство сожаления, но есть некоторые плюсы. Один из них — минимизация вреда, оказываемого на экологию, ведь на производство книг уходит очень много природных ресурсов, а сокращение производства чего-либо может благотворно повлиять на окружающую среду.

Основные функции сайтов, продающих книжную продукцию:

- Главная страница книжных сайтов, как и любой другой маркетинговый инструмент, должна привлечь пользователя, после чего подтолкнуть его на какие-то действия, например, на рассмотрение каталога товаров или специальных акций.

- Каталог товаров представляет собой сложную структуру данных, которая должна простым способом упорядочивать продукцию по разделам. Так как книги можно сортировать по

жанрам, авторам, годам выпуска и т.д., фильтров для упорядочивания должно быть много.

- Несмотря на удобство разделов в каталоге, самым быстрым способом поиска является поисковая система. Она во много раз уменьшает количество времени, затрачиваемое пользователем.

- Пользовательская корзина представляет собой набор данных, которые служат для хранения заказанным пользователем товара.

- Регистрационная форма, чаще всего заполняемая в личном кабинете сайта, служит для заполнения данных о пользователе. Содержит имя, контактные данные, так же может содержать адрес для доставки интернет-заказов.

Книжные интернет-ресурсы намного упрощают жизнь как работникам библиотек, книжных магазинов, так и покупателям. Взять библиотечную электронную книгу или приобрести ее в бумажном формате — возможно за несколько минут и пару кликов, что позволяет в современном быстром ритме жизни экономить время.

Литература:

1. Научная работа — М. Г. Комина, Л. А. Комина — [электронный ресурс] — Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/321854973_Osobnosti_funkcionirovania_sajtov_kniznyh_internet-magazinov. Дата обращения 20.10.2021.
2. Российская ассоциация электронных библиотек — Н. В. Соколова — [электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.aselibrary.ru/press_center/digital_resources6970/digital_resources69702373/. Дата обращения 20.10.2021.
3. Диссертация «Работа библиотеки с интернет-ресурсами художественной литературы» — Н. Е. Беляева — [электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.disserscat.com/content/rabota-biblioteki-s-internet-resursami-khudozhestvennoi-literatury>. Дата обращения 22.10.2021.

Характеристика методов построения имиджа органов местного самоуправления

Комарова Кристина Васильевна, студент магистратуры
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Формирование имиджа органов местного самоуправления представляет собой сложный процесс. Для его реализации необходимо определить наиболее выигрышные характеристики объекта для их популяризации посредством различных коммуникационных инструментов. Достижение поставленных в процессе создания образа целей возможно при использовании следующих методов его построения: манипуляции, мифологизации, эмоционализации, идентификации, а также стилизации.

Ключевые слова: имидж, органы местного самоуправления, методы, позиционирование, характеристика.

Characteristics of methods to shaping of the image of local government

Komarova Kristina Vasilyevna, student master's degree
Peoples' Friendship University of Russia (Moscow)

The shaping of the image of local government is a complex process. It is necessary to determine the most advantageous of the object of the image to make it popular with communication technologies. Manipulation, mythologization, emotionalization, identification and stylization are the methods that used to create the desired image.

Keywords: image, local government, methods, positioning, characteristic.

Имидж органов публичной власти, под которыми понимают органы местного самоуправления и органы госу-

дарственной власти, представляет целенаправленно создаваемый образ для воздействия на население с целью получения

поддержки [1]. В своей статье А.С. Неплюев применительно органов местного самоуправления определяет этот термин как целостный, устойчиво живущий и воспроизводящийся в сознании населения конкретного муниципального образования образ [9].

Построение имиджа — длительный и сложный процесс, который включает в себя несколько объемных этапов. Специалисты-имиджмейкеры выделяют шесть последовательных стадий формирования образа объекта [2, с. 50].

1. Определение необходимых и одобряемых каждой целевой группой ожиданий от объекта восприятия и требований к нему. Это сложный анализ, т.к. каждая из них обладает набором совершенно уникальных представлений, что необходимо синтезировать для определения дальнейшего направления конструирования имиджа.

2. Поиск и выбор необходимых характеристик объекта восприятия: на основе полученных желаний и требований необходимо определить качества объекта, которые являются обязательными для их удовлетворения. Как правило, на данном этапе проходит полный анализ преимуществ и недостатков, чтобы на будущих стадиях иметь представление о наиболее выгодных чертах объекта.

3. Интеграция отобранных характеристик в создаваемый образ органа местного самоуправления, которая проходит с усилением его положительных черт.

4. Популяризация имиджа при помощи различных инструментов: СМИ, интернет-коммуникаций, PR-мероприятий, личных встреч и т.д.

5. Реализация выбранных характеристик различными способами: визуальным, вербальным, событийным и др. Исследователи отмечают, что визуальные и событийные сообщения пользуются большим доверием, чем вербальные.

6. Изменение основных характеристик имиджа под ожидания и требования общественности, которые также могут корректироваться со временем.

Для успешной реализации каждого этапа необходимо выбрать наиболее эффективные методы влияния на сознание целевых групп. Одним из них является позиционирование — создание наиболее благоприятной ситуации восприятия населением характеристик и намерений органа местного самоуправления [2, с. 83]. Его цель заключается в том, чтобы при помощи различных инструментов: взаимодействию со СМИ, PR-акциям, мероприятиям — сформировать необходимость и значимость деятельности местной власти, показать уникальность и эффективность проводимой политики, например, в сравнении с соседними муниципальными образованиями. Это хорошо иллюстрируют рейтинги, которые наглядно показывают ее преимущества в сравнении с другими.

Исследователи выделяют в процессе позиционирования три стадии:

1. трансформация — выбор из многообразия характеристик наиболее выгодных для восприятия общественностью;
2. утрирование — усиление отобранных сильных сторон для маскирования наиболее слабых;
3. перевод — выбор различных методов коммуникаций, которые помогут нетривиально представить данные характери-

стики населению. и укрепить их в общественном сознании [2, с. 84].

К методам построения имиджа относят манипуляцию, под которой понимают воздействие и управление поведением людей, носящие скрытый характер и имеющие в основе доверие целевых групп, которые воспринимают информацию [5, с. 133]. Соответственно, ее целью является изменение поведения целевых групп через изменение существующих в их сознании убеждений и стереотипов. Главным каналом осуществления манипуляций считаются средства массовой информации.

Мифологизацию также относят к данным методам. Ее особенность заключается в том, что при такой коммуникации нет автора сообщения, но есть определенные группы получателей [3, с. 137]. В связи с этим миф воспринимается как подлинная, устоявшаяся истина, которая не подлежит сомнению. При этом он является продуктом массового сознания, который возник под воздействием убеждений и стереотипов, что укрепило его обязательное существование в числе характеристик объекта. Если стереотипом выступают общественные предрасудки, то под мифом понимают вымышленные факты, которые могут основываться на реальных событиях, но приукрашиваться именно для создания выгодного образа объекта [2, с. 94].

Восприятие создаваемого образа зависит от его эмоциональной составляющей. Взаимодействие с целевыми группами облегчает использование эмоционально окрашенной информации. Данный метод получил название эмоционализация [2, с. 96]. Исследователи выделяют три типа интеграции эмоций в информационные сообщения для формирования положительного отношения к объекту:

- метод конкретизации, когда из всего множества информации выбирают наиболее выгодный случай или ситуацию, которые преподносят как единственно возможные;
- метод сопереживания, при котором информационное сообщение подается с таким же эмоциональным окрасом как испытываемые общественностью эмоции;
- метод заимствования — позиционирование эмоций третьих лиц в качестве собственных [2, с. 97].

Применительно к органам местного самоуправления это может быть сообщение об успехах и преобразованиях региональной власти как результата работы всей системы местных органов власти в целом и конкретного муниципального образования.

Метод идентификации при построении имиджа органов местного самоуправления не так популярен, как при аналогичном процессе создания образа муниципальных служащих. Он заключается в поиске и популяризации наиболее выгодных характеристик объекта с целью создать благоприятное отношение к нему в общественном сознании.

В процессе формирования имиджа муниципального служащими ими могут быть личностные и профессиональные черты, деятельность до вступления в должность, идеологические и идейные взгляды — уникальные характеристики, которые позволяют идентифицировать его среди иных представителей муниципальной службы.

Применительно к органу местного самоуправления отличительными чертами могут служить характер предлагаемых и совершаемых преобразований, предложения для достижения

социально-экономического развития муниципального образования, принадлежность к определенной политической партии. В рамках реализации данного метода целевые группы должны получить ответ на вопрос, какие взгляды близки органу местного самоуправления, в чем заключается их основные цели и какими методами они будут достигнуты.

Заключительным методом формирования имиджа органа местного самоуправления является стилизация органа местного самоуправления не только в качестве элемента структуры управления, но и близкой к народу организации [2, с. 96]. Иными словами, необходимо продемонстрировать его работу не только в сфере муниципального управления, но и участия в различных общественных мероприятиях: детских, семейных, экологических — для формирования в общественном сознании позиционирования непрофессиональных характеристик.

Подобный метод в отношении главы муниципального образования и иных служащих реализуется через средства массовой информации, которые публикуют материалы личного характера: биографию, сведения о членах семьи и взаимоотношениях между ними, отношения к животным и т.д.

Методы построения имиджа органов местного самоуправления напрямую связаны с воздействием на общественное сознание различными способами. Для их реализации в большинстве случаев используются средства массовой информации, интернет-коммуникации и личное взаимодействие с общественностью, при помощи которых нужное эмоционально окрашенное сообщение передается целевым группам. Рассмотренные в работе методы направлены на усиление характеристик органов власти, являющихся стереотипными и находящими положительный отклик общественности.

Литература:

1. Закон РФ о поправке к Конституции РФ от 14.03.2020 № 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти Закон РФ о поправке к Конституции РФ от 14.03.2020 № 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти»
2. Вылегжанин, Д. А. Введение в политическую имиджологию: Учебное пособие / Д. А. Вылегжанин. — М.: Флинта, 2019. — 136 с.
3. Киселев, А. Г. Информация и коммуникация в государственном управлении: Монография / А. Г. Киселев. — М.: ИНФРА — М, 2019. — 268 с.
4. Марков, А. А. Связи с общественностью: Учебник / под ред. А. А. Маркова. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 190 с.
5. Селентьева, Д. О. Политическая имиджология: Учебное пособие / Д. О. Селентьева. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 193 с.
6. Ерыкалова, Ю. О. Формирование позитивного имиджа администрации муниципального образования / Ю. О. Ерыкалова // Конкурентоспособность территорий. — 2017. — С. 123–125.
7. Захарова, Е. А., Мельникова, Р. И. О некоторых подходах к формированию позитивного общественного мнения об органах местного самоуправления / Е. А. Захарова, Р. И. Мельникова // Управление городом: теория и практика. — 2017. — № 4 (27). — С. 40–51.
8. Милева М. В., Рябова Т. М. Факторы, влияющие на формирование имиджа муниципальных органов власти // Материалы Ивановских чтений. — 2018. — № 3 (21). — С. 53–57.
9. Неплюев, А. С., Трифонов, Ю. Н. Технологии формирования имиджа органов местного самоуправления / А. С. Неплюев, Ю. Н. Трифонов // Политическое управление. — 2017. — № 2 (14). — С. 26–29

ФИЛОЛОГИЯ, ЛИНГВИСТИКА

Лексические заимствования как фактор засорения языка

Икромова Нозанин Вохиджон кизи, студент;

Икромова Фазилатхон Вохиджон кизи, студент

Кокандский государственный педагогический институт имени Мукуми (Узбекистан)

В статье рассматривается проникновение заимствованной лексики в современный русский язык. Мы определяем типы лексических заимствований и типы учебных заданий, которые призваны помочь студентам усвоить эти терминологические единицы.

Ключевые слова: язык, варваризация, социальные изменения, терминология, лексические заимствования, заимствования, неологизмы.

В современном русском языке XXI века происходит ряд серьезных преобразований, которые имеют деструктивный характер. Одно из них — чрезмерное засорение русской лексики иноязычными, преимущественно англоязычными, заимствованиями. Как известно, трансформация языковой системы, вариативность всех языковых уровней — явление естественное. Особенно ярко эти изменения проявляются в настоящее время, когда объем информационных потоков постоянно растет, а технический прогресс проникает во все сферы современной жизни и общества. В контексте обмена (взаимодействия) между цивилизациями изменение языковой системы становится еще более интенсивным, приобретая культурный колорит. Это позволяет представителям разных обществ понимать друг друга как в повседневном, так и в профессиональном деловом общении [1].

Одним из главных факторов, содействующих все более широкому распространению в современном русском языке терминов иностранного происхождения и слов, являющихся производными от этих терминов, является процесс все более активного воздействия на российское общество западной культуры, который некоторые политологи уже успели окрестить процессом «вестернизации». Основными направлениями, на которых проявляется наиболее активное воздействие этого процесса, являются массовая культура, экономическая деятельность, или, как теперь все чаще говорят, «сфера бизнеса», политика и информатика.

Одна из основных причин, по которой сама концепция лингвистического заимствования вызывает споры в лингвистике, заключается в том, что заимствованные лингвистические единицы не часто возвращаются на родной язык. Однако, независимо от того, возвращаются ли языковые элементы или нет, очевидно, что они происходят из другой лингвистической системы или разновидности, и их введение в язык-получатель или раз-

новидность часто является социально мотивированным. Таким образом, из практических соображений кажется разумным принять концепцию лингвистического заимствования для характеристики таких языковых явлений, в которых данный язык или языковая разновидность использует элементы из другого кода в ситуациях контакта. Обычно выделяют два типа лингвистических заимствований: те, которые де-факто рассматриваются носителями как иностранные слова (известные также как переэтимологии, ксенизмы, спонтанные заимствования, мгновенные заимствования или одноразовые заимствования), и те, которые полностью натурализованы в языке заимствования (называемые интегрированными займы, постоянные займы, естественные или натурализованные займы).

Что касается социальной мотивации лексического заимствования, они обычно мотивируются практическими потребностями, престижными или роскошными соображениями. Другими словами, лексические элементы могут быть заимствованы, чтобы заполнить лексический пробел, т.е. чтобы выразить концепцию или мысль, недоступную в языке заимствования, или лингвистические элементы могут быть заимствованы просто ради престижа, который они несут, даже хотя эквивалент существует в языке заимствования. Хотя различие между словами, заимствованными для престижа, и словами, заимствованными из практических соображений, произвольно в том смысле, что слово может быть заимствовано по обоим причинам.

Лексическая система, в свою очередь, более гибкая и подвержена разного рода изменениям. Один из способов пополнить лексическую систему языка — заимствовать слова из других языков.

Лексическое заимствование является одним из способов обогащения языка и не ведет к утрате его специфики и идентичности. Развитие языка продолжается в соответствии с при-

сущими ему законами, даже если он включает в словарный запас значительное количество иностранных слов, как это было в случае с английским языком после норманнского завоевания [2].

Судьба заимствованных слов может быть разной: одни из них прочно закрепляются в языке-реципиенте и остаются в нем как неотъемлемая часть общего языка, тогда как другие остаются в положении слов специального назначения, третьи перестают служить целям общения, постепенно выходя из употребления, а затем полностью исчезают.

Вхождение иностранных слов в лексическую систему языка-реципиента — длительный и сложный процесс. По разным причинам ассимиляция может стать неполной, и заимствованное слово сохраняет некоторые присущие ему черты в донорском языке. Однако эти «остаточные» эффекты нельзя рассматривать как своего рода механическую грубую «обработку» слова на языке-реципиенте: лексическая единица с «особенностями иностранного языка» должна поддерживаться достаточным количеством других слов с схожие черты или определенная языковая практика в прошлом или настоящем. Такие группы слов образуют периферические системы, которые стремятся адаптироваться и раствориться в основной системе или войти в нее, вызывая ее частичную реконструкцию.

Анализ основных причин заимствования лексических единиц позволяет разделить эти причины на два типа: экстралингвистические и собственно лингвистические.

Следует отметить, что условия кредита могут проникнуть в язык получателя двумя способами. Во-первых, это вступление через устную речь, что в основном характерно для ранних стадий языкового контакта. В настоящее время в обществе с развитой социально-экономической системой этот путь наблюдается очень редко. Во-вторых, это запись через письменные тексты. Когда лексические заимствования происходят через письменные источники, проникновение происходит посредством: 1) специальной терминологии, 2) прессы, 3) интенсивного делового общения в письменной форме (переписка) и 4) перевода специализированной иностранной литературы. (Мы упомянули лишь некоторые из многих существующих способов проникновения ссудной лексики).

Литература:

1. Володина М. Н., Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии СМИ). (М.: Издательство МГУ, 2000).
2. Кронгауз, М. И. Русский язык на грани нервного срыва. [Текст] / М. И. Кронгауз. — М.: Языки славянских культур, 2007. 90 с
3. Понарина Н. Н. Феномен глобализации в интерпретации современных конкретных социогуманитарных наук // Историческая и социально-образовательная мысль. 2011. № 3. С. 97–101.

Первый из шести способов — это прямое заимствование без изменения написания заимствованных слов. Это возможно только в случае совпадения графических систем между исходным и принимающим языками. Это может быть применено, например, к процессу заимствования из одного западного языка в другой. Существует множество примеров такого заимствования финансовой и экономической терминологии, и это можно выявить при сравнительном изучении западноевропейских языков:

— французский: *арбитраж, бонификация, депорт, аллонж, бордерау*; английский: *арбитраж; бонификация, депорт, аллонж, бордерау*;

— немецкий: *отметка, блок, агент, грундизм*; английский: *отметка, блок, агент, грундизм*;

— испанский: *эмбарго*; английский: *эмбарго*;

Объяснение тому факту, что в западноевропейских языках существует большое количество совпадений в письменных и смысловых лексических единицах, конечно же, очень наглядно. С одной стороны, это тот факт, что они являются родственными языками (например, английский и немецкий, французский и испанский и т.д.) И не всегда похожи по написанию и значению, слова должны иметь отношения заимствованного слова и заимствованного слова. С другой стороны, широкое использование «интернационализмов» — заимствований из классических языков. Подавляющее большинство интернационализмов в их письменной форме легко идентифицируются на разных языках благодаря полноте их восприятия и признанию адекватности общей схемы, а не отдельных частей слов.

Таким образом, на основании наших рассуждений можно сделать вывод, что в процессе обучения терминологии иностранного языка студенты должны ориентироваться на способы и средства терминологических заимствований. Это интересный (развлекательный, мотивационный) метод работы, он имеет смысл как в узком (методологическом) смысле, так и в широком (дидактическом). Борьба за чистоту, точность и правильность языка можно и нужно. Так, необходимо широкое, общенародное распространение научных сведений о законах и правилах русского языка, о его стилистических богатствах, о способах образования новых слов, об огромной роли языка как орудия культуры, как средства познания.

К вопросу о методах исследования концептов

Казиева Аяна Юрьевна, студент магистратуры
Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева (г. Нур-Султан, Казахстан)

В данной статье нами рассмотрены: концепт, как единица когнитивной лингвистики и основные методы его исследования на примере зрительной метафоры.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, концепт, концептуальный метод исследования, зрительная метафора.

В современном языкознании в рамках антропоцентрической парадигмы развивается целый ряд направлений, среди которых — когнитивная лингвистика. Когнитивная лингвистика изучает язык как когнитивный механизм, играющий важную роль в кодировании и декодировании языка. Цель когнитивной лингвистики состоит в изучении процессов восприятия, категоризации, классификации и осмысления мира и накопления знаний.

Когнитивно-направленным исследованиям свойственен поиск диады «язык-человек», интегративный подход в изучении языка, строение «концепта» и «картины мира».

Рассмотрим данные положения подробнее. В когнитивной лингвистике под концептом понимается «оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [1, с. 90]. Е. С. Кубрякова (2003), лингвист, основатель семантико-когнитивного направления, толкует концепт, с одной стороны, как единицу психических или ментальных ресурсов человеческого сознания и его информационной структуры, отражающей опыт, знание индивида; с другой, как единицу памяти, оперативно-содержательного лексикона, и инструмент ментального лексикона, системы и языка мозга человека, а также всей отражённой в человеческой психике языковой картины мира [2, с. 101]

В. И. Карасик (2005) в своих трудах даёт следующее определение концепта — «это культурные образования первичного типа, выраженные в виде объективного содержания отдельных слов, которые заключают в себе некий смысл и, исходя из этого передаются в разные сферы жизни и быта человека (образного, понятийного и деятельностного), что позволяет им освоить весь языковой мир» [3, с. 103].

И. А. Стернин, З. Д. Попова (2003): концепт — это «глобальная мыслительная единица, выступающая в виде кванта знания, структурированного плана. Также концепт — это идеальная сущность, формирующаяся в человеческом сознании из памяти относительно уже существующими в его сознании концептами, взятыми из его непосредственных действий с определёнными предметами, а также из мыслительных операций его фактической деятельности и действий человека с другими людьми» [4];

А. А. Залевская (2005), исследователь в области психолингвистики, определяет концепт как спонтанно действующее в коммуникативной и познавательной деятельности человека базовое образование, научного описания, с позиции лингвистики, перцептивно-когнитивно-аффективного плана, имеющее динамический характер, подчиняющееся правилам

и нормам психической жизни индивида и, вследствие этого, отличающееся от других понятий и значений по ряду параметров, как языковых и речевых продуктов [5, с. 44].

Как видим, однозначного понятия концепта в современной лингвистике не отмечается.

Проведённый обзор лингвистических исследований показал, что в языкознании отмечается два подхода в изучении концепта: лингвокогнитивный и лингвокультурологический. Концепт в когнитивной лингвистике представляется в определённом языке словами или лексемами, фразеологизмами, словосочетаниями, паремическими единицами, позиционными и структурными схемами типовых утвердительных предложений, а также текстами. Такой спектр представленности, сформированных носителями языка позволяет раскрывать с помощью концептов содержание наивной картины мира и национального языкового сознания. Именно концепты, содержащие в себе национальную культуру, создают концептосферу определённого этноязыка. При этом принято считать, что концептами, исходя из когнитивного подхода, могут выступать любые единицы лексики, в которых по значению проглядываются средства семантического отражения окружающего мира.

Гончарова Н. Н. отмечала, что в основании лингвокогнитивного и лингвокультурологического подхода к концепту лежит учет того, кто является носителем языковой картины мира и концептов как ее основных элементов. Это может быть языковая личность, с присущими ей динамизмом, вариативностью, изменчивостью. А также языковой коллектив, «софийный» человек как относительно стабильный, статичный, инвариантный носитель языковой картины мира [6, с. 399].

При статистическом рассмотрении концепта, который хранится в коллективном языковом сознании, становится очевидно, что он шире лексического значения, так как имеет большое количество языковых единиц для своей фиксации и представляет всю совокупность знаний о данном объекте.

Об этнической памяти относительно национальной языковой картины мира с точки зрения когнитивного художественного концепта много пишут и казахстанские исследователи (С. Л. Куталмыш, 2019; Л. Р. Золотарева, 2013) [7; 8]. Такой подход позволяет переходить от этнической памяти (создания, накопления, хранения) к созданию «языковой картины мира», что важно для современного казахстанского общества.

В настоящее время существует множество подходов к анализу концептов, способов их описания, основанных на использовании различного исследовательского материала. М. М. Ангелова, раскрывая понятие концепта в современной лингвистике, даёт его такое определение — языковая единица коллективного,

отмеченная определённой этнокультурой [9]. Н.В. Дорофеева (2002) ссылается также на представителей культурологического направления, что позволило ей дать определение концепта, как ментального образования, выражающегося в определённой этносемантической или этнокультурологической спецификой [10].

В.Г. Зинченко (2003): концепт — это «отражённые в человеческой психике оперативные содержательные единицы памяти и ментального лексикона» [11];

Н. Красавский (2001) в своей работе раскрывает следующие несколько определений концепта иной направленности: концепт — это многомерный конструкт мыслительного плана, который отражает процесс познания мира и раскрывает результаты деятельности человека, его опыт и знания о существующем мире, на основе информации, давно хранящейся о нём; концепт — это познавательная структура психического плана, раскрывающая особенности организации, обеспечивающей возможности, которые отражают действительное, раскрывая их в единстве разнокачественных разнообразных сторон; концепт — это смыслы, которые составляют когнитивно-базисные подсистемы знания и мнений [12]. Последнее определение позволяет нам рассматривать концепты в когнитивном плане, как языковые единицы той или иной картины мира.

На сегодняшний день существуют различные методы исследования концепта. Согласно В.И. Постоваловой в практике современного концептуального анализа в лингвистике путь восхождения к концепту начинается обычно «снизу» — с уровня описания форм его воплощения в составе чисто лексикографического описания, а точнее с установления встречаемости слова, или его дистрибуции. Далее анализ охватывает область когнитивных описаний, включая анализ структур знания, стоящих за соответствующей языковой формой. И достигает своей вершины, завершая «описание семантики языковой формы на самых абстрактных уровнях ее бытия». К высшим уровням семантического бытия в лингвокультурологии и семиотике относят описание культурных смыслов слова, различных коннотаций, сопутствующих его лексическому значению в контексте разных культур, эпох и умонастроений, а также раскрытие символики слова и логики образа, стоящего за словом в сознании носителей языка определенной культуры». Разрабатываемые в настоящее время методы ориентированы на применение к определенному языковому материалу, или, иначе говоря, на изучение культурных концептов, объективированных разными языковыми средствами (например, словами, фразеологизмами, грамматическими конструкциями), на реконструкцию культурных концептов на базе языковых знаков разных уровней языковой системы.

На следующем этапе нами методом картирования рассмотрена зрительная метафора на примере английского языка. Для этого был применён метод «картирования» [14], с целью отражения концептуализации на английском языке красоты, через «внешность» с использованием её зрительной лексемы «глаза». Такая понятийная категория, как «внешность человека», по нашему мнению, занимает в концептуальной картине мира важное место. Она присутствует в каждом языке, так как внешность представляет собой хранилище подробной информации

о человеке. Относительно языковых признаков внешности можно судить о красоте человека, его возрасте, поле, национальности и расе. Поэтому является интересным установить, как с помощью метафоры, являющейся уникальным языковым средством, которая отражается феноменально в языке, вписывается данная понятийная и содержательная категория, в концептуальную структуру подсознания носителя языка.

Согласно Cambridge Dictionary «глаз» — это один из двух органов на лице, используемый для того, чтобы видеть (one of the two body parts in your face that you use for seeing). То есть изначально лексема «глаз» имеет физическую характеристику. Однако, помимо данной характеристики, человек обладает неким внутренним (духовным) зрением. Поэтому глазам отводится важнейшее значение, потому как большую часть информации человек получает посредством глаз. Во многих культурах глазам отводится главенствующее место, потому что считается, что они могут многое рассказать о человеке. Отдельные примеры лексемы «eyes / глаза», выявленные в ходе метафорического картирования:

Глаза → как цветовая гамма, выраженная через тон, цвет и оттенок:

«His face was whiter than a skull, with wide, livid scarlet eyes and a nose that was as flat as a snake's with slits for nostrils» (Его лицо было белее черепа, с широкими, багрово-алыми глазами и носом, плоским, как у змеи, с прорезями для ноздрей).

«She looked into his deep blue eyes — blue like the sky she may not see again» (Она посмотрела в его тёмно-голубые глаза — голубые, как небо, которое она могла больше не увидеть).

Глаза → как психическое состояние или психика человека:

«And in her eyes I saw that she recognized me» (В её глазах я видел, что она мне признательна).

«What I saw in her eyes at that hospital was genuine fear» (То, что я увидела в её глазах, в больнице, был неподдельный страх).

Глаза → как жизнь или смерть:

«Anyone who has ever looked into the glassy eyes of a soldier dying on the battlefield will think well before starting a war» (Всякий, кто хоть раз заглянул в стекленеющие глаза солдата, умирающего на поле боя, хорошо подумает, прежде чем начать войну).

«... she turned from again smiling at the youth with half-grave, half-vivacious eyes (...она отвернулась, снова улыбаясь юноше полусерьёзными, полуживыми глазами).

Таким образом, следует сделать выводы:

С когнитивной точки зрения в лингвистике следует определять концепт как единицу психических или ментальных ресурсов человеческого сознания и его информационной структуры, отражающей опыт, знание индивида и как единицу памяти, оперативно-содержательного ментального лексикона, системы и языка мозга человека, а также всей отражённой в человеческой психике языковой картины мира.

Современные методы исследования концептов позволяют изучить этимологию исходя из категории культурных фактов (обряды, обычаи и так далее), как культурные концепты, имеющие определённые ассоциации. Экспериментальные методы позволяют более детально изучить использование концептов, используя практические материалы. Важно понимать, что все методы исследования концепта проводятся с использованием

языкового материала, различного по содержанию и значению. Они дают возможность выделить лексемный уровень реализации концепта, на котором лексему можно выделить и понять идейное содержание сочетания лексемы, как способной для передачи в языке идейного содержания концепта.

Метод «картирования» позволил отразить концептуализацию концепта красоты, через «внешность» с использованием её зрительной лексемы «глаза» на английском языке.

Можно прийти к заключению, что глаза следует рассматривать не только как орган тела, выражающий физические характеристики, но и место сосредоточения всех эмоций и чувств. Концептуальная метафора, на примере «глаза — зеркало души», выраженная в виде когнитивной модели, где глаза являются контейнером внешности человека, показала, что в английском языке речевые варианты позволяют выразить модель внутреннего устройства жизни или мира человека.

Литература:

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. — М., 1996.
2. Кубрякова Е. с. О когнитивной лингвистике и семантике термина «когнитивный» // Вестник ВГУ, Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация», 2001, В. 1. — С. 5–10
3. Антология концептов. Под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. Том 2 Волгоград: Парадигма, 2005. — 356 с.
4. Стернин И. А., Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка. Монография. Воронеж: изд-во «Истоки», 2007. — 250 с.
5. Залевская А. А. Психолингвистические исследования: Избранные труды. — М.: Гнозис, 2005. — 543 с.
6. Гончарова Н. Н. Концепт — основная единица языковых картин мира // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-osnovnaya-edinitsa-yazykovyh-kartin-mira> (дата обращения: 27.10.2021).
7. Куталмыш С. Л. Казахская лингвистическая традиция: исторический аспект Вестник Томского государственного педагогического университета / 2019. — С. 31–35
8. Золотарева Л. Р. Ключевые концепты в этнической художественной картине мира (на материале современного изобразительного искусства Казахстана) журнал «В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии» / 2013. — С. 10
9. Ангелова М. М. «Концепт» в современной лингвокультурологии / М. М. Ангелова // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики. Сборник научных трудов. Выпуск 3 — М., 2004. — С. 3–10
10. Дорофеева Н. В. Удивление как эмоциональный концепт (на материале русского и английского языков): АКД. Волгоград, 2002. — С. 6–7
11. Зинченко В. Г. Межкультурная коммуникация: системный подход: учеб. пособие для студентов вузов; М-во образ. Рос. Федерации. Нижегород. гос. Н. А. Добролюбова. — Н. Новгород: Н. А. Добролюбова, 2003. — 191 с.
12. Красавский Н. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. — М.: Гнозис, 2008. — 374 с.
13. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. — М.: Флинта: Наука, 2006. — 296 с.
14. Санина М. Д. Метафора внешности (на примере использования лексемы «eyes» в современном английском языке). Вестник ИтГТУ, 2011, вып. № 8 (55). — С. 300–303

Функциональная грамотность на уроках русского языка в 5–11-х классах

Сабирова Елена Сергеевна, учитель русского языка и литературы
 MAOU «Средняя общеобразовательная школа № 100» (г. Нижний Тагил)

В данной статье рассматривается понятие и компоненты функциональной грамотности, определяется роль функциональной грамотности при обучении детей в школе, на примере уроков русского языка в 5–11 классах рассматриваются возможные методы формирования функциональной грамотности у обучающихся, приводятся конкретные методические приёмы для 5–11 классов, способствующие развитию функциональной грамотности у учеников.

Ключевые слова: функциональная грамотность, русский язык, коммуникативная компетенция, языковая компетенция, лингвистическая компетенция.

В современную эпоху глобализации и информатизации условия жизни людей меняются колоссальными темпами: появляются инновационные приборы, технологии, методики. Каждый день происходят преобразования в политической, экономической, социальной, культурной и других сферах мирового сообщества. Настоящий мир можно охарактеризо-

вать как нестабильный, неопределённый, сложный и неординарный. Происходящие изменения в нём можно разделить на четыре группы: экологические, экономические, финансовые, социальные. Всё это приводит к тому, что в настоящее время крайне сложно предсказать востребованные в будущем профессии, необходимые для них профессиональные навыки

и умения. В связи с этим, в школе возникла необходимость формирования у обучающихся функциональной грамотности с целью укрепления их позиций в будущем мире нестабильности [1:168–169].

Под функциональной грамотностью понимается способность человека использовать полученные в жизни знания для решения широкого круга жизненных задач в различных сферах человеческой деятельности, общения и социальных отношений. Включает в себя следующие компоненты: математическая грамотность, финансовая грамотность, естественнонаучная грамотность, глобальные компетенции, читательскую грамотность, критическое мышление.

На уроках русского в 5–11 классах формирование функциональной грамотности является важной и неотъемлемой частью.

Развитие функциональных навыков на уроках русского языка предполагает развитие следующих компетенций:

- коммуникативная, включающая владение всеми видами речевой деятельности; способность адекватно понимать чужую устную и письменную речь; выражаться устно и письменно;
- языковая, предполагающая знание языковой системы, развитие чувства языка и формирование орфографической и пунктуационной грамотности;
- лингвистическая, которая направлена на формирование мировоззрения языка, изучение его истории, а также овладение работами лингвистов и культурологов.

Формирование функциональной грамотности — это непросто процесс, который требует от учителя использования современных форм и методов обучения, позволяющие воспитать инициативную, самостоятельную, творчески мыслящую личность [2:52–53].

К одним из наиболее успешных методов, способствующих развитию функциональной грамотности на уроках русского языка в 5–11 классах можно отнести игровые технологии. Их использование способствует расширению кругозора учащихся, развитию познавательной активности, формированию различных навыков и умений практической деятельности, а также является эффективным средством мотивации и стимулирования учащихся к обучению.

Игры «Третий лишний», «Подбери пару», «Лексикографический марафон», «Цепочка слов», «Филологический ринг», «Сила слова» направлены на повышение познавательной активности учащихся, способствуют ускорению достижения цели, позволяют им быстро включиться в работу. Деятельность учащихся носит преобразующий характер: они наблюдают, сравнивают, группируют, обнаруживают закономерности, делают выводы.

Приведём некоторые примеры применения игровых технологий на уроках русского языка в 5–11 классе, нацеленных на формирование функциональной грамотности обучающихся.

В 5 классе — игра «Третий лишний». Задание: Найдите в каждой тройке слов одно — не родственное:

1. Лес, лестница, лесничий;
2. Левый, лев, налево;
3. Дивный, удивлённый, диванный.

В 6 классе — игра «Подбери пару». Задание: Подберите однокоренное имя существительное с другим морфологиче-

ским признаком. Например: Пермь — пермяк, уралец — Урал; теннис — теннисист.

1. Москва —
2. Алжирец —
3. Сибирь —
4. Индия —
5. Санкт-Петербург —

В 7 классе — игра «Лексикографический марафон». Задание: определите название словаря по его назначению:

1. Даёт лексические значения слов (толковый);
2. Определяет слова, имеющие общее значение (словарь синонимов);
3. Подбирает слова, противоположные по лексическому значению (словарь антонимов);
4. Содержит сведения об истории происхождения слова (этимологический);
5. Содержит информацию об устойчивых словосочетаниях (фразеологический).

В 8 классе — игра «Цепочка слов». Задание: выложите цепочку из предметов. Первое слово в цепочке — карандаш. Следующее звено в цепочке — слово, начинающееся с того звука, которым заканчивается слово карандаш.

Слова: карандаш, флажок, ракета, сук, чайник, ананас, мак, лук, шкаф, куст, топор, автобус, ключ, кошка, сом, мак, крокодил.

В 9 классе — игра «Филологический ринг». Задание: определите понятие по предложенному описанию:

1. Изменяемая часть слова, образующая форму слова. (Окончание).
2. Часть измененного слова без окончания. (Основа).
3. Значимая часть слова, расположенная после корня, служит для образования новых слов или словоформ. (Суффикс).
4. Значимая часть слова, которая находится перед корнем и служит для образования новых слов. (Приставка).
5. Основная часть слова, содержащая общее лексическое значение для всех однокоренных слов. (Корень).

В 10–11 классе — Лингвистическая игра «Сила слова». Задание: Подберите русские смысловые эквиваленты к следующим фразеологизмам:

1. И в хорошем огороде есть гнилые тыквы.
2. Записать за ушами.
3. Когда свинья в жёлтых шлёпанцах.

Представленные игровые технологии способствуют развитию коммуникативной, языковой и лингвистической компетенциям в рамках формирования функциональной грамотности у обучающихся 5–11 классов на уроках русского языка.

Таким образом, формирование функциональной грамотности у обучающихся является важной и составной частью их обучения в школе. На уроках русского языка важно в 5–11 классах важно применять новые и современные технологии, способствующие развитию ключевых компетенций в рамках формирования функциональной грамотности. Это позволит повысить интерес и мотивацию обучающихся к изучению русского языка, будет способствовать развитию мыслительных операций, способствует формированию самостоятельности учеников.

Литература:

1. Жабагинова, Г. М. Развитие функциональной грамотности на уроках русского языка / Г. М. Жабагинова // Инновации в образовании: поиски и решения: Сборник материалов II-ой международной научно-практической конференции, Астана, 20 ноября 2015 года / Национальная академия образования им. И. Алтынсарина, Уральский государственный педагогический университет. — Астана: Уральский государственный педагогический университет, 2015. — С. 168–170.
2. Жорабекова, М. К. Развитие навыков функциональной грамотности на уроках русского языка и литературы / М. К. Жорабекова // Альманах мировой науки. — 2019. — № 2(28). — С. 52–53.

ПРОЧЕЕ

Совершенствование государственного регулирования визовой деятельности в Российской Федерации

Джаджиева Ангелина Вадимовна, студент магистратуры
Государственный университет управления (г. Москва)

В статье рассмотрены вопросы, касающиеся совершенствования государственного регулирования визовой деятельности в Российской Федерации.

Ключевые слова: виза, деятельность, режим, системы, политика, оптимизация, совершенствование.

Актуальность темы. Глобализационные процессы в сочетании со стремительными переменами в глобальных политических и экономических системах способствуют резкой интенсификации межгосударственных территориальных перемещений населения в начале XXI века, и привели к формированию принципиально новой миграционной ситуации в мире.

Визовая политика Российской Федерации в настоящее время находится в управлении Министерства иностранных дел Российской Федерации, для въезда на территорию Российской Федерации гражданам большинства государств требуется заблаговременное получение визы в дипломатических представительствах и консульских России. Но гражданам некоторых стран виза для въезда в Россию не требуется.

Цель исследования: исследовать и проанализировать совершенствование государственного регулирования визовой деятельности в Российской Федерации.

Совершенствование государственного регулирования визовой деятельности в Российской Федерации — это реализация мер, направленных на оптимизацию политики российского государства относительно мигрантов, пребывание которых на территории страны влияет на ее развитие и жизнь каждого гражданина.

Государственное регулирование визовой деятельности государства ориентирована на решение задач адаптации мигрантов и обеспечение защиты интересов собственных граждан. Особым аспектом государственной визовой деятельности являются типы миграции, которые формируют ее концепцию.

Анализ опыта реализации визовой политики свидетельствует о том факте, что управление легальной миграцией и борьба с ее нелегальными формами является важной задачей.

Стратегия его решения предусматривает реализацию комплекса мероприятий, который направлен на интеграцию иностранцев в общественной жизни, и основывается на признании того, что интеграционные процессы осуществляются во встречных направлениях.

Ядром этой стратегии долгие годы было убеждение, что многие проблемы визовой деятельности должны решаться путем последовательных шагов в различных областях, в частности, таких, как экономика, предоставление политического убежища, ликвидация различий в правовых режимах различных групп населения или репатриация [1, с. 95].

В настоящее время такой путь более неприемлем, а стратегия визовой политики в Российской Федерации должна быть единой и долговременной.

В процессе изменения социально-экономической, политической ситуации в стране, или в мире, а также учитывая результативность проводимых мероприятий, в разработанную стратегию вносят коррективы (в том числе по ее целям или механизмам реализации), направленные на устранение новых вызовов и обеспечение максимального использования имеющихся возможностей.

Стоит отметить, что стратегия должна стать основополагающим документом при разработке и реализации программ по отдельным направлениям визовой политики и социально-экономического развития страны.

Виза — это документ, дающий право иностранным гражданам пересекать границу страны или находиться на ее территории в течение определённого срока, в зависимости от цели пребывания.

Это может быть деловая поездка, трудовой контракт, туризм, воссоединение с семьей. Сейчас мы разберем, какими бывают визы, их виды и категории.

В современном мире, с его стремлением к глобализации, виза занимает особое место, поскольку позволяет регулировать поток людей, прибывающих из-за рубежа и, в то же время, предотвращать случаи незаконной миграции. У каждого государства существуют свои критерии предоставления того или иного вида и категории виз.

Визовые ограничения могут периодически изменяться. Например, меняется список необходимых документов или сроки

нахождения на территории государства. Такие колебания в правилах пересечения границ наблюдаются каждый год. Для того, чтобы следить за нововведениями в визовых режимах, создан ежегодно обновляемый индекс визовых ограничений (или индекс паспортов).

Он представляет из себя рейтинг стран по уровню свободы передвижения. В этом списке видно, в какие страны требуется приобрести визу и узнать разрешенные сроки пребывания на территории того или иного государства. Критерии по выбору транспорта для выезда за границу не устанавливаются. Поэтому, для путешествия на автомобиле, поезде, самолете или для круиза на лайнере оформляется одна и та же виза, разрешающая посещение той или иной территории [2, с. 84].

Результатом реализации стратегии должно быть утверждение в Российской Федерации стратегической визовой модели, которая может быть направлена на экономическое и социальное развитие страны, а также повышение эффективности использования интеллектуального потенциала страны, ее человеческих ресурсов и т.д.

Реализация стратегии будет создавать возможности для успешного продвижения Российской Федерации по пути экономического и социального развития, основанного на уважении интересов нации.

В России необходимо реализовать комплекс мер, которые будут способствовать созданию благоприятных условий для развития и функционирования визового бизнеса, включая создание эффективного механизма государственной поддержки и развитие рыночной инфраструктуры.

Основными отличительными чертами механизма государственной поддержки визового дела нашего государства являются его эффективное функционирование, соблюдение установленных принципов и процедур оказания государственной поддержки и реализация максимального спектра услуг.

Помимо концептуального совершенствования процесса формирования механизма государственной поддержки предлагается принять ряд практических мер: создание единого специализированного государственного органа с максимальной автономией.

Меры по созданию благоприятного делового и инвестиционного климата должны оказать стимулирующее воздействие на региональное развитие. При развитии этих мероприятий следует учитывать положительный опыт некоторых стран.

Для въезда в Российскую Федерацию иностранному гражданину или лицу без гражданства требуется виза.

При наличии договора возможен въезд иностранных граждан в Российскую Федерацию без визы. Условия въезда граждан иностранных государств в Российскую Федерацию [3, с. 79].

Для получения визы иностранный гражданин должен обратиться в консульство России по месту постоянного жительства.

Российские консульские учреждения выдают визу в зависимости от цели поездки и срока пребывания иностранца на территории Российской Федерации.

Для посещения большинства зарубежных стран необходимо получить специальные разрешения — визы. Поскольку поездки различаются не только по географическим районам, но и по продолжительности и цели визита, различаются и типы виз. Существующая классификация была введена для контроля потока посетителей и наделения их особыми правами и обязанностями. Несоблюдение визового режима является незаконным и преследуется по закону, поэтому важно попросить документ, точно соответствующий вашим целям поездки.

Современный этап социально-экономического развития России связан с рядом серьезных вызовов, несущих непосредственную угрозу экономике, политической ситуации и обществу в целом.

Каждое государство старается управлять миграционными процессами, и в нашей стране управление имеет свою специфику. Регулирование миграционных потоков в советское время в основном осуществлялось административными методами. Сегодня новая модель регулирования базируется на квотных методах и экономических методах [2, с. 68].

При этом особенно важно, чтобы основное внимание уделялось внутрихозяйственным проблемам территорий. При этом объектом воздействия является не сама миграция, а региональная система, в рамках которой происходит этот процесс. Эта система включает в себя такие компоненты, как экономический, социальный, демографический и экологический. При этом основное воздействие направлено на миграционное поведение населения и регулируется его потребностями.

Конечно, эффективно влиять на миграцию можно только при изучении этих потребностей. Только зная их, можно разработать средства для их удовлетворения. Однако прямое воздействие на подавляющее большинство миграции невозможно. Такое влияние должно осуществляться только косвенно, т.е. необходимо создать условия, при которых этот процесс может развиваться [1, с. 47].

Вывод. Несомненно, что основным способом преодоления негативных последствий и влияния на миграционные процессы является управление миграцией, которое может и должно осуществляться на государственном, региональном, муниципальном уровне. Безусловно, наиболее эффективное управление миграцией происходит на государственном уровне, главное, чтобы не было нарушения гражданских и политических прав граждан, что является одной из основных и самых сложных задач государства.

Литература:

1. Воловик, Н. П. Таможенно-тарифная политика и стимулирование инноваций в России / Н. П. Воловик. — М.: Дело, 2020. — 431 с.
2. Кислая К. Г. Современные проблемы иммиграционной политики России: состояние и пути решения // Научный молодежный форум. № 1, 2020, с. 33–38.
3. Малиновская, В. М. Международно-правовое регулирование применения таможенных процедур в ЕАЭС / В. М. Малиновская // Международное сотрудничество государств Евразии: политика, экономика, право. — 2020. — № 4 (5).

Повышение результативности автоматических систем пожаротушения торгово-развлекательных центров

Суханов Иван Владимирович, студент магистратуры
Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы МЧС России

В работе выявляются основные проблемы использования автоматических систем пожаротушения торгово-развлекательных центров и подготавливаются передовые и нестандартные пути для их дальнейшего осуществления. Основопологающим элементом обеспечения совокупной системы жизнеобеспечения и безопасности в торгово-развлекательных центрах (ТРЦ), расположенных на территории субъекта Российской Федерации, на примере Кемеровской области — Кузбасса является изучение расчетной документации категорий объектов, указанных выше. Для этих целей выявляются тенденции возможностей повышения качества деятельности автоматической системы пожаротушения.

Ключевые слова: пожар, очаг пожара, класс пожара, пожарная безопасность, автоматическая система пожаротушения, огнетушащее вещество.

Новые социально-экономические условия развития России и опыт трагических последствий крупных пожаров, произошедших в торгово-развлекательных центрах предписывают новые требования к безопасности зданий, оборудования, от пожаров и их последствий, а также к подготовке персонала торгово-развлекательных объектов по действиям при пожаре, обеспечивая безопасность при массовом скоплении людей. Значимость исследования заключается в потребности повышения продуктивности действующих систем пожаротушения, на примере автоматических систем пожаротушения таких объектов, как ТРЦ, расположенных на территории Кемеровской области — Кузбасса, для получения результата поставленной задачи — эффективного и вовремя потушенного очага пожара.

В первую очередь, основное предназначение систем автоматического тушения пожара заключается в предотвращении развития пожара, защите материальных ценностей от разрушающего воздействия огня, а также защите самого главного — жизни человека. На одном из первоначальных этапов стадии проектирования и строительства любого объекта предусматривается правильно организованная защита от пожаров. Как правило, 5–15% от общей сметной стоимости объекта составляет стоимость работ по организации защиты от пожаров. Правильно спроектированная и организованная защита, при возникновении пожара, обеспечивает 100% сохранение от опасных разрушающих факторов пожара.

Для создания организации и надежной защиты при возникновении пожара необходим целый комплекс действий,

с целью подбора, правильного монтажа и эксплуатации оборудования. На защищаемом объекте обязательным условием является правильное определение вариантов пожаротушения, их установка и обслуживание. Важнейшим параметром эффективности системы пожаротушения является сохранение ее работоспособности, направленной на своевременное срабатывание в нужный момент, без каких-либо опозданий и сбоев. Автономно работающие системы пожаротушения не требуют участие человека, такие системы автоматически определяют опасность пожара и запускаются. К таким системам относятся аэрозольные, водяные, газовые, пенные, порошковые.

Новейшие конструкции систем автоматического пожаротушения торгово-развлекательных объектов позволяют в зданиях и сооружениях без участия человека обеспечить защиту и контролируемое тушение при возникновении пожара. По сложности конструктивных решений системы автоматического тушения пожаров объединяются в инженерные исходя из учета особенностей объекта защиты. При производстве монтажа систем, и их пуско-наладочных работ обязательно должны учитываться характеристики защищаемого объекта.

К установкам систем пожаротушения, к зданиям и помещениям, где необходимо устанавливать данное оборудование применяются требования действующих нормативных документов. На основании ряда, обязательных для исполнения организациями и гражданами, нормативных документов осуществляется защита системами тушения пожаров объектов торгово-развлекательного назначения.

Нормативный документ	Применение
Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 № 123-ФЗ	Применяется в целях защиты имущества, здоровья и жизни, граждан, а также юридических лиц, муниципального и государственного имущества от пожаров, в области пожарной безопасности определяет основные положения технического регулирования и устанавливает общие требования пожарной безопасности к объектам защиты (продукции), в том числе к производственным объектам, сооружениям, зданиям и пожарно-технической продукции и продукции общего назначения.

Нормативный документ	Применение
Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» (с изменениями и дополнениями) от 30.12. 2009 г. N384-ФЗ	Применяется в целях: 1) защиты здоровья и жизни граждан, имущества юридических, физических лиц или муниципального и государственного имущества; 2) охраны жизни и здоровья животных и растений; окружающей среды, 3) предупреждения действий, вводящих в заблуждение приобретателей; 4) обеспечения энергетической эффективности зданий и сооружений.
СП 1.1310.2020 «Системы противопожарной защиты. Эвакуационные пути и выходы»	Устанавливает требования пожарной безопасности к эвакуационным путям, эвакуационным и аварийным выходам из помещений, зданий и сооружений, а также требования пожарной безопасности к эвакуационным путям для наружных технологических установок.
СП 2.13130.2020 «Системы противопожарной защиты. Обеспечение огнестойкости объектов защиты»	Устанавливает общие требования по обеспечению огнестойкости объектов защиты, в том числе зданий, сооружений и пожарных отсеков.
СП 485.1311500.2020 Системы противопожарной защиты. Установки пожаротушения автоматические. Нормы и правила проектирования.	Устанавливает нормы и правила проектирования установок пожаротушения автоматических.
СП 4.13130.2013 «Системы противопожарной защиты. Ограничение распространения пожара на объектах защиты. Требования к объемно-планировочным и конструктивным решениям»	Устанавливает требования пожарной безопасности к объемно-планировочным и конструктивным решениям, обеспечивающим ограничение распространения пожара при проектировании, строительстве и эксплуатации зданий и сооружений.
СП 3.13130.2009 «Системы противопожарной защиты. Система оповещения и управления эвакуацией людей при пожаре. Требования пожарной безопасности»	Устанавливает требования пожарной безопасности к системам оповещения и управления эвакуацией людей при пожарах
СП 7.13130.2013 «Отопление, вентиляция и кондиционирование. Требования пожарной безопасности»	Устанавливает требований к системам отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха, противодымной вентиляции зданий и сооружений
СП 10.13130.2020 «Системы противопожарной защиты. Внутренний противопожарный водопровод. Требования пожарной безопасности»	Устанавливает требования пожарной безопасности к системам внутреннего противопожарного водопровода
СП 8.13130.2020 «Системы противопожарной защиты. Источники наружного противопожарного водоснабжения. Требования пожарной безопасности»	Устанавливает требования пожарной безопасности к источникам наружного противопожарного водоснабжения
СП 484.1311500.2020 «Системы противопожарной защиты. Системы пожарной сигнализации и автоматизация систем противопожарной защиты. Нормы и правила проектирования»	Устанавливает нормы и правила проектирования автоматической пожарной сигнализации

На различных уровнях обсуждаются проблемные вопросы потребности улучшения технических устройств защиты от пожаров.

Проанализировав результаты проверок противопожарного состояния торгово-развлекательных объектов Кемеровской области-Кузбасса, можно сделать вывод либо о полном отсутствии систем автоматического тушения пожаров, либо об их неработоспособном состоянии, что может привести

к значительным ущербам от последствий возникших пожаров. В нормативных документах имеется точный перечень помещений сооружений и зданий, которые подлежат к обязательной установке системами автоматического тушения пожаров.

Умышленно нарушая закон и пренебрегая выполнением требований законодательных актов при эксплуатации и защиты объектов, руководители предприятий, как правило, эко-

номят на монтаже и обслуживании систем автоматического тушения пожаров.

В таких крупных городах как Кемерово и Новокузнецк, входящих в состав Кемеровской области-Кузбасса, была изучена проектная документация ряда ТРЦ, где установлены факты того, что собственникам ТРЦ пришлось разрабатывать специальные технические условия, содержащиеся в проектной документации и касающиеся систем автоматического тушения пожаров. Специальные технические условия были разработаны в связи с отсутствием водоснабжения на нужды пожаротушения или недостаточности давления в сети водопровода, для обеспечения подачи необходимого количества воды на нужды пожаротушения.

Довольно часто разрабатываются технические средства пожарной автоматики, причем без улучшения их технических характеристик. Это обусловлено тем, что инициаторами разработок выступают конкретные заказчики — отдельные предприятия. Исходя из этого, отсутствуют разработки по перспективным направлениям развития технических средств пожарной сигнализации и пожаротушения.

В настоящее время существует сложность технического использования автоматических систем тушения пожаров, которая вызвана проблемой неработоспособности смонтированных на объектах систем пожарной автоматики. Отказы в работе и неэффективность обусловлены следующими причинами:

- отсутствие соблюдения требования законодательных актов, которые предусматривают требования, правила проектирования, монтажа и эксплуатации сигнализаций и систем автоматического тушения пожаров;
- допускаемые ошибки на стадии проектирования сигнализаций и систем автоматического тушения пожаров;
- отсутствие должного качества работ предприятий по производству и поставке компонентов сигнализаций и систем автоматического тушения пожаров и огнетушащих веществ;
- отсутствие должного качества работ организаций, проводящих монтажные, пусконаладочные работы и техническое обслуживание.

Для увеличения продуктивности работы систем автоматического тушения пожаров, решаются такие задачи как первоначальная разработка, производство, проектировка и использование систем пожарной автоматики.

Указанные задачи могут быть положены в основу Концепции развития автоматических систем пожарной сигнализации и пожаротушения, определяющей основные направления работ в соответствующей области.

В 2021 г. в Российской Федерации произошел целый ряд изменений нормативной базы в области проектировки и использования автоматических систем пожарной сигнализации и управления.

Основной проблемой при проектировании, строительстве и дальнейшей работе ТРЦ является отсутствие информации о разнообразии имеющихся на Российском рынке систем автоматического тушения пожаров с улучшенными техническими характеристиками. Такие системы позволяют своевременно обнаружить возникновение пожара, и до прибытия подразделений пожарной охраны устранить дальнейшее распространение огня, способного уничтожить имущество, нанести вред здоровью и жизни людей.

Наиболее часто в ТРЦ устанавливают усовершенствованные системы автоматического пожаротушения, в состав которых входят технические устройства на основе органических жидкостей. Такие устройства уничтожают огонь на любой стадии возгорания. Составы органических жидкостей позволяют тушить модельные очаги пожара таких классов, как: «А», «В», «С» и «Е». Нагреваясь, жидкость переходит в газообразную форму, таким образом, активно происходит вытеснение кислорода из зоны горения. При этом в помещении остается необходимая для обеспечения жизнедеятельности человека концентрация кислорода. При соприкосновении с горячей поверхностью часть жидкости остается в жидкой фазе, в результате образуется пленка, обладающая охлаждающим эффектом, а также препятствующая возникновению повторного возгорания и ливидирующая тлеющие очаги. Образовавшаяся на потушенной поверхности пленка разлагается в течение 24 часов, что не оказывает вредных воздействий на здоровье человека, окружающую среду и технику. Использование технических устройств систем автоматического тушения пожаров на основе органических жидкостей безопасно в больницах, детских садах, школах, местах с большим скоплением людей.

Принцип работы технических устройств систем пожаротушения на основе органических жидкостей основан на действии мелкого орошения, тонкого распыления, создавая водяной туман, что значительно осаждаёт дым при тушении огня.

Исходя из анализа вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что передовая система автоматического тушения пожаров с огнетушащим составом, обладающим комбинированными свойствами тушения модельных очагов пожара различных классов, используемая в торгово-развлекательных центрах, позволяет на высоком уровне обеспечить пожарную безопасность данных объектов. С абсолютной уверенностью можно отметить следующие параметры данной системы пожаротушения:

- отсутствие угрозы жизни и здоровью людей, нанесения вреда окружающей среде и оборудованию;
- огнетушащий состав способен справиться с возгоранием плавящихся твердых веществ и материалов, электроустановок, находящихся под напряжением, горючих жидкостей, твердых горючих веществ и материалов;
- на начальной стадии развития пожара эффективность тушения подразделениями пожарной охраны значительно повышается, используя при этом меньшее количество огнетушащих веществ, исходя из этого, значительно уменьшается материальный ущерб, риск жизни и здоровья людей, а также риски пожарных подразделений при тушении пожара;
- в систему пожаротушения входит комплекс наполненных огнетушащим составом подвесных модульных установок. Подача сигнала на управление происходит от пожарной сигнализации автоматически или срабатывает в случае разрушения теплового замка сплинкерного оросителя модуля, после чего происходит ликвидация огня даже при полном отсутствии на объекте внутреннего противопожарного водоснабжения;
- с целью повышения продуктивности и уменьшения огнетушащего вещества, требуемого на нужды пожаротушения, обладает функцией подмеса огнетушащего состава в имеющуюся или проектируемую систему водяного пожаротушения;

– препятствие возникновению повторного возгорания и ликвидация тлеющих очагов в результате образования пленки при попадании части жидкости на горящую поверхность, которая обладает охлаждающим эффектом;

– органического происхождения огнетушащий состав образует на потушенной поверхности пленку, которая раз-

лагается в течение 24 часов, что не оказывает вредных воздействий на здоровье человека, окружающую среду и технику. Имущество, не поврежденное огнем, достаточно будет протереть влажной тряпкой, чего нельзя сказать о последствиях после применения других часто используемых огнетушащих веществ (пена, вода, аэрозоль, порошок).

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 21 декабря 1994 г. №69 — ФЗ «О пожарной безопасности».
2. Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 № 123-ФЗ
3. Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» (с изменениями и дополнениями) от 30.12. 2009 г. №384-ФЗ
4. СП 1.1310.2020 «Системы противопожарной защиты. Эвакуационные пути и выходы»
5. СП 7.13130.2013 «Отопление, вентиляция и кондиционирование. Требования пожарной безопасности».
6. СП 484.1311500.2020 «Системы противопожарной защиты. Системы пожарной сигнализации и автоматизация систем противопожарной защиты. Нормы и правила проектирования».
7. СП 10.13130.2020 «Системы противопожарной защиты. Внутренний противопожарный водопровод. Требования пожарной безопасности».
8. СП 2.13130.2020 «Системы противопожарной защиты. Обеспечение огнестойкости объектов защиты»
9. СП 485.1311500.2020 «Системы противопожарной защиты. Установки пожаротушения автоматические. Нормы и правила проектирования».
10. СП 3.13130.2009 «Системы противопожарной защиты. Система оповещения и управления эвакуацией людей при пожаре. Требования пожарной безопасности».
11. СП 8.13130.2020 «Системы противопожарной защиты. Источники наружного противопожарного водоснабжения. Требования пожарной безопасности».
12. СП 4.13130.2013 «Системы противопожарной защиты. Ограничение распространения пожара на объектах защиты. Требования к объемно-планировочным и конструктивным решениям».

МОЛОДОЙ УЧЕНЫЙ ҚАЗАҚСТАН

Тіл меңгерушілер арасында әлеуметтік лингвистикалық құзіреттілікті қалыптастыру

Жұмаділла Аружан Бақытқызы, магистрант;
Мейірбеков Ақылбек Қайратбекұлы, PhD, э.ф.к., доцент
Х.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті (Түркістан)

Аталған мақалада кез-келген шет тілін үйрену, меңгеру, жетік білу мақсатында қалыптастыра алатын әлеуметтік және лингвистикалық деп аталатын екі түрлі құзіреттіліктерді қалыптастыру жолын үйренеміз. Жалтылама тұрғыдан адамзаттың сөйлеу тілі дегеніміз- лингвистикалық құзіреттіліктің негізгі зерттеу объектісі болып табылады. Тіл қоғам үшін белсенді түрде қызмет етеді, себебі, тіл-адамдар ара-қатынасындағы бір-бірін ұғатын өзара үсінісу құралы. Лингвистика-тіл білімі, бүкіл әлемде қолданыста жүрген тілдердің ерекшеліктерін, қоғамдық ара-қатынастардағы әлеуметтік қызметі, құрылымын, тарихи дамуын және жалпы заңдылығын зерттейтін ғылыми сала. 1980–1985 жылғы дереккөздерге қарағанда, дүние жүзі бойынша 5795 тіл бар, көрсетілген мәліметтің ішінде 1400 өлі тілге айналған, қалған тілдер құрылымы бойынша дамып, тұрақты қолданыста жүрген жеке және дербес тілдер. Білім алушылар тарапынан туындайтын талаптарға сәйкес жоғарыда аталған екі құзіреттіліктің ұқсас тұстарын, қасиеттерін, байланыстарын аңғара отырып, оларды біріктіре отырып оқыту және қалыптастыру бағыты ұсынылады.

Түйін сөздер: әлеуметтік-лингвистикалық құзіреттілік, тілдік саясат, тілдік идеология, көптілділік, диглоссия.

Формирование социолингвистической компетенции среди изучающих язык

Жумадилла Аружан Бахитқызы, студент магистратуры;
Мейірбеков Ақылбек Қайратбекович, PhD, кандидат экономических наук, доцент
Международный казахско-турецкий университет имени Х.А. Ясауи (г. Туркестан, Казахстан)

В этой статье мы узнаем, как сформировать две разные компетенции, называемые социальной и лингвистической, которые можно сформировать, чтобы выучить, освоить любой иностранный язык. В целом разговорный язык человечества является основным объектом изучения языковой компетенции, язык активно служит обществу, потому что язык является средством взаимопонимания в человеческих отношениях. Лингвистика — это научная область, которая изучает особенности языков, используемых во всем мире, их социальную функцию, структуру, историческое развитие и общие законы общественных отношений. Согласно источникам с 1980 по 1985 год, в мире насчитывается 5795 языков, из которых 1400 — вымершие языки, а остальные — частные и независимые языки, которые развиваются по структуре и постоянно используются.

Ключевые слова: социолингвистическая компетентность, языковая политика, языковая идеология, многоязычие, диглоссия.

Тілдің құдіреттілігі мен құзіреттілігін ауыз толтырып айта беруге болады, себебі, дүниеде бір тіл емес, екі немесе одан да көп тілдерді қолдануды талап ететін мемлекеттер мен аймақтар көп. Әлеуметтік-лингвистика бірнеше тілдердің өзара байланысын және қарым-қатынас кезінде қызмет ету позициясын зерттейді. Қолданылған тілдер арасында басымдық танытатын нақты қайсы тіл, негізгі мемлекеттік аралық қатынастарда қай тілді қолданған тиімді, қай тіл ресми тіл болып саналады, отбасылық тұрмыста тілдердің қолданылуына «қанағаттанушылық» деңгейі қандай, адамдардық ана тілдерін ауыстыру себебі неде, қандай жағдайларда және қандай формаларда қостілділік пен көптілділік ұғымдары дамыған деген

секілді сұрақтардың жауабын әлеуметтік-лингвистикалық құзіреттілікті зерттей отырып, таба аламыз.

Зерттеу нысаны: Мақалада ең алдымен тіл, оның шығу тарихы, табиғаты, даму, заңдылықтары, қолданылу аясы, жеткізу әдіс-тәсілдері, салалары, олардың өзіндік бағыттары туралы мәліметтер келтіріп жас дамушыға білімді жетік меңгерту және толық теориялық мәліметтер беру. Мақала жазудағы, тақырыптың қозғалуындағы басты міндет: тіл білімінің жетілдірілуі, жан-жақты дамуының зерттелуі болып табылады. Түптеп келгенде, тілді қолдану мен меңгеру сөйлеушілердің әлеуметтік сипаттамаларына және сөйлесу әдебі мен позициясына байланысты болатыны белгілі. Демек, тілді оқытуда «сыртқы» фактор-

ларды да ескеру қажеттігі туындайды. Мемлекетіміз тәуелсіздік алған жылдан бастап еліміздегі тілдік жағдаят, мемлекетіміздің тілдік саясаты мен оның негізгі бағыттары жан-жақты зерттеліп, ғылыми негізделген шешімін тапты. Бұл бағытта Б. Хасанұлының, М.М. Копыленконың, А.Е. Карлинскийдің, Э.Д. Сүлейменованың, З.К. Ахметжанованың, Н.Ж. Шаймерденованың, М.К. Исаеваның еңбектерін атап өтуге болады. Бұл ғалымдардың жұмысында Қазақстандағы тілдік жағдаят, қазақ тілі ішінде орыс тілінің қызметі, қазақ-орыс екітілділік ерекшеліктері сипатталады. Б. Хасанұлы өзінің докторлық диссертациясында қазақ тілінің әлеуметтік-лингвистикалық мәселелерін, Қазақстандағы тілдік жағдаятты, тіл мен қоғамның байланысын, көпұлтты мемлекеттегі тілдердің даму мен қызмет ету жалпы теориясын қарастырады. [1]

Еліміздің тәуелсіздік алғанынан бергі жылдарда республикадағы тілдік жағдаят, тіл саясаты, оның өзіндік бағыттары арнайы зерттелді. Еліміздің өзіндік тілдік құрылысы және онымен байланысты мәселелер ғылыми шешімін таба бастады. Бұл бағытта Б. Хасанұлы, М.М. Копыленко, А.Е. Карлинский, М.К. Исаев, Э.Д. Сүлейменова, З.К. Ахметжанова, С.Т. Саина, Н.Ж. Шаймерденова т.б. аға буын ғалымдармен қатар, К.М. Байбосынова, А.М. Құмарова, А. Абасилов, Г.С. Суюнова, С.А. Асанбаева, Д.Ж. Қасымова, Г.Д. Алдабергенова, Г.М. Әлімжанова, т.б. жас ғалымдардың еңбектерін атауға болады. Қазақстандағы тілдік құрылыс пен тілдік ахуалды зерттеуші ғалымдардың еңбектерінде әлеуметтік лингвистиканың жоғарыда аталған ең өзекті деген проблемалары жан-жақты талданады [2]. Б. Хасанұлы 1976 жылы жарық көрген «Языки народов Казахстана и их взаимодействие» атты еңбегінде Қазақстандағы тілдік жағдаятқа кең түрде мінездеме береді. Қазақстан халықтары тілдерінің өзара қарым-қатынасын, олардың тұтынушыларын, тіл меңгеру деңгейлерін, өмір салаларында қолданылуын, қоғамдық қызметтерін нақтылы статистикалық мәліметтермен талдап көрсетеді. Негізгі проблемаларына ғылыми сипаттамалар береді [3]. Интерференциялық құбылыстарды әлеуметтік лингвистикалық тұрғыдан зерттеу әдістері мынадай бағытта қарастырылды:

- 1) қазақ және орыс тілдерін зерттеу кезеңіндегі интерференциялық құбылыстардың қысқаша салыстырмалы талдау;
- 2) потенциалды интерференцияның аумағын айқындау;
- 3) информанттарды экспедициялық бақылау;
- 4) нақты интерференцияны лингвистикалық тұрғыдан сипаттау, талдау;

Әдебиет:

1. Игисинова А.С. Әлеуметтік лингвистиканың дамуы //Материалы международной научно-практической конференции «Наследие Великой Степи в творчестве Магжана Жумабаева». — Северо-Казахстанский государственный университет им. М. Козыбаева, 2019. — С. 88–90.
2. Abasilov A. Қазақстандағы әлеуметтік лингвистикалық зерттеулер: ізденістер мен жаңа мүмкіндіктер, проблемалар. Исследования по социальной лингвистике в Казахстане: поиски и перспективы, новые проблемы //Вестник КазНУ. Серия филологическая. — 2015. — Т. 149.
3. Хасанов Б. Языки народов Казахстана и их взаимодействие. — Алма-Ата: Наука, 1976. — 216 с
4. Лексическая и морфологическая интерференция в русской речи казахов. — Алма-Ата: Наука, 1987. — 120 с.
5. Хасанұлы Б. Ана тілі-ата мұра (Қазақ тілінің жер жүзі тілдері жүйесіндегі алатын орны). — Алматы: Жазушы, 1992. — 272 б
6. Сүлейменова Э. Д., Шаймерденова Н.Ж. Словарь социолингвистических терминов. — Алматы: Қазақ университеті, 2002. — 170 с.

5) тест және сауалнама сұрақтары арқылы интерференциялық құбылыстарды зерттеу, талдаулар жүргізу;

6) интерференциялық құбылысқа әлеуметтік лингвистикалық талдаулар жасау [4].

1992 жылы Б. Хасанұлы «Ана тілі — ата мұра» атты еңбегінде алғаш рет ана тілі категориясын әлеуметтік лингвистикалық тұрғыдан жан-жақты талдап көрсетті. Мұнда автор ана тілінің лингвистикасын, қазақ тілін білудің қажеттілік талаптары дүниежүзілік тіл дамыту тәжірибесі тұрғысынан зерттелу қажеттігі, мемлекеттік тілді дамыту тетіктері т.б. көптеген әлеуметтік лингвистикалық проблемалар арнайы зерттелді [5, 25]. Э.Д. Сүлейменова мен Н.Ж. Шаймерденованың 2002 жылы шыққан «Словарь социолингвистических терминов» атты сөздігінде әлеуметтік лингвистиканың теориялық мәселелеріне, зерттеу бағыттарына, әдіс-тәсілдеріне т.б. қатысты 400-дей терминге түсінік берілген [6]. Әлеуметтік лингвистиканың зерттеу бағыттары: Зерттеліп отырған әлеуметтік лингвистика ұғымының сонау заманнан бері синхронды және диахронды аспектілері дамып, қалыптасқан. Синхрония (грек тілінің *synchronos* — біруақытта деген мағыналы сөзі) — қандай да бір даму үстіндегі жүйенің бір уақыт кезеңіндегі қалпы, жағдайы, сондай-ақ қарастырып отырған жүйені сол қалпында зерттеу [7]. Диахрония — уақытқа қарай тіл жағдайының, тіл қалпының, сондай-ақ қарастырып отырған жүйені құбылмалы, өзгерімпаз ретінде қарау [8].

Қорытынды.Тіл білімінің зерттелуі мен зерделенуі барысында, әлеуметтік құзіреттілік туралы біршама еңбектер мен зерттеу жұмыстары жазылды.ХХ ғасырдың басында А. Байтұрсынұлының еңбектерінде қазақ тілінің негізгі ұғымдары дыбыс, сөз, сөз тіркесі, сөйлем, сөйлем түрлері, сөз таптары, тіл білімінің дыбыс жүйесі (фонетика), сөз жүйесі (лексикология), сөйлем жүйесі (синтаксис) сияқты салаларды, қазақ грамматикасының басты-басты ұғымдары белгілі болған болса, одан бергі кезеңде тіл білімінің көптеген дербес жаңа салалары пайда болды [9]. Айталық, ақпараттық лингвистика, ареалдық лингвистика, әлеуметтік лингвистика, психолингвистика, паралингвистика, этнолингвистика, контрастивті лингвистика, нейролингвистика, лингвомәдениеттану, когнитивті лингвистика сияқты салаларды солардың қатарына қосуға болады. [10].

Жұмыс АР08052329 ғылыми жоба шеңберінде Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің қаржылық қолдауымен орындалды.

7. Мечковская Н. Б. Социальная лингвистика: Пособие для студентов гуманитар. вузов и учащихся лицеев. — 2-е изд., испр. — Москва: Аспект Пресс, 2000.
8. Словарь социолонгвистических терминов. М., 2006. 312 с.
9. <https://tilalemi.kz> Абасилов А. Әлеуметтік лингвистика сөздігі. — Алматы, 2016. -49–51 бет.
10. Габдуллина М. Г., Саркулова А. И., Талипова Ә. Н. Сөз мағынасы және ақпарат //Материалы международной научно-практической конференции «Наследие Великой Степи в творчестве Магжана Жумабаева». — Северо-Казахстанский государственный университет им. М. Козыбаева, 2019. — С. 55–60.

Мектеп жасына дейінгі балалардың ойын арқылы сөйлеу тілін дамыту

Рысқұлова Айгерім Әскербекқызы, оқытушы
Байжігітова Анель Дәулетқызы, студенті
Бахытканиева Нурдана Ондасыновна, студенті
Қызылорда «Болашақ» университеті (Қазақстан)

Бұл мақалада сіздер мектеп жасына дейінгі балалардың ойын арқылы сөйлеу тілін дамытудың түрлерімен, және де қандай ойын түрлері бүгінгі күннің сабақ үрдісінде қолданылатынын, балаларға ойынның берер ықпалы туралы мәлімет білетін боласыздар.

Кілтті сөздер: мектеп, бала, ойын, тіл, сөйлеу, дамыту.

Развитие разговорной речи через игру у детей дошкольного возраста

Рыскулова Айгерим Аскербековна, преподаватель;
Байжигитова Анель Даулетовна, студент;
Бахытканиева Нурдана Ондасыновна, студент
Кызылординский университет «Болашақ» (Казахстан)

В этой статье вы узнаете о видах развития речи дошкольников через игру, а также о том, какие виды игр используются на сегодняшний день, о влиянии игры на детей.

Ключевые слова: школа, ребенок, игра, язык, речь, развитие.

Иә, бала жастайынан сөйлеу және іс-әрекет дағдылары арқылы дамып, жетіледі. Ең алғашқы балалардың саналы түрде дамуына ойын әсер етеді. Баланы қызықтырып, талпындырып, жан-жақты дамыту балабақшадан бастау алады. Қазіргі кезде техниканың өрлеп, цифрландырудың етек жаюына байланысты 3 жастан бастап балаға санауды, ән айтуды, үш тілде күнделікті сөздердің аудармасын үйретуді көпшілік ата-ана қолға алған, нәтиже оңтайлы. Бұндай жеңіл қадаммен үйрету жолдары ойын арқылы, қызықтыру арқылы жүзеге асатыны белгілі... [1].

«Ойын баланың алдынан өмір есігін ашып, оның танымдық қабілетін дамытады, ойынсыз ақыл-ойдың қалыпты дамуы жоқ және болуы мүмкін емес», -деп В. А. Сухомлинский айтқандай, ойын бала үшін өмірге деген үлкен қадам сияқты. Жалпы ойын арқылы баланың зейіні ашылады, өзін-өзі басқаруы, жауапкершілігі, тәрбиелігі, ұйымшылдығы, ынтасы артады. Бала қоршаған ортаны шетінен тани бастайды, бірден барлық нәрсені ұғына алмайды. Күнделікті үйде, ата-ана жанында, көшеде, балабақшада көріп, ұстап біртіндеп тәжірибесі мен жаңа нәрсені үйренуі жиілейді. Мектеп жасына дейінгі балалар өзін қоршаған ортамен танысуға өте бейім. Қоршаған ортамен танысу баланың әр түрлі сұрақтарды қоюына себеп болады. Әрбір

нәрсе бала үшін қызық бола бастаған сайын, баланың көп білгісі келеді. Ойын-баланың бірінші әрекеті, сол үшін ойынның балаға қызығы мол. Қазақ халқының біртуар, дана азаматы Абай ағамыз айтқандай: «Ойын ойнап, ән салмай, өсер бала бола ма?». Мектеп жасына дейінгі баланың сана-зейіні тұрақсыз болып келеді. Күнделікті бір жұмыс, бір ойын оларды тез жалықтырады. Сол үшін баланың зейінін үздіксіз дамытып отыру қажет. Өйткені ұйымдастырылған оқу барысында берілген білімді ойынмен жүргізу баланың тез білім алып, санасын қалыптастыруына ықпал жасайды. Ойын арқылы баланың жеке қабілеттері қалыптасады. Баланың ойын барысында қуанып, ренжігені, психологиялық ерекшелігі көрінеді. Ойын кезінде баланың ерекшелігі мынандай: бала ойланады, эмоциялық әсері пайда болады, белсенділік қалыптасады, қиял елестері мен ерік қасиеттері дамиды, осы жолдабаланың шығармашылық қасиеті де арта түседі. Мектеп жасына дейінгі балалардың көрген-білген, үйренген нәрселерін ойын кезінде аңғаруға болады. Ойын айналадағы кейіпті бейнелейді. Ойын арқылы балалар көпшілікпен араласуды, сезімін жеткізуді үйреніп, дүниенің кезекті қызықтарын таниды. Ойын арқылы оқыту ерте кезден қалыптаса бастады. Көптеген ойшылдар мен ұстаздар қауымын қызықтырды. Атап айтар болсам: Грузин педагогы Ш. А. Амо-

нашвили ойын арқылы балаларға қиын әлемдік танымды үй-рете білген, ойын барысында ол өзін балалар деңгейінде қойып, олармен бірге ойнау арқылы, балалар көңіліне, санасына қызықты әрекеттер мен білімді ұялата білді. К. Д. Ушинский мектеп жасына дейінгі балалардың ерекшеліктерін ескере отырып: «бала табиғатты, көрнекілікті аса қажетсінеді. Балаға өзіне белгісіз бес сөзді жалаң үйрете бастасаңыз, көп уақытты зая кетіріп, босқа қиналасыз. Ал, енді жиырма сөзді суреттермен байланыстыра үйретсеңіз, бала оны тез арада үйреніп алады, сіз балаға қарапайым ғана ойыңызды қанша түсіндірсеңіз де, тез ұқпасы анық, дәл сол ойды қиын суреттер арқылы жеткізсеңіз, ол сізді тез түсінеді», - деген екен. Мектеп жасына дейінгі баланы тәрбиелейтін, дамытып-шыңдайтын ол-ойын. Осы ретте бүгінгі таңда дидактикалық ойындардың бала үшін маңызы аса зор [2].

Дидактикалық ойындар 3-ке бөлінеді:

1. Заттық дидактикалық ойындар
2. Үстел үстінде ойналатын дидактикалық ойындар
3. Сөздік дидактикалық ойындар

Аталмыш ойындар балабақшадан сәбилер тобынан бастау алады. Бұл топтағы балаларға жеңілдеу сатылардан бастап ойын түрлері ойнатылады. Балалар ойыншықтарды қолымен ұстап, сипап сезіп, көзімен көріп ойнайды. Түр-түсіне қарап, сүйікті ойыншықтарын анықтайды, және де жалыққанша сол ойыншықтың иесі болғанды қалайды. Ал, жоғарғы топтарда дидактикалық ойындар керісінше күрделеніп жүргізіледі. Ойын шарттары мен көрнекіліктерін пайдалану арқылы ойын әрекетін дамытамыз. Дидактикалық ойынның кез-келген түрі баланың ойлау, қабылдау, есте сақтау, зейінін арттыру, өзін-өзі бақылау, салыстыру сынды әрекеттерін қалыптастырады. Ол үшін ойнататын ойын түрлері үнемі үздіксіз жаңаланып, қызықтырылып отыруы тиіс. Дидактикалық ойындады дұрыс ұйымдастыра білу қажет, және де ойынға керек құрал-жабдықтар жеткілікті болуы шарт. Сонда ғана балаға ойын түрлері қызықты әрі жауапты болады. Дидактикалық ойын түрлері төмендегідей заттармен ойнатылады:

1. Киім түрлерімен ойнатылатын дидактикалық ойындар;
2. Заттық ыдыстарды қолдану арқылы ойнатылатын дидактикалық ойындар;
3. Заттық жеміс-жидектерді қолдану;
4. Заттық үй жануарларын пайдалану;
5. Үстел-үсті дидактикалық ойындары [3].

Аталған барлық ойын түрлерінің өзіндік ережелері мен көрнекіліктері бар. Бұл ойын түрлері арқылы балалар жан-жақты дамып, бойында шығармашыл адамды қалыптастырады. Балабақшаға баратын бала мен бармайтын баланың арасында осындай айырмашылықтар айқын көрініс табады. Көпшілік

Әдебиет:

1. ҚР мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарты, Астана-2009 ж
2. Н. Ақбай «кел, балалар ойнайық», Алматы-2006 ж
3. Мектепке дейінгі тәрбие, 1991 ж
4. «Дидактикалық материалдар жинағы» Абжапарова Б. К. 2014 ж
5. «Бала мен балабақша» журналы, 2010 ж

арасында жетілген бала қашанда көпшіл, шығармашыл болып келеді.

Балабақша-мектеп жасына дейінгі балаларды-тілін дамыту, сөздік қорын молайту сынды іс әрекеттерге баулыса, ал мектеп бала үшін одан кейінгі саты. Мектеп жасына дейінгі балалармен сөздік жұмысын жүргізу ісі, баланың сөйлеуін дамытудың ең негізгі жолдарының бірі. Балалармен сөздік жұмысын жүргізу арқылы, оларды біз қоршаған ортамен таныстырып, заттардың атын атауға, түр-түсін ажыратуға, пішінін, құрылысын тануға үйретеміз. Баламен тілдік қарым-қатынас құру арқылы баланың тез әрі қатесіз сөйлеуіне жағдай жасаймыз. Бұл ретте тағыда бізге көмек ол-ойын. Ол ойын түрлеріне:

1. Саусақ ойыны
2. «Қуырмаш» ойыны
3. «Бес саусақты қуыршақ» ойыны жатады.

Аталған саусақ арқылы үйретілетін ойын түрлері баланың сөйлеу тілін дамытуға ықпалын жасайды. Саусақ ойыны-ертеден бері келе жатқан, бала үшін үлкен мәні бар, мәдени шығармашылық ойын. Баланың тек қана сөйлеу тілін ғана емес, саусақтарын қимылдату арқылы қол бұлшықеттерін сергітіп, денсаулыққа оңтайлы пайдасын беретін ойын. Жалпы ойын түрлері өте көп. Дегенмен, дидактикалық ойындардың баланың дамуы үшін ролі ерекше. Дидактика-термині гректің «дидактос», үйрететін деген сөзінен шыққан [4]. Дидактикалық ойын- баланың ақыл-ойын дамытып, таным түсініктерін ажыратуға үлкен себеп. Балабақшадағы бала дамуының психикалық ойын әректі туралы жазып, мұра қалдырған қазақтың белгілі майталмандары: Ж. Аймауытов. М. Жұмабаев. Ш. Құдайбердіұлы. С. Торайғыров. Т. Тәжібаев. Н. Құлжанова. Бұл ғалымдарымыз, ойын арқылы оқыту-мектеп жасына дейінгі кезеңнің негізгі ерекшеліктері, ойын бала үшін-ең бірінші дамушы саты екенін атап көрсетіп кетті. Әр ойынның танымдық және тәрбиелік мазмұны болады. Ойын-ол баланың шын тіршілігі. Өз мақаламды қорытындылайтын болсам, мектеп жасына дейінгі әрбір баланы ойын арқылы зейінін ашып алуымыз қажет. Бала ойынды өзі таңдап, керегін өзі үйренеді [5]. Дегенмен, ата-ана мен педагог тарапынан балаға дұрыс, тез дамып, жетілуге ықпал жасайтын ойын түрлерін үйрету талап. Сапалы, зиянсыз ойыншық түрлері мен көрнекілікке де аса мән беру қажет деп ойлаймын. Баланың ерекше қасиеттерінің бірі, сөйлеуден еш жалықпайтындығы. Ойын баланың тілінің дамуына ықпалын тигізетіні сондықтан. Табиғаттың өзі ойынмен байланысты демеуші ме еді, ендеше әр бала ойынмен өседі. Ойын үстінде бала еш нәрсеге тәуелсіз. Баланы, оның ішінде мектеп жасына дейінгі балаларды ойынмен ғана алға сүйреп, жан-жақты дамыта аламыз деп, -мен өз ойымды аяқтаймын.

Арт-педагогика және оның балалардың эмоционалдық сферасына әсері

Рысқұлова Айгерім Әскербекқызы, оқытушы
 Мухтарова Аружан Мухтарқызы, студенті
 Достанова Іңкәр Әділбекқызы, студенті
 Ғанибаева Нұрай Нұрланбекқызы, студенті
 Қызылорда «Болашақ» университеті (Қазақстан)

Мақалада авторлар артпедагогика және оның балалардың эмоционалдық сферасына әсерін қарастырған.
Кілтті сөздер: артпедагогика ертегі терапия, балалар, эмоционалды сфера.

Арт-педагогика и ее влияние на эмоциональную сферу детей

Рыскулова Айгерим Аскербековна, преподаватель;
 Мухтарова Аружан Мухтаровна, студент;
 Достанова Инкар Адильбековна, студент;
 Ганибаева Нурай Нурланбековна, студент
 Кызылординский университет «Болашақ» (Казахстан)

В статье авторы рассматривают арт-педагогика и ее влияние на эмоциональную сферу детей.
Ключевые слова: арт-педагогика, сказкотерапия, дети, эмоциональная сфера.

Артпедагогика, немесе басқаша айтқанда, көркемдік педагогика, арнайы білім беруге қатысты, көркемдік мақсатпен педагогикалық, мүмкіндігі шектеулі балаларды дамыту және көркем-мәдени құндылықтардың негіздерін қалыптастыра түзету және тәрбиелік процестің теориясы мен тәжірибесін дамытуды қамтамасыз ететін педагогика мен өнердің синтезі.

Е. А. Медведева [1] артпедагогиканың келесі негізгі функцияларын анықтайды:

- мәдениеттану (жеке тұлғаның мәдениетпен объективті байланысы, оны жасаушыға айналуына байланысты);
- білім беру (жеке тұлғаны дамытуға және қоршаған шындықты өнер арқылы дамытуға бағытталған);
- тәрбиелік (тұлғаның адамгершілік, эстетикалық, этикалық, коммуникативті негіздерін қалыптастыру, тұлғаның қоғамға бейімделуіне ықпал ету);
- коррекциялық (даму кемшіліктерінің алдын алуға, түзету және орнын толтыруға ықпал ететін).

Артпедагогикасының негізгі мақсаты — кемтар балалардың көркемдік дамуы, көркем мәдениет негіздерін қалыптастыру, жеке тұлғаны өнер арқылы әлеуметтік бейімдеу. Артпедагогиканың негізі — мақсатты түрде оқыту, кез-келген көркем өнерде шеберлік пен дағдыны меңгеру.

А. И. Копытин [2] мен Ю. К. Бабанскийдің [3] пікірінше, артпедагогика жалпы педагогика сияқты бірқатар жалпы және жеке мәселелерді шешеді. Жалпы міндеттері:

- дамуында кемістігі бар балаларға коррекциялық көмек көрсету жүйесінде өнерді қолданудың ғылыми-теориялық негіздерін әзірлеу;
- өнер арқылы балалардың дамуындағы әртүрлі ауытқуларды түзету және орнын толтырудың мүмкін жолдарын ғылыми негіздеу;
- жинақталған көркем педагогикалық тәжірибені қорытындылау және оны жаңа ғылыми-практикалық мазмұнмен байыту;

— арнайы түзеу мекемесінде түзеу көмегін ұйымдастыру жүйесін өнер арқылы жетілдіру және осы міндетті жүзеге асыру үшін мамандарды даярлау.

Жеке міндеттері:

- әртүрлі кемістігі бар балалардың көркемдік мәдениетін қалыптастырудың жалпы және ерекше ерекшеліктерін зерттеу;
- көркемдік мәдениетін қалыптастыруда проблемалары бар балаларды дамыту үшін түзетте бағытталған көркемдік жүйені дамыту;
- баланың жеке басының үйлесімді дамуын қамтамасыз ететін көркем шығармаларды қолданудың мазмұндық және түзету-дамыту технологияларын әзірлеу;
- өнер арқылы баланың әлеуетін, оның шығармашылық принципінің өнердің әртүрлі түрлеріндегі шығармашылық көріністерін белсендіру;
- өнердің көмегімен баланың танымдық-ақпараттық аясын қалыптастыру, белсендіру және кеңейту;
- бала тұлғасының эмоционалды-эстетикалық, адамгершілік, коммуникативті-рефлексстік, этикалық, рухани негіздерін дамыту;
- дамуында ақауы бар баланың әлеуметтік-мәдени салаға бейімделуіне жағдай жасау.

Психологиялық-педагогикалық қызметте алғаш рет психологиялық коррекция түрі пайда болды. Бұның дефектологияда пайда болғаны таңқаларлық емес, өйткені оны қалыптан тыс дамудың әртүрлі нұсқаларына қолдануға болады. Бұл салада коррекция процесі деп интеллектуалдық дамуы бұзылған баланың психикалық дамуындағы кемшіліктерді, ауытқуларды түзетуге және олардың орнын толтыруға бағытталған педагогикалық ықпалдардың жиынтығын айтады.

Л. С. Выготский [4] проксимальды және нақты даму аймақтары идеясының авторы болды. Түзету жұмыстарында проксимальды даму аймағын қалыптастыруға қолайлы

жағдай жасау керек деп есептеді. Ақыл-ойы бұзылған баланың бұрыннан бар психикалық ерекшеліктерін жаттықтыру тиімді болмайды, өйткені бұл жағдайда оқыту сандық тұрғыдан дамуды жалғастырады, ал бізді сапалық жағы қызықтырады.

Біздің еліміздегі психокоррекциялық жұмыстың принциптері тұлғаны адамның бүкіл өмір сүру процесінде әлеуметтік мінез-құлық нормаларын игертудің арқасында қалыптасатын біртұтас құрылым ретінде қарастырған отандық психологтардың әзірлемелеріне негізгі ұстанымы ретінде негізделген. Баланың психикалық қалыптасуы мен дамуы жетекші іс-әрекеттің бір бөлігі ретінде ересектермен қарым-қатынас жасау арқылы жүзеге асады. Мектепке дейінгі жаста бұл ойын әрекеті болса, бастауыш мектеп жасында бұл оқу әрекеті. Мұғалім де, тәрбиеші де оқушының сәтсіздігін оның интеллектуалдық қабілетсіздігімен негіздей алмайды, өйткені ол көп жағдайда тәрбие, қарым-қатынас, оқыту сияқты процестердің кешеніне байланысты.

Зиятында ауытқуы бар, оқуда қиындықтары бар балалармен эмоционалдық және мінез-құлық сферасын дамытуда тиімді жұмыс әдістерінің бірі — ертегі терапиясы.

Ертегі терапиясы — баланың жеке басын дамыту, оның шығармашылық қабілеттерін қалыптастыру, сана-сезімін кеңейту, сыртқы әлеммен қарым-қатынасын жақсарту үшін ертегі түрін қолданатын әдіс. Бұл әдіске көптеген отандық психологтар жүгінді, мысалы, И. В. Вачков, Т. Зинкевич-Евстигнеева, В. Ветрова, Ю. С. Шевченко [5]. Ертегі терапиясының арқасында мектеп жасына дейінгі балалармен де, кіші мектеп оқушылары мен жасөспірімдермен де әртүрлі жас кезеңдерімен жұмыс істеуге болады. Әдіс әсіресе агрессивті ойлы, өзіне сенімсіз және ұялшақ балалармен жұмыс істегенде танымал; үнемі қорқыныш, кінә, ұят, өтірік сезімін бастан кешіретін балалармен, сондай-ақ психосоматикалық аурулардың және энурездің әртүрлі формаларымен. Маңыздылығы кем емес, ертегі терапиясы балаларға өз мәселесін өзекті етуге, түсінуге және оны шешу жолдарын табуға көмектеседі.

Д. Ю. Соколовтың [6] пікірінше, мектепке дейінгі және бастауыш мектеп жасындағы ертегі терапиясының тиімділігі екі параметрден анық көрінеді:

Әдебиет:

1. Артпедагогика и арттерапия в специальном образовании / Е. А. Медведева [и др]. — Москва: Академия, 2001. — 246 с.
2. Копытин, А. И. Теория и практика арттерапии. — Санкт-Петербург: 2002. — 368 с.
3. Бабанский, Ю. К. Педагогика — Москва: 2009. — 225 с.
4. Выготский, Л. С. Дефектология и учение о развитии и воспитании ненормального ребенка // Л. С. Выготский // Проблемы дефектологии: сб. науч. Тр. / Просвещение. — Москва: Изд-во Просвещение, 1995. — С. 451–458.
5. Прохоров, А. О. Методики диагностики и измерения психических состояний личности — Москва: 2004. — 176 с.
6. Старчеус, М. С. Музыкаотерапия. — Москва: 2007. — 416 с.
7. Артпедагогика и арттерапия в специальном образовании: учеб. для студ. сред. и высш. пед. учеб. Заведений / Е. А. Медведева [и др]. — Москва: 2001. — 248 с.

1. Біріншіден, мектепке дейінгі жаста ертегі адам сенгісіз күшке ие нәрсе ретінде қабылданады, онда еркін армандауға және қиялдауға болады. Сонымен бірге, бала түсінігінде ертегі тек көркем шығарма ғана емес, көбінесе бұл қарапайым өмірдің аясын кеңейтуге, бұрын балаға қолжетімді болмаған әдеттен тыс және күрделі құбылыстарды, жаңа сезімдер мен тәжірибелерді кездестіруге мүмкіндік беретін шындық. Басқаша айтқанда, ертегі — баланың ересектер өмір сүретін сезімдер мен тәжірибелер әлемін ертегі түрінде түсінуінің қолжетімді тәсілі.

2. Екіншіден, жас балаларда идентификациялық сезім жоғары дамыған, яғни, өзін басқа адаммен эмоционалды түрде біріктіру, сондықтан балалар көбінесе ертегі кейіпкерлеріне өздеріне тән нормаларды, құндылықтарды және қасиеттерді береді. Ертегіні қабылдай отырып, бала өзін ертегі кейіпкерлерімен салыстырады және оның тек проблемалары мен тәжірибесі бар екенін түсінеді. Екінші жағынан, ертегілерде жасалған жағдаяттардың арқасында балаға әртүрлі жағдайлардан, тіпті қиын жағдайдан шығуға, өзіне және өз күшіне сенуге мүмкіндік беріледі. Бұл балаға дұрыс әлеуметтік және моральдық нормаларды меңгеруге мүмкіндік береді.

Н. Ю. Сергеева, Е. А. Медведева [7] сияқты сарапшылар ертегілерге толы метафоралардың алуан түрлілігі оң және сол жарты шарлар арасындағы қарым-қатынасқа жақсы әсер етеді деп санайды. Сол жақ жарты шар ертегіні қабылдап, қорытынды жасап, логикалық тізбектерді құрастырса, оң жарты шар қиялға, арманға, шығармашылыққа еркін. Мұғалімдер оқушылардың ертегіні әрқашан қабылдай бермейтінін, бірақ онымен жұмыс істеудің оң әсері әлі де бар екенін атап өтеді, өйткені бұл өзгерістер бұл жағдайда санадан тыс деңгейде болады. Сонымен бірге әр оқушы ертегіні өзінше түсінеді, қабылдайды, әр адам одан адамның өзіне, оның мәселелеріне жақын проблеманы немесе жағдайды табады. Бір қызығы, ертегі ауқатты отбасы балаларымен резонанс тудырмайды, олар үшін бұл олардың өмірінде ешқандай өзгерістерге әкелмейтін қызықты ерекше оқиға ғана.

Қазақстандағы мамандық атауларының құрылымындағы англицизмдер

Тұрсынташова Жібек Тұрсынташқызы, ағылшын тілі пәні мұғалімі
«№ 32 мектеп-гимназия» КММ, Нұр-Сұлтан (Қазақстан)

Жаһандану үдерісіне байланысты ағылшын кірме сөздері қоғамда қалыпты жағдайға айналды.

Кез келген тіл өзге тілдермен әрекеттесу арқылы дамиды және халықтың сұранысына орай өзгеріп отырады. Оның себебі әлемдік экономиканың, медицинаның дамуы, халықаралық туризм, галамтордың әсері болып табылады. Қазіргі кезде кірме сөздер тіл білімінің негізгі мәселесіне жатады және отандық ғалымдар оны зерттеу нысаны ретінде алып отыр. Замануи мамандық атауларының пайда болуы қазақ тілінің тілдік экспансияға ұшырауының бір дәлелі. Кірме сөздердің тілімізде пайда болуының себептеріне тілдік құрамда сәйкес ұғымның болмауы, жаңалықтың әсерлігі, ұзақ сөйлемді немесе тіркестерді бір сөзбен жеткізу қажеттілігі жатады.

Мақала мамандық атауларының құрылымындағы замануи ағылшын кірме сөздерінің ерекшеліктерін анықтауға арналған.

Кілтті сөздер: кірме сөздер, англицизмдер, мамандық атаулары.

Англицизмы в структуре наименований профессий в Казахстане

Турсынташова Жибек Турсынташовна, учитель английского языка
КГУ «Школа-гимназия № 32» г. Нур-Султан (Казахстан)

В связи с процессом глобализации английские слова стали нормой в обществе.

Любой язык развивается путем взаимодействия с другими языками и меняется в зависимости от спроса населения. Причиной является развитие мировой экономики, медицины, международный туризм, влияние интернета. В настоящее время заимствованные слова относятся к основной проблеме языкознания и воспринимаются отечественными учеными как объект ее исследования. Появление современных названий профессий свидетельствует о том, что казахский язык подвержен языковой экспансии. К причинам появления в нашем языке заимствованных слов можно отнести отсутствие соответствующего понятия в языковом составе, впечатлительность новизны, необходимость передать одним словом длинное предложение или словосочетание.

Статья посвящена выявлению особенностей современных английских заимствованных слов в структуре названий профессий.

Ключевые слова: заимствованные слова, англицизмы, названия профессий.

Тұңғыш Президенттің тапсырмасына орай енгізілген үш тілділік тілімізде көптеген өзгерістердің ұшырауына себеп болды. Қазіргі уақытта ағылшын тілі халықаралық қарым-қатынас тілі ретінде өз позициясын нығайтуды жалғастыруда, ол жоғары әлеуметтік мәртебеге ие және әлемдік тіл ретінде қызмет ету аясын кеңейтуде. Ағылшын тілінен енген кірме сөздерді англицизмдер деп те атайды. С.И. Ожегов сөздігінде англицизмге мынадай анықтама берілген: «Англицизм — ағылшын тілінен енген немесе ағылшын тілін негізге ала отырып қалыптасқан сөздер немесе сөз тіркестері. [1, 30 б]

Бұқаралық коммуникацияның үздіксіз дамып келе жатқан мүмкіндіктерімен байланысты қазіргі ақпараттық қоғамдағы жаһандық өзгерістерді ескере отырып, бұл өзгерістер өмір сүру жағдайларына ғана емес, ең алдымен ойлау тәсіліне, қазіргі адамның қабылдау жүйесіне және оның тіліне әсер ететінін есте ұстаған жөн.

Л.П. Крысин кірме сөздердің ену себептерін төмендегідей бөліп айтты:

1. Жаңа затты, жаңа құбылысты атау (кино, радио, такси)
2. Мағынасы жақын, бірақ әртүрлі ұғымдарды ажырату (страх — паника)
3. Бір салаға байланысты ұғымдарды мамандандыру (вывоз-экспорт)

4. Ұғымды сөз тіркестерімен емес, бөлінбейтін бір сөзбен атау қажеттілігі (снайпер-меткий стрелок)

5. Алынған тілде белгілі бір пәндік салаға, кәсіптік ортаға қызмет ететін және осы терминдерді алу көздері жағынан азды-көпті таралған терминдердің қалыптасқан жүйелерінің болуы.

6. Шет тіліндегі сөзді беделді, әдемі дыбыс ретінде қабылдау. [2, 146–147 б]

Ал М.А. Брейтер өзінің зерттеулерінде мынадай себептерді атап өтті:

1. Тілдің танымдық базасында тиісті ұғымның болмауы
2. Затты нақтылау және толықтыру
3. Шет ел мәдениеті мен дәстүрінің әсер етуі
4. Кейбір англицизмдер айтылуы жеңіл, тезірек және нақтырақ естілуіне байланысты ана тілді сөздерді ығыстырып шығарады [3, 37 б]

Жаңа сөздердің ену процесінің жылдам жүретіні сонша, зерттеулер көп жүргізілгенмен, ауызекі тілде болып жатқан өзгерістерге ілесе алмайды. Тіл әрқашан қоғамның сұранысына тез және икемді жауап береді. Кірме сөздер халықтар мен мемлекеттер арасындағы байланыстардың, қарым-қатынастардың нәтижесі болып табылады. Қазірде англицизмдерді спорт, экономика, мәдениет, саясат, бұқаралық ақпараттар тағы басқа қызмет салаларында кеңінен қолданылады.

Қазақстанның дамуына байланысты соңғы жылдары заманауи мамандық атаулары пайда болуымен қатар, ескі мамандықтар жаңа атауға ауыстырылып жатқаны байқалады. Бұл жерде газеталар, жарнамалар, теледидар, жұмыспен қамту сайттарында шет елдік сөздер мен англицизмдерді кеңінен қолданыла бастағанын айтқым келеді. Мәселен: супервайзер, тьютор, эдвайзер, курьер және т.б. Бұл жаңалылық қоғамда түсініспеушілік тудыруы мүмкін, өйткені жаңа сөздердің мағынасы баршаға таныс емес.

Қазақстанда заманауи атаудағы мамандықтардың пайда болуына мынадай себептер әсер етуде:

— халықаралық серіктестік, медицина, бизнестің дамуы, шет ел компанияларымен жұмыс істеу жаңа жұмыс орындарының ашылуы: сейлз менеджер, веб-редактор, лашмейкер, проект менеджер, бьюти-кеңесші.

— қоғамда бұрын болған, қазірде беделінің өсуіне байланысты заманауи атауға ие болған мамандықтар: клининг, карщик, архивариус, хостес, нэйлмастер.

— кәсіби қызметтер мен лауазымдардың жаңа атауларының вариативтілігі: киім дизайнері, интерьер дизайнері, фитодизайнер, PR менеджер, HR менеджер.

— интернетте онлайн табыс таба алу мүмкіндігі қоғамда жоқ жаңа мамандықтардың пайда болуына әкелді: SMM маманы, мобилограф-сторисмейкер, криэйтор.

Ал кірме сөздердің тілге енуі туралы М.А. Брейтер мынадай жолдарын айтып өткен: [3, 55–56 б]

1. Тікелей берілген кірме сөздер, яғни бастапқы формасын сақтап, еш өзгеріссіз енген сөздер. Мәселен: контент менеджер (content manager) — сайтқа мәтіндік, графикалық, басқа да ақпараттармен толықтырып отыратын маман; трейдер (trader) — биржада бағалы қағаздарды сатумен, сатып алумен айналысатын маман; рекрутер (recruiter) — компанияға мінсіз кадрларды іздейді, интервью алады, бос орындарға талаптар жазатын маман; батлер (butler) — қонақ үйде белгілі бір қонаққа немесе нөмірге қызмет етуге тағайындалған маман; мерчендайзер (merchandise) — сауда желілерінде жұмыс істейтін, өз тауарын жарнамалайтын компанияның өкілі; раннер (runner) — даяшы көмекшісі; криэйтор — жаңа жарнамалық идеяларды әзірлеуге және жүзеге асыруға жауапты тұлға; ресечер (researcher) — интернет желісінде резюме жинаумен айналысатын тұлға; сорсер (sourcer) — белгілі бір дереккөздерінен мамандар іздейтін тұлға, тек қана ақпаратпен жұмыс жасайды; [4]

Әдебиет:

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка — под ред. Н. Ю. Шведовой. -14 изд.-М.: Рус. яз.,1983 г.
2. Крысин Л. П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия. — М.: 1996.
3. Брейтер М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов.— Владивосток, Диалог-МГУ, 1997 г.
4. <https://hh.kz/>

2. Гибридтер, яғни ана тілінің ерекшелігіне байланысты жартылай фонологиялық, морфологиялық өзгеріске ұшыраған сөздер. Мысалы: референт-аудармашы (referent translator) — құжаттар мен хаттардың кәсіби аудармасын, сондай ақ компания жұмысы туралы есептер дайындайды; SMM маманы (SMM specialist) — әлеуметтік желіде компанияның немесе брендтің жарнамасымен айналысатын маман; карщик (car) — тиегіш механизмін жүргізетін тұлға; IT маманы/айтищик (IT specialist); стретчинг тренери (stretching trainer) — адамның бұлшық еттерінің икемділігін, сезімталдығын жақсартатын жаттығулармен айналысатын маман; бьюти кеңесші (beauty consultant) — парфюм, бет күтімі, аксессуар және т.б. ақпарат беретін маман. [4]

3. Композиттер, яғни екі англицизмнің бірігуі арқылы жасалынып, өзге тілге енген сөздер. Мәселен: фрилансер (freelancer) — ресми жұмыс орны, уақыты бекітілмеген дербес жұмысшы; лашмейкер (lash maker) — кірпікті ұзарту бойынша кәсіби маман; нейлмастер (nail master) — маникюрдің қырсырын білетін маман; сторисмейкер (stories maker) — Instagram желісінде сторис түсіру арқылы брендті жарнамалайтын маман; беллбой (bellboy) — қонақ үйде келген қонақтарды күту, нөмірді көрсетумен айналысады; фитодизайнер (phytodesigner) — бөлмелер мен интерьерді гүлдер мен басқа да өсімдіктер композицияларымен безендіретін маман ландшафты; медиабайер (media buyer) — түрлі ақпараттық платформаларда жарнаманы насихаттау және орналастыру бойынша маман; хендмейдер (handmader) — қол бұйымдарымен айналысатын маман. [4]

Қорыта келе, интернет желісіндегі жарнамалардан алынған заманауи кәсіптердің жоғарыда аталған барлық мысалдары қазақ тілінде өзгерістер болып жатқанының айқын дәлелі. Жаһандану жағдайына байланысты кірме сөздердің тілімізде көбеюі қалыпты үдеріске жатады және ол тоқтаусыз жүруде. Көптеген мамандық атаулары ертеден таныс болғанмен, қазірде басқа атаумен танымал. Мәселен, гүл сатушы қазірде флорист деп аталса, тазалаушы -клининг және сол сияқты. Дегенмен, тілімізге енген сөздердің орынды пайдалануын мұқият назарға ұстанған дұрыс, өйткені шет ел сөздерін теріс пайдалану оқырмандарға немесе тыңдаушыларға түсініспеушілік туғызады, мәтіннің негізгі түсіну мақсатынан алшақтатады. Еліміздің ұлттық ерекшелігін, құндылығын жоғалтпау үшін тіліміздің бірегейлігін сақтағанымыз жөн.

Молодой ученый

Международный научный журнал
№ 7 (402) / 2022

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

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

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

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

ISSN-L 2072-0297

ISSN 2077-8295 (Online)

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Номер подписан в печать 02.03.2022. Дата выхода в свет: 09.03.2022.

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

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

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

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

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