

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ АККРЕДИТОВАННОЕ НЕКОММЕРЧЕСКОЕ
ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ» (г. КРАСНОДАР)



ЯКАЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ
2023

**МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ
НА ПУТИ В БОЛЬШУЮ
НАУКУ**

**Сборник научных статей по итогам
XXVII Международной студенческой
научно-практической конференции
студентов и молодых учёных**

10 апреля – 20 апреля 2023 года

Текстовое электронное научное издание

**Краснодар
2023**

ББК 72
М75

Редакционная коллегия:

Р.Л. Агабекян, доктор экономических наук, профессор (председатель).
Н.Н. Павелко, доктор культурологии, профессор (зам. председателя).

М75 МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ НА ПУТИ В БОЛЬШУЮ НАУКУ: сборник научных статей по итогам XXVII Международной студенческой научно-практической конференции студентов и молодых ученых (г. Краснодар, 10 апреля – 20 апреля 2023 года) / Якаевские чтения – 2023; Академия ИМСИТ [Электронный ресурс]. – Краснодар: ИМСИТ, 2023. – 317 с.
ISBN 978-5-91020-052-8

В сборнике опубликованы избранные тезисы докладов студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и специалистов – участников XXVII Международной студенческой научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Молодые ученые на пути в большую науку», состоявшейся 10 апреля – 20 апреля 2023 года в Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ (г. Краснодар) в рамках Дней студенческой науки – 2023.

Сборник материалов конференции адресован студентам высших и средних профессиональных учебных заведений, аспирантам, магистрантам, научно-педагогическим работникам, представителям бизнеса и всем лицам, интересующимся рассматриваемыми проблемами.

Текстовое электронное научное издание.
Электронные данные: 2 Мб.

ББК 72

ISBN 978-5-91020-052-8

Материалы публикуются в авторской редакции. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за достоверность приведенных в них сведений.

© Академия ИМСИТ, 2023.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	8
Акишева Е.С. Сущность инклюзивных творческих мероприятий и их роль в формировании доступной среды общества.....	13
Акопян А.А. Влияние цвета на потребительское поведение	17
Ананова К.С. Роль формирования имиджа учреждений социально-культурной сферы при помощи pr-продвижения	24
Афанасьев Д.В. Киберспорт и искусственный интеллект	28
Белова Д.С., Курилёнок А.А. Обеспечение информационной безопасности в цифровых системах и технологиях.....	32
Белоглазова А.А. Значение иностранного языка в развитии межкультурных связей в сфере туризма	36
Белотелова А.А. Игровые методы и приемы активизации творческой деятельности обучающихся младшего школьного возраста на уроках технологии.....	39
Беспалов В.Д. Использование цвета в рекламе	42
Борисенко С.О. Маркетинговое управление государственным предприятием	46
Брусникова М.А. Анализ используемых способов повышения продаж на рынке недвижимости на примере жк «зелёная гавань».....	51
Быкова Д.К. Формирование коммерческого предложения на рынке жилой недвижимости.....	54
Вашенко В.В. Основные проблемы использования систем и методов стимулирования труда на отечественных предприятиях	57
Гавшин М.В. Актуальные тренды экономической безопасности в ритейле	60
Гавшин М.В. Банковский сектор России в 2022 году: тенденции, результаты, прогнозы	64
Гарбузова П.А. Лингвистические особенности текстов англоязычной социальной рекламы	68

Дерновой Д.Д. Grt-4: добро или зло?.....	72
Долгов В.Л. О вопросах экономического положения элементов финансовой системы страны в 1941-1945гг.	75
Дудов Н.А. Программы содействия достойному труду и повышение производительности труда работников в контексте глобальных преобразований.....	80
Жолоб Д.Л. Цифровизация обучения в современных условиях	83
Заворотный И.М. Развитие цифровизации в сфере банковских услуг.....	87
Зикий П.Р. Роль мультимедийных технологий в изучении иностраных языков.....	91
Иванченко П.И. Банкротство как следствие неисполнения обязательств в эпоху глобальных изменений.....	95
Кичурина В.А. Сущность и особенности правового регулирования института таможенного брокерства в рф	100
Кондрашова Д.Д. Стресс у студентов в процессе учебно- профессиональной подготовки: причины и последствия ...	104
Кондрашова Д.Д. Политические технологии современности.....	107
Коробань И.В. Актуальные вопросы импортозамещения в ведущих отраслях экономики как элемент экономической безопасности организаций.....	110
Королёва Е.Э. Позитивное мышление как фактор эффективности работы руководителя.....	114
Королева Д.Н. Тренинг в психолого-педагогической подготовке будущего педагога.....	117
Коротюк Е.С. Насильственные действия в отношении совершеннолетних: проблемы квалификации и пути преодоления.....	121
Корягина С.А. Анализ возможностей дизайн-проектирования предприятий ресторанного хозяйства	124
Котов О.Д. Интеллектуализация поисковых систем	127

Кочетков Р.В. Разработка мобильного приложения 1с	132
Кочетова М.А. Пейоративная коннотация интернет-дискурса в современной разговорной речи.....	135
Кошавка В.Н. Дизайн-проектирование интерьеров современных предприятий общественного питания.....	138
Кручинина У.Е. Взаимосвязь идентичности потребителя и индивидуальности бренда.....	141
Куклина Д.О. Оценка и прогноз экономической эффективности формирования доходов бюджета от введения акциза на сахаросодержащие напитки в россии.....	144
Курлыкова А.А. Язык любви как элемент невербальной коммуникации в различных культурах	147
Курлыкова А.А. Использование семиотических знаний в маркетинговых коммуникациях.....	150
Лопатина Д.В. Механизм противодействия коррупции.....	153
Лю Вэньтин Место австралии в международном движении капитала.....	156
Масюкевич А.Д. Разработка голосового ассистента на python.....	159
Масюкевич А.Д. Перспективы развития беспилотного автотранспорта в россии.....	163
Мельконьян А.А. Проблемы и перспективы создания цифрового рубля.....	167
Мельник М.Н. Антитеррористическая деятельность в системе обеспечения национальной безопасности.....	171
Мигель С.П. Особенности инновационной системы японии в условиях цифровой трансформации	174
Мигель С.П. Зарубежный опыт управления персоналом.....	177
Моляренко А.М. Современные методы моделирования архитектуры информационных систем	181
М.М. Неговора Модная привычка в подростковой среде	187

Обручников С.С. Состояние нефтяной отрасли рф в условиях санкционного давления	193
Овсова Д.Д. Приемы изучения биографии писателя на уроках литературного чтения как средство формирования читательской грамотности младших школьников.....	198
Осина С.А. Использование модели привлечения внимания как способа воздействия на сознание потребителя в современной рекламной коммуникации.....	205
Охременко Д.А. Современные ориентиры для повышения безопасности в образовательных организациях	208
Охременко Д.А. Влияние вредных производственных факторов на персонал организации.....	212
Павелко А.П. Перспективы развития решений saas в системе электронного документооборота предприятия.....	215
Павлова А.А. Дискредитация деятельности госорганов рф за рубежом и влияние иностранных агентов на российскую молодежь	221
Панковец В.А. Модели покупательского поведения на рынке жилой недвижимости.....	227
Пегина Е.В. Борьба запада с развивающимися странами: история и современность	230
Пегина Е.В. Половозрастной и религиозно-этнический факторы управления персоналом	234
Пегина Е.В. Новая экономическая модель развития китая.....	237
Пера У.Я. Экологические проблемы краснодарского края.....	240
Пьянова А.А., Палёха Д.В. Проектная культура в дизайне как ключевой фактор развития человеческого потенциала	243
Рогачкова С.С. Импортозамещение в автомобильной промышленности в 2023 году	246
Сейдаметова С.А. Роль женщин в политике.....	250
Семенова К.А. Влияние маркетинговых инструментов на развитие российской экономики.....	254

Сердюк Д.А. Современный рынок труда в условиях цифрового развития российской экономики.....	258
Сеферян А.А. Актуальные проблемы внедрения нейронных сетей в работу банковского сектора: сущность и перспективные направления реализации.....	261
Сивашенко Е.С. Прогноз инфляции в республике беларусь	266
Сметанин В.С. Искусственный интеллект и сон.....	270
Черкасова В.Г. Инновационные кластеры россии.....	274
Степанов И.В. Направления совершенствования налогообложения физических лиц в условиях перехода россии к цифровой экономике.....	280
Сукоркин Н.А. О мерах социальной поддержки участников сво и их семей как факторе обеспечения национальной безопасности.....	284
Тимофеенко Д.В. Интеграция искусственного интеллекта в бизнес-процессы.....	288
Тищенко В.Н. Пути совершенствования применения информационных технологий на предприятиях туризма ...	293
Ткаченко Д.И. Внедрение современных цифровых платформ и оценка эффективности их использования	297
Фролова А.В. Наиболее эффективные способы стимулирования внутреннего и въездного туризма в российской федерации с применением улучшенных цифровых технологий.....	300
Хлебникова Т.А. Налоговые риски в условиях цифровизации экономики.....	303
Ходжаян Г.Р. О прогнозировании технических и экономических рисков в образовательном учреждении.....	306
Шестопалов Д.Г. Разработка банковского приложения в среде visual studio.....	309
Шкробко А.Ю. О возможностях патриотического воспитания молодежи в рамках специальной военной операции.....	313

ПРЕДИСЛОВИЕ

Подготовка высококлассных специалистов, способных заниматься научно-исследовательской деятельностью в профессиональной сфере, создавать инновационные продукты, организовывать наукоемкие производства, эффективно внедрять передовые достижения науки на практике в быстро меняющемся мире, является важнейшей составляющей образовательной политики Академии ИМСИТ. В нашем образовательном учреждении созданы все условия для выявления талантливых студентов, их привлечения к участию в научных мероприятиях в период освоения образовательных программ, что позволяет им определиться с выбором направления научно-исследовательской и инновационной деятельности, является частью их профессионального самоопределения и становления.

С 10 по 20 апреля 2023 года в Академии ИМСИТ прошли научные мероприятия в рамках Дней студенческой науки – 2023. Девиз: «Ты – будущее науки! Участвуй и побеждай!». Дни студенческой науки – это комплексная организационная форма, которая предполагает сочетание фронтальных и индивидуальных форм научно-исследовательской деятельности: научно-практическая конференция, дидактическая игра, дискуссионный клуб, олимпиада, творческий конкурс, научный семинар, круглый стол. Основа этих форм – активная самостоятельная, исследовательская деятельность студентов.

Дни студенческой науки в Академии ИМСИТ проводятся ежегодно с 1996 года. Главная цель подобных мероприятий – способствовать выявлению и раскрытию исследовательского, творческого потенциала студентов, привлечение обучающихся к активной научно-исследовательской деятельности.

Дни студенческой науки – это площадки для общения молодых исследователей и публичных обсуждений новых научных идей и замыслов. Таким образом решается одна из главных задач научной политики НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ» – поддержка талантливой молодежи и молодых ученых на начальном этапе их научной карьеры.

В рамках Дней студенческой науки - 2023 прошли следующие научные мероприятия:

- дискуссионный клуб «Актуальные вопросы импортозамещения в ведущих отраслях экономики России в период макроэкономической нестабильности» (12 апреля 2023 г. - по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д.8, корпус 2, ауд. 404). Руководитель дискуссионного клуба – Климовец О.В., первый проректор НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», профессор кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности, доктор экономических наук);

- олимпиада «Поколение профессионалов» на базе учебно-научной лаборатории «Аналитика и цифровизация бизнес-процессов» (10 апреля 2023 г. - по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 8, ауд. 412). Ответственный – Мусиенко С.А., доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат экономических наук);

- олимпиада «Я – руководитель» (проводилась с 10 по 15 апреля 2023 г. по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 8, ауд. 412. Ответственный -Мугаева Е.В., зав. кафедрой государственного и корпоративного управления НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат экономических наук, доцент);

- олимпиада по программированию (состоялась 12 апреля 2023 г. по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 5, ауд. 208. Ответственный - Капустин С.А, зав. кафедрой математики и вычислительной техники НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат технических наук);

- конкурс бизнес-проектов и идей «Молодые новаторы» (проходил с 10 по 15 апреля 2023 г. по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 8. Ответственный – Макурина А.А., доцент кафедры государственного и корпоративного управления НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат экономических наук);

- круглый стол на тему: «Технологии рекламы и дизайн-проектирования как инструменты продвижения в системе современной массовой коммуникации» (14 апреля 2023 года - по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д.8. Модератор круглого стола – Малиш М.А., доцент

кафедры рекламы и дизайна НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат исторических наук);

- круглый стол на тему: «Современные технологии на этапе развития общества и внедренного компонента цифровизации» (прошел 10 апреля 2023 г., по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская., д. 5, 1 корп., ауд. 303. Модератор круглого стола – Берулько А.А., преподаватель Академического колледжа НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ»);

- круглый стол на тему: «Искусственный интеллект в контексте иноязычного образования» (состоялся 11 апреля 2023 г. по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 3, 5 корп., ауд. 1. Модератор круглого стола - Лихачева О.Н, доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат филологических наук);

- круглый стол «Перспективы развития IT. Квантовые технологии» (15 апреля 2023 г.- по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 5, ауд. 119. Модератор круглого стола – Грищук Е.А., преподаватель кафедры математики и вычислительной техники НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ»);

- студенческий научный семинар «Качество ИС и критерии выбора» (проводился 13 апреля 2023 г. по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 5, ауд. 115. Ответственный – Сорокина В.В., доцент кафедры математики и вычислительной техники НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат технических наук);

- студенческий научный семинар «Методы решения задач линейного программирования» (10 апреля 2023 г. – по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д. 5, ауд. 114. Руководитель - Нестерова Н.С., доцент кафедры математики и вычислительной техники НАН ЧОУ ВО «Академия ИМСИТ», кандидат технических наук);

- выставка творческих работ «Треш-дизайн – вариант решения проблем техносферы» (прошла 13 апреля 2023 г. по адресу: г. Краснодар, ул. Зиповская, д.5, ауд. 212. Ответственный – Цымбал М.В., преподаватель Академического колледжа, кандидат химических наук).

В рамках Дней студенческой науки традиционно состоялась XXVII Международная студенческая научно-практическая

конференция «Молодые ученые на пути в большую науку». Цель данной конференции – создание условий для личностно-профессионального становления будущих специалистов, реализация творческого потенциала студентов в учебной, поисковой и научной деятельности, воспитание исследовательской культуры.

География участников международной студенческой научно-практической конференции очень обширная. В ее работе приняли участие студенты, магистранты и аспиранты следующих образовательных организаций: Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», г. Минск, Республика Беларусь; ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, РФ ; ФГБОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», г. Владивосток, РФ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарский государственный институт культуры», г. Краснодар, РФ; ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, РФ; Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, ФГОБУ ВПО, г. Краснодар, РФ; Северо-Кавказский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия», г. Краснодар, РФ.

В рамках конференции прошли заседания 20 научных секций, на которых обучающиеся защищали свои проекты, доклады и презентации. Большинство выступлений на научных мероприятиях Дней студенческой науки-2023 вызвало интерес у аудитории. Это обусловлено разнообразием представленных тем и их актуальностью. Также были освещены результаты научных исследований, проводимых студентами, обучающимися по образовательным программам аспирантуры, магистратуры, специалитета и бакалавриата под руководством научно-педагогических работников образовательных организаций. В своих докладах и выступлениях учащиеся рассказали об исторических аспектах развития дизайна, изобразительного творчества и архитектуры, вопросах иллюстрирования русской классической литературы в книжной графике, теоретических основах композиционных структур

в изобразительном искусстве. Обсуждались вопросы использования символов и мифов в искусстве, актуальные проблемы политики импортозамещения, национальной безопасности. Очень живо и познавательно прошла дискуссия по приоритетным направлениям экологической, демографической политики, туристической отрасли; были также рассмотрены наиболее острые вопросы внутреннего и въездного туризма. В ходе работы секций затрагивались темы, связанные с современным развитием технологий масс-медиа: влияние рекламы на формирование личностных ценностей, использование семиотических знаний в маркетинговой коммуникации, социальная миссия рекламы, использование манипуляции в рекламе и PR.

Выступления докладчиков сопровождалось бурными обсуждениями, поскольку некоторые аспекты современных тенденций в технологиях дизайна и массовых коммуникаций оцениваются сегодня далеко не однозначно. С одной стороны, они развиваются в ответ на потребности общества, с другой – порождают обострение социальных противоречий. К последним можно отнести изменение ситуации на рынке труда, трансформацию характера деятельности дизайнеров и специалистов в сфере рекламы.

На основании протоколов экспертных комиссий в сборник материалов XXVII Международной студенческой научно-практической конференции «Молодые ученые на пути в большую науку» включены тезисы докладов участников-победителей в различных номинациях.

Проректор по научной работе и нормативно-методической деятельности Академии ИМСИТ,
профессор Павелко Н.Н.

СУЩНОСТЬ ИНКЛЮЗИВНЫХ ТВОРЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ И ИХ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ ОБЩЕСТВА

Е.С. Акишева,

обучающаяся 2 курса ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», направление подготовки 51.03.03
Социально-культурная деятельность

Научный руководитель

А.В. Дмитриева,

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры социально-культурной деятельности

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарский государственный институт культуры» (г. Краснодар)

В современном мире, где создаются возможности для равного взаимодействия как здоровых людей, так и людей с ограниченными возможностями, в сфере создания и разработки мероприятий приобретают особое значение события, участниками которых становятся люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). Подобные мероприятия, «включающие определенные усилия для достижения равных возможностей для всех, независимо от пола, возраста, социального статуса, образования, этической принадлежности и т.д.», называют инклюзивными [2].

В разное время изучением вопросов инклюзивного творчества, создания инклюзивных творческих мероприятий и их особенностей занимались и зарубежные, и российские ученые: Полянская А.Г., Боронина Л.Н., Яковлева Е.Л., Ковалева А.С., Пилипчук Л.С., Кант И.

Подходы к пониманию инклюзивного творческого мероприятия и процесса его подготовки, роли в формировании общества, где возможно свободное от ограничений в здоровье взаимодействие,

разнятся, однако все авторы выделяют необходимость существования и развития такого направления творческих мероприятий, как инклюзивное, объясняя это «ответом на вызовы современности» [3].

Для последующей аргументации позиции определимся с понятиями «инклюзивное творчество», «инклюзивное творческое мероприятие». Под «инклюзивным творчеством» в данной работе понимается психофизическая и эмоциональная реабилитация, интеграция людей в общество через совместную творческую деятельность. Соответственно, под «творческим инклюзивным мероприятием» – процесс реализации и трансляции инклюзивного творчества в определенном, особом формате, направленный на формирование инклюзивной культуры и доступной среды общества, адаптацию в нем людей с ограниченными возможностями здоровья.

Исходя из определения, можем выявить основные функции инклюзивного творческого мероприятия: приобщение людей с ограниченными возможностями здоровья к культурным ценностям общества, формирование инклюзивного культурного фонда; обеспечение доступного досуга для здоровых людей и людей с особыми потребностями; интеграция людей с ОВЗ в социум. Стоит отметить, что реализация этих функций возможна лишь при создании «благоприятных условий», «добросердечном отношении к индивидуальным особенностям» людей [1]. Перечисленные функции, так или иначе, способствуют формированию доступной среды общества, позволяя человеку с особыми потребностями развиваться наравне с другими людьми.

Подробно рассмотреть сущность инклюзивного творческого мероприятия, отметить его особенности и роль в формировании доступной среды общества сможем на примере подготовки и проведения творческих вечеров «Территория многогранности чувств» в рамках проекта «Студенческий инклюзивный форум слышащей и неслышащей молодежи «Объединение», проводившегося Краснодарской краевой молодежной общественной социально-патриотической организацией «Регион 93».

Творческие вечера проводились два дня в качестве развлекательных мероприятий. Каждый из вечеров проходил в течение двух

часов и был представлен концертной частью и частью активностей. Так как участниками форума были представители слабослышащей молодежи и люди без ограничений по здоровью, перед организаторами творческого вечера стояла задача – сформировать яркую программу, которая была бы понятна и интересна всем участникам форума. Процесс организации мероприятия включал в себя аналитическую работу по изучению особенностей слабослышащей молодежи, вариантов творческого взаимодействия с ними; общение со специалистами в области инклюзии; создание концертной программы с взаимозаменяемыми номерами (например, вокальные номера сопровождаются танцевальными/театральными зарисовками, либо заменяются на жестовые песни с музыкальным сопровождением), парным ведением программы, где один из ведущих является сурдопереводчиком; формирование программы активностей, правила которых можно было понять интуитивно, легко объяснить жестами, с минимальным использованием звукового сопровождения (мастер-класс по рисованию, фотографии, интерактивные игры и т.п.); изучение командой организаторов базовых фраз русского жестового языка. Перечисленные этапы подготовки способствовали созданию творческих инклюзивных мероприятий, где каждый зритель беспрепятственно смог понять основную идею вечера, стать его частью, что подтверждает факт формирования доступной среды общества.

Таким образом, инклюзивные творческие мероприятия имеют ряд отличительных особенностей, которые делают подобные события необходимыми в современном обществе. Они играют важную роль в формировании доступной среды общества, так как позволяют создавать условия, в которых каждый участник способен одинаково получать информацию, культурно отдыхать и творчески развиваться.

Список использованных источников

1. Баланчивадзе Я.С. Формы инклюзивного образования и благоприятная среда в дошкольных учреждениях / Я.С. Баланчивадзе, Д.Н. Пушкарадзе // Science of Europe. – 2016. – №4. – С.52-55.

2. Полянский А.И. Инклюзивная культура в образовательной организации / А.И. Полянский, В.Д. Мартиросян // Научные труды московского гуманитарного университета. – 2018. – №1. – С. 67-72.

3. Яковлева Е.Л. Воплощение инклюзивных идей в художественном творчестве / Е.Л. Яковлева // Карельский научный журнал. – 2014. – №3. – С. 12-15.

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

А.А. Акопян,

обучающийся 2 курса, специальность 54.01.20

Графический дизайнер

Научный руководитель

К.В. Фандий,

преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Актуальность темы нашей статьи заключается в том, что на сегодняшний день уже доказано влияние грамотного применения цвета на поведение потребителей товаров. Маркетологи используют психологию цвета для повышения узнаваемости бренда и стимулирования продаж.

В данной работе раскрывается концепция психологии цвета и представляются выводы, связанные с ней. Рассматривается понятие цветового круга, приемы, которые помогают дизайнерам находить идеальные сочетания красок, эстетически привлекательные для потребителя. Также описываются основы дизайнерской техники, позволяющей создать гармонию тонов.

Психологическое влияние цвета на потребителей настолько велико, что при удачном стечении обстоятельств продающим может стать практически любой. Нужно понимать – не существует единых алгоритмов, воздействие на покупательскую активность зависит от массы факторов, в том числе и от особенностей целевой аудитории.

Психология цвета – довольно сложная область исследований, это искусство и наука, поэтому цель данной статьи - представить общую концепцию и прийти к выводам, определяющим конкретные факторы, влияющие на поведение человека.

Согласно различным научным теориям, краски оказывают более глубокое воздействие на сознание, чем полагает большинство людей, влияя даже на мельчайшие детали, наше ежедневное настроение или предпочтения в еде. Именно поэтому маркетологи используют психологию цвета – они хотят повысить узнаваемость бренда и вдохновить потребителей на совершение желаемого действия - покупки.

Цветовой круг - первый урок, который маркетологи должны усвоить при анализе визуальных элементов. Данная базовая модель, включающая в себя различные тона светового спектра, помогает дизайнерам находить их идеальные сочетания.

Почему это важно? Для того, чтобы научиться влиять на людей, используя психологию цвета, необходимо разобраться, каким образом выстраивать палитру красок, чтобы она была гармоничной и «радовала глаз». Ведь если, например, цвета на вашей визитке или в буклете не сочетаются друг с другом или делают информацию неразборчивой, вряд ли подобная реклама будет способствовать привлекательности вашего бизнеса для партнеров и клиентов.

Считается, что тона на противоположных сторонах цветового круга наиболее удачны в сочетании и создают гармонию. Идеальными парами являются красный и зеленый, синий и оранжевый, желтый и фиолетовый и т.д. Стандартная модель RYB (красный, желтый, синий) делит весь световой спектр на три отличительные группы:

Основное: Акроним RYB происходит от первых букв трех основных цветов: красного, желтого и синего.

Вторичный: Зеленый, оранжевый и фиолетовый считаются вторичными цветами в формате RYB.

Третичный: Все остальные цвета (так называемые третичные цвета) в основном представляют собой комбинацию первичных и вторичных цветов.

Рисунок 1 - Стандартная модель RYB (отличительные группы)

Каждый цвет несет в себе уникальные коннотации и атмосферу, что дает совершенно особый эффект в сочетании с общим внешним видом бренда.

Впрочем, здесь нет жестких правил, различные общества и культуры имеют свои особенные ассоциации с конкретным цветом. Например, в России с младенцами-мальчиками ассоциируется пастельно-голубой тон, а с девочками – светло-розовый.

За каждой из часто используемых красок скрывается свое значение. Определенный колер говорит о чем-то индивидуальном, но из-за различий в культурных ценностях и менталитете в разных странах каждый цвет имеет свою перспективу в оформлении продукта. Это влияет на маркетинговую стратегию. Рассмотрим обычные, универсальные цветовые ассоциации.

Таблица 1 - Перечень цветов и их описание

Наименование цвета	Описание цвета	Ассоциация с брендом
--------------------	----------------	----------------------

<p>Красный цвет</p>	<p>Красный цвет, особенно яркий и насыщенный, всегда привлекает внимание. Это цвет молодости и стремления к приключениям. Используется в качестве основного в сфере ресторанов быстрого питания, в рекламе нижнего белья и спортивных автомобилей, в продажах продуктов для молодой аудитории.</p>	<p>Canon, Coca-Cola, Pinterest, H&M</p>
<p>Оранжевый цвет</p>	<p>Как и красный, это цвет энергии, но здесь она более тёплая и дружелюбная. Оранжевый нравится смелым и весёлым людям. В качестве отрицательных характеристик выделяют инертность, ощущения нестабильности и невозможности удовлетворения желаний.</p>	<p>Globus, Fanta, Mastercard, Firefox.</p>
<p>Жёлтый цвет</p>	<p>Ассоциируется с теплом и счастьем. Он вызывает желание творить. Но при неумелом использовании провоцирует появление тревоги и чувства нестабильности.</p>	<p>Nikon, McDonald's, Lipton, Snapchat и др</p>
<p>Зелёный цвет</p>	<p>У большинства людей он вызывает ассоциации с весной или летом, со всем новым, ярким, приятным и привлекательным. У зеленого цвета большое количество оттенков, многие из которых обладают собственным влиянием на психоэмоциональное состояние. С помощью него можно создать атмосферу спокойствия, но определённые оттенки зелёного напоминают о зависти и других слабостях.</p>	<p>Xbox, Starbucks, Lacoste, Greenpeace.</p>
<p>Синий цвет</p>	<p>В целом синий цвет благотворно влияет на психоэмоциональное состояние. Большинству людей он помогает</p>	<p>Skype, Twitter,</p>

	<p>успокоиться, обрести уверенность, настроиться на размышления, обдумать старую проблему и принять верное решение. В окружении синих предметов человек может избавиться от негативных убеждений и дать себе новые установки – более осмысленные и позитивные. Его часто используют в приложениях и на сайтах технологических брендов, чтобы вызывать у пользователя доверие и расслабить его глаза. Ещё синий цвет встречается в рекламе воды, косметики, товаров для здоровья, туроператоров, платёжных систем и банков.</p>	<p>Nivea, Samsung, Pepsi.</p>
<p>Фиолетовый цвет</p>	<p>Самый мистический из всех цветов. Уже в древности люди видели в нём какую-то магическую притягательность. Данный цвет для своих одеяний выбирали мудрецы и маги, им обозначалось всё таинственное и завуалированное. Даже звёздное небо иногда изображают фиолетовым, чтобы придать ему мистичности и загадочности. Основная ассоциация, возникающая у большинства людей при виде фиолетового цвета – таинственность.</p>	<p>Milka, Viber, FedEx.</p>
<p>Чёрный цвет</p>	<p>Классический чёрный — это цвет роскоши и элегантности. А ещё он олицетворяет силу, стабильность, строгость и минимализм. Что касается отрицательных характеристик, то первая ассоциация с чёрным — это смерть. Ей родственны депрессивность, опасность, холодность и злость.</p>	<p>Chanel, Hugo Boss, Puma и Apple.</p>
<p>Белый цвет</p>	<p>Подобно чёрному цвету, белый часто используется как фон.</p>	<p>Zara, Adidas,</p>

	<p>Олицетворяет чистоту, свежесть, простоту и минимализм. Но если применить его неправильно, вызовет ощущения изоляции, безразличия и пустоты. В некоторых восточных странах может иметь совершенно иное значение. Например, в Индии - это цвет траура.</p>	<p>Sony.</p>
--	---	--------------

Hubspot провела исследование, чтобы определить, какой цвет работает лучше – зеленый или красный. Специалисты выяснили, что красный превосходит зеленый более чем на 20% в случае, когда все остальные компоненты на странице остаются неизменными. Конечно, это не означает, что он всегда дает лучшие результаты, чем зеленый (или любой другой цвет, если уж на то пошло). Это зависит и от целевой аудитории.

Тем не менее, исследования доказывают, что психология цвета также влияет на выбор кнопки СТА (это кнопка заказа или регистрации на сайте). Необходимо знать все тонкости воздействия красок на сознание, чтобы с их помощью научиться повышать коэффициент конверсии.

Учитывая все изложенное выше, приходим к выводу, что психология цвета включает в себя целый круг правил и закономерностей. Отметим, что существует несколько цветовых схем, множество исследований о том, как сочетать разные оттенки. Мы же в данной статье представили классические приемы и универсальные цветовые предпочтения.

Хотелось бы подчеркнуть, что восприятие цвета индивидуально и субъективно. Оно отличается в разных культурах и меняется, в зависимости от истории и общего социального фона.

В этой области необходимо учитывать все возможные вариации, вот почему маркетологи, несмотря на большой накопленный опыт и обилие различной литературы, посвященной данной теме, помимо ее изучения тратят много времени на специальные исследования, пытаясь определить цветовые переменные, которые оказывают наибольшее влияние на конкретную целевую аудиторию.

Таким образом, проведенный нами анализ подтверждает актуальность продолжения изучения влияния цвета на потребительское поведение в контексте рекламной деятельности.

Список использованных источников

1. Рекламная платформа МТС. Психология цвета в маркетинге [электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mts.ru> (дата обращения 27.03.2023г.).

2. БЛОГ Даниила Ткаченко. Зеленый цвет в психологии: значение, влияние на человека [электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://dnevnik-znaniy.ru> (дата обращения 27.03.2023г.).

РОЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ ПРИ ПОМОЩИ PR- ПРОДВИЖЕНИЯ

К.С. Ананова,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 51.04.03
Менеджмент социально-культурной деятельности

Научный руководитель

А.В. Дмитриева,

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры социально-культурной деятельности

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарский государственный институт культуры»
(г. Краснодар)

В современном быстро изменяющемся и развивающемся социальном, экономическом и политическом пространстве возникает острая необходимость в осуществлении психофизической разрядки, снятии эмоциональной напряжённости и восстановлении интеллектуальных и физических способностей личности. Установленные задачи могут быть достигнуты посредством организации социально-культурной деятельности.

Однако сегодня сфере культуры требуется модернизация: внедрение инновационных технологий (использование механизмов HR-управления, внедрение и распространение экспериментальных направлений в искусстве, разработка PR-стратегий), повышение востребованности и конкурентоспособности как самого культурного продукта, так и социально-культурной среды в целом [1]. Реализация процессов привлечения внимания и популяризации может быть достигнута путем формирования имиджа организации.

Под имиджем организации понимается некий синтетический образ, устанавливаемый в сознании отдельно взятого индивида или общества в отношении самой организации и производимого ею товара или услуги [3]. Рассматривая специфику данного понятия, необходимо обратить внимание на ярко выраженное эмоционально-психологическое воздействие на мнение и оценку субъектов потребления культурного продукта. Позитивный имидж обеспечивает устойчивое положение организации на рынке и положительную репутацию, что способствует увеличению ценности предоставляемого товара или услуги, росту востребованности и, как следствие, целевой аудитории. Также среди положительных аспектов позитивного имиджа выделяют заинтересованность спонсоров и инвесторов, высокую мотивацию сотрудников и повышение общего климата как внутренней, так и внешней среды организации [2]. Особое влияние на формирование позитивного имиджа имеют маркетинговые инструменты, в частности, технологии PR-продвижения.

PR выступает особым инструментом создания имиджа организации социально-культурной направленности, преобразуя рациональную составляющую информации в эмоциональную, сохраняя при этом ее содержательность. Исследуя технологии Public Relation, необходимо выделять особенности внутренних и внешних PR-механизмов.

Внутренний PR-комплекс направлен на формирование благоприятного образа организации у самого персонала и потенциальных сотрудников. Для успешной реализации этих задач используются различные методы, среди которых выделяют:

создание системы внутренних СМИ — информационные бюллетени, электронные дайджесты, агитационные плакаты, доски объявлений и т.д.;

- развитие корпоративной культуры — формирование благоприятного климата внутри коллектива, укрепление чувства сплоченности и корпоративной устойчивости;

- внедрение системы эффективных корпоративных мероприятий: тренинги, тимбилдинги, панельные дискуссии, форумы, семинары;

- активация пакета социальных программ.

Инструменты внешнего PR нацелены на демонстрацию специфики организации, ее уникальных характеристик, достоинств и преимуществ; на создание результативной рекламной-кампании для продвижения культурных продуктов и услуг; на формирование узнаваемости и имиджа организации. Среди эффективных механизмов осуществления внешнего Public Relation можно выделить:

- сотрудничество с различными видами СМИ — периодические печатные издания, телевидение, радиовещательные станции;
- разработка и активное ведение страниц в популярных социальных сетях: создание контент-плана публикаций в соответствии с инфоформативной ценностью и визуальной эстетичностью;
- проведение онлайн-мероприятий: sberjazz-конференций, онлайн-презентаций, онлайн-экскурсий, прямых трансляций;
- разработка сайта с единой корпоративной визуальной и текстовой концепцией — демонстрация актуальных продуктов и услуг.

Таким образом, одной из приоритетных задач учреждений социально-культурной сферы становится создание благоприятного имиджа, способствующего привлечению целевой аудитории и, как следствие, достижение важной цели организаций общественного значимых организации — сохранение и трансляция ценностей культуры, формирование ценностных ориентаций и моральной культуры личности. Важно отметить, что позитивный имидж способствует и оптимизации всех процессов внутри организации.

Список использованных источников

1. Иваненко, Ю. А. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности / Ю. А. Иваненко // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2006. – Т. 4, № 1(16). – С. 100-106.

2. Мухина, А. А. Эффективная коммуникационная стратегия PR: формирование имиджа и деловой репутации организации / А. А. Мухина // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2022. – Т. 7, № 1. – С. 40-49.

3. Утлик Э.П. Практическая психология имиджа/ Э.П.Утлик // Вестник МГУ. Серия Управление. 1999. No 2. С. 5-10

КИБЕРСПОРТ И ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Д.В. Афанасьев,

обучающийся 3 курса, направление подготовки 09.03.03
Прикладная информатика

Научный руководитель

С.А. Капустин,

кандидат технических наук,
доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Киберспорт – это форма соревновательных игр, которая проводится в онлайн-среде с использованием компьютеров, консолей и других электронных устройств. В последние годы киберспорт стал все более популярным по всему миру. Согласно отчету Newzoo, киберспортивная индустрия в 2021 году достигла 1,08 миллиарда долларов США и показывает стабильный рост в 15-20% каждый год.

Мировой киберспорт развивается параллельно с компьютерными технологиями. Любительские турниры переросли в профессиональные Лиги. Крупные международные чемпионаты проводят на живых стадионах, а призовой фонд в 1 млн. долларов - уже далеко не редкость. Многие страны, такие как Южная Корея, США и Россия, приравнивают виртуальный спорт к традиционным видам. По этому же пути уже идет и ряд других стран в Европе и Азии.

В 2018 году Международный Олимпийский комитет официально признал киберспорт.

В 2022 году в России утвердили государственный стандарт по подготовке киберспортсменов, согласно которому игроки должны уделять время не только тренировкам на компьютере, но и физической подготовке. Предполагается, что она будет занимать от 25 до 40 %

общего тренировочного процесса.

В 2024 году в Казани планируется проведение турнира «Игры будущего» по фиджитал-спорту, который представляет собой совмещение киберспорта с традиционным. В программе – 5 дисциплин гибридного формата, которые соединят в себе традиционный спорт и киберспорт. Примером фиджитал-спорта может являться гибридный футбол – поочередная игра в футбольный симулятор и реальный футбольный матч на поле, победитель же определяется по сумме очков в двух видах игры.

В киберспорте искусственный интеллект играет важную роль в различных аспектах, включая улучшение игровых навыков и создание инструментов для анализа данных. Например, AI может использоваться для улучшения понимания игрового процесса и создания более точных алгоритмов для оптимизации игровых стратегий и тактик.

Одной из областей, в которых искусственный интеллект используется для улучшения игровых навыков, является анализ данных. AI может использоваться для создания более точных алгоритмов, которые могут предсказывать поведение оппонентов и оптимизировать игровые решения. Например, искусственный интеллект может анализировать данные о прошлых играх и предсказывать вероятность того, что конкретная команда или игрок выберет определенную стратегию в текущей игре. Это может помочь участникам принимать более обоснованные решения во время игры.

Технологии искусственного интеллекта, используемые в киберспорте, включают компьютерное зрение и обработку естественного языка. Компьютерное зрение может быть использовано для анализа производительности игроков, например, их движений и реакции на игровые ситуации. Обработка естественного языка – для анализа коммуникации внутри команды, что поможет улучшить координацию и эффективность командной игры.

Примеры инструментов на основе искусственного интеллекта, которые были использованы киберспортивными командами:

- Mobalytics – это платформа для анализа игровых данных, которая использует искусственный интеллект для анализа

производительности игроков в различных играх, включая League of Legends, Dota 2 и Overwatch. Mobalytics предоставляет игрокам детальные отчеты о производительности и предлагает индивидуальные рекомендации и советы для улучшения игровых навыков.

- GameCoach – программное обеспечение для тренировок, которое использует искусственный интеллект для создания персонализированных программ тренировок для игроков. Он анализирует стиль игры, сильные и слабые стороны игрока, а затем создает индивидуальные сценарии тренировок для помощи в улучшении навыков.

- IBM Watson – это платформа искусственного интеллекта, которая используется в киберспортивных командах для анализа больших объемов данных, связанных с игрой. IBM Watson может анализировать данные о производительности игроков, таких как реакция, точность стрельбы и т.д., а также данные об игровых ситуациях, чтобы помочь командам создавать более эффективные стратегии и тактики.

- Computer Vision – это технология в киберспорте для анализа игровых видео и создания детальных отчетов о производительности игроков. Computer Vision применяет искусственный интеллект для анализа действий игроков, их реакции и тактики в игре. Эти данные могут быть использованы для создания более точных стратегий и тактик для команды.

Применение инструментов на основе искусственного интеллекта имеет множество преимуществ для киберспортивных команд. Эти технологии могут помочь игрокам и тренерам более точно анализировать данные о производительности и создавать более эффективные стратегии и тактики. Кроме того, использование ИИ позволяет командам снизить риск ошибок и принимать более осознанные решения. Все это делает использование инструментов на основе искусственного интеллекта в киберспорте необходимым элементом для достижения высоких результатов и конкурентных преимуществ.

В заключение можно сказать, что киберспорт и ИИ имеют тесную связь друг с другом, и мы можем ожидать, что использование ИИ в киберспорте будет продолжаться и дальше, изменяя эту отрасль. Кроме того, применение искусственного интеллекта в киберспорте

может привести к новым способам монетизации и развитию этой отрасли. Например, разработчики игр научатся создавать более интеллектуальных ботов, которые будут более сложными противниками для киберспортсменов и привлекут больше зрителей и спонсоров.

Список использованных источников

1. Киберспорт: история и развитие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cism-ms.ru/poleznye-materialy/kibersport-istoriya-i-razvitiie/> (дата обращения: 19.04.2023)
2. Козлов, Д. А. Использование искусственного интеллекта в киберспорте / Д.А. Козлов, О.Г. Рассадина, А.А. Куликова // Молодой ученый. – 2020. – (7). – С. 172-175.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ЦИФРОВЫХ СИСТЕМАХ И ТЕХНОЛОГИЯХ

Д.С. Белова, А.А. Курилёнок,
обучающиеся 2 курса, специальность 1-25 01 10
«Коммерческая деятельность»

Научный руководитель
Н.Е. Свирейко,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости
УО «Белорусский государственный экономический университет»
(г. Минск). Республика Беларусь

Обеспечение информационной безопасности в цифровых системах и технологиях является одной из важнейших задач в настоящее время, поскольку уязвимости в системах и технологиях могут привести к утечке конфиденциальных данных, краже личной информации, сбою в работе систем и технологий и многим другим неблагоприятным последствиям.

Цель исследования: рассмотреть методы и средства, применяемые для обеспечения информационной безопасности в цифровых системах и технологиях в нынешних условиях.

Современный мир в настоящее время представляет собой глобальную сеть, в которой информация играет одну из ключевых ролей. Благодаря развитию цифровых технологий многие процессы в нашей жизни (оплата услуг, покупка товаров) упрощены, ускорены и стали более удобными.

Однако этот прогресс также имеет свою темную сторону: усиливающиеся угрозы кибербезопасности становятся все более реальными и опасными. Взлом баз данных, кража личных данных и шпионаж стали обычным делом в нашем мире. Из-за уязвимостей, существующих в цифровых системах, киберпреступники могут получить

доступ к конфиденциальной информации, которая может быть использована против нас.

Существует много методов и средств защиты, используемых для обеспечения информационной безопасности в цифровых системах и технологиях. Наиболее распространенные из них включают:

1. Шифрование данных. Этот метод заключается в зашифровании данных перед их передачей. Шифрование обеспечивает конфиденциальность и целостность данных, так как зашифрованные данные не могут быть безопасно прочитаны или изменены без доступа к ключу [1].

2. Аутентификация. Данный метод подразумевает проверку подлинности пользователя. Для этого могут использоваться такие методы, как пароль, биометрические данные, карта доступа и т. д. Это обеспечивает защиту от несанкционированного доступа и предотвращает неправомерные действия.

Биометрические технологии защиты (отпечаток пальца, сканирование лица) получают широкое распространение в сфере экономики [2].

3. Контроль доступа. Предоставляет доступ только определенным пользователям или группам пользователей в системе. Для этого могут использоваться различные механизмы, такие как списки контроля доступа, ролевое управление, разделение обязанностей и др. Это обеспечивает защиту от несанкционированного доступа и предотвращает ошибки в работе системы.

4. Мониторинг безопасности. Этот метод использует различные инструменты и технологии для отслеживания и регистрации всех действий пользователей и системы. Это обеспечивает возможность выявления и быстрого реагирования на возможные угрозы информационной безопасности.

5. Антивирусное противодействие вредоносным программам. Использует файерволы, антиспам и другие инструменты, чтобы обеспечить защиту от вредоносных программ и атак снаружи. Самый частый в использовании инструмент — антивирусные программы. Антивирусная программа в традиционном понимании — это программа

для обнаружения, идентификации и устранения вирусов с компьютера или другого устройства [3].

6. Резервное копирование данных. Данный метод заключается в сохранении копий всех важных данных в безопасном месте. Это обеспечивает возможность быстрого восстановления данных в случае их потери при кибератаке или другой чрезвычайной ситуации.

Все эти методы и средства могут использоваться как отдельно, так и в комбинации, чтобы позволяет обеспечить наивысшую степень защиты информационной безопасности в цифровых системах и технологиях.

Однако часто самым слабым звеном в обеспечении безопасности является человек. Поэтому компании проводят тренинги и обучения персонала по правильной работе с конфиденциальной информацией.

Кроме того, важно не забывать про постоянное обновление систем безопасности, аудита и мониторинга, чтобы обнаруживать потенциальные угрозы и устранять их до того, как они окажутся реализованными.

В целом обеспечение информационной безопасности является сложным и важным процессом в цифровой эпохе, который требует постоянного внимания и мониторинга. Только принимая меры по защите важных данных, можно сохранить свою конфиденциальность и защитить себя от киберугроз.

Список использованных источников

1. Шифрование данных как мера защиты информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xserver.a-real.ru/blog/useful/shifrovanie-dannykh-kak-mera-zashchity-informatsii/>. – Дата доступа: 15.03.2023.

2. Корнев, Л.В. Обеспечение информационной безопасности в условиях цифровизации / Л.В. Корнев. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2022. – № 12 (407). – С. 7-11.

3. Как работает антивирус: принцип антивирусных программ [Электронный ресурс]. – 16.09.2021. – Режим доступа:

<https://www.esetnod32.ru/company/press/center/kak-rabotaet-antivirus/>. –
Дата доступа: 15.03.2023.

ЗНАЧЕНИЕ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В РАЗВИТИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

А.А. Белоглазова,

обучающаяся 1 курса, направление подготовки 38.03.04
Государственное муниципальное управление

Научный руководитель

В.Ю. Пипопуло,

преподаватель кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Экономический сектор международного туризма проходил свое становление на протяжении последних десятилетий, укрепляя и развивая национальные экономики. Но главной задачей международного туризма остается не экономический рост, а сплочение и единение разрозненных, непохожих друг на друга народов и культур. На страже этой миссии находятся коммерческие и некоммерческие организации, а также государственные институциональные образования.

На сегодняшний день туризм трансформировался из досуговой кратковременной практики в выстраивание коммуникативных цепочек и основу социального процесса. Ведущая роль межкультурного туризма определяется уникальной возможностью соприкосновения с культурной и этно-социальной материей.

Прежде чем определить роль иностранного языка в развитии межкультурного взаимодействия, необходимо дифференцировать основные аспекты самого феномена межкультурных связей:

- познавательный – концентрация на историко-археологических характеристиках рассматриваемого объекта;
- ценностный – базируется на сопоставлении нравственно-идеологических сторон познаваемых культур;

- гуманистический – нивелирование образа «свой-чужой», смена угла зрения на этнические различия при непосредственном взаимодействии с носителями [1].

Исходя из основ межкультурного взаимодействия, мы приходим к выводу о решающей роли иностранного языка как связующего звена. Ввиду первоосновы личностных коммуникаций в сфере туризма, специалистам необходимо знание языка для следующих целей: деловых встреч, переписок, работы с туристами, договорно-претензионной работы с партнерами. Поэтому также важно изучение обычаев, традиций, правил делового этикета, которые позволят задавать высокую планку для всех фирм-участниц.

За регламентацию квалификационных требований к специалистам в области туризма отвечает Постановление Министерства здравоохранения и социального развития №220н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» [2]. Согласно этому постановлению, специалист в области туризма наряду с информированием клиентов должен осуществлять маркетинговые и просветительские услуги, что невозможно реализовать без знания языка основной клиентуры.

Специалисты в области международного туризма выделяют следующие функции иностранного языка в межкультурных связях:

- информативная – с целью поиска информации, значимой для построения гармоничных межкультурных связей и организации бизнес-процессов;

- координационная – благодаря специалисту со знанием иностранного языка происходит бронирование зарубежных отелей, оформление авиабилетов, составление туристических маршрутов;

- коммуникативная – только на основе личных контактов иностранного клиента с представителями принимающей страны могут строиться прочные межкультурные взаимодействия [3].

Резюмируя роль иностранного языка в области международного туристического сотрудничества, укажем на неразрывность

глобализационных общественных процессов с требованиями, предъявляемыми к специалистам в области туризма. Так, на сегодняшний день тур-специалист должен быть носителем «гена мультикультурности», т.е. понимать особенности этнических, моральных и культурных устоев разных народов, порой противоречащих друг другу. Помимо этого, специалист должен отвечать требованиям многозадачности, т.к. в его обязанности входит координационная деятельность. Поэтому нам видится необходимым фильтрация претендентов на работу с иностранными клиентами по обязательному владению тем языком, которым владеет клиент.

Список использованных источников

1. Артановский С. Н. Международные культурные связи и национальная традиция // Современные проблемы межкультурных коммуникаций: сб.статей Санкт-Петербургского гос. ун-та культуры и искусств – СПб, 2013. - С. 80.

2. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: Учебное пособие. - М.: ФОРУМ, 2019. -208 с.

3. Постановление Министерства здравоохранения и социального развития №220н от 12.03.2012 «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма».

ИГРОВЫЕ МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ АКТИВИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГИИ

А.А. Белотелова,
обучающаяся 4 курса, специальность 44.02.02
Преподавание в начальных классах

Научный руководитель
И.В. Емельянова,
преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Темой данной работы являются игровые методы для активизации творческой деятельности обучающихся младшего школьного возраста на уроках технологии.

Большой вклад в разработку приемов развития творческих способностей младших школьников внесли такие педагоги, как Ж.Ж. Руссо, К.Д. Ушинский, В.В. Давыдов, Н.К. Крупская, В.А. Сухомлинский [1]. Активизация творческой деятельности ученика всегда являлась актуальной проблемой. Игровые методы использовались с давних времён. 21 век отличается процессом цифровизации, это требует поиска новых подходов. В современном мире основную роль в развитии творческой активности школьников берут на себя уроки технологии.

Целью данной статьи является анализ разработок современных дидактических игр, активизирующих творческую деятельность младших школьников на уроках технологии.

Задачи работы заключаются в определении понятия «творческая деятельность», «дидактическая игра»; описании видов дидактических игр, применяемых на уроках технологии; изучении педагогического опыта учителей младших классов; проведении диагностики развития

творческих способностей младших школьников. Также мы поставили перед собой следующие цели:

1. Обобщить методы и приемы обучения, активизирующие творческую деятельность младших школьников.

2. Создать сборник дидактических игр по данной теме.

Методы исследования: анализ литературы по данной теме, изучение и обобщение; практические методы: тестирование, анкетирование, наблюдение, беседа с учителем, разработка дидактических игр.

Современный урок выдвигает одно из важнейших требований – формирование творческой личности обучающегося. Достичь этой цели можно с помощью творческой деятельности на уроках. Активная творческая деятельность развивает художественный вкус, пространственное воображение, фантазию, прививает множество практических навыков, необходимых в жизни. У таких занятий должен быть созидательный характер. Творческая деятельность на уроках технологии помогает всестороннему развитию личности, закаляет характер. Создавая что-либо своими руками, школьники развивают внимание, память, аккуратность. Творческая активность помогает социализации, улучшает восприятие изучаемого материала, учит находить нестандартные решения в сложных ситуациях [2]. Дидактические игры являются наиболее эффективным способом активизации учебного процесса на уроках технологии.

Сущность игры заключается в том, что школьники, решая учебные задачи в занимательной креативной форме, самостоятельно находят решения, повышают умственную активность [3].

Разнообразие форм и приемов поддерживает интерес к урокам. Однако применяя игры, важно помнить о цели урока и о чувстве меры. Игры отражают профессиональную деятельность взрослых, приучают школьников к сотрудничеству, взаимовыручке, контролю, ответственности. Они развивают нравственные качества личности.

Игра отличается от игрового момента большей сложностью, требует от учителя подготовки [4]. При создании различных поделок на уроках технологии школьники должны быть мотивированы, приучены работать коллективно в малых и больших группах. Во время

игровой деятельности учащиеся могут проявить скрытые способности, обнаружить новые качества. Поскольку уроки технологии подразумевают различные виды работ (шитьё, лепка, аппликация, конструирование, вязание), то подбор игр требует тщательного подхода [5].

Проведённое исследование показало, что дидактических игр для уроков технологии в начальной школе существует немного. С учётом того, что младшие школьники хорошо владеют современными цифровыми технологиями и, в основном, у них наиболее развито визуальное восприятие, мною был разработан сборник дидактических игр для активизации творческой деятельности на уроках технологии в виде интерактивных занятий. В сборник вошли четыре игры для 1-4 классов. Польза проделанной работы заключается в повышении интереса к рассматриваемой теме, в практическом применении существующих ранее и разработанных нами игр.

Список использованных источников

1. Крупская Н.К. Педагогические взгляды и деятельность / Н.К. Крупская. – М.: Просвещение, 2017. – 212 с.
2. Развитие творческих способностей младших школьников на уроках технологии // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dodiplom.ru/ready/101581> (Дата обращения 25.03.2023г.)
3. Разнообразие методов активизации творческой деятельности младших школьников // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.net/2032488/pedagogika/raznoobrazie_priemov_metodov_aktivizatsii_tvorcheskoy_deyatelnos_tehnologii (Дата обращения 26.03.2023г.)
4. Коньшева Н.М. Методика трудового обучения младших школьников: учебное пособие / Н.М. Коньшева. – М.: Академия, 2019. – 192с.
5. Дидактические игры как средство развития учащихся на уроках технологии // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=651393> (Дата обращения 26.03.2023г.)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦВЕТА В РЕКЛАМЕ

В.Д. Беспалов,

обучающийся 3 курса, направление подготовки 42.03.01
Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

А.С. Петракова,

кандидат философских наук,
доцент кафедры рекламы и дизайна

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ», (г. Краснодар)

Цвет – это особая характеристика восприятия глазом разных волн света, которые, падая на объект, отражают его в различных спектрах. [1]

Цвет в рекламном продукте выступает в роли одного из наиболее важных элементов, который настраивает аудиторию на восприятие нужной для рекламодателя информации. Именно выбор цвета является одним из важнейших аспектов в создании рекламы, в связи с чем у дизайнеров в процессе проектирования и разработки рекламных макетов достаточно много времени уходит на поиск наиболее подходящей гаммы цветов, которая будет способна не только заставить потенциального потребителя обратить на себя внимание, но и транслировать идеи и смысл, заложенные в самом объекте рекламы. Управление выбором потребителя также зависит от цветового решения рекламного продукта.

Функций у цветового спектра в рекламном продукте множество: яркие цвета или их сочетание привлекает внимания зрителей; цвет помогает понять суть предлагаемого в рекламе товара и услуги; с помощью цвета происходит выделение

отдельных компонентов рекламного продукта; благодаря цвету формируется особое отношение к продукции и даже к компании; использование цвета позволяет выделить товар, компанию или бренд на рынке среди конкурентов. [2]

Реклама, оформленная в разных цветах, привлекает больше внимания и процент её запоминаемости выше, нежели у той, что исполнена в черно-белых тонах.

Цвет при правильном его использовании позволяет потенциальному покупателю лучше понять суть рекламного объявления, так как за счёт цветовой памяти у человека повышается скорость распознавания рекламируемых предметов и воспроизведение связанных с ними ассоциаций.

Специалисты выделяют важные визуальные компоненты, что позволяет более достоверно и правдоподобно отражать объекты рекламной композиции, быстрее формировать образ товара или услуги в сознании потребителя, а также связывать его с определенными мыслями и эмоциями.

Цвет помогает покупателю ориентироваться на плотном рынке товаров одной группы. Например, в России, если говорить о рекламе услуг операторов сотовой связи, дизайн компании «Мегафон» представлен в зеленых и фиолетовых цветах, «МТС» – красных и белых, «Йота» - синих и белых. Каждый тон, используемый в рекламе, оказывает свое специфическое воздействие на потребителя, поэтому рекламные дизайнеры ответственно и осторожно подходят к выбору определённой цветовой гаммы при проектировании и построении рекламной композиции. [3]

Красный цвет является ярким и вызывающим, хорошо подходит для привлечения внимания, чаще его используют чтобы подчеркнуть силу, властность, быстрый ритм жизни. Оранжевый воспринимается как добрый и энергичный цвет, его применяют для передачи радостных эмоций. Желтый цвет характеризуется способностью к возбуждению зрителя, очень хорошо запоминается. В зависимости от насыщенности способен вызывать резкие негативные эмоции. Зелёным цветом

чаще всего подчеркивают натуральность продукта, экологичность товара.

Контрастное сочетание чёрного и белого часто используется, чтобы подчеркнуть минималистичность композиций. При этом оно подчёркивает роскошь и изысканность дорогих товаров, их эксклюзивность. Хотя во многих случаях потребитель ассоциирует чёрный цвет с негативом, а белый, напротив, - с чистотой, светом, невинностью. При этом иногда белый цвет может ассоциироваться с безразличием и превосходством. [1]

Выбирая определённый цвет или его сочетания, специалисты по рекламе, дизайнеры должны учитывать множество различных факторов: особенности рекламируемого товара, такие характеристики целевой аудитории, как демографические, территориальные, географические, национально-культурные и др. Например, красный цвет в США и в странах Западной Европы ассоциируется с любовью или агрессией, при этом в Китае данный цвет является официальным, символизирует традиции и отвагу. Белый цвет в западных и южных странах сравним с чистотой, невинностью и миром, а на Востоке он ассоциируется с ложью и даже смертью. [4]

Таким образом, использование цвета в рекламе дает возможность сформировать определенное отношение к товару или бренду, подчеркнуть его уникальность и тем самым повысить эффективность рекламного продукта в целом. Однако необходимо четко понимать специфику конкретной целевой потребительской группы.

Список использованных источников

1. Карпов С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 431 с.

2. Кадочникова С. С. Психологические функции рекламы. - Челябинск: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна», 2019. – С. 88-91.

3. Севостьянов, И. О. Продвижение порталов и интернет-магазинов / И.О. Севостьянов. - М.: Питер, 2019. - 589 с.

4. Рзаева Е. Р. История развития рекламы / Е. Р. Рзаева // Студент. Аспирант. Исследователь. – 2019. – № 5(47). – С. 100-105.

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

С.О. Борисенко,

магистрант 2 курса, направление подготовки 38.04.04
Государственное и муниципальное управление

Научный руководитель

Л.А. Юзык,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетингового менеджмента

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (г. Донецк), ДНР

В настоящее время в России особый интерес вызывает маркетинговый подход, используемый в системе государственного управления. Широкое применение рыночного инструментария в некоммерческой сфере объясняется сложной международной обстановкой, непростой социально-экономической ситуацией в стране. Эти проблемы вызваны санкциями со стороны США и ЕС, а также активным информационным воздействием западных средств массовой информации, пытающихся сформировать негативный образ РФ и её руководства не только в глазах мировой общественности, но и российских граждан.

Цель исследования – разработка направлений совершенствования маркетингового управления деятельностью государственного предприятия.

Маркетинговое управление государственным предприятием – это анализ, планирование, претворение в жизнь мероприятий, рассчитанных на установление и поддержание контактов с целевой аудиторией для решения определенных задач организации, таких как получение прибыли, рост объемов сбыта, увеличение доли рынка. Это такой подход в управлении государственным предприятием, при котором одновременно выполняются запросы производителей

государственных услуг и их конечных потребителей. Во главе угла – максимальное удовлетворение потребностей граждан (материальных и духовных) в рамках выделенных общественных затрат. Поэтому необходимо не просто изучать потребности населения, а их суть, структуру, приоритетность, факторы и тенденции развития.

По утверждению Ф. Котлера, в государственном секторе основной маркетинга является ценность для населения и удовлетворение общества.

Цель маркетингового управления государственным предприятием: максимальное удовлетворение потребностей граждан (материальных и духовных) в рамках выделенных общественных затрат



Задачи		
Анализ рынка, его структуризация	Анализ и прогнозирование общественного спроса на товары и услуги	Создание позитивного имиджа государства;
Рост конкурентоспособности гос. производителей и укрепление внутреннего рынка	Поддержка отечественных производителей по выходу на экспортные рынки;	Организация рекламных мероприятий на уровне государства (социальная реклама)



Объекты: государственные услуги и общественные блага (товары, услуги); организации, находящиеся в гос. собственности; органы государственного управления	Инструменты: SWOT- и STEP-анализ, технологии сегментирования и оценки емкости рынков, оценки конкурентоспособности и	Основные принципы: реализация маркетинговой философии фирмы; организация маркетинговой деятельности; разработка
---	---	--

	позиционирования стран и регионов.	маркетинговых целей, стратегических и оперативных планов
--	------------------------------------	--

Рисунок 1. Модель маркетингового управления государственным предприятием

Задачи государственного маркетинга: анализ рынка, анализ и прогнозирование общественного спроса на товары, рост конкурентоспособности государственных производителей; создание позитивного имиджа государства; поддержка отечественных производителей; организация рекламных мероприятий на уровне государства (социальная реклама); разъяснение целей и задач общественного развития, обеспечение стабильности в государстве.

Инструментами маркетинга в государственном управлении все чаще выступают SWOT- и STEP- анализ, технологии сегментирования и оценки емкости рынков, оценки конкурентоспособности и позиционирования стран и регионов, а также классические инструменты товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой (распределительной) политики.

Усиление социальной направленности экономики Донецкой Народной Республики предполагает повышение экономической эффективности на основе создания социальных ценностей как для потребителя, так и для общества в целом. Таким образом, принципиально меняется миссия государственных органов в обществе, которая сегодня заключается в необходимости удовлетворения не только материальных, но и социальных потребностей общества путем производства и реализации социально значимой продукции, которая отвечает утвержденным стандартам качества.

Обогащение социального содержания маркетинга, современные императивы, определяющие высокий уровень адаптивности производства к социально ориентированной экономике, более полного удовлетворения инновационных потребностей и запросов позволяет рассматривать социальный маркетинг в качестве инструмента управления

государственных органов в условиях социализации и инновационной экономики.

Концепция социального маркетинга в маркетинговом управлении органов государственной власти призвана реализовать такие функции (табл. 1).

Таблица 1. Функции социального маркетинга государственного предприятия

Функция	Содержание
Маркетинговые исследования	Исследование инвестиционного и инновационного климата внешней среды и внутреннего маркетингового социально-инновационного потенциала, исследование потенциальных рынков сбыта социально значимой продукции, исследование ценностных ориентиров потребителей, исследование социального предпринимательства через использование комплекса маркетинга на всех этапах процесса управления.
Планирование и разработка товарного ассортимента	Разработка новой социально значимой продукции, модернизация традиционной продукции.
Сбыт и распределение	Формирование сбытовой сети, определение структуры сбыта, контроль логистических потоков в системе распределения
Продвижение и стимулирование сбыта	Разработка политики в области социальной рекламы, разработка социально значимой торговой марки, имиджа инновации, разработка мероприятий по изменению и социализации имиджа, формирование спроса на социальные инновации

Стандарты ИСО серии 9000 рекомендуют использовать цикл PDCA (Plan-Do-Check-Act) для создания системы постоянного совершенствования процесса управления. Кроме указанных выше требований, процесс должен включать известную схему управления по отклонениям: «планирование процесса — выполнение процесса — учет — контроль — принятие решений».

Список использованных источников

1. Балабанова Л.В., Слипенький В.В. Стратегическое маркетинговое управление на основе бенчмаркинга: Монография/ Л.В. Балабанова, В.В. Слипенький. – Донецк: ДонДУЕТ, 2005.- 171с.
2. Грушенко В. И. Стратегии управления компаниями. От теории к практической разработке и реализации: учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 336 с.
3. Николайчук В.Е. Основы конкурентного маркетинга: учеб. пособ. / В. Е. Николайчук. - Донецк: Ноулидж (донецкое отделение), 2010. - 514 с.
4. Репин В.В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. - М.: РИА Стандарт и качество, 2008.

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ СПОСОБОВ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ЖК «ЗЕЛЁНАЯ ГАВАНЬ»

М.А. Брусникова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки
Экономика и управление на рынке недвижимости

Научный руководитель

С.Л. Флерко,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет» (г. Минск), Республика Беларусь

«Зеленая гавань» – идеальный пример погружения города в природное окружение. Застройщиком, реализующим «Зеленую Гавань», является ООО «А-100 Девелопмент». Жилой комплекс возводится на территории 220 га в 3,5 км к востоку от Минска прямо среди леса, возле настоящих гольф-полей чемпионского класса. Над концепцией застройки работали архитекторы из Англии, Швеции и Беларуси. Строительство завершится в 2035 году. Планы по этому жилому комплексу глобальные: 280 домов на 220 гектарах должны сформировать 18 кварталов. Все это рассчитано на население в 16 тысяч человек.

Основные методы стимулирования продаж, используемые в данном жилом комплексе:

1) Предложение разнообразных вариантов покупки недвижимости (рассрочка, кредит, лизинг);

2) Наличие официального сайта, где можно найти любую нужную информацию, все новости, условия покупки, контакты. Подробно ознакомиться с квартирами помогает современный подход, а именно — 3D тур, расположенный на главной странице, где можно осмотреть квартиры и дома через компьютер или телефон. Сайт стал более

актуальным во время пандемии, был запущен сервис по удаленной покупке недвижимости, весь путь от подбора квартиры до заключения сделки можно пройти онлайн, также ЖК есть в соц. сетях, что удобно для нынешнего поколения.

3) Предложение Риэлт-услуги. Компания «А-100 Риэлт» поможет продать ваш старый дом или квартиру, чтобы вы смогли быстро и с комфортом переехать в «Зеленую Гавань» [1];

4) Дизайн-проект в подарок при покупке квартиры в ситихаусах. Учитывая среднерыночную цену на услуги дизайнера в Минске, выгода для будущих владельцев квартир в городе на природе может составить до 1 500 долл.;

5) Возможность обмена старой квартиры на новую в рассматриваемом ЖК. Имея старую квартиру, вы можете выгодно приобрести новую в «Зеленой гавани» с помощью программы «трейд-ин». После заключения договора застройщик помогает продать вашу старую квартиру по рыночной цене, а взамен вы получаете новую, выплачивая лишь небольшую разницу. Продажей старого жилья занимается партнер застройщика — компания «А-100 Риэлт». Таким образом, основную часть стоимости новой квартиры покрывают деньги от продажи старой, а остаток разбивается на два небольших платежа [2];

6) Кешбэк на покупку квартиры в «Зеленой гавани» в Ситихаусах.

Будущие жители квартир в ситихаусах могут сэкономить 5% от начальной цены за свою недвижимость. Условие для получения кешбэка – стопроцентная предварительная оплата. При покупке квартиры площадью 69 кв. м с гардеробной и погребом в ситихаусе 3.2 стоимостью 89 769 долл. кешбэк составит 4488 долл. Квартира в том же доме площадью 82 кв. м с террасой на эксплуатируемой крыше и стоимостью 100 933 долл. сэкономит 5046 долл. Более скромная по размерам студия в ситихаусе 3.8 – 30 кв. м за 48 195 долл. принесет кешбэк в 2410 долл.

7) Предоставление кредита с процентной ставкой от 10,39%.

Сниженную процентную ставку предлагают в рамках партнерской программы «А-100 Девелопмент» и «Белинвестбанка». Купить

квартиру можно в кредит сроком от 10 до 20 лет. Необходимый первоначальный взнос — от 20% стоимости жилья, а процентная ставка в первый год составит всего 10,39%. Важно отметить, что программа предусматривает возможность досрочного погашения кредита без штрафа [3].

8) Чтобы простимулировать продажи и привлечь целевую аудиторию, в конце августа застройщик в качестве эксперимента открыл жилой комплекс для всех, кто хочет увидеть его своими глазами (стимулирование в активной форме). Посетить «Зеленую гавань» можно было до 1 октября включительно, в любой день до 20.00.

Таким образом, можно сделать вывод, что основным методом стимулирования продаж в «Зеленой Гавани» является ценовое стимулирование, делается акцент на рассрочках, кредитах по выгодным условиям, скидках за квадратный метр, кешбэк и т. д. Застройщик, маркетологи и другие специалисты приложили все усилия для разработки самых эффективных каналов стимулирования в жилом комплексе.

Список использованных источников

1. Жилой комплекс «Зеленая Гавань» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://zelgavan.by>. — Дата доступа: 16.03.2023.
2. Условия покупки недвижимости в ЖК «Зеленая Гавань» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://zelgavan.by/usloviya-rokupki/credit1>. — Дата доступа: 16.03.2023.
3. Кешбэк 5% [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://zelgavan.by/news/keshbek-5-kupit-kvartiru-v-sitihause-i-vyigrat-v-scene>. — Дата доступа: 16.03.2023.

ФОРМИРОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Д. К. Быкова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки
Экономика и управление на рынке недвижимости

Научный руководитель

С.Л. Флерко,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости

Учреждение образования Белорусский государственный экономический университет (г. Минск), Республика Беларусь

Основная задача коммерческого предложения – привлечь внимание потенциального покупателя и заинтересовать его. Однако для этого организации-застройщику необходимо конкретно знать, какому именно кругу лиц оно будет адресовано. Для этого еще до старта проекта организации необходимо определить аудиторию, которой будет интересно находиться на местности, где планируется возводить жилой комплекс. Исследования помогают понять, кто будет основным клиентом организации. Именно от него зависит, как будет позиционироваться бренд [1].

Объектом исследования данной работы является формирование коммерческого предложения на рынке жилой недвижимости, а предметом исследования – коммерческое предложение ООО «А-100 Девелопмент», созданное для ЖК «Новая Боровая».

Для анализа целевой аудитории необходимо в первую очередь собрать базовую информацию и составить начальный портрет потенциального покупателя. Как показала практика, коммерческое предложение ЖК «Новая Боровая» направлено преимущественно на категорию молодых семей. Сегодня в жилом комплексе большая часть жильцов – это мужчины и женщины 23-35 лет с маленьким ребенком, детьми или без них. Также данный район привлекает особым

вниманием к домашним животным, на что делается акцент в коммерческом предложении объекта. Именно поэтому у множества жильцов «Новой Боровой» есть свой домашний питомец. Несомненно, коммерческое предложение «А-100 Девелопмент» и было первоначально направлено на такой круг лиц, поскольку застройщик в своём коммерческом предложении заявляет о разработке новейших технологий и идей, созданных для жизни, работы и учёбы, что так привлекает относительно молодое поколение.

Что касается уровня доходов потенциальных покупателей, то ЖК «Новая Боровая» не относится к премиум-сегменту. Коммерческое предложение объекта направлено на лица со средним или выше среднего уровнем дохода, поскольку застройщик для всех кварталов предлагает выгодные условия покупки: кредит, рассрочку, выгодные условия и спецпредложения при единовременной 100%-ой оплате, а также предложение обмена старой квартиры на новую в ЖК «Новая Боровая».

При проведении анализа целевой аудитории не менее важным признаком отбора потенциальных клиентов являются их интересы. В целевую аудиторию ЖК «Новая Боровая» входят ценящие активный образ жизни люди. Дворы жилого комплекса оборудованы полями для занятий спортом, множеством уличных тренажёров. Для жителей «Новой Боровой» регулярно организуются спортивные забеги, проводятся групповые тренировки с использованием спортивного оборудования во дворах жилого комплекса, что можно наблюдать в профиле Instagram «Новой Боровой».

Благодаря размещению в некоторых домах квартир с хобби-комнатой, в круг потенциальных покупателей жилого комплекса могут входить творческие личности, фрилансеры, удаленные сотрудники или те, кто оказывает какие-либо услуги на дому. Данная информация в значительной степени влияет на выбор каналов продвижения коммерческого предложения ЖК «Новая Боровая».

Одним из основных каналов продвижения бренда территории проекта жилого района «Новая Боровая» является Интернет. Одно и то же по своей сути коммерческое предложение, но в разных формах,

публикуется в различных Интернет-источниках, принадлежащих ЖК «Новая Боровая»: группе «ВКонтакте», профиле «Инстаграм», в «Телеграм», а также на официальном сайте «Новой Боровой». Примерно 60% клиентов организации приходят из Интернета. Другими каналами продвижения являются радио, метро, билборды.

Таким образом, лучшие результаты от коммерческого предложения на рынке жилой недвижимости можно получить только при комплексном подходе к изучению следующих факторов: целевой аудитории, возможных каналов продвижения в зависимости от целевой аудитории, содержания коммерческого предложения, его размера.

На сегодняшний день на рынке недвижимости оно представлено не совсем в том виде, в каком мы привыкли. В период активного продвижения продукции, товаров и услуг посредством Интернета коммерческие предложения для широкого круга лиц размещаются на сайтах организации и могут иметь различную структуру. Однако в сегодняшних реалиях для конкурентоспособности и эффективности коммерческого предложения достаточно того, чтобы его текст был изложен правильно и понятно.

Список использованных источников

1. Как брендинг территории помогает в продажах – Практика «А-100 Девелопмент» [Электронный ресурс]. – Минск. – Режим доступа: <https://probusiness.io/amp/ideas/730-kak-brending-territorii-pomogaet-v-prodazhakh-praktika-a-100-development.html> – Дата доступа 17.03.2023.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ И МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В. В. Ващенко,

обучающаяся 4 курса, направление подготовки 38.03.03
Управление персоналом

Научный руководитель

С. С. Малхасьян,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного и корпоративного управления

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В рыночной экономике при сильной конкуренции важным фактором развития предприятия является соотношение цены и качества товара. Наличие современного оборудования, технологий, необходимой сырьевой базы совсем не означает, что предприятие будет успешно работать. Ведь все то же самое может быть и у конкурентов. Решающий фактор - человеческие ресурсы. Способность к рационализации и творчеству может, например, проявиться в оптимизации издержек производства. Нестандартный подход к решению проблем помогает в кардинальной мере изменить приложение труда и построить новые схемы функционирования предприятия.

Стимулирование - процесс регулирующего воздействия на работника факторов внешней среды с целью повышения его трудовой активности. Если мотивация подталкивает деятельность изнутри, то стимулирование привлекает ее извне возможностью удовлетворения потребностей. Недовольство работников возникает не столько из-за размера заработной платы, сколько из-за ее несправедливости, отсутствия связи между результатом труда и его вознаграждением,

«хаосом» в соотношении зарплат специалистов разных подразделений, резкой разницей в зарплате однородных специалистов на предприятиях одного региона. Следствием такой нерациональной мотивации и стимулирования труда становится текучесть кадров, нестабильность трудовых коллективов, потери компаний на обучение постоянно обновляющегося персонала.

Исходя из вышеизложенного, выделим основные проблемы, касающиеся непосредственно материального стимулирования труда на российских предприятиях:

1) повременная (тарифно-окладная) и сдельная системы оплаты не отвечают современным рыночным условиям;

2) направленность системы стимулирования часто не соответствует тактике и стратегии управления предприятием;

3) стимулирующие выплаты не соответствуют личным трудовым вкладам и не увязаны с индивидуальными и коллективными результатами;

4) рост заработной платы относительно роста производительности труда должен быть регулируемым в соответствии с задачами планирования;

5) недостаточная гибкость механизма формирования заработной платы, егонеспособность реагировать на изменения в эффективности и качестве деятельности отдельного работника.

Можно выделить следующие отличительные особенности системы стимулирования труда в России по сравнению с аналогичными в других странах:

- во-первых, социальная мотивация управленческих кадров в России осуществлялась преимущественно без учета индивидуальных результатов, так как благами пользовались как работники, достигшие высоких показателей, так и те, кто не проявлял особого интереса к трудовой деятельности;

- во-вторых, формы поощрения в нашей стране были и до сих пор остаются стандартизированными и неизменными;

- третья отличительная черта заключается в том, что

мотивационные схемы, существующие в России, полностью исключили возможности работников в области развития неспециализированной карьеры и совмещения должностей;

- в-четвертых, стимулирующие системы в конкретных организациях способствуют не только уравниванию в системе оплаты труда и премирования категории «управленцев», но и сохраняют тенденцию в одинаковом объеме поощрять «лучшего и худшего» сотрудника, так как размер оклада работников одной квалификационной категории одинаков, независимо от трудового вклада.

Кроме того, стимулирование в России раньше рассматривалось, в основном, через социалистическое соревнование. В такой системе было иррациональное зерно. Соревнование должно являться одним из движущих мотивов повышения творческой и социальной активности персонала. Но в связи с изменением политической и экономической ситуации в России такая форма поощрения персонала тоже исчезла.

Таким образом, проанализировав основные виды и проблемы стимулирования, мы можем прийти к выводу, что «человеческий фактор», учет потребностей и личностных характеристик сотрудников является одной из важнейших предпосылок для эффективной работы крупных компаний.

Список использованных источников

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. - М.:Инфра-М, 2012. - 328 с
2. Афонин А.С. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты: уч. пособие. – Курск: МЗУУП, 2013. – 304 с.
3. Бессокирная Г.П. Удовлетворенность работой на предприятии и удовлетворенность жизнью // Социологический журнал. – 2015. - № 1/2.
4. Доронина И.В Мотивация и стимулирование трудовой деятельности /И.В. Доронина.-СПб.: Экономика, 2016. – 328 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РИТЕЙЛЕ

М.В. Гавшин,

обучающийся 3 курса, специальность
38.05.01 Экономическая безопасность

Научный руководитель

Е.Я. Костышина,

старший преподаватель кафедры бизнес-процессов
и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Современные вызовы пандемии covid-19 и СВО стали толчком к формированию новых подходов ведения бизнеса и внедрения новых технологий в риск-менеджмент компаний розничной торговли. Являясь важным элементом жизнеобеспечения населения, современный ритейл массово внедряет новые технологии с целью обеспечения экономической безопасности организации и достижения максимального уровня функционирования. На этом фоне стремительно развиваются и внедряются новые методы, основанные на видеоаналитике, биометрии, безопасности удаленных продаж и облачных защитах.

По данным Росстата, в 2022 г. оборот розничной торговли в России сократился впервые после трех лет роста – на 4,1 %, до 33,5 трлн. рублей [1]. Однако по прогнозу Минэкономразвития, в 2023 г. предполагают возвращение российского ритейла к росту на 5,1 % на продовольственные и на 3,9 % – на непродовольственные товары. При этом доля онлайн-торговли в ближайшие годы вырастет почти в два раза и составит около 15 %.

Считается, что ритейл является одним из самых емких и быстроразвивающихся рынков сбыта для разработчиков и производителей

решений в сфере видеонаблюдения. Для розничной торговли видеонаблюдение – особенно эффективный инструмент, позволяющий повышать качество обслуживания, значительно сокращать убытки и предотвращать их, быстро реагировать на угрозы и решать новые задачи.

Комплексная система безопасности в ритейле включает в себя различные технические модули, такие как противокражная система, видеонаблюдение, охранная и пожарная сигнализация, система контроля и управления доступом (СКУД), системы оповещения, пожаротушения и управления эвакуацией. Современные технологии позволяют объединять их в единую глобальную схему, с целью предотвращения возможных ущербов и сохранения активов. На практике риски хищения активов объединяют в отдельную группу (рисунок 1).



Рис 1. Риски хищения активов в ритейле

Как инструмент экономической безопасности и минимизации хищений активов в ритейле активно используют и применяют технологии биометрической идентификации в системах контроля и управления доступом (СКУД). Основной целью внедрения биометрии (палец, рука, глаз, голос) является минимизация финансовых потерь и удобство использования её в качестве пропуска того, что невозможно подделать, передать другому лицу, забыть или потерять.

Считается, что среди направлений повышения технико-технологической безопасности организаций наиболее перспективны новые технологии видеоаналитики, которые дают возможность объединить в единый контур межсетевые службы безопасности, полиции,

общественных объединений и субъектов хозяйствования. Именно внедрение прогрессивных форм организации бизнеса на основе технологических прорывов будет способствовать эффективному финансовому развитию и обеспечению экономической безопасности в целом.

Внедрение интеллектуальной платформы системы комплексной безопасности на основе реального времени, с возможностью одновременной обработки множества входящих информационных потоков, позволит управлять повседневной деятельностью и распознавать в автоматизированном режиме тревожные события, предлагать готовые сценарии обеспечения экономической безопасности.

Особое внимание в ритейле необходимо уделять параметрам, которые влияют на увеличение финансовых потоков, рентабельность продаж и такой параметр, как средний чек (товарооборот в денежном выражении за определенный период, приведенный к количеству чеков за тот же период): акции, скидки, распродажи, ценовая политика, ассортимент, выкладка, коммуникации, рациональное использование ресурсов, наличие программы лояльности и др.

Таким образом, в условиях цифровизации и активного внедрения новых технологий актуальными трендами повышения экономической безопасности в розничной торговле являются инструменты, которые способны отслеживать риски и выявлять угрозы, создающие опасности в ритейле. На первый план выходят аналитические модули систем видеонаблюдения и развитие маркетплейсов.

Список использованных источников

1. Розничная торговля и общественное питание [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>

2. Анализ уровня экономической безопасности предприятия примере магазина розничной торговли [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37576430>

3. Орехов В. И. Экономическая безопасность современной России в условиях кризиса : монография / В. И. Орехов, Т. Р. Орехова, О.

В. Карагодина; под науч. ред. Т. Р. Ореховой. – М.: ИНФРА-М, 2022.
– 105 с.

БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РОССИИ В 2022 ГОДУ: ТЕНДЕНЦИИ, РЕЗУЛЬТАТЫ, ПРОГНОЗЫ

М.В. Гавшин,

обучающийся 3 курса, специальность
38.05.01 Экономическая безопасность

Научный руководитель

И.А. Бондаренко,

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами.
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Банковский сектор — отрасль экономики, которая занимается предоставлением финансовых услуг, таких как хранение денежных средств на счетах, выдача кредитов, кредитных карт, оказывает инвестиционные услуги и т.д. Банки здесь являются ключевыми участниками и играют важную роль, предоставляя финансовую поддержку и управляя денежными потоками, являясь важнейшей частью финансовой системы. Кредитные организации проводят расчеты, обеспечивают сохранность средств клиентов на банковских счетах и трансформируют эти средства в кредиты в экономике.



Тенденции банковского сектора России на 2022 год выражаются в следующих факторах:

- Рост использования цифровых технологий. Банки будут интенсивно развивать онлайн-сервисы и мобильные приложения для удобства своих клиентов.
- Развитие экосистем, которые объединяют в себе финансовые и нефинансовые услуги.
- Увеличение использования искусственного интеллекта и автоматизации процессов в банковской сфере.
- Расширение предложения продуктов и услуг, в том числе с использованием новых технологий, таких как блокчейн, криптовалюта и т.д.
- Рост конкуренции за счет появления новых игроков, таких как финтех-стартапы.

Выйти в прибыль банкам удалось благодаря постепенному восстановлению основных доходов на фоне снижения ставок и роста бизнеса во втором полугодии. В конце марта Банк России резко поднял ставку с 9,5 до 20%, но уже в апреле начал резко ее снижать, и к июню ставка вернулась к 9,5%, а с сентября составляет 7,5%.

В докладе Центрального банка России (ЦБ) по итогам 2022 г. сообщалось, что чистые процентные и комиссионные доходы даже показали небольшой рост относительно 2021 г - на 2,9% и 5,7% - до 4,2 трлн. и 1,6 трлн. руб. соответственно. Параллельно постепенно сокращалась отрицательная валютная переоценка – по итогам всего года

показатель ушел в минус на 400 млрд руб., тогда как на пике отрицательное значение достигало 1 трлн руб. Это произошло за счет ослабления рубля на фоне длинной валютной позиции у отдельных банков.

Из доклада ЦБ можно сделать вывод, что банковский сектор в 2023-2024 году может столкнуться со следующими задачами:

- Развитие каналов онлайн-банкинга и цифровых технологий.
- Укрепление конкурентоспособности банков на мировом рынке.
- Расширение линейки продуктов и услуг, включая новые инвестиционные и страховые продукты.
- Укрепление экономической стабильности и предотвращение кризисов в финансовом секторе.

Подводя итог всему изложенному выше, можно сделать следующие выводы о состоянии банковского сектора.

Банковский сектор России находится в условиях неопределенности и нестабильности. Это связано с рядом факторов, таких как санкции со стороны западных стран, изменение рейтингов, снижение доходности от нефти, рост инфляции, увеличение задолженности предприятий и населения, а также низкий уровень деловой активности.

Среди главных проблем, которые стоят перед банковским сектором сегодня, можно выделить следующие:

- высокий уровень конкуренции на рынке;
- сжатие маржинальности;
- рост затрат на обеспечение кибербезопасности.

В целом банковский сектор России продолжает развиваться, однако для сохранения устойчивости и роста прибыльности необходимы дополнительные усилия со стороны самих финансовых организаций. Ведущие игроки на рынке будут уделять большое внимание внедрению инновационных технологий, повышению качества обслуживания клиентов и улучшению уровня эффективности работы всех отделов банков.

Список использованных источников

1. Мануйленко, В. В. Оценки экономического капитала банка в условиях развития интенсивной модели российского банковского сектора : монография / В. В. Мануйленко. - 2-е изд., эл. – М.: Финансы и Статистика, 2021. - 177 с.

2. Мануйленко, В. В. Влияние банковских инноваций на развитие теневых экономических отношений в регионе : монография / В. В. Мануйленко, Я. Ю. Вититникова, Ю.И. Конарева ; под науч. ред. В. В. Мануйленко. – М.: Финансы и статистика, 2022. - 283 с.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

П.А. Гарбузова,

обучающаяся 4 курса факультета международных бизнес-коммуникаций, специальность 1-23 01 02-05

Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)

Научный руководитель

Ю.В. Маслов,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры межкультурной экономической коммуникации

Факультет международных бизнес-коммуникаций

УО «Белорусский государственный экономический университет» (г. Минск), Республика Беларусь

В современном мире реклама занимает особое место в информационно-коммуникативной сфере жизнедеятельности человека. Реклама приобретает большое значение также в рамках решения актуальных вопросов социальной сферы, поскольку позволяет привлечь к ним внимание.

Термин «социальная реклама» используется только в СНГ. Во всем мире ему соответствуют понятия «некоммерческая реклама» и «общественная реклама». В США для обозначения такого типа рекламы используются термины *public service advertising* и *public service announcement (PSA)*. Предметом такой рекламы является идея, которая должна обладать определенной социальной ценностью. Ее цель – изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе создать новые социальные ценности.

Воздействие на адресата можно считать главной целью и функцией социальной рекламы. Воздействие в социальной рекламе осуществляется часто таким образом, чтобы адресат смог на ее основе

сделать самостоятельные выводы. Однако социальная реклама направлена не просто на привлечение внимания к социальным бедам, она также предлагает варианты решения этих проблем и побуждает к действиям. Для достижения этой цели авторы рекламных текстов прибегают к использованию различных стилистических и языковых приемов.

Н.В. Мещерякова отмечает, что текст социальной рекламы должен соответствовать следующим стилистическим признакам: доходчивость, краткость, яркость, убедительность, экстравагантность, профессиональное исполнение и выразительность, что в свою очередь способствует повышению эффективности воздействия рекламного текста [1].

Эффективный рекламный текст может строиться на экспрессивных лексических и синтаксических конструкциях, которые образуют стилистические фигуры. К ним можно отнести эллиптические и императивные конструкции, риторические вопросы или восклицания, а также стилистические тропы.

В рамках нашего исследования методом сплошной выборки из открытых источников сети интернет получено *100 текстов* социальной рекламы на английском языке. Анализ показал, что наиболее распространенными средствами, используемыми при создании рекламного текста на английском языке, являются утвердительные, повелительные и отрицательные конструкции, риторические вопросы, парцелляция, антитеза, эпифора, анафора, метафора и ирония.

Рассмотрим самые распространенные виды предложений и приемов, встречающихся в англоязычной социальной рекламе.

Авторами текстов широко используются предложения утвердительного характера. Приведем пример рекламы против чрезмерного использования сотового телефона:

Cell phone radiation can cause brain cancer.

(Излучение сотового телефона может вызвать рак мозга.)

Отрицательные предложения в англоязычной социальной рекламе также встречаются часто. Отрицательные предложения могут употребляться в случае, если необходимо оригинальное,

привлекательное значение. В качестве примера – реклама против цирков с использованием животных:

The show mustn't go on.

(Шоу не должно продолжаться.)

Довольно распространено использование в англоязычной социальной рекламе особого вида вопросительных конструкций, экспрессивные возможности которых заложены в самой сущности данной синтаксической конструкции. Приведем пример рекламы, предупреждающей о последствиях злоупотребления алкоголем:

How much will your next round cost you?

(Во сколько тебе обойдется твой следующий раунд?)

Что касается стилистических средств, в текстах англоязычной социальной рекламы часто используются метафоры. Рассмотрим пример рекламы, направленной на освещение проблемы торговли людьми:

Some people are very attached to their work.

(Некоторые люди очень привязаны к своей работе.)

Еще одно эффектное выразительное стилистическое средство, используемое в англоязычной социальной рекламе – ирония. Принцип данного приема основан на скрытой насмешке, противоречии истинного смысла явному. Приведем пример социальной рекламы против курения:

A warm welcome to death.

(Смерть встретит с радостью.)

Таким образом, рекламные тексты социальной тематики на английском языке представляют собой пример эффективного использования различных синтаксических и стилистических средств экспрессивной речи. Они провоцируют в сознании адресата ряд ассоциативных образов с конкретной целью – воздействовать на массы. При этом выразительность рекламного образа зависит от взаимодействия вербальной и визуальной составляющих.

Правильно подобранные и употребленные стилистические средства позволяют достичь лучшего понимания и запоминания текста, а

благодаря экспрессии они вызывают эмоции, соответствующие замыслу.

В заключение важно отметить, что короткие, лаконичные и в то же время яркие и запоминающиеся высказывания при использовании различных стилистических приемов имеют высокий потенциал оказания воздействия на ценностные ориентации целевой аудитории, в чем и заключается основная цель социальной рекламы.

Список использованных источников

1. Мещерякова Н.В. Стилистические и прагмалингвистические особенности рекламных текстов социальной направленности: на материале текстов социальной рекламы на русском и немецком языках / Н.В. Мещерякова. - М., – 2012. – 241 с.

GPT-4: ДОБРО ИЛИ ЗЛО?

Д.Д. Дерновой,

обучающийся 3 курса, направление подготовки 09.03.03

Прикладная информатика

Научный руководитель

В.В. Сорокина,

кандидат технических наук,

доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Цель исследования – определить потенциальные этические проблемы и последствия использования GPT-4 в различных областях, таких как медицина, право, политика и социальные медиа, предложить рекомендации для минимизации отрицательных последствий и максимизации позитивных эффектов использования технологии.

GPT-4: Добро или Зло?

В последние годы искусственный интеллект (ИИ) стал неотъемлемой частью нашей жизни. От Siri и Alexa – до автоматизации производственных процессов и самоуправляемых автомобилей – ИИ стал необходимостью для многих отраслей. Одним из наиболее обсуждаемых и ожидаемых разработок в этой области является GPT-4 (Generative Pre-trained Transformer 4), который обещает революционизировать способ, которым мы взаимодействуем с компьютерами. Однако, как и с любой новой технологией, возникают вопросы о ее этичности и потенциальных последствиях для общества. В этой статье мы рассмотрим плюсы и минусы использования GPT-4.

GPT-4 – это модель глубокого обучения, которая была разработана OpenAI, некоммерческой организацией, которая занимается исследованиями в области ИИ. GPT-4 является последовательным улучшением предыдущих версий GPT и представляет собой

самообучающуюся систему, способную генерировать тексты, которые кажутся написанными человеком. Эта технология может использоваться для создания автоматических ответов на письма и сообщения, написания новостей и статей, генерации контента для социальных медиа и многого другого.

Рассмотрим плюсы использования GPT-4. Одним из главных преимуществ GPT-4 является его способность генерировать тексты, которые кажутся написанными человеком. Это может быть особенно полезным для автоматического создания контента для сайтов и социальных медиа, что позволит улучшить эффективность маркетинговых кампаний и сократить время, затрачиваемое на написание контента. Кроме того, GPT-4 может использоваться для создания синтезированных голосовых сообщений, что может быть полезно для технологий, которые используют голосовые команды, такие как голосовые помощники и системы управления домашней автоматикой.

Еще одним преимуществом GPT-4 является его способность обучаться на огромных объемах данных. Это позволяет создавать модели, которые могут распознавать сложные образцы и связи между данными, что необходимо для медицинской диагностики, исследований климата и других областей.

К минусам использования GPT-4 следует отнести следующие моменты:

- GPT-4 вызывает определенные опасения по поводу его этичности и последствий для общества;
- возможность использования GPT-4 для создания фальшивых новостей и информации, которая может быть использована для манипулирования общественным мнением;
- использование текстов, которые кажутся написанными человеком, может привести к ухудшению качества журналистской работы и уменьшению доверия к СМИ;
- создание контента, нарушающего авторские права, может негативно сказаться на интеллектуальной собственности и защите авторских прав.

Кроме того, у GPT-4 есть потенциальный негативный эффект на рынок труда. Если GPT-4 станет всеобщим инструментом для создания контента, то это может привести к уменьшению спроса на журналистов, писателей и других профессионалов, которые выполняют эту работу.

В заключение следует отметить, что GPT-4 – это превосходная технология, которая может привести к прогрессу в различных областях. Однако, как и у любой новой технологии, у нее есть свои проблемы и вызовы. Чтобы использовать GPT-4 в этических рамках, необходимо провести дополнительные исследования и разработать стратегии для минимизации возможных негативных последствий. Только так мы сможем использовать GPT-4 для общего блага и преодоления вызовов, с которыми сталкивается наше общество.

Список использованных источников

1. OpenAI. GPT-4: An AI Language Model [сайт]. – 2022. – URL: <https://openai.com/gpt-4/> (дата обращения: 19.04.2023).

2. OpenAI. The Language Models Are Large and They Are Getting Larger [сайт]. – 2021. – URL: <https://openai.com/blog/large-neural-networks-language-models/> (дата обращения: 19.04.2023).

3. The Verge. OpenAI's GPT-4 will be the biggest AI language model yet, with 10 trillion parameters [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.theverge.com/2022/1/25/22901546/openai-gpt-4-language-model-10-trillion-parameters> (дата обращения: 19.04.2023).

4. TechCrunch. OpenAI's GPT-4 could be the biggest language model yet [сайт]. – 2022. – URL: <https://techcrunch.com/2022/01/25/openais-gpt-4-could-be-the-biggest-language-model-yet/> (дата обращения: 19.04.2023).

5. Forbes. The Ethics Of AI: GPT-4 And The Future Of Language Models [сайт]. – 2022. – URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2022/02/18/the-ethics-of-ai-gpt-4-and-the-future-of-language-models/?sh=6e56b7e26e1a> (дата обращения: 19.04.2023).

О ВОПРОСАХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ СТРАНЫ В 1941- 1945гг.

В.Л. Долгов,

обучающийся 2 курса Академического колледжа,
специальность 38.02.06 Финансы

Научный руководитель

М.В. Большакова,

преподаватель кафедры бизнес-процессов и экономической безопас-
ности

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Данная статья посвящена детальному знакомству с задачами и ролью финансовой системы государства. Также в ней показано, какие экономические меры помогли Советскому Союзу победить в Великой Отечественной Войне, приводятся наглядные примеры, доказывающие важность эффективного управления денежными ресурсами.

Со стороны СССР война потребовала мобилизации финансовых средств в интересах экономического обеспечения военных действий. Объем затрат государственного бюджета, использованных на военные цели в 1941-1945 гг., составил 582,4 млрд. руб. В решениях советского правительства и указаниях Сталина в первые же дни Великой Отечественной реализовывалась программа перевода мирного социалистического хозяйства на военные рельсы. Эффективность советской финансовой системы была наглядно продемонстрирована в первой пятилетке (1928-1940 гг.). Например, уровень промышленного производства в 1940 году был в 24 раза выше, чем в 1922, а производство средств производства – в 45. Общий объем сельскохозяйственного производства превосходил в 2,1 раза.

Впервые в мировой истории за короткий срок была проведена

модернизация экономики. Из отсталой сельскохозяйственной Советская страна превратилась в индустриально-аграрную державу всего за 10 лет. Западные страны шли по этому пути целое столетие: к 1940 году по уровню промышленного развития Советский Союз превзошел европейские страны и занял второе место в мире после США. Финансовое и денежное хозяйство России было полностью разрушено военными катаклизмами начала 20 века. Советская Россия, все еще залечивавшая раны Первой мировой войны и последовавшей за ней Гражданской, была вынуждена провести коренные экономические преобразования, прежде чем восстановила нормальное денежное обращение. В 1924 году была завершена денежная реформа, новый рубль равнялся старому 1922 года, в 5 миллионов рублей. Хотя Великая Отечественная война была самой жестокой из всех предыдущих, задача фактического возрождения советской денежной единицы после Победы не требовала таких радикальных реформ.

Советская финансовая система через бюджет, кредит и деньги выполняла в годы войны следующие основные экономические задачи:

1. Перераспределение национального дохода страны – финансирование военных расходов, в том числе за счет мобилизации средств населения, его текущих доходов и отчасти довоенных сбережений.

2. Направление материальных ресурсов и запасов народного хозяйства, в первую очередь, на развитие тяжелой промышленности, прежде всего, военного производства.

3. Осуществление денежного контроля за производством и распределением общественного продукта в соответствии с потребностями военного хозяйства.

Об укреплении государственного бюджета в годы Великой Отечественной войны свидетельствуют следующие данные.

В 1942 году его доходы сократились со 180 млрд. рублей (за 1940 год) до 165 млрд. Из них прибыль от социалистической экономики уменьшилась со 158 млрд. рублей до 108 млрд. рублей, т.е. с 87% до 65%. В то же время платежи и пожертвования в госбюджет увеличились с 19 млрд. рублей в 1940 году до 44,7 млрд. рублей в 1942 году, то есть с 10,8% до 27% от общей суммы доходов.

Расходы государственного бюджета увеличились с 174,3 млрд. рублей в 1940 году до 182,8 млрд. рублей в 1942. Военные затраты выросли с 56,7 млрд. рублей до 108,4 млрд. Если ранее они составляли 32,5% от всех расходов государственного бюджета, то теперь их доля увеличилась до 59%. При этом финансирование народного хозяйства сократилось с 58,3 млрд. рублей до 31,6 млрд. рублей, с 33% до 17% от всех государственных затрат.

Таким образом, если общие доходы бюджета снизились на 8%, прибыль от социалистической экономики уменьшилась на 32%, то национальные платежи и отчисления увеличились на 129%, т.е. в 2,4 раза. Расходы государственного бюджета, включая военные, выросли на 91%, а финансирование народного хозяйства сократилось на 46%. Однако превышение текущих доходов над расходами в 1940 году составляло 3,2 млрд. рублей, а в 1942 эта разница увеличилась до 18,9 млрд. рублей. Дело в том, что материальные резервы и кредитная система в данный период укреплялись за счет высвобождения и мобилизации средств, которые были созданы в довоенном советском народном хозяйстве.

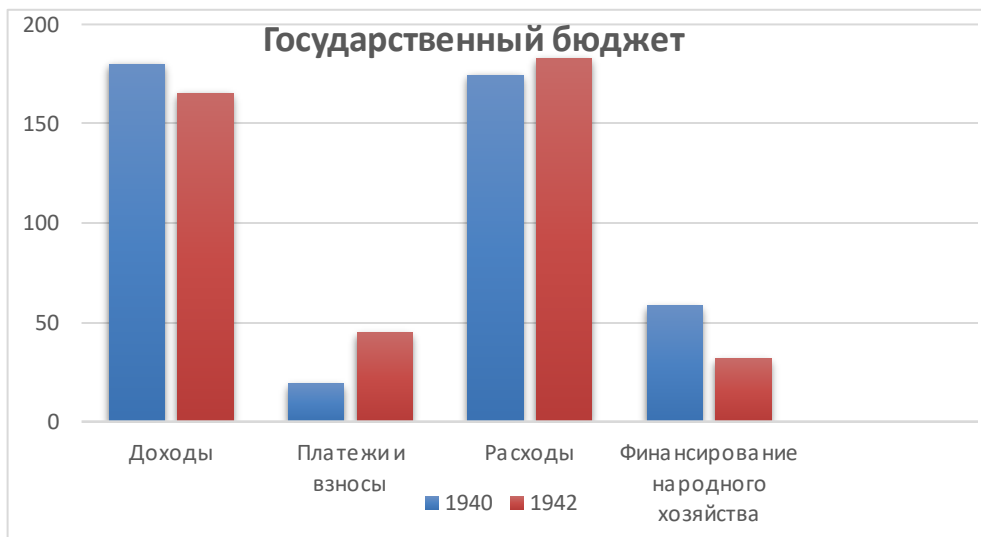


Диаграмма 1 – Государственный бюджет страны в 1941-1942гг.

О том, что в 1943 году, с развитием военной экономики, государственный бюджет был также относительно стабилен, свидетельствуют следующие факты. Доходы возросли до 202,7 млрд. рублей, а расходы – до 210 млрд. При этом превышение текущих расходов над текущими доходами составило 7,3 млрд. рублей. Однако эта разница была покрыта запасами товарно-материальных ценностей прошлых лет. В 1943 году доходы от социалистической экономики увеличились на 14 млрд. рублей по сравнению с 1942 годом, а доходы от платежей и пожертвований – на 15,4 млрд. рублей. Военные расходы за год увеличились на 16,6 млрд рублей, расходы на финансирование народного хозяйства в 1943 году остались на уровне 1942.

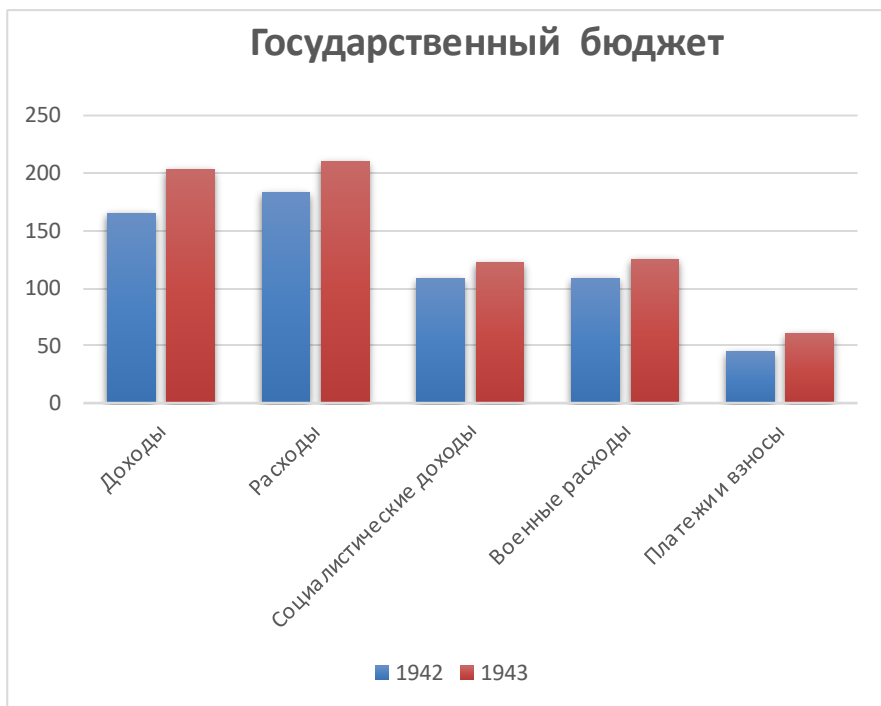


Диаграмма 2 – Государственный бюджет страны в 1942-1943гг.

В военном 1944 году государственный бюджет и финансовое хозяйство тоже были значительно укреплены. Несмотря на рост экономической поддержки народного хозяйства и ВС СССР государственные расходы были полностью покрыты доходами. В результате дефицит текущего счета бюджета Советской страны в годы Великой Отечественной войны сократился, достигнув нуля в 1944 году.

Список использованных источников

1. Финансовая система страны в годы ВОВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stud24.ru/finance/finansovaya-sistema-strany-v-gody/432390-1577930-page2.html> (дата обращения 19.03.23).
2. Финансы СССР в годы Великой Отечественной Войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proza.ru/2018/12/02/1187> (дата обращения 19.03.23).
3. Финансы СССР в годы войны. 1941-1945гг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rgae.ru/ep.shtml/finansy-pobedy.shtml> (дата обращения 19.03.23).
4. СССР в Великой Отечественной Войне 1941-1945/ под ред. Минасян М.М. – Военное издательство Министерства обороны СССР, 1970г. (дата обращения 19.03.23).

ПРОГРАММЫ СОДЕЙСТВИЯ ДОСТОЙНОМУ ТРУДУ И ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА РАБОТНИКОВ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ

Н. А. Дудов,

обучающийся 4 курса, направление подготовки 38.03.03

Управление персоналом

Научный руководитель

С. С. Малхасьян,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры государственного и корпоративного управления

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

На рубеже XX-XXI веков Международная организация труда, чтобы выполнить задачи глобальных экономических, социальных и правовых преобразований, выдвинула Концепцию достойного труда. Ее основная цель звучала так: «Содействие в получении и выполнении достойной работы в условиях свободы, справедливости, гарантий защищенности и безопасности, человеческого достоинства».

«Достойный труд» – высокоэффективная деятельность в благоприятных и безопасных условиях, которая дает работнику удовлетворение, а также возможность максимально проявить свои способности и навыки. Это и достойная оплата, справедливое распределение материальных результатов, защита прав трудящихся, обеспечивающие их активность в работе предприятия, полезный вклад в общее благополучие.

Чем выше производительность, тем лучше живут люди – они меньше трудятся и больше зарабатывают. Повышение производительности труда помогает бизнесу выигрывать конкуренцию на рынке, а стране — быстрее развиваться за счет свободных ресурсов. Поэтому

производительность труда – один из ключевых факторов экономического роста.

Рассмотрим отечественный национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости». Паспорт документа утвержден в 24.12.2018 г - 2024 г.

Его цели: распространить знания в области повышения производительности труда, стимулировать интерес к повышению производительности труда со стороны предприятий, региональных и федеральных органов власти.

Задачи:

Сократить нормативно-правовые и административные ограничения, которые препятствуют росту производительности труда.

Внедрить управленческие, организационные и технологические решения для повышения производительности труда.

Сформировать систему подготовки кадров, которая будет обучать основам повышения производительности труда, при использовании цифровых технологий.

Сформировать систему методической и организационной поддержки этого процесса на предприятиях.

Нацпроект побуждает организации к повышению производительности труда, устраняя лишние административные преграды, стимулируя развитие экспортного потенциала. Для выполнения этих задач проводятся обучение и стажировка управленческих кадров, создана система грантовой поддержки, улучшена работа Федеральной службы по труду и занятости и ее структурных подразделений. Однако подобные меры не могут быть эффективными без устойчивого развития экономики. Поэтому 21 июля 2020 года Президентом РФ Владимиром Путиным был подписан Указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».

Таким образом, документы, принятые Правительством Российской Федерации, и Концепция достойного труда на самом деле тесно связаны и дополняют друг друга.

Ресурсная платформа «Достойный труд в целях обеспечения устойчивого развития» даёт интегрированное руководство и рабочие материалы по взаимосвязи достойного труда и устойчивого развития трехсторонним участникам, сотрудникам МОТ, членам страновых представительств ООН, партнерам по развитию и другим

заинтересованным сторонам для содействия национальным процессам реализации ЦУР.

Результаты реализации данной программы уже сегодня заметны в России:

Создаётся большое число рабочих мест лучшего качества и улучшаются перспективы занятости молодёжи.

Ратифицируются и применяются международные трудовые нормы.

Повышаются минимальные уровни социальной защиты.

Проводится содействие жизнеспособным предприятиям.

Организуется достойный труд в сельской экономике.

Обеспечивается соблюдение норм на рабочих местах посредством инспекции труда.

Проводится содействие справедливой и эффективной политике в области трудовой миграции.

Постепенно создаются представительные организации работодателей и работников.

Список использованных источников

1. Бессокирная Г. П. Удовлетворенность работой на предприятии и удовлетворенность жизнью // Социологический журнал. – 2015. - № 1/2.

2. Доронина И. В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / И. В. Доронина. - СПб.: Экономика, 2016. – 328 с.

3. <https://strategy24.ru/rf/communication/projects/natsional-nyu-proyekt-proizvoditel-nost-truda-i-podderzhka-zanyatosti> (дата обращения 17.04.2023)

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Д. Л. Жолоб,

обучающийся 4 курса факультета ресторано-гостиничного бизнеса,
направление подготовки 43.03.02 Туризм

Н.С. Палий,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры туризма

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

Образование – это классическая потребность и бесконечный источник развития человека. Цифровизация имеет решающее значение для общества в целом и для нового поколения граждан в частности. Усиление ее роли в сфере образования обусловлено изменением социального поведения, внедрением новых информационно-коммуникационных технологий. Идет конкурентная борьба за решение вопроса всеобщего обучения с помощью универсальных платформ. Каждая платформа стремится стать новым стандартом – с общепризнанными дипломами, преподавателями и т. д. И это не случайно. Ведь сфера образования становится все более технологичной, широко внедряются компьютерные продукты и услуги. Школьники, студенты и педагоги больше не связаны классической формой обучения в рамках аудитории – можно эффективно использовать новые технологии. Так, например, онлайн-курсы – это хорошая возможность получения образования и формирования компетенции.

Цель исследования заключается в изучении особенностей смешанного обучения, его инструментов в современной педагогике.

Онлайн-курсы – как было отмечено выше, одна из перспективных возможностей масштабировать обучение. Современный преподаватель должен использовать преимущества таких сервисов. Это

прекрасная возможность обновлять информацию и опыт в своей сфере. Основные проблемы, которые решают инструменты смешанного обучения:

1. Необходимость искать новые приемы для образовательной практики. Сейчас особенно важно быстро и с минимальными затратами тестировать и запускать новые курсы, а также организовывать процессы обучения дистанционно [1].

2. Высокие затраты на организацию обучения. За счет автоматизации процесса, использования «эффекта масштаба» можно снизить издержки, сэкономить ресурсы, получить возможность оперативно принимать решения.

3. Низкая мотивация обучающихся при прохождении сложных курсов, слабый уровень вовлеченности. Использование интерактивных инструментов, системы поощрения достижений позволяет геймифицировать процесс обучения, повысить результаты [2].

4. Нехватка материальных ресурсов компенсируется за счет того, что обучение переносится в онлайн-формат, индивидуализация процесса становится максимальной.

5. Низкое качество дидактических материалов, проблемы с их доступностью и функциональностью [3].

Инструменты смешанного обучения включают в себя вебинары, тренинги, учебные программы в электронном пространстве; файловое хранилище; адресную книгу с контактами; статистику по всем типам активностей.

Смешанное обучение помогает повысить эффективность, применяя разные форматы [4]. Дает возможность использовать многообразные типы контента: файлы, презентации, аудио, видео, YouTube-ролики, записи вебинаров; добавление интерактивных досок, при помощи которых удобно собирать обратную связь, идеи и предложения в асинхронном формате. Позволяет разбирать вопросы на онлайн-сессиях; проводить онлайн-мероприятия для установочных занятий, консультаций, лекций в реальном времени и отработки навыков; отслеживать информацию по посещаемости в статистике курса; делиться записью урока с участниками после его проведения; проводить оценку

знаний и задавать домашние задания, отслеживать прогресс группы и результаты конкретного студента; добавлять текст, видео, аудио, презентацию в виде вопроса, теста; разнообразить оценку знаний с помощью письменных заданий с последующей проверкой преподавателем или автоматической проверкой; проводить очные встречи для коучинга, нетворкинга; оценивать качество контента и уровень вовлеченности участников: смотрят ли участники видео, записи вебинаров и презентации или просто пролистывают уроки; как оценивают урок и какие комментарии оставляют; принимать решения на основе полученной информации.

Таким образом, сегодня учиться можно в любое время и в любом месте. Просмотр уроков, презентаций, видео и выполнение тестовых заданий доступно для всех заинтересованных лиц. Сейчас перед образовательными продуктами стоит непростая задача – создать эффективные механизмы вовлечения в учебный процесс и сделать так, чтобы интерес к учебе не пропал.

Анализ некоторых трендов в обучении показал, что цифровые продукты, новые дидактические подходы и приемы являются инструментами повышения качества образовательного процесса, что очень важно для современной экономики. И есть уверенность, что трансформационные процессы в образовании будут продолжаться по причине глобальных изменений в науке и социуме.

Список использованных источников

1. Будущее рынка труда. - URL: <http://atlas100.ru/future/articles/professii-pensionery> (дата обращения: 10.03.2023).

2. 11 сервисов для создания онлайн-курсов. URL: <https://vc.ru/services/79360-11-servisov-dlya-sozdaniya-onlayn-kursov> (дата обращения: 15.02.2023).

3. Быть «в тренде»: какими навыками должен обладать учитель в 2021 году. URL: <https://letidor.ru/obrazovanie/byt-v-trende-kakimi-navykami-dolzhen-obladat-uchitel-v-2021-godu.htm> (дата обращения: 12.03.2023).

4. Три возможных сценария образования будущего: вечное студенчество, конец госмонополии и наставники вместо учителей
URL:: <https://knife.media/the-future-of-education/>(дата обращения: 14.03.2023).

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

И.М. Заворотный,

обучающийся 3 курса Академического колледжа,

специальность 09.02.03

Программирование в компьютерных системах

Научный руководитель

В.В. Алферова,

преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Статья посвящена проблемам цифровизации банковского сектора и появлению новых возможностей и рисков, которые возникают при высоком темпе внедрения компьютерных продуктов.

Цель исследования: рассмотреть особенности развития цифровизации в сфере банковских услуг.

Задачи данной работы заключаются в следующем:

- определить основные направления и риски компьютеризации непосредственно в банковском секторе и общие;
- понять, как отечественный рынок банковской цифровизации изменился в 2022 г.

Актуальность проблемы: вместе с несомненным благом внедрение компьютерных технологий имеет свои минусы. Необходимо определить как положительные последствия этого процесса, так и негативные для того, чтобы их можно было в дальнейшем предупредить.

Компьютеризация в современном мире является одним из главных факторов мирового экономического роста. Она также не обошла стороной и банковскую систему. Применение цифровых технологий в финансовой сфере кардинально меняет задачи банка по усовершенствованию сервиса, расширению продуктов и услуг, открывая новые

пути развития, обеспечивая тем самым переход банковского сектора экономики на новый уровень. Ученые и эксперты уверены в том, что будущее стоит за цифровым банкингом. Электронные технологии здесь развиваются стремительно, а общий финансовый рынок постепенно переходит в дистанционный режим. Так, цифровизация выигрывает во многих позициях по сравнению с традиционными решениями. В будущем она изменит роль самих банков, сделает их более мобильными, а также приведет на рынок совершенно новых игроков.

Модернизируются традиционные направления оказания финансовых услуг, в них появляются инновационные продукты и сервисы для конечных потребителей [1]. Наиболее ярко эта тенденция наблюдается в следующих областях:

1. Платежи и переводы: сервисы онлайн-платежей, сервисы онлайн переводов; P2P2 обмен валют; сервисы B2B3 платежей и переводов; облачные кассы и смарт-терминалы [2]; сервисы массовых выплат и т.д. Данное направление характеризуется усилением конкуренции между традиционными банками и финтех-компаниями, так как проведение платежных операций и оказание услуг не требует значительных финансовых затрат и компетенций.

2. Управление капиталом: робоэдвайзинг, программы и приложения по финансовому планированию, социальный трейдинг, алгоритмическая биржевая торговля, сервисы целевых накоплений и т.д. Данный сегмент обладает высоким потенциалом и позволяет в значительной мере автоматизировать процесс принятия эффективных решений по управлению капиталом, инвестированию и размещению активов, оценки потенциальных рисков и т.д.

3. Искусственный интеллект: финансовые технологии, созданные с использованием элементов искусственного интеллекта, значительно расширили возможности и способы оказания услуг (чат-боты, онлайн-помощники, голосовые консультанты, сервисы-рекомендаций и т.д.).

Таким образом, государство признало цифровизацию приоритетным направлением, где она становится основой развития экономики страны – при наличии возможностей, умения и желания

использовать информационные технологии как мощный ресурс. Это приведет к глобальным изменениям и в качестве жизни. В то же время масштабное внедрение цифровизации – процесс многогранный, сложный, сопряженный с рисками и неоднозначными последствиями [3]. Внедрение компьютерных технологий способствует бурному развитию техники, автоматизации, роботизации и других направлений. Интернет и его возможности, в частности, обучение с применением дистанционных технологий, позволяет компаниям оптимизировать работу сотрудников, способствует росту производительности труда, повышает доступность ряда товаров и услуг, дает толчок к появлению новых товаров, услуг. Однако обратной стороной цифровизации является сокращение личного общения и социализации, угроза роста киберпреступности, неизбежная трансформация «традиционного» рынка, изменение производства, структурная реорганизация рынка труда и обострение проблемы безработицы, необходимость перестройки экономики, образования, управления. Далеко не все новейшие компьютерные продукты в банковском секторе сегодня доступны из-за дороговизны в обслуживании, некоторые регионы не могут себе их позволить. В текущее время из-за развития цифровизации усложнился интерфейс - людям, не работающим с ПО, трудно приспособиться к новшествам. Поэтому уже сейчас необходимо задуматься и разработать меры, которые позволят предотвратить или существенно ослабить действие негативных последствий этого процесса.

Список использованных источников

1. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 30.03.2023 г.).
2. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru/activity/parliamentary/92113/> (дата обращения:

01.04.2023г.).

3. Гаврилов С.Н., Володина С.И., 2019. Информационная (цифровая) экосистема адвокатуры в контексте экосистемы цифровой экономики России // Актуальные проблемы российского права. № 6 (103) июнь, 2019: 156-166. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://cyberleninka.ru/article /n/informatsionnayatsifrovaya-ekosistema-advokatury-v-konteksteekosistemy-tsifrovoy-ekonomiki-rossii/viewer](https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnayatsifrovaya-ekosistema-advokatury-v-konteksteekosistemy-tsifrovoy-ekonomiki-rossii/viewer) (дата обращения: 01.04.2023 г.).

РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

П.Р. Зикий,

обучающаяся 1 курса, направление подготовки 44.03.05
Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Научный руководитель

Н.И. Севрюгина,

кандидат социологических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Общество не стоит на месте, и сегодня особенно актуальны те изменения в нем, которые связаны с информатизацией. Она характеризуется применением цифровых технологий во многих сферах деятельности человека, в том числе в сфере образования. По мнению Богатыревой М.А., за последние годы в связи с активным внедрением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) произошли значительные изменения в образовании, в том числе в методике преподавания иностранных языков [1].

В настоящее время первостепенной задачей образования является формирование коммуникативной компетенции обучающихся, умения использовать ИКТ. Эти навыки способствуют расширению образовательного пространства, развивают способность и готовность осуществлять межличностное и межкультурное общение с носителями языка. Широкое использование компьютерных продуктов помогает и преподавателю: ИКТ обеспечивают активное, творческое овладение учащимся изучаемого предмета, позволяют изложить материал на качественно новом, более высоком уровне. [1] Информационные технологии, в частности, мультимедийные, способствуют лучшей подаче нового материала и облегчают

восприятие лексики и грамматики неродного языка.

Когда мы говорим о таком учебном предмете, как иностранный язык, понимаем, что для его преподавания необходимы специфические условия. Что подразумевается под «специфическими условиями»? Создание языковой среды. Компьютер или интернет-технологии помогают в этом. Не удивительно, что в преподавании иностранного языка новые возможности, открываемые мультимедийными средствами, нашли самое разнообразное применение. Термин «мультимедиа» впервые употребил Боб Гольдштейн для рекламы открытия его шоу «LightWorks at L'Oursin» в 1966 году. Это было обычное световое представление, однако со временем смысловая нагрузка данного слова претерпела трансформацию. В дальнейшем термин «мультимедиа» стал широко использоваться, но только в 1990-х годах было дано определение этому слову окончательно: «мультимедиа (multimedia) – современная компьютерная информационная технология, позволяющая объединить в компьютерной системе текст, звук, видеоизображение, графическое изображение и анимацию (мультипликацию)» – «Multimedia includes a combination of text, audio, still images, animation, video, or interactivity content forms» [5].

Раньше на уроках были задействованы магнитофоны, т.е. аудиозаписи, кинофильмы, и такой урок можно было назвать мультимедийным. Сегодня же это занятие с использованием мультимедийной обучающей программы, компьютера или ноутбука, проектора, веб-камеры, электронного учебника [3].

В теории обучения выделились специфические направления, в частности, мультимедийное. Появился даже неофициальный термин эдьютейнмент – «edutainment» – от слов «education» – «образование» и «entertainment» – «развлечение», используемый, чтобы объединить эти два понятия. Эдьютейнмент отражает связь между обучением и развлечением, то есть ученик фокусируется на учебном процессе, имея при этом развлекательные цели [2].

Мультимедиа помогают, мотивируют к овладению знаниями современных детей. Ни для кого не секрет, что нынешняя молодежь

принадлежит к поколению Z. Это дети, которые, на наш взгляд, могут успешно развиваться, применяя цифровые технологии. Обучение с использованием компьютерных средств для них становится интересным, эффективным и способствует лучшей коммуникации на иностранном языке в дальнейшем.

По мнению Коренькова М.М., мультимедийные технологии в процессе овладения иностранным языком призваны выполнять следующие функции:

1) интегрировать разные виды информации (текст, звук, видео и т. д.) и представлять её, воздействуя на разные органы человеческих чувств;

2) стимулировать когнитивный процесс;

3) осуществлять интерактивное взаимодействие с обучаемым;

4) индивидуализировать процесс обучения;

5) организовать групповую работу в мультимедийных средах;

6) развивать навыки работы в команде;

7) формировать устойчивую мотивацию;

8) создать максимально приближенные к реальности условия для выработки учебных и профессиональных навыков [4].

Итак, сегодня учитель должен не только владеть иностранным языком, педагогическими технологиями, но и обладать практическими навыками, которые позволяют использовать мультимедийные средства, чтобы построить урок, в котором будет гармонично сочетаться искусственно созданная языковая среда и слово преподавателя [3]. В конечном итоге, все это повысит качество обучения.

Список использованных источников

1. Богатырёва М.А. Мультимедийные технологии в обучении иностранным языкам / М.А. Богатырёва // Дистанционное и виртуальное обучение. – 2010. – №10. – С. 114-124.

2. Дьяконова О.О. Эдьютейнмент в обучении иностранным языкам / О.О. Дьяконова // Иностранные языки в школе. – 2013. – № 3. – С.58–61.

3. Карамышева Т.В. Изучение иностранных языков с помощью компьютера /Т.В. Карамышева// В вопросах и ответах. – Спб.: Издательство «Союз». – 2001. –192 с.

4. Коренькова М.М., Малинина И.А .Использование мультимедийных средств обучения английскому языку / М.М. Коренькова, И.А. Малинина // Н. Новгород : Нижегородский филиал НИУ ВШЭ, 2011. – С. 199-203.

5. Кривенок О.И. Мультимедийные технологии в преподавании иностранных языков. /О.И.Кривенок// Режим доступа: URL: <http://ito.edu.ru/2008/MariyE1/III/III-0-16.html>

БАНКРОТСТВО КАК СЛЕДСТВИЕ НЕИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

П.И. Иванченко,

обучающаяся 4 курса юридического факультета,
направление подготовки 40.03.01
Юриспруденция

Научный руководитель

Н.П. Бычкова,

кандидат юридических наук,
доцент кафедры гражданского права

Северо-Кавказский филиал ФГБОУВО

«Российский государственный университет правосудия»,
г. Краснодар

Институт банкротства в нашей стране имеет многовековую историю. Первые зачатки конкурсных отношений мы можем обнаружить в Русской Правде, содержащей в себе 3 статьи, раскрывающие такие понятия, как безвинная и злостная несостоятельность; Судебниках 15-17 вв., которые содержали нормы об обязанности должника «выдать кредитору головою»; Соборном уложении 1649 г. Четкое же представление об анализируемом институте появилось в 1729 году с принятием Вексельного устава, содержащего первые признаки банкротства: неисправность в платежах, утрата имущества, скрытость должника [1]. Говоря о Китае, стоит отметить, что вследствие отсутствия особо важных источников права представляется весьма затруднительным изучение становления анализируемого мною института в данном государстве. Однако ученым удалось найти первый закон о банкротстве, именуемый как Закон «О несостоятельности», принятый в конце Цинской империи в 1906 году. Данный нормативный акт регламентировал процедуру банкротства как лиц, осуществляющих торговое предпринимательство, так и обычных граждан. На сегодняшний

день законодательную базу, регулирующую процедуры несостоятельности, в Российской Федерации составляет Федеральный закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», в Китайской Народной Республике - закон «О банкротстве предприятий», принятый в 2006 и вступивший в силу в 2007 году.

В соответствии с ФЗ № 127 под несостоятельностью (банкротством) мы понимаем такое состояние должника, при котором он не способен в полном объеме исполнить свои денежные обязательства перед кредиторами, выплатить выходные пособия и заработную плату лицам, состоящим с ним в трудовых отношениях, а также уплатить обязательные платежи [2]. Статус банкрота лицо приобретает либо по решению суда, либо в результате завершения процедуры внесудебного банкротства. Помимо этого, предприятие признается банкротом в случае, если срок неисполнения вышеперечисленных обязательств составляет три месяца, а сумма долгов, образовавшихся за данный период, равна 300 тыс. рублей и более. Субъектами, на которых распространяется действие закона, являются следующие: физические лица, индивидуальные предприниматели, а также все юридические лица, которые в соответствии с гражданским законодательством могут быть признаны банкротами, за исключением религиозных организаций и политических партий. Согласно закону КНР, предприятие признается банкротом в случае его неспособности провести расчеты по долговым обязательствам, а также при отсутствии достаточного количества имущества для погашения всех долгов. Как мы видим, закон Китая определяет понятие банкротства весьма посредственно, чего нельзя сказать о нашем законодательстве, в котором содержится не только понятие, но и критерии, признаки несостоятельности.

Еще одно отличие наблюдается в круге лиц, обладающим правом подачи заявления о признании должника банкротом. В РФ таким правом наделены должник, конкурсный кредитор, прокурор, налоговые и иные уполномоченные в соответствии с федеральным законодательством органы; работник, бывший работник должника, имеющие требования о выплате выходных пособий или же об оплате труда; в Китае - только должник и кредиторы. Таким образом,

субъектный состав в нашей стране гораздо шире, что в очередной раз свидетельствует о весьма развитой правовой базе. Важным также является тот факт, что должником в РФ может быть гражданин, юридическое лицо, индивидуальный предприниматель. В Поднебесной же не предусмотрено банкротство физических лиц и ИП, хотя данный вопрос активно обсуждается законодателями.

Дела данной категории в КНР, в соответствии с законом 2006 года, рассматриваются народным судом по принципу территориальной подсудности. Основанием для рассмотрения выступает ходатайство должника или кредитора о проведении финансового оздоровления либо же о признании должника банкротом с последующей ликвидацией [3]. Порядок разрешения дел устанавливается Гражданским процессуальным кодексом КНР. В Российской Федерации дела о банкротстве находятся в компетенции арбитражного суда и рассматриваются по месту нахождения должника. Процедура разрешения дела регламентируется Арбитражным процессуальным кодексом РФ.

Как отмечалось выше, процедура банкротства начинается с подачи заявления, после чего суд назначает с учетом предложений кредитора арбитражного управляющего. Это процессуальная фигура, которая будет следовать всю процедуру вместе с должником. В КНР функции управляющего может осуществлять ликвидационная комиссия, сформированная из сотрудников соответствующих структур и органов, или общественная посредническая структура, а также физические лица, обладающие необходимыми профессиональными знаниями. В нашей стране управляющим признается гражданин, который является членом одной из саморегулируемых организаций арбитражных управляющих. При этом, как и в Китае, так и в Российской Федерации конкретный управляющий по решению кредитора может меняться. Процедура подготовки дела к судебному разбирательству в анализируемых мною странах не имеет отличий.

В законодательстве и юридической науке РФ выделяют следующие стадии банкротства: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство и мировое соглашение [4]. При рассмотрении дела о банкротстве гражданина, в том числе

ИП, применяются также реструктуризация долгов и реализация имущества. Причем каждая из указанных стадий не предполагает обязательного перехода к последующей. В КНР перечень таких процедур значительно меньше. Их всего три: финансовое оздоровление, мировое соглашение и ликвидация в результате банкротства.

Разбирательство по делу о банкротстве в анализируемых странах завершается принятием одного из следующих судебных актов: 1) о признании должника банкротом; 2) об отказе в признании должника банкротом; 3) о введении финансового оздоровления; 4) о прекращении производства по делу о банкротстве, 5) об утверждении мирового соглашения. В случае признания должника банкротом начинается конкурсное производство (ликвидация), основная цель которого — формирование и распределение имущества должника между кредиторами в соответствии с принципами очередности, соразмерности, пропорциональности.

Таким образом, проанализировав институт банкротства в РФ и КНР, мы выявили некоторые сходства и отличия, а также отметили, что законодательство нашей страны в области данного института является более развитым. Однако и в нем есть ряд пробелов. Представим ситуацию, когда у юридического лица существует задолженность в размере 10 миллионов рублей, и он ежемесячно переводит на счет кредиторов по 20 рублей. В данном случае признать его банкротом нельзя, поскольку срок в три месяца, в который он не исполнял свои обязательства, соблюден. В данном случае законодателю необходимо конкретизировать сумму ежемесячного погашения задолженности в целях пресечения злоупотребления должником своего положения. Помимо этого, существуют проблемы, касающиеся трансграничного банкротства, поскольку на данный момент нет ни законов, ни международных актов, регулирующих этот институт, что вызывает серьезные затруднения в получении заграничных активов должника.

Список использованных источников

1. Иванова, Е. В. Предпринимательское право: учебник для академического бакалавриата / Е. В. Иванова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 272 с.
2. Федеральный закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» // Собрание законодательства РФ. 2002 г. № 43. Ст. 4190
3. О банкротстве предприятий: Закон КНР, 27 авг. 2006 г., вступил в силу 1 янв. 2007 г. : утв. Указом Президента КНР № 54 [Электронный ресурс] https://chinalawinfo.ru/economic_law/law_enterprise_bankruptcy
4. Пирогова, Е. С. Правовое регулирование несостоятельности (банкротства): учебник для вузов / Е. С. Пирогова, А. Я. Курбатов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 309 с.

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНСТИТУТА ТАМОЖЕННОГО БРОКЕРСТВА В РФ

В.А. Кичурина,

аспирантка 1 курса, направление подготовки 38.06.01
Экономика

Научный руководитель,

В.Г. Антонец,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры туризма

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и
торговли им. М. Туган-Барановского» (г. Донецк, ДНР)

В современных условиях международной интеграции осуществление внешнеэкономической деятельности требует высокой грамотности в вопросах функционирования мирового рынка. Для того, чтобы оперативно доставить товар из пункта отправления в пункт назначения, необходимо сформировать правильный пакет сопровождаемых его документов. В данном контексте актуальным становится развитие и совершенствование института таможенного брокерства. Таможенные правила динамичны, поскольку почти каждый год законодательные и правовые акты в этой сфере претерпевают определенные изменения. Таможенный брокер упрощает деятельность участников ВЭД в соответствии с действующим законодательством, решая при этом такие первоочередные вопросы при таможенном оформлении, как классификация товаров, совершение операций с подпадающими под запреты и/или ограничения товарами, при этом беря на себя ответственность за сохранность перемещаемого груза и представление интересов компании перед таможенными органами.

Стоит отметить, что порядок выполнения должностных обязанностей и законность деятельности института таможенного брокерства

в РФ регулируется Таможенным кодексом Евразийского экономического союза, Таможенным кодексом Таможенного союза, Федеральным законом "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации", а также рядом других нормативно-правовых документов.

Так, в Таможенном кодексе Таможенного союза таможенный брокер определяется как представитель и означает следующее: «юридическое лицо, которое признается таможенным представителем после включения его в реестр таможенных представителей». В данном контексте таможенным представителем считается коммерческая организация, получившая лицензию Государственного Таможенного Комитета Российской Федерации и осуществляющая деятельность в сфере таможенного дела, заключающуюся в предоставлении услуг по декларированию товаров, транспортных средств и иных предметов, которые перемещаются через государственную таможенную границу в соответствии с действующим таможенным законодательством. Условия включения юридического лица в реестр и обязанности таможенных представителей регламентируются Федеральным законом "О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (ст. 348, 348) [3].

Согласно Таможенному кодексу Евразийского экономического союза, деятельность таможенного представителя направлена на совершение от имени и по поручению декларанта или иных заинтересованных лиц таможенные операции на территории государства-члена, таможенным органом которого он включен в реестр таможенных представителей, в соответствии с международными договорами и актами в сфере таможенного регулирования [2].

Следовательно, основной целью деятельности таможенного представителя в Российской Федерации является упрощение взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности с таможенными органами посредством правильного и квалифицированного оформления грузов согласно нормам действующего законодательства.

Деятельность таможенных посредников в Российской Федерации основывается на оказании услуг на договорной основе или по поручению декларанта (участника внешнеэкономической деятельности) и устанавливается Таможенным кодексом Таможенного союза. Среди услуг, предоставляемых таможенными посредниками в Российской Федерации, выделяют следующие:

- консультирование клиентов по вопросам таможенного оформления определенных категорий товаров;
- формирование пакета документов, с учетом особенностей перевозимого груза;
- определение персонального кода ТН ВЭД согласно классификации товаров;
- расчет суммы таможенных платежей согласно выбранному таможенному режиму;
- оплата установленных таможенных платежей;
- декларирование и сертификация перевозимого груза;
- осмотр груза и при необходимости присутствие при его досмотре;
- оформление разрешительной документации (сертификатов установленного образца).

Исходя из перечня услуг, предоставляемых таможенными посредниками в Российской Федерации, можно сделать вывод о многозадачности института таможенного брокерства, а именно: их деятельность напрямую связана с получением и обработкой входящей информации о перемещаемом грузе, консультированием субъектов внешнеэкономической деятельности по вопросам таможенного оформления и перемещения грузов через границу Российской Федерации; формированием пакета документов на перемещаемый груз согласно действующему законодательству; расчетом и оплатой установленных таможенных платежей.

Отметим, что роль института таможенного брокерства крайне важна при осуществлении внешнеэкономической деятельности, связанной с перемещением грузов через границы Российской Федерации. Упрощение взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности

и таможенных органов происходит благодаря работе таможенного представителя. Таким образом, институт таможенного брокерства является ключевым звеном в системе взаимодействия субъектов внешнеэкономической деятельности и таможенными органами.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 03.08.2018 № 289 - ФЗ (последняя редакция)

2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза: договор о таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 11.04.2017 г. // Справочно-правовая система «Консультант-плюс»: [Электронный ресурс] / НПП «Консультант-плюс». – Послед. обновление: 01.10.2021 г.

3. Таможенный кодекс Таможенного союза (Приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества (высшего органа Таможенного союза) на уровне глав государств от 27 ноября 2009 года № 17) [Электронный ресурс]. // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «Консультант Плюс». - М., 2019.

4. Наумочкина К.М. Институт таможенного представителя в современных условиях // Актуальные проблемы авиации и космонавтики.- 2018.- №14.

СТРЕСС У СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ УЧЕБНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Д. Д. Кондрашова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

Буряк Н. Ю.,

кандидат культурологии,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В статье рассматривается проблема стресса в процессе учебно-образовательной подготовки студентов. Учебная деятельность как стресс является актуальной проблемой, так как с самого начала образовательного процесса нервное напряжение в той или иной степени присутствует в жизни обучающихся, его избыток может послужить причиной нарушений многих сфер деятельности. Как было отмечено, стресс является неизбежной частью студенческой жизни, которая зачастую связана не только с положительными эмоциями, но и с волнениями, тревогами, переживаниями, что никак не способствуют продуктивному процессу обучения и негативно сказывается на физическом здоровье большинства, их эмоциональном благополучии и успеваемости.

Цель исследования: определить основные причины нервного перенапряжения у студентов во время учебной деятельности и выявить последствия.

По мнению канадского ученого Ганса Селье, стресс – это особое состояние организма, возникающее в ответ на действие любых раздражителей, угрожающих гомеостазу, и характеризующееся

мобилизацией неспецифических приспособительных реакций для обеспечения адаптации к действующему фактору [2]. Исходя из его определения, можно сказать, что стресс оказывает прямое влияние на мозг и всю анатомию тела, поскольку такая неспособность адаптироваться к экстремальным условиям может привести к сбоям в работе мозга, физиологическим проблемам, а также ко многим областям психологических проблем в форме депрессии, тревоги, боли и выгорания. Для студентов вуза нервное перенапряжение может быть связано со следующими причинами: личными, проблемами окружающей среды и академическими.

Личные факторы играют важную роль в различных аспектах жизни студентов, влияют на их успеваемость, усиливают стресс [1]. К ним относятся:

1. Изменение условий жизни
2. Взаимоотношения с окружающими
3. Изменение режима сна
4. Новые обязанности
5. Финансовые трудности
6. Совмещение работы с учебой
7. Проблемы со здоровьем

Окружающая среда является одним из важнейших факторов, так как именно от нее зависит комфорт студентов [3]. Сюда можно отнести:

1. Отсутствие каникул или перерывов
2. Плохие условия жизни
3. Проблемы в семье
4. Страх
5. Заботы о будущем
6. Нереалистичные ожидания

В процессе повседневной учебно-образовательной подготовки происходит много событий, которые вызывают у студентов стресс и относятся к академическим факторам [4]. Среди них наиболее важными являются:

1. Большая учебная нагрузка

2. Неудовлетворительные оценки
3. Многочасовые занятия
4. Языковые трудности
5. Прокрастинация
6. Экзаменационный период
7. Пропуски по неуважительным причинам

Таким образом, студенты сегодня испытывают высокий уровень нервного напряжения во многих сферах жизни, это влияет на обучающихся в академическом, социальном, физическом и эмоциональном плане. Ограниченный стресс полезен и даже может повысить интеллектуальную производительность. Однако постоянное перевозбуждение приводит к истощению, депрессии и ряду других заболеваний. Также стресс сказывается на успеваемости, так как из-за него студенты испытывают недостаток концентрации во время учебы, что влечет за собой низкие оценки и ещё большую перегрузку нервной системы.

Список использованных источников

1. Дэвидсон, Джефф Как справиться со стрессом / Джефф Дэвидсон. - М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 2020. - 288 с.
2. Дэниел, Бенор Избавление от боли и стресса. Пошаговая программа / Бенор Дэниел. - М.: Весь, 2020. - 101 с.
3. Завязкин, О. В. Как избежать стресса / О.В. Завязкин. – М.: Гостехиздат, 2020. - 320 с.
4. Карнеги, Дейл Как преодолеть тревогу и стресс / Дейл Карнеги. - М.: Попурри, 2020. - 208 с.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОСТИ

Д.Д. Кондрашова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

В.В. Прилепский,

кандидат политических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В статье рассматриваются современные политические технологии, преобладающие в избирательных циклах последних двух лет. Определены факторы, оказывающие влияние на их формирование и особенности применения. В современной России они приобрели новое качественное выражение, становясь своего рода рычагами контроля и управления избирательного процесса, поэтому тема данной статьи является актуальной.

Цель исследования: проанализировать разновидности политических технологий, выявить области их применения и влияние на современные избирательные процессы.

М.Г. Анохин рассматривал политические технологии как феномен политической системы, в которой, по его словам, одновременно осуществляется целый ряд процессов, отражающих широкий спектр политических отношений, представленный в различных многочисленных видах деятельности политических акторов [1].

Политические технологии используются политическими партиями в качестве специальных методик, главным образом, направленных на развитие политического процесса, и включают в себя всевозможные приемы осуществления публичной власти, которые вместе с

развитием политической системы превратились в целые отрасли деятельности.

Технологизация политического процесса в современной России отличается своей собственной спецификой, дающей возможность развиваться лишь определенному набору стратегий.

Среди разновидностей политических технологий, наиболее часто используемых в современном избирательном процессе в течение последних двух лет, стоит выделить следующие группы [2]:

- маркетинговые;
- мобилизационные;
- конфликто разрешающие;
- переговорные;
- прогностические;
- консультационные;
- имиджевые.

Политтехнологи выделяют три основные области применения данных разновидностей в публичной политике [4]:

1. Партийное строительство.
2. Политическое проектирование.
3. Избирательная кампания.

В процессе избирательной кампании выделяют три фазы, для которых характерен свой специфический комплекс политических технологий [3]:

1. Предвыборная.
2. Избирательная.
3. Поствыборная.

Их грамотное применение в рамках избирательного процесса значительно увеличивает шансы на успех в конкурентной гонке за голосами избирателей. Однако не все зависит лишь от технологического потенциала. Нельзя забывать, что есть ряд ресурсных показателей, которые оказывают определяющее значение на результат, например, харизматичный лидер, финансовая ресурсность, наличие опорной идеологии, вовлеченность административных связей и т.д. [5].

Определяющим положением эффективного применения политических технологий является удовлетворение предпочтений избирателя, имеющее свои особенности в рамках специфики отдельного избирательного процесса.

Последние избирательные процессы 2018-2021 гг. в современной России продемонстрировали ярко выраженную зависимость электоральных предпочтений населения от ряда политических технологий, главным образом направленных на формирование общественного мнения и сохранение существующей власти.

Таким образом, политические технологии в современной России стали одним из методов укрепления политической стабильности, обеспечивая власти гарантию легитимности, тем самым минимизируя риски дестабилизации, при этом сохраняя высоко регламентированную процедуру выборов и формирования органов власти.

Список использованных источников

1. Политика. XXI век. Инновационные технологии: монография / М.Г. Анохин [и др.]. — М.: Российский университет дружбы народов, 2013. - 436 с.

2. Демидченко В. В. Понятие политических технологий: сущность, формы и виды // Власть. - 2016. Том 23. - № 12. - С. 140-142.

3. Ильин М.Б., Шиковец М.А. Политические технологии избирательного процесса // Управленческое консультирование. - 2005. - №1 (17). - С. 143-151.

4. Кононов М.М. Особенности современных информационно-политических технологий и их классификация // Социально-гуманитарные знания. - 2008. - №3. - С. 321-325.

5. Крылова М.А. Политический PR в системе коммуникативного воздействия избирательной кампании // Теории и проблемы политических исследований. - 2017. Т.6. Вып. 5А. - С. 64-69.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ВЕДУЩИХ ОТРАСЛЯХ ЭКОНОМИКИ КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

И.В. Коробань,

обучающийся 1 курса факультета управления,
направление подготовки 38.03.04

Государственное и муниципальное управление

Научный руководитель

А.А. Шулимова,

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической
теории

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т.Трубилина» (г. Краснодар)

Проблема импортозамещения в России приобретает особую актуальность вследствие нарастания геополитической напряженности, введения санкций. Ослабление импортной зависимости необходимо стране, так как экономическая система должна обладать возможностями произвести внутри государства жизненно необходимые продукты.

Сегодня российская экономика находится в переходном состоянии: страна пытается организовать отечественное производство, решить проблему импортозамещения [1]. Выделяют четыре проблемные области: машиностроение, авиационные двигатели, вычислительные процессоры, электроника.

В машиностроении Россия занимает далеко не первые места и даже не входит в десятку крупнейших стран-производителей [2]. Эта область имеет ключевое значение, во-первых, для поддержания стабильного функционирования военно-промышленного комплекса, во-вторых, для создания конкурентоспособных товаров на мировом рынке. Большой процент экспорта составляют товары военно-

промышленного комплекса и средства для их производства. Россия вынуждена закупать некоторые ключевые детали за рубежом, а из-за сегодняшней ситуации на официальные закупки, по сути, в ряде стран введено эмбарго, вследствие чего снижается производство, так как приходится ввозить необходимые детали через параллельный импорт. Для решения данной проблемы России необходимо возобновить программу пятилетних планов и серьезно реформировать промышленность, обеспечив строгий контроль при этом для предотвращения коррупции [4].

Авиастроительная промышленность в Российской Федерации развита незначительно, хотя и является одной из важнейших: отечественные компании не производят авиационные двигатели, а самолеты почти полностью закупаются у иностранных компаний, таких как Boeing. В последнее время появились наши собственные модели самолетов, такие как Ту-214, МС-21 и Superjet, однако покрыть весь спрос не удастся в силу того, что это новое производство пока что «не поставлено на конвейер». Проблема заключается и в том, что для производства авиационных двигателей необходима развитая машиностроительная и электронная промышленность. Необходимо подходить к решению этой задачи комплексно, чтобы снова не получилось, что закупается все оборудование из-за рубежа, а в России происходит только сборка – это не настоящее импортозамещение.

Вычислительные процессоры сегодня являются важнейшим компонентом любого современного компьютера и серверов, «львиную» долю на российском рынке занимают компании Intel и AMD, их процессоры производительные и дешевые. Даже государственные предприятия вынуждены использовать именно их. В России были созданы два более-менее успешных проекта: процессор на архитектуре «Эльбрус» и «Байкал». Однако они гораздо дороже импортных аналогов, а производительность меньше, к тому же производятся только для серверного оборудования и недоступны для использования в обычных компьютерах. Поэтому их нельзя считать конкурентоспособными, ибо их единственный покупатель – государство, стремящееся поддержать отечественный продукт даже в убыток себе. Российские компании

должны сами развиваться, а не спонсироваться из государственного бюджета, решение этой проблемы лежит только через создание реального, конкурентоспособного продукта [3].

С производством электроники тоже не все так гладко: в первую очередь необходимо обеспечить всем необходимым ВПК, однако половина деталей российских танков и самолетов – импортные, поэтому мы напрямую зависим от зарубежных поставок.

Таким образом, экономическая безопасность страны пока что остается зависимой от уровня импорта. И если страны-производители решат полностью «отрезать» Россию от поставок, то будет потеряна возможность производства высокотехнологических устройств, в первую очередь в военно-промышленном секторе. И тогда уже будет остро стоять вопрос об обеспечении государственной безопасности. Впрочем, подобная ситуация складывалась в начале специальной военной операции: многие компании ушли с российского рынка, это сильно ударило по экономике и подняло актуальные проблемы ее независимости. Наша страна имеет огромный потенциал развития как в добывающе-обрабатывающей сфере, так и в области машиностроения и электроники, но государству необходимо расставить приоритеты и обратить внимание на насущные проблемы отечественной промышленности, особенно ВПК.

Список использованных источников

1. Попова И.Н. Импортзамещение в современной России: проблемы и перспективы / И.Н. Попова, Т.Л. Сергеева // BENEFICIUM. – 2022. – № 2(43). – С. 73–84.
2. Промышленное производство в России. 2021: стат. сб. – М.: Росстат, 2021. – 2021. – 305 с.
3. Шатохин М.В. Политика импортзамещения в России в условиях преодоления внешнего санкционного давления / М.В. Шатохин, Т. Г. Антропова, Н.М. Сурай, Е.Н. Сепиашвили // Омский научный вестник. Сер. Общество. История. Современность. – 2022. – Т. 7. – № 3. – С. 69–76.

4. Шулимова А.А. Институционализация организационных и технологических инноваций как фактор экономического развития России / А.А. Шулимова, Д.Ю. Яковлева, Д.А. Тюпка // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 27 (1). – С. 243–251.

ПОЗИТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ РУКОВОДИТЕЛЯ

Е. Э. Королёва,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

Е.В. Мугаева,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного и корпоративного управления

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Позитивное мышление как фактор эффективности работы руководителя – это влияние концепции, применяемой в рамках мотивационного развития личности, на продуктивность трудовой деятельности сотрудников, осуществляющих управленческие функции [1].

Современная психология уделяет огромный интерес позитивным аспектам жизнедеятельности. Эта тенденция берет начало с идей гуманистической психологии XX века. Позже в ее основании появилось отдельное течение – позитивная психология.

Позитивное мышление выступает следующей (относительно оптимизма) ступенью развития личностного мышления. Оно позволяет увидеть выгоды и преимущества во всех окружающих событиях и явлениях.

Мышление базируется на конкретном представлении о контролируемых психических состояниях. Так, человек, размышляя об обиде, понимает устройство обиды, ее структуру. Это дает возможность самосовершенствоваться, оздоравливать психику. Человек, обладающий позитивным мышлением, имеет навыки погружения себя в состояние мира и покоя. Существенным элементом выступает

аутотренинг. Позитивное мышление требует развитого уровня концентрации внимания, сосредоточенности. Если внимание рассеивается, интроспекция невозможна [1].

По мнению психологов, каждый человек нуждается в развитии позитивной мотивации к той деятельности, которая для него важна. Они принимают во внимание индивидуальные особенности. Человек адаптирует свои склонности и выбирает стратегию поведения в соответствии со своей мотивацией. Это пошаговый механизм развития позитивной ориентации на результат, который влияет на ключевые компетенции, необходимые для преодоления жизненных трудностей. Он помогает преодолеть страх перед неудачей и развивает позитивный взгляд на мир.

Формирование положительной мотивации в той сфере, которая имеет значение для человека, – это одна из практических задач, решаемых позитивной психологией. Такое формирование осуществляется непосредственно через мышление. На мотивационную направленность, мотивацию избегания неудач и достижения успеха, влияют такие факторы, как самооценка, уровень притязаний, глобальность, локус контроля.

Причины фрустрации человек может оценивать как внешние (трудное, нерешенное задание, невыгодные условия, плохие помощники и сотрудники) и внутренние (плохо подготовлен к выполнению задания, безволен и т. п.). Однако причины ее усматривают чаще (особенно маленькие дети) во внешних обстоятельствах. Этот природный механизм, запускающий энергетические резервы в случае помех в достижении цели, социально прогрессивен и индивидуально выгоден в лучшем приспособлении и функционировании и людей, и животных. При устойчивых, повторяющихся неудачах и полной потере надежды на успех мотивация падает, и тогда может появиться новый мотив [3].

При этом И. Бонивелл совершенно справедливо пишет, что «в серьезных травматических ситуациях оптимисты могут оказаться неподготовленными, и тогда их прекрасный розовый мир рискует разбиться вдребезги (хотя оптимисты по сравнению с пессимистами лучше приспособлены к тому, чтобы выстроить его заново)» [4].

Если у человека преобладают позитивные мысли, то формируется мотивация на достижение успеха, если негативные – на избежание неудач.

Если у человека занижен уровень притязаний, низкая самооценка – скорее всего, он не будет ставить себе высокие цели. Как правило, в этой группе у людей высокий уровень защиты и страха перед несчастными случаями.

В целом эти люди отличаются полной мобилизацией и сосредоточенностью на реализации поставленных задач. Они предпочитают планировать будущее на длительный срок, демонстрируя при этом адекватный уровень притязаний. Цели выбирают достижимые, средние по сложности или слегка завышенные. Время воспринимают как целенаправленный и быстрый поток. В силу общего оптимизма, ориентированные на успех люди полнее реализуют свои способности и чаще достигают поставленных целей, так как более активно учатся на своих ошибках, отказываются от гипотез, как только убедятся в их несостоятельности, и быстрее находят оптимальные решения.

Список использованных источников

1. Позитивное мышление как фактор эффективности работы руководителя // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/upravlenie_personalom/pozitivnoe_myshlenie_kak_faktor_effektivnosti_raboty_rukovoditelya/ (дата обращения: 15.04.2023).

2. Безрукова, А.Н. Взаимосвязь ценностных ориентаций с уровнем притязаний и мотивацией достижения успеха / А.Н. Безрукова, Т.С. Тимофеева, С.Н. Коваленко // Инновации в науке. – 2016. – № 12-2 (61). – С. 17-21.

3. Крылов, А.А. Потребности и мотивы личности / А.А. Крылов. – М.: Просвещение, 2006. – 312с.

4. Бонивелл, И. Возможности позитивной психологии / И. Бонивелл. – М.: Время, 2009. – 192с.

ТРЕНИНГ В ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА

Д.Н. Королева,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Научный руководитель

М.М. Сунарчина,

доктор социологических наук, доцент,

профессор кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В настоящее время подготовка педагогов потребовала не только обновления содержательного контента, но и новых форм обучения, которые позволят ориентировать специалиста на умение действовать в любых ситуациях, выходить из кризисных и конфликтных ситуаций, творческому поведению, применять полученные знания на практике. Такую возможность дает реализация концепции тренинго-психологического подхода в подготовке будущего педагога. Она предполагает реализацию следующих компонентов: 1) мотивационно-волевого, включающего мотивы, цели, потребности, ценностные установки, стимулирующего творческое проявление личности в профессии, интереса к профессиональной деятельности; 2) функционального, который проявляется в виде психологических знаний, умений, навыков преподавателя, необходимых для проектирования и реализации той или иной педагогической технологии (компетентность в сфере индивидуально-психологических особенностей человека, социально-психологическая компетентность, психолого-педагогическая компетентность; 3) рефлексивного компонента, проявляющегося в умении сознательно контролировать результаты своей деятельности и уровень

собственного развития, личностных достижений, сформированность таких качеств и свойств, как креативность, инициативность, нацеленность на сотрудничество, сотворчество, склонность к самоанализу. [1]

Современный педагог должен научить ребенка не только решать математические задачи, но через них - и жизненные проблемы; не только познакомить с правилами орфографии, но и приемами укрепления памяти и внимания, развить целеполагание, коммуникативные качества, активную жизненную позицию, волевые качества и навыки уверенного поведения. Всему этому помогают тренинговые методы и подходы, они становятся все более и более популярными в системе обучения. Не зря говорят, что "лучше один раз увидеть, чем тысячу раз услышать". Развитие личности в системе образования должно обеспечиваться за счет формирования универсальных учебных действий как основы образовательного процесса, что соответствует деятельностному подходу, разработанному Л. Выготским, А. Леонтьевым, П. Гальперинскими, Д. Эркониними. [3]

Авторы деятельностного подхода справедливо считают, что основной формой организации учебно-познавательной деятельности учащихся является коллективный диалог, организованный в рамках обучения. Именно через эту рабочую форму происходит общение учителя с учеником и детей друг с другом. Учебный материал усваивается на уровне личностной адаптации. Обмен высказываниями может проводиться в парах, группах или при участии всего класса, под руководством преподавателя. Такая форма организации занятий сейчас занимает серьезные позиции в современных образовательных учреждениях, в которых используется концепция тренинго-психологического подхода в обучении.

Важно отметить, что определений тренинга достаточно много, мы обратимся к тем, которые, на наш взгляд, наиболее близки к поставленной проблеме. Тренинг – это способ развития активного обучения, способность учиться и овладевать любой сложной деятельностью, он выступает как средство воздействия, направленное на развитие знаний, социальных установок, умений и опыта в области

межличностного общения, как средство развития компетентности в общении. [2]

Тренинг характеризуется тем, что усвоение навыков происходит в ходе личного опыта поведения, чувств и действий обучаемого. Например, И.В. Вачков относит к тренинговым методам групповые дискуссии, беседы, игровые приемы, способы повышения социального познания, телесно ориентированные упражнения, учебную, развивающую медитацию, релаксацию и пр. Все это используется для решения таких задач, как формирование у участников успешного поведения, умения обсуждать возникающие проблемы, обучения применению полученных в группах знаний на практике и т.д. При этом важно понимать, что тренинг подходит для формирования и развития социально значимых компетенций у школьников всех возрастов. Использование тренинга как технологии активного обучения будет способствовать социализации личности обучающегося, формированию навыков сотрудничества, приобретению знаний путем коллективной деятельности, развитию коммуникативной компетенции. Однако проведение тренинга – дело непростое. От учителя требуется особое мастерство. На таком уроке он – организатор, способный умело переключать и концентрировать внимание учащихся. Главным действующим лицом здесь является ученик. В этом смысле тренинг ассоциируется не со скучными лекциями, а с интерактивными формами обучения, где используются ролевые игры, ставятся ситуационные задачи, проводятся групповые обсуждения, используются такие формы обучения, которые требуют активного взаимодействия участников между собой и одновременно – с учителем -тренером.

Таким образом, тренинг – это решение задач обучающегося, подобная форма ориентируется на ученика, а не на учителя. В этой связи в подготовке будущего педагога- тренера возрастает значимость таких личностных качеств, как социальная чувствительность, тактичность, чувство меры, открытость, знание психолого-педагогических технологий и основ психокоррекционной работы.

Список использованных источников

1. Волчек, В. В. Конфликтная компетентность преподавателя/В. В. Волчек. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2014. — № 7 (66). — С. 494-499. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/66/10901/> дата обращения: 26.03.2023
2. Захарова Г.И. Теория и методика психологического тренинга. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/019/73019/files/psyzav19.pdf/> дата обращения: 26.03.2023
3. Кашлев С.С. Современные технологии педагогического процесса.- Мн.: Университетское, 2009.- С. 14-18. [Электронный ресурс].- Режим доступа: https://www.studmed.ru/kashlev-s-s-sovremennye-tehnologii-pedagogicheskogo-processa_533821022ba.html дата обращения: 26.03.2023

НАСИЛЬСТВЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ В ОТНОШЕНИИ СОВЕРШЕННОЛЕТНИХ: ПРОБЛЕМЫ КВАЛИФИКАЦИИ И ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Е.С. Коротюк,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 38.03.03
Управление персоналом

Научный руководитель

Е.С. Жидяева,

кандидат социологических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Данные МВД РФ в Единой в межведомственной информационно-статистической системе (ЕМИСС) свидетельствуют о росте в России числа несовершеннолетних, признанных потерпевшими в результате преступлений на 19,5% [1]. Преступления против жизни, здоровья, половой неприкосновенности и половой свободы несовершеннолетних являются общественно опасным явлением и представляют собой одну из наиболее опасных форм антисоциального поведения.

Несмотря на то, что случаи жестокого обращения с детьми довольно часто встречаются в практике, теоретические рекомендации относительно их уголовно-правовой оценки не выработаны. Так, в соответствии с действующим уголовным законодательством, «половое сношение с лицом, не достигшим шестнадцатилетнего возраста, совершенное лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, наказывается обязательными работами на срок до четырехсот восьмидесяти часов, либо ограничением свободы на срок до четырех лет, либо принудительными работами на срок до четырех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной

деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо лишением свободы на срок до четырех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до десяти лет или без такового [2].

Государственной Думой 18 января 2022 года был принят Федеральный закон, направленный на ужесточение уголовной ответственности за совершение преступлений против половой неприкосновенности несовершеннолетних. В этих целях установлено, что за изнасилование или действия сексуального характера в отношении несовершеннолетних предусмотрено максимальное наказание в виде пожизненного лишения свободы, в следующих случаях:

- если деяния совершены лицом, имеющим судимость за ранее совершенное преступление против половой неприкосновенности несовершеннолетнего;
- совершены в отношении двух или более несовершеннолетних;
- сопряжены с совершением другого тяжкого или особо тяжкого преступления.

Кроме того, в соответствии с поправками, внесенными в ст.57 УК РФ, пожизненное лишение свободы за вышеуказанные противоправные действия теперь может распространяться на все случаи, когда жертва является несовершеннолетней (то есть и на случаи, когда ей от 14 до 18 лет) [3].

По мнению психологов, у лиц, совершивших преступления в отношении несовершеннолетних, наблюдаются когнитивные искажения. Как отмечает А.В. Колоколов, у данных лиц отмечается снижение способности к пониманию последствий своих действий как для себя, так и для жертвы. Когнитивные искажения выражаются также в виде преуменьшения, исключения вреда и даже положительных последствий для жертвы действий сексуального характера [4].

Как защитить ребенка от нападения?

Самым первоочередным способом противодействия всем преступным проявлениям в отношении ребенка являются доверительные отношения в семье. Родители должны проявлять интерес к его

повседневной жизни и вызывать желание поделиться со взрослым тем, что непосредственно ребенок считает важным и нужным. Полезными методами объяснения детям о безопасности могут быть игра, либо рисунок. Атмосфера любви и сердечной привязанности, заботы членов семьи друг о друге оказывает сильнейшее влияние на детскую психику, дает широкий простор для проявления чувств ребенка, формирования и реализации его нравственных потребностей [5]. Не менее важным направлением защиты ребенка выступает и воспитательная деятельность в рамках образовательной организации, которая должна помочь несовершеннолетним научиться правильно вести себя в различных жизненных ситуациях.

Список использованных источников

1. Опасность и возраст: в России увеличилось число преступлений против детей // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://iz.ru/1463589/iana-shturma/opasnost-i-vozzrast-v-rossii-uvelichilos-chislo-prestuplenii-protiv-detei> (дата обращения 13.04.2023 г).

2. УК РФ Статья 134 Половое сношение и иные действия сексуального характера с лицом, не достигшим шестнадцатилетнего возраста // Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/4007b95becb2a24b80106ceaf11863216fd67f63/ (дата обращения 13.04.2023 г).

3. Усилена уголовная ответственность за педофилию // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kodeks.ru/news/read/usilena-ugolovnaya-otvetstvennost-za-pedofiliu> (дата обращения 13.04.2023 г).

4. Педофилия: понятие, психологические причины, когнитивные искажения. – Режим доступа: https://www.b17.ru/article/pedofiliya_ponyatie_psihologicheskie_p/ (дата обращения 13.04.2023 г).

5. Информация для родителей: Жестокое обращение с ребенком. Профилактика насилия в семье - Республике Тыва // Режим доступа: https://tuva.sledcom.ru/Pomoshh_detjam/item/1041736

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

С.А. Корягина,

студентка 1 курса факультета ресторанно-гостиничного бизнеса,
направление подготовки 19.04.04
Технология продукции и организация общественного питания

Научный руководитель

Н.В. Кравченко,

кандидат технических наук,
доцент кафедры технологии и организации производства продуктов
питания
имени А.Ф. Коршуновой

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (ДНР, г. Донецк)

На сегодняшний день трудно себе представить какую-либо область, в которой бы не трудились дизайнеры. Они украшают работу и быт, влияют на стиль жизни. Творческие и практические достижения дизайна очевидны, однако до сих пор не выработана его четкая теоретическая основа [1].

Проектирование считается созидательной работой, ее задача – «установление свойств объектов, изготавливаемых индустрией; данные свойства принадлежат не только к наружному типу, но и к многофункциональным взаимосвязям, которые превращают концепцию в единую целостность. Дизайн старается охватить все без исключения нюансы, находящиеся вокруг человека, которые обусловлены индустриальным производством» [2].

Сегодня на факультете ресторанно-гостиничного бизнеса ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» активно привлекают студентов к участию в различных конкурсах, форумах, олимпиадах, а также к

написанию курсовых проектов, посвященных сфере ресторанного бизнеса, с использованием элементов графического дизайна. Изучив этнические кухни, особенности проектирования предприятий ресторанного хозяйства и ряд других дисциплин, мы стараемся воплотить полученные навыки в научные работы, проекты, гранты. Все это направлено на стимулирование нашего проектного воображения, выражение отношения к культурным ценностям посредством проектных образов.

Творчество в области дизайна нацелено на развитие абсолютно всех разновидностей человеческой деятельности, улучшение качества жизни. Применение новейших технологий визуализации дает возможность максимально подробно и точно моделировать оформление продуктов питания. В свою очередь, это стимулирует применение цифровых разработок в дизайне.

При проектировании предприятий сферы услуг исполнитель сталкивается не только с задачами внешнего и внутреннего оформления, для красоты и пользы, но и с проблемой целесообразности, технологичности.

На современном этапе уже недостаточно просто изготовить изделие, следует, чтобы процесс его производства был технологичным, а реализация — доходной для предприятия.

Например, благодаря дизайнеру, для ресторана создается определенный фирменный стиль. Форма официантов, интерьер, мебель, посуда должны не только эстетически воздействовать на гостей, но и быть комфортными, удобными в применении.

Объектами дизайна в ресторанах являются следующие элементы:

- производственная среда;
- графические средства визуальной информации, реклама;
- меню, карты вин;
- упаковка, документация;
- одежда персонала и т. д.

Таким образом, на сегодняшний день возможности применения дизайн-проектирования в сфере ресторанного бизнеса растут.

Список использованных источников

1. Грашин А.А. Дизайн и проектная культура. Актуализация исторических исследований // Третий научный форум дизайнеров: сб. мат./ ВНИИТЭ -М., 2011. - С.21-24.
2. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. - СПб.: Питер, 2007. - 224с.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

О.Д. Котов,

обучающийся 1 курса, направление подготовки 09.03.04
Информатика и вычислительная техника

Научный руководитель

С.А. Капустин,

кандидат технических наук,
доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Интеллектуальным называют поиск, основанный на технологиях искусственного интеллекта и выдающий пользователю наиболее подходящую и близкую к запросу информацию, которая сможет удовлетворить его интерес. Он появился как ответ на проблемы традиционного поиска, который подразумевал приложение значительного количества усилий и выдавал информацию, нерелевантную запросу. Новый инструмент был призван это исправить.

Еще в начале развития цифровых технологий возникла потребность организации поиска требуемой информации, с чем успешно справлялись и продолжают справляться традиционные поисковые системы. Но они не могут выдать в ответ на запрос точные данные, необходимые конкретному пользователю. Нужно постараться, чтобы найти требуемую информацию по узкому вопросу в той массе, которая обрушивается с большого количества сайтов.

Возникла потребность в точечном поиске, с выдачей ожидаемой информации, исходя из запроса пользователя, – и появились так называемые интеллектуальные поисковые системы.

В основном, они предназначены для поиска информации в интернете, используют большие хранилища данных. Сегодня большие

объёмы хранящейся информации, различная форма материала, различные степени релевантности запроса делают актуальной задачу поиска в хранилищах данных. «Умные» системы внимательно обрабатывают запрос и помогают в поиске требуемой информации. В такого рода системах применяется искусственный интеллект (ИИ).

Они лучше обычных, потому что осуществляют интеллектуальный поиск и группировку данных для их точного, точечного представления.

Деятельность таких систем подразумевает подсоединение к разным источникам информации и их дальнейшую индексацию. Работа «умного» поиска состоит из следующих этапов:

1) лексический анализ, разбор информации в виде текста на абзацы, слова, определение языка, на котором написан текст, работа с лексическими выражениями;

2) морфологический анализ, заключающийся в том, что происходит автоматическое распознавание частей речи в тексте;

3) синтаксический анализ, выделение семантических элементов всех элементов предложения, что приводит к повышению интеллектуальности процесса обработки информации.

Традиционные же поисковые системы подразумевает работу с ключевыми словами, результаты могут быть нечёткими. В случае «умных» повышаются шансы на получение точечных результатов, благодаря ИИ. До сих пор использовались, в основном, традиционные поисковики, но они не успевают за возрастающей сложностью информации. Интеллектуальный может подключаться ко всем источникам и индексировать данные. Если прежние системы использовали ключевые слова, то «умная» ранжирует результаты и пытается выявить намерения пользователя, стоящие за запросом.

Итак, перечислим преимущества интеллектуального поиска в сравнении с традиционным:

1) улучшение результатов при помощи ИИ;

2) большая скорость и более высокая точность работы и выдачи результатов;

3) быстрое принятие решений, потому что при более высокой выдаче требуемой информации увеличивается скорость принятия решений;

4) прилагается меньше ручных усилий пользователей;

5) большие возможности для архивации, так как интеллектуальный поиск автоматически архивирует поступающие данные;

6) мультиплатформенность, выражающаяся в том, что «умные системы» способны искать информацию по базам данных, документам на любой платформе.

Но у него есть и недостатки – это остающееся несовершенство алгоритмов, сравнительная дороговизна, ввиду использования ИИ.

Чтобы определить перспективы развития новой технологии, совершим краткий экскурс в историю вопроса:

1) поиск по ключевым словам появился в 1970-х годах, работает как указатель в книге;

2) в 1980-х годах началось внедрение функций обработки информации, управляющих сложным языком;

3) в 2005 году начали использовать графы знаний и онтологии, которые помогают повысить семантическое понимание запроса;

4) автозаполнение стало использоваться в 2004 году и подразумевает под собой попытку угадать то, что введёт пользователь в строку поиска;

5) использование искусственного интеллекта началось в 2004 году.

Так как развитие ИИ сделало большой шаг вперёд, появилась возможность его применения для повышения релевантности вывода информации в ответ на запросы пользователей;

6) использование векторного поиска стартовало с 2013 года, оно является попыткой найти связанные объекты со схожими характеристиками, сопоставление осуществляется при помощи ИИ;

7) использование гибридного поиска начинается с 2022 года.

Это новый метод объединения системы полнотекстового поиска по ключевым словам и системы векторного поиска в единое

приложение. Основан на комбинации полнотекстового – по ключевым словам и векторного – в одном запросе пользователя.

На наш взгляд, в недалеком времени всё будет основано на гибридных поисковых системах, которые продолжают своё развитие и станут доминирующими, совершенствуясь. Они же являются и интеллектуальными. Их использование будет обычным для всех, так как имеет шансы стать основой поиска во всех браузерах.

Таким образом, в нашей статье проанализирована информация об интеллектуализации поисковых систем, определена ее роль и выявлены преимущества, на основании которых сделан вывод о замечательных перспективах применения технологий ИИ.

Список использованных источников

1. Андрейчиков, А. В. Интеллектуальные информационные системы и методы искусственного интеллекта: учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. – М.: ИНФРА-М, 2023. - 530 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. – (Высшее образование: Магистратура). – ISBN 978-5-16-014883-0. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1900587>

2. What Is Intelligent Search and How Does It Work? – URL: <https://lucidworks.com/post/what-is-intelligent-search-and-how-does-it-work/>

3. The Future of Search with Artificial Intelligence – URL: <https://www.artefact.com/blog/the-future-of-search-with-artificial-intelligence/>

4. Semantic search – URL: <https://towardsdatascience.com/semantic-search-73fa1177548f>

5. The beginner's guide to semantic search: Examples and tools – URL: <https://www.searchenginewatch.com/2019/12/16/the-beginners-guide-to-semantic-search/>

6. What Is Semantic Search? – URL: <https://www.webfx.com/seo/glossary/what-is-semantic-search/>

7. Пятаева, А. В. Интеллектуальные системы и технологии: учеб. пособие / А. В. Пятаева, К. В. Раевич. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т,

2018. - 144 с. – ISBN 978-5-7638-3873-2. – Текст: электронный. – URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1032131>

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ 1С

Р.В. Кочетков,

обучающийся 3 курса, направление подготовки 09.03.01

Информатика и вычислительная техника

Научный руководитель

В.В. Сорокина,

кандидат технических наук,

доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Сегодня мобильные разработчики востребованы везде: корпоративные приложения имеют мобильные версии, СМИ имеют мобильные приложения, бизнес активно переводит свои программы лояльности в приложения.

Мобильный разработчик – это тот, кто разрабатывает программы для мобильных устройств. Большинство людей не из мира ИТ под такими устройствами подразумевает смартфоны и особо продвинутые – планшеты. Однако мобильные устройства – не только любимые гаджеты, носимая электроника, но и различные научные аппараты, компоненты исследовательских систем на базе гаджетов, компоненты интернета вещей. С помощью мобильных приложений можно создать в будущем различные приспособления, которые будут применимы и востребованы обычными пользователями, бизнесом, медициной, наукой и т.д.

Платформа «1С: Предприятие 8.3» позволяет разрабатывать мобильные приложения. При этом разработка программы ведется точно так же, как и «обычной» конфигурации. Комбинация мобильной платформы и мобильной конфигурации дает мобильное приложение. Мобильная платформа «1С: Предприятия 8.3» – это совокупность

программ, позволяющих устанавливать и запускать конфигурации (приложения) на смартфонах и планшетах под управлением Google Android или Apple iOS. Мобильная платформа 1С постоянно обновляет стек технологий и развивает их, поэтому изучение технологий разработки мобильных приложений на платформе «1С: Предприятие 8.3.» является актуальным.

Цель исследования: изучение и использование технологий разработки мобильного приложения Android на платформе «1С: Предприятие 8.3.».

В ходе исследования выявлены следующие преимущества платформы «1С: Предприятие 8.3», с точки зрения российского бизнеса:

- программные продукты 1С — самые популярные и востребованные в нашей стране,
- приложения на платформе 1С отличаются высокой функциональностью и способны решать практически любые задачи автоматизации — именно в этом причина их популярности. Все типовые конфигурации, подходящие для каждого предприятия, и отраслевые продукты, рассчитанные на потребности конкретного бизнеса, могут интегрироваться с мобильными приложениями;
- разработка мобильного приложения на платформе 1С дешевле и быстрее, чем на традиционных языках программирования;
- на рынке труда нет недостатка в специалистах по 1С, найти разработчика несложно;
- 1С мобильные приложения подходят и для Android, и для iOS;
- интерфейс приложений прост и интуитивно понятен;
- возможности изменения и доработки продукта не ограничены: при необходимости всегда можно подвести функционал приложения под потребности предприятия.

К минусам использования мобильной платформы 1С можно отнести ограничения функциональности по сравнению с десктопной версией.

Сервис сборки и публикации мобильных приложений – это облачный сервис, он позволяет прямо из прикладного решения «1С: Предприятие 8.3» перейти в облако, в котором настроено все

необходимое программное обеспечение для сборки и публикации мобильных приложений. По сравнению с самостоятельной сборкой приложений работа в облаке предоставляет следующие преимущества:

- при наличии доступа в Интернет можно собрать мобильное приложение за несколько минут;

- не нужен компьютер с macOS для сборки приложения под iOS;

- доступна установка мобильных приложений на устройства под управлением Android и iOS;

- для сборки и публикации мобильных приложений нужен только компьютер с установленной платформой «1С: Предприятие 8.3».

В результате проведенного исследования нами было создано мобильное приложение средствами платформы «1С: Предприятие 8.3» для устройства с операционной системой Android.

Список использованных источников

1 Разработка мобильных приложений на 1С: возможности платформы, примеры реализованных кейсов: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/razrabotka-mobilnykh-prilozhenii.html> (Дата обращения: 19.04.2023)

2 Разработка мобильных приложений на платформе 1С: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://efsol.ru/promo/razrabotka-mobilnykh-prilozhenij-na-1s.html> (Дата обращения: 19.04.2023)

3 Сервис сборки и публикации мобильных приложений: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://v8.1c.ru/platforma/servis-sborki-i-publikatsii-mobilnykh-prilozheniy/> (Дата обращения: 19.04.2023)

4 Возможности 1С для мобильных устройств: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fto.com.ru/blog/vozmozhnosti-1s-dlya-mobilnyh-ustrojstv/> (Дата обращения: 19.04.2023)

5 Разработка мобильного приложения на платформе «1С»: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elibrary.asu.ru/xmlui/bitstream/handle/asu/11208> (Дата обращения: 19.04.2023)

ПЕЙОРАТИВНАЯ КОННОТАЦИЯ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННОЙ РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ

М.А. Кочетова,

обучающаяся 1 курса, направление подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

Н. Ю. Буряк,

кандидат культурологии,

доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий — ИМСИТ» (г. Краснодар)

В статье обобщены теоретические представления о пейоративной лексике в современной разговорной речи. В языкознании существует понятие «денотации». Они отвечают за прямое значение некоторой языковой единицы. Коннотации же представляют собой сопутствующее значение той же единицы. Таким образом, коннотация подходит для слов, которые можно использовать в разных смыслах. Коннотации подразделяют на два вида: мелиоративы и пейоративы.

Мелиоративные коннотации, имеющие положительную эмоциональную окраску, вызывают приятный, комфортный ассоциативно-образный ряд.

Пейоративные – имеющие, наоборот, отрицательные эмоции, неприятный и негативный ассоциативно-образный ряд [1].

Пример обоих типов: «человек-солнышко» и «человек, ведущий себя, как жук». Услышав эти высказывания, мы не представляем себе космическое светило или насекомое. Данные примеры являются коннотациями и приводят добавочное значение слов. В статье речь пойдет именно о пейоративных коннотациях. Интересно отметить, что в современном мире пейоративы составляют большую группу, нежели

мелиоративы. Вероятно, это связано со склонностью людей обозначать негативно-опасные события чаще других, более положительных.

Следующий термин, который стоит разобрать – интернет-дискурс. Жизнь человека непрерывно связана с общением. Люди используют речь как основной тип коммуникации: говорят по телефону, совершают покупки в магазине, отвечают у доски, переписываются. С появлением интернета мы стали общаться куда чаще – диалоги в сети быстро превратились в неотъемлемую часть жизни. Особенность Всемирной Паутины заключается в удобстве поддерживать общение в любое время суток, даже если собеседник находится на расстоянии. Люди пишут большое количество сообщений, отсюда появляется желание сократить затраты времени и усилий на их написание. Стремление к упрощению процесса общения привело к искажению слов, порождению определённых интернет-терминов. Терминология, присущая Сети и называется интернет-дискурсом [2]. Тем не менее, «сетевой сленг» специалисты считают негативным явлением.

У интернет-дискурса есть несколько отличительных особенностей, носящих разрушительный характер для лексики современной молодежи. Это чрезмерное использование сленговых выражений. Например: «Ты просто не выкупил прикол, токсик». Подобные высказывания являются нормой у молодых пользователей, потому что они относятся к одному сообществу. Но люди вне этой лексической группы вряд ли смогут догадаться о значении данного выражения. «Выкупить прикол» в данном случае означает «понять шутку», а токсик – человек, способный ранить других своими словами [3].

Другой минус – большое количество аббревиатур и англицизмов. Главной причиной их использования стало желание сэкономить время. Так, например, вместо «спасибо» люди пишут просто «спс», а вместо длинного «может быть, мы будем общаться в личных сообщениях?» предпочтут использовать аббревиатурное «мб го в лс», в котором «го» является англицизмом. Англицизм - заимствование английских слов другими языками. Так что «го» буквально означает английское «go», переводящееся как «идти».

Еще одна проблема – эрративы. Этот феномен используется в русском сегменте интернета и выражается в употреблении слов с нарочито неправильным написанием. Как пример: Щас (Сейчас), Нинаю (Не знаю), Деффчонки (Девчонки), Красавчег (Красавчик). Эрратив также является коннотацией, так как используется для похвалы, а не оценки внешней красоты человека [4].

Аграмматизм и пренебрежение пунктуацией – также беда сетевого языка. Склонность к аграмматизму, то есть отклонению от общепризнанных пунктуационных норм, стала нормой на фоне экономии времени и нежелании лишний раз задумываться над правильностью расстановки знаков препинания. Да и люди, использующие пунктуацию по правилам, стали вызывать у заядлых пользователей интернет-дискурса настороженность. Неграмотность – уже не только норма, шутка, но и преимущество. С помощью большого количества знаков можно ярче передать эмоции.

Таким образом, следует отметить, что приведенные примеры наглядно демонстрируют разрушительное влияние интернет-сленга на качество речи и грамотность молодого поколения. Его употребление выходит за пределы письменной речи, начиная «заражать» и разговорную, тем самым укрепляя положительное отношение молодежи к аграмматизму и испорченному языку неформального общения.

Список использованных источников

1. Горбачева, Е. Ю. Пейоративная коннотация интернет-дискурса в современной разговорной речи / Е. Ю. Горбачева, О. Э. Безрукова. — Молодой ученый. — 2016. — № 11 (115). — С. 1688-1690.

3. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. на соискание степени д-ра филол. наук / Н. А. Ахренова / — М., 2009.

4. Бурцева А. Словарь молодежного сленга / — С. 5-7.

8.4. Титова А.А. Эрратив в речи подростка / МАОУ СОШ №211 им. Л.И.Сидоренко

ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕРЬЕРОВ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В.Н. Кощавка,

обучающийся 2 курса факультета ресторано-гостиничного бизнеса,
направление подготовки 19.04.04

Технология продукции и организация общественного питания

Научный руководитель

Н.В. Кравченко,

кандидат технических наук,

доцент кафедры технологии и организации производства продуктов
питания имени А.Ф. Коршуновой

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и тор-
говли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

Успех ресторанного бизнеса зависит не только от качества при-
готовленных блюд и выгодного месторасположения, но и от ориги-
нальности дизайна помещения. Установлено, что рентабельность
предприятия питания напрямую связана с тем, насколько интерьер за-
ведения ориентирован на эстетическое удовольствие посетителя и его
комфортное времяпрепровождение.

Исходя из наблюдений заметим, что люди стали чаще отмечать
торжественные события вне дома и посещать заведения ресторанного
хозяйства с целью сочетания отдыха и питания [1]. Тем не менее, бары,
кафе, рестораны, закусочные, кофейни все чаще сталкиваются с неиз-
бежной проблемой под названием конкуренция. Для них привлечение
внимания клиентов становится первостепенной задачей [3].

Основополагающим фактором популярности ресторана явля-
ется его фотогеничность, т.к. современные потребители услуг явля-
ются активными пользователями соцсетей – одной из главных площа-
док для рекламы и продвижения бренда.

Новое поколение потребителей очень нетерпеливо, требует креативного подхода к удовлетворению своих потребностей. Следовательно, в оформлении современного зала ресторана или кафе, а также в деталях интерьера (текстиль, столовые приборы, посуда) приветствуется использование выдержанных в единой стилистике оригинальных и нестандартных идей.

Мы рассмотрели и проанализировали некоторые тренды в дизайне интерьеров ресторанов, которые получили популярность через соцсети за счет фото пользователей с хештегами их названий. Согласно полученным данным установлено, что одним из наиболее заметных трендов в интерьере на сегодняшний день является моноцвет. Монохромный интерьер задает определенное настроение и создает общее впечатление, может быть продублирован в разных декорах и деталях. Такой подход в оформлении требует грамотной компоновки с другими цветами и оттенками, тщательного подбора элементов, текстур и аксессуаров, чтобы оживить пространство.

Основная идея дизайна интерьера в стиле «стрит – арт» – формирование яркой и выразительной обстановки. Для создания современного пространства часто стрит-арт сочетают со стилем лофт, используя в оформлении интерьеров сварную сталь, кирпич и граффити. Использование граффити привносит в помещение энергичный уличный стиль, насыщая его особенным творческим колоритом.

Мода на wellness во всех сферах жизни спровоцировала рост ресторанов и кафе с вегетарианским и веганским меню. Зачастую интерьер таких заведений ограничивается наличием стен зелёного цвета и деревянной мебелью. Но в последнее время главной фишкой в подобного рода местах становятся именно растения: деревья и цветы гармонично вписываются в пространство и создают иллюзию единения с природой, чего очень не хватает в больших городах [4].

Всегда актуальным остается классический дизайн ресторанов. Такое оформление в современной интерпретации включает использование традиционных стилей разных временных периодов [2]. Отличительная черта классического интерьера ресторана – солидность, благородство. Кафе в подобном стиле покоряет пропорциональностью,

выверенными линиями, четкими формами. Это правило неукоснительно соблюдают дизайнеры, выбирая расстановку мебели, расположение осветительных приборов и т.п.

Выбирая тот или иной стиль для оформления интерьера, необходимо помнить «золотое правило» – меню заведения должно быть продолжением выбранной идеи. Дизайн меню должен быть презентабельным, удобным в использовании, а также содержать изображения и описания всех блюд. Популярность той или иной позиции в меню часто зависит именно от оформления [2].

Дизайн интерьера кафе или ресторана считается важнейшим элементом концепции заведения и может стать одним из определяющих факторов успеха. Индивидуальность и уникальность дизайна сейчас становится не просто прихотью амбициозных владельцев ресторанов, но и банальной необходимостью. Использование модных тенденций и современных приемов в дизайн - проектировании позволяет удовлетворить социальную потребность в появлении разноплановых предприятий общественного питания, в том числе и с расширенной функцией досуга.

Список использованных источников

1. Смирнова Ю. А. Современные тенденции формирования ресторанов первого класса: зарубежный опыт // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. - 2014. - №2. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n>
2. Дизайн ресторана: тренды 2021. - Режим доступа: <https://corp.wtmoscow.ru/services/international-partnership/actual>
3. Современный дизайн кафе, баров и ресторанов: модные тенденции 2021 года. - Режим доступа: <https://www.hackrea.com/ru/stories>
4. 7 основных трендов в дизайне ресторанов. - Режим доступа: <https://dzen.ru/a/XmohDTm-0UvUPCIw>.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ БРЕНДА

У. Е. Кручинина,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

А.С. Петракова,

кандидат философских наук,

доцент кафедры рекламы и дизайна

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Известно, что брендовые товары используются не только для удовлетворения функциональных потребностей. Человек также выражает себя через приобретаемые им товары. Поэтому в современном обществе потребления бренд стал механизмом формирования идентичности [4].

За последние десятилетия особенно вырос интерес к психологическим аспектам маркетинговых коммуникаций, в частности, к психологии воздействия бренд-коммуникации. Исследования в области психологии и маркетинга позволяют понять, почему потребители предпочитают те или иные бренды, и что способствует поддержанию потребительского интереса.

Бренд сравнивают с живым человеком, подчеркивая, что он не просто является участником межличностного общения, имеющим определенные характеристики. Здесь он также выступает в роли «партнера», наделенного человеческими чертами [2]. Характер каждого человека влияет на взаимоотношения между людьми. Мы воспринимаем личность по различным критериям, ассоциирующимся с уникальным образом индивидуума: сфера деятельности и интересов,

манера общения, выбор одежды и окружения. По такому же принципу определяется характер бренда.

Индивидуальность бренда описывают как совокупность специфических черт личности человека, с которым он ассоциируется [1]. Наряду с такими демографическими характеристиками, как пол, возраст, принадлежность к социальному классу, индивидуальность бренда может включать и такие человеческие качества, как доброта, энергичность, честность.

Помимо того, что бренды получили свой характер, также были выявлены ассоциации и ощущения потребителей относительно каждого из них, т. е. полученные результаты позволили определить взаимоотношения между марками товаров и услуг и их клиентами. И чем ярче была выражена отличительная характеристика, тем отчетливее проявлялось отношение потребителя [5]. Покупатель выбирает товар определенной марки не только в соответствии с уровнем своего дохода, возрастом и социальным статусом. Важно то, какой образ несет бренд и насколько он соответствует «образу себя» у потенциального покупателя. Так, например, с помощью «Большой пятерки» McDonald's и Kodak высоко оценили по свойству «искренность», а Levi's и Nike — по показателю «мужественность». «Тинькофф» позиционировал себя как банк для молодых людей, которые хотят тратить время на хобби и работу, а не на дорогу до офиса.

Другой пример, бренд косметики «Anastasia Beverly Hills» и под-бренд «Norvina Collections». Первый известен косметикой для взрослых женщин, которым интересен естественный макияж. Но компания решила поэкспериментировать и выпустить палетку теней «Norvina» с яркими цветами, из-за чего расширился круг потребителей. В течение следующих нескольких лет выходила продукция как для молодых девушек, так и для взрослых женщин, и компания решила создать под-бренд, чтобы не смешивать целевые аудитории.

Таким образом, можно сделать вывод, что у каждого бренда есть свой психологический портрет потребителя, на который стоит работать.

Список использованных источников

1. Аакер Д. А. Создание сильных брендов. - М.: Изд. Дом Гребенникова, 2019.
2. Антонова Н. В., Патоша О. И. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021.
3. Ильиных С. А. Психология массовой коммуникации. - Новосибирск: НГУЭУ, 2020.
4. Aaker J. Conceptualizing and Measuring Brand Personality: A Brand Personality Scale. Stanford University, 2020.
5. McCracken G. Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods // J. of Consumer Research. 2021. June. P. 71–84.

ОЦЕНКА И ПРОГНОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ БЮДЖЕТА ОТ ВВЕДЕНИЯ АКЦИЗА НА САХАРОСОДЕРЖАЩИЕ НАПИТКИ В РОССИИ

Д.О. Куклина,

обучающаяся 4 курса, направление подготовки 38.03.04

Государственное и муниципальное управление

Научный руководитель

О.А. Герасименко,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Акциз - это федеральный косвенный налог. Его сумма включается в цену товара в момент производства и налоговая нагрузка фактически перекладывается на конечного потребителя. В настоящее время перечень подакцизных товаров довольно широк – это не только традиционная алкогольная и табачная продукция, но и нефть и нефтепродукты, газ, жидкая сталь, легковые автомобили и мотоциклы. С 1 июля 2023 года сахаросодержащие напитки также войдут в данный перечень, в соответствии с Федеральным законом № 443-ФЗ от 21.11.2022 [1].

Инициатором введения повышенного налога на сахаросодержащие напитки первоначально стало Министерство здравоохранения РФ, но в дальнейшем и Министерство финансов РФ (Минфин России) поддержало эту инициативу [4].

В список напитков, облагаемых акцизом, попала продукция со следующими характеристиками: изготовленная на основе питьевой или минеральной воды; упакованная в потребительскую тару;

содержащая сахар и его разновидности (глюкозу, фруктозу, сахарозу, декстрозу, мальтозу и лактозу) сироп с сахаром или мед; количество этих веществ должно быть не менее 5 г на 100 мл напитка; содержание этилового спирта не должно превышать 1,2% [4].

Поправки в гл. 22 НК РФ вступят в силу с 1 июля 2023 года. Ставка акциза для сахаросодержащих напитков будет установлена в размере 7 рублей за литр продукции. При этом обязанность по уплате для налогоплательщиков – субъектов малого и среднего предпринимательства – будет введена только с 01.10.2023 г.

Согласно исследованию Промсвязьбанка, с 2009 по 2021 год производство безалкогольных напитков в России выросло на 78%, до 18 млрд литров. А в период с 2014 по 2021 год потребление выросло на 33%, до 20,9 млрд литров, при этом большая часть потребителей – это дети и молодые люди до 35 лет [3].

Положительным следствием введения акциза следует считать увеличение налоговых поступлений в бюджет. Уже при принятии поправок было сказано, что поступления от уплаты акцизов в федеральную казну будут направлены на специализированную программу «Борьба с сахарным диабетом». Ожидаемый доход составит около 35 миллиардов рублей в год [4].

Однако пока неясно, насколько успешными будут акцизные платежи. Производители могут отказаться от повышения цены на свой продукт, ведь он вовсе не является товаром первой или даже второй необходимости. Сладкие безалкогольные напитки, которые попадают под новый налог, обычно считались вредным излишеством, и если цены вырастут, потребители легко пожертвуют ими ради экономии своего бюджета.

Существует риск, что инициатива приведет не только к повышению цен, но и к снижению продаж и, соответственно, производства продукта. В мировом опыте уже были подобные прецеденты [2].

Однако, какой бы итог от такого нововведения не произошел, он будет только на благо интересов России. Если потребление сократится то, как и было запланировано Министерством здравоохранения РФ, это должно привести к снижению больных сахарным диабетом и

ожирением, что сохранит здоровье молодого работоспособного населения страны, при этом расходы государства на медобслуживание будут снижаться. Если же потребители продолжают употреблять сахаросодержащие напитки в больших количествах, то это будет способствовать формированию дополнительных доходов бюджета от производства и продажи такой продукции, как запланировал Минфин России [2].

Точную оценку произвести пока невозможно, однако прогнозы от введения нового налога оптимистичные.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 21 ноября 2022 г. № 443-ФЗ «О внесении изменений в статью 4 части первой, часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Справочная правовая система «Гарант» <https://base.garant.ru/405745233/> (дата обращения: 01.04.2023).

2. Герасименко О.А., Сайко А.Г. Цифровизация налоговой системы России – инструмент обеспечения полного контроля для формирования доходов бюджетов всех уровней // Материалы международной научно-практической конференции «Тенденции мирового ИТ-рынка». – Краснодар 2022. – С. 100-106.

3. Маглинова, Т. Г. Стремительный рост цен на продовольствие и катастрофу в Восточной езде / Т. Г. Маглинова // Международный журнал гуманитарных и особых наук. – 2022. – № 8-3(71). – С. 183-186. – DOI 10.24412/2500-1000-2022-8-3-183-186. – ЭДН КСКХИТ.

4. Госдума на полгода перенесла введение акциза на сладкие напитки // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/636b620b9a79471785ab31fa> (дата обращения: 01.04.2023).

ЯЗЫК ЛЮБВИ КАК ЭЛЕМЕНТ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ КУЛЬТУРАХ

А.А. Курлыкова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

Буряк Н. Ю.,

кандидат культурологии,

доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В данной статье рассматриваются теоретические и практические аспекты невербальной коммуникации с точки зрения традиций и обычаев разных народов мира. В частности, исследуется «язык любви» как элемент невербального проявления чувств в различных культурах. Любовь представляет собой одну из основополагающих и фундаментальных тем в культурном, научном искусствоведческом и социальном аспектах. Сложность, разносторонность и многоплановость данного понятия породили бесчисленное множество характеристик романтических и любовных чувств в различных странах и культурах. Так, общество в целом всегда оказывало значительное влияние на проявление и выражение людьми своих бурных личных переживаний, связанных с близкими взаимоотношениями. Каждый человек, конечно, по-разному трактует для себя чувства влюблённости и любви, но их общественная демонстрация практически всегда напрямую зависит от общенационального культурного пространства, в котором данный человек находится.

Целью данного исследования является рассмотрение и дальнейшее углубленное изучение уникальности невербальных элементов проявления любовных чувств в рамках культурологического аспекта.

«Язык любви» как элемент невербальной коммуникации в различных культурах представляет собой совокупность способов, методов, а также традиций и обычаев восприятия и выражения романтических чувств [3].

Можно с уверенностью утверждать, что каждая народность мира обладает собственным, уникальным «языком любви», который, в значительной степени, оказывает влияние на традиционные национальные особенности, а также, в частности, на социальные институты семьи и брака.

Так, становится возможным рассмотрение культурных особенностей невербального проявления и демонстрации любви следующих государств: Ливия, Вьетнам, Ирландия, Корея, Бразилия, Индия, Китай, Мексика, Уэльс.

В первую очередь, было отмечено, что в некоторых странах в качестве практических элементов проявления симпатии выступает посуда и столовые приборы. Так, традиционно в Ливии невербальной демонстрацией романтических чувств является обычай, который заключается в употреблении влюблённой парой пищи из одной посуды. В данной стране считается, что общая кухонная утварь символизирует семейные ценности и домашний очаг. А, например, дарение столовых приборов, в частности, ложек в качестве особого знака внимания исторически стало отличительной чертой проявления чувств жителей Уэльса.

Если же рассматривать «язык любви» с точки зрения менталитета, то отличительными особенностями обладают такие страны, как Вьетнам и Корея. В данных государствах не принято признаваться в любви «на словах», а материальное отражение чувств является неподобающим поведением. Так, чаще всего, жители данных стран проявляют свою любовь через романтические поступки [2].

Философия символизма также оказала значительное влияние на методы и способы проявления романтических чувств.

Проанализировав традиционные символы различных культур, несущие в себе любовное значение, было отмечено следующее:

- в Ирландии символом любви является подкова;

- в Китае романтические чувства и переживания символизируют китайские палочки, завернутые девушкой в платок и впоследствии подаренные своему избраннику;

- в Мексике символичным считается сочинение возлюбленными уникальной мелодии и исполнение её посредством свиста;

- в Бразилии в качестве символического признания в чувствах является исполнение песен под звуки барабанов [1].

Необычной и уникальной традицией, которая также является примером «языка любви», обладает такое государство, как Индия. Данная традиция заключается в бракосочетании с банановым деревом. Считается, что такой ритуал спасёт возлюбленных от несчастий в браке [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что в каждой стране, в каждой культуре - свой, особый «язык любви», который является неотъемлемой частью невербальной коммуникации в межличностных отношениях. Любовь – это не только романтические слова и признания, но и поступки, традиции и обычаи. «Язык любви» как элемент невербальной коммуникации в каждой культуре уникален и важен.

Список использованных источников

1. Бузова С. Н. Социология брака и семьи / С. Н. Бузова. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – 445 с.;

2. Геворкян Т. В. Семья – ценность общества и личности / Т. В. Геворкян. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2021. – 170 с.;

3. Грицак Ю. Б. Семейные отношения в странах мира: Хрестоматия по страноведению / Ю. Б. Грицак. – Харьков: ХНУ им. В.Н.Каразина, 2020. – 250 с.;

4. Новосёлова Т. А. Всё о браке / Т. А. Новосёлова. – М.: Лада, 2019. – 264 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕМИОТИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

А.А. Курлыкова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

А.С. Петракова,

кандидат философских наук,

доцент кафедры рекламы и дизайна

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ», (г. Краснодар)

В настоящее время абсолютно все рекламные сообщения состоят из знаков, так как и буквы, и слова, и рекламные лозунги, и, конечно, изображения являются знаками. Их изучает семиотика – наука о знаках, знаковых системах и ситуациях. Ее взаимосвязь с маркетинговыми коммуникациями заключается в том, что последние направлены на донесение необходимой рекламодателю информации в нужное время. Данный процесс должен быть точно направлен на конкретную целевую аудиторию. Именно семиотика помогает совершить такую передачу информации максимально успешно.

Известный американский маркетолог Лаура Освальд объясняет взаимосвязь науки о знаках и маркетинговых коммуникаций следующим образом: «Семиотические теории и методы могут быть использованы для выявления тенденций в массовой культуре для понимания того, как формируется отношение и поведение потребителей по отношению к брендам» [1].

Опираясь на эти знания, рассмотрим основные составляющие, которые присутствуют в каждом знаке – означающее и означаемое.

В качестве означающего выступают те практические формы, в которые заключены знаки. Они и их системы многочисленны и разнообразны. Означаемым же является определённый смысл, который знак несёт в себе. Следовательно, если некий предмет или явление не обладает особой, индивидуальной формой и смыслом, то он, соответственно, не является знаком.

Можно с уверенностью утверждать, что каждый бренд является определённой знаковой системой со своим индивидуальным и уникальным набором. Для правильного понимания концепции бренда целевой аудиторией все его элементы кодируются. Потребитель, основываясь на личном опыте и на особенностях собственной личности, «считывает» полученное рекламное сообщение и принимает решение. [2] Таким образом, можно сделать вывод о том, что практически невозможно контролировать интерпретацию бренда потребителями.

В 1998 году профессор Гарвардской школы бизнеса Сьюзан Фурнье объяснила рассматриваемое явление: «У бренда вообще нет объективного существования: это просто набор представлений, которые держатся в голове потребителя» [3].

В вопросе восприятия и понимания бренда целевой аудиторией важно отметить классификацию знаков, выдвинутую Чарльзом Сандерсом Пирсом, которого также называют «отцом семиотики». Основываясь на его теории, все элементы мировой знаковой системы делятся на иконы, индексы и символы [3].

Знаки-иконы – это виды знаков, означающее которых связано визуально схожими отношениями с означаемым. Они интерпретируются потребителями буквально, без иного, косвенного смысла. Например, ими являются иллюстрация товара или услуги, рекламные персонажи. В качестве знаков-индексов выступают такие, у которых означающее и означаемое соединены косвенными, переносными отношениями. Данная группа имеет особые причинно-следственные связи. У знаков-символов означающее и означаемое соединены некоей конвенцией. Они обычно воспринимаются целевой аудиторией абстрактно. Так, каждый потребитель, считывая знак-символ, декодирует его на основе собственных ассоциаций.

Семиотический анализ данной классификации позволяет утверждать, что один и тот же знак в рекламных сообщениях различных брендов может нести разные идеи и смыслы и абсолютно уникально интерпретироваться каждым потребителем [4]. Следовательно, основной задачей в процессе создания каждого рекламного сообщения выступает определение того, как потребители воспринимают и «считывают» знаковую систему бренда, какие ассоциации вызывает каждый элемент данной системы.

Таким образом, можно сделать ключевой вывод о том, что семиотические исследования – неотъемлемая область теоретического и практического знания в маркетинговой коммуникации. Данная сфера обладает своей спецификой, которая заключается в неоднозначности «прочтения» потребителем того или иного знака, заключённого в рекламное сообщение. Так, даже самые простые в своём понимании знаки могут быть восприняты разными группами целевой аудитории различно. Следовательно, только благодаря точной сегментации рынка, глубокому исследованию и выявлению целевых аудиторий, становится возможной оптимизация применения знаков и соответствующих им посылов в рекламном пространстве.

Список использованных источников

1. Бразговская Е.В. В лабиринтах семиотики. Очерки и этюды по общей семиотике и семиотике искусства / Е.В. Бразговская. - М.: Кабинетный ученый. – 2019. – С. 202 – 214.
2. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга / Ю.Н. Егоров. - М.: Инфра-М, 2021. – С. 134 – 136.
3. Зенкин С. Семиотика зрительного образа / С. Зенкин. - М.: Новое Литературное обозрение, 2022. – С. 262 – 275.
4. Чамкин А. С. Основы коммуникологии: учебное пособие для вузов / А. С. Чамкин. - М.: Инфра-М, 2019. – С. 36 – 38.

МЕХАНИЗМ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

Д.В. Лопатина,

обучающаяся 1 курса, направление подготовки 38.05.01
Экономическая безопасность

Научный руководитель

И.А. Бондаренко,

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Проблема коррупции является, пожалуй, одной из самых актуальных проблем не только в нашей стране, но и во всем мире. К сожалению, в настоящий момент не созданы эффективные механизмы, способные бороться с данной проблемой. И, безусловно, именно в наши дни вопрос коррупции актуален, как никогда, так как обусловлен значительным распространением исследуемого явления. Объясняется тем, что о механизме противодействия коррупции следует говорить, во-первых, как о самостоятельной юридической структуре, во-вторых, как о социально-экономической системе, функционально взаимодействующей с другими социальными системами.

Говоря о специфике взяточничества в судах общей юрисдикции и в арбитражных, можно отметить следующее: по мнению судей, в первых служители Фемиды чувствуют себя более зависимыми от органов исполнительной власти, нежели судьи Арбитражного суда. Инициирование производства по делу о прекращении полномочий и тем более привлечение к ответственности судей арбитражных судов встречается гораздо реже, чем судей обычных. В третейских судах применение закона более единообразно, чем в обычных, где больше дел, в которых судьи выносят противоречивые решения при сходных

обстоятельствах. Уголовное преследование предпринимателей в России приобретает с каждым годом оформленную институциональную практику по реализации корыстных и ведомственных интересов. Более 30 % всех жалоб в адрес Уполномоченного при Президенте РФ по защите прав предпринимателей в 2020 г. составили жалобы на необоснованное уголовное преследование бизнесменов.

О существовании подобной проблемы неоднократно заявляли Президент РФ, представители Правительства РФ, Верховного Суда РФ, Генеральной прокуратуры и другие официальные лица страны. В частности, в своем послании Федеральному собранию 20 февраля 2019 г. Президент РФ Владимир Путин призвал снизить силовое давление на бизнес, ликвидировать ситуацию, при которой добросовестные предприниматели опасаются уголовного преследования и административного наказания. 17 июня 2020 г. Генеральный прокурор И.В. Краснов в своем докладе Совету Федерации также указал на продолжение практики необоснованного уголовного преследования предпринимателей. Согласно приведенной им статистике, прокуратурой было выявлено 190 уголовных дел, которые были возбуждены без достаточных на то оснований. Одним из главных коррупционных проявлений в сфере уголовного преследования является необоснованное избрание меры пресечения в виде заключения под стражу.

Есть несколько причин, по которым коррупция продолжает развиваться. Прежде всего, экономического характера. К ним относятся разрешительная система, излишняя бюрократизация в экономических отношениях. Коррупция возникает там, где чиновники имеют право принимать решения и распоряжаться имеющимися в их распоряжении ресурсами. Возможность положительного или отрицательного решения вопроса создает благодатную почву для взяточничества. Неразвитость административной системы приводит к недостатку государственных услуг. А там, где не хватает государственных средств, образуются очереди, создавая основу для коррупционных действий чиновников. Также, на наш взгляд, государственная система в целом должна стремиться к максимальной открытости своих действий, что создаст препятствия для «коррупционных схем».

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 25 декабря 2008 г. N 273-ФЗ "О противодействии коррупции" (с изменениями и дополнениями). [Электронный ресурс] - Режим доступа URL:http://base.garant.ru/12164203/#block_1
2. Халилова Т.В. Коррупция: Конспект лекций [Электронный ресурс] - Режим доступа URL:http://kpfu.ru/docs/F769475982/2_Xalil_korub.pdf
3. Антикоррупционная политика государства: учебное пособие / М. Ф. Гацко. –Ногинск: Ногинский филиал РАНХиГС,–2015.–118с. - 1000 экз. с.17 [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <http://gosvopros.ru/job/qualification/korruptsiya/>
4. Пудаков, Е.Р. Государственная политика Российской Федерации по противодействию коррупции / Е.Р. Пудаков; БИСТ (филиал) ОУП ВО «АТиСО». — Уфа: Изд-во Башкирского института социальных технологий (филиала) Образовательного учреждения профсоюзов «Академия труда и социальных отношений», 2015. — 166с. с. 36 [Электронный ресурс]- Режим доступа URL:<http://economics.openmechanics.com/articles/718.pdf>

МЕСТО АВСТРАЛИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ДВИЖЕНИИ КАПИТАЛА

Лю Вэньтин,

обучающаяся 3 курса Школы экономики и менеджмента,
направление подготовки 38.03.01 Экономика

Научный руководитель

А.В. Бризицкая,

кандидат экономических наук,

доцент Департамента социально-экономических исследований и регионального развития ШЭМ ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет»

С углублением экономической глобализации и интеграции международная инвестиционная деятельность стала более активной, масштабы потоков капитала расширяются, а их формы стали более разнообразными. Уникальное географическое положение Австралии и ее богатая ресурсами экономика делают эту страну одним из самых привлекательных направлений для иностранных инвестиций в мире. Объектом исследования является иностранная инвестиционная деятельность как фактор экономического развития данной страны. Предметом исследования является состояние международных потоков капитала этого государства.

Цель работы – проанализировать характер и роль международных потоков капитала (иностранных инвестиций) в экономическом развитии Австралии на современном этапе.

Были выделены следующие особенности, определяющие ее привлекательность для иностранного капитала:

1. Географическое положение. Австралия – единственная страна в мире, которая занимает целый континент. По площади она занимает шестое место в мире [3].

2. Это наиболее экономически развитая страна в южном полушарии, четвертый по величине экспортер сельскохозяйственной

продукции в мире, а также важный производитель и экспортер минеральных продуктов в мире. Сельское хозяйство, животноводство и горнодобывающая промышленность являются традиционными отраслями, обрабатывающая промышленность и высокотехнологичные отрасли быстро развиваются, а сфера услуг стала ведущей отраслью национальной экономики.

3.С 1970-х годов в стране был проведен ряд экономических реформ, энергично развивалась внешняя торговля, и происходил быстрый рост экономики. Государство вошло в число лучших стран ОЭСР. В 2021 г. темпы роста ВВП составили 1,48%.

4.Финансовая система Австралии считается одной из самых надежных, надзор за ней строг, и есть много возможностей для корректировки макроэкономической политики. Во время международного финансового кризиса она показала лучше результаты, чем другие западные страны,

С 1980-х годов зарубежные инвестиции Австралии продолжали расти. К концу 2021 г. они составили 3,3 трлн ав. долл. Основными инвестиционными целями являются Соединенные Штаты (1,1 трлн ав.долл.), Соединенное Королевство (538 млрд ав.долл.), Япония (128,4 млрд ав.долл.), Новая Зеландия (113,3 млрд ав.долл.), Канада (95,1 млрд ав.долл.), Каймановы острова (94,2 млрд ав.долл.), Германия (77,4 млрд ав.долл.) [1].

Отток иностранных инвестиций в 2013 и 2016 гг. был отрицательным. Весь остальной анализируемый период в стране наблюдается позитивный чистый поток иностранных инвестиций.

Таким образом, Австралия долгое время сохраняла свой статус чистого импортера капитала. Она также является крупным заемщиком капитала на мировом рынке.

Австралия входит в десятку крупнейших стран по данному показателю, занимая восьмое место.

Можно предположить, что это государство будет и в дальнейшем полагаться на иностранные инвестиции как на дополнительный приток средств, способствующий развитию национальной экономики. Страна использует их в своих собственных целях, открывая все

больше и больше новых производственных мощностей, чтобы конкурировать на международной арене. Таким образом, иностранные инвестиции способствовали экономическому и социальному росту, установили глобальные связи и создали новые возможности для трудоустройства и повышения заработной платы в Австралии.

Список использованных источников

1. Рейтинг стран мира по уровню прямых иностранных инвестиций. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://gtmarket.ru/ratings/foreign-direct-investment-index> / (дата обращения: 05.04.2023).

2. Руководство по странам (регионам) по сотрудничеству в области иностранных инвестиций. Австралия (издание 2021 года). Министерство торговли. 2022.10.10. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.mofcom.gov.cn/dl/gbdqzn/upload/aodaliya.pdf> / (дата обращения: 05.04.2023).

3. ВУЗРУ "Научные статьи, доклады, лекции, эссе преподавателей и студентов России". Инвестиционная политика Австралии. Инвестиции за рубежом и иностранные капитальные вложения в экономику Австралии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://vuzru.ru/investitsionnaya-politika-avstralii-investitsii-za-rubezhom-i-inostrannye-kapitalnye-vlozheniya-v-ekonomiku-avstralii/> (дата обращения: 05.04.2023).

РАЗРАБОТКА ГОЛОСОВОГО АССИСТЕНТА НА PYTHON

А. Д. Масюкевич,

обучающийся 3 курса, направление подготовки 09.03.03

Прикладная информатика

Научный руководитель

В.В. Сорокина,

кандидат технических наук,

доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Иметь помощника, который всегда прислушивается к Вашим звонкам, предугадывает все Ваши потребности и предпринимает необходимые действия – такая мечта кажется фантастической. Однако благодаря искусственному интеллекту (ИИ) теперь она осуществима.

Цель нашего исследования – разработка собственного голосового помощника, написанного на языке Python, для облегчения простейших процессов жизненного цикла.

Голосовых помощников не следует путать с виртуальными (это люди, которые работают удаленно, выполняя поставленные задачи). Первые же созданы с помощью технологий с использованием ИИ. По мере того, как голосовые помощники будут становиться все более надежными, их полезность будет возрастать и в личной, и в деловой сфере.

Интеллектуальные персональные ассистенты — это программные агенты, которые могут выполнять задачи и услуги для человека на основе вербальных команд, интерпретируя человеческую речь и отвечая синтезированной речью. Пользователи могут задавать помощнику вопросы с помощью устных команд, управлять устройствами домашней автоматизации и воспроизведением мультимедиа с помощью

голоса, а также выполнять другие базовые задачи, такие как работа с электронной почтой и списками дел, открытие и закрытие приложений.

Возьмем, например, Braina (Brain Artificial). Это интеллектуальный персональный помощник, человеческий языковой интерфейс. Программное обеспечение для автоматизации и распознавания речи для ПК под управлением Windows Braina — многофункциональная программа, обеспечивающая взаимодействие с компьютером с помощью голосовых команд на большинстве языков (более чем 100).

Голосовые помощники недавно получили мейнстримную платформу. Это произошло после того, как компания Apple интегрировала Siri, своего самого замечательного виртуального помощника, и он официально стал частью Apple Inc. Однако этап самого большого развития начался с события на выставке в Сиэтле в 1962 году, где компания IBM представила уникальную машину под названием Shoebox. Машина, величиной с коробку из-под обуви, обладала научными возможностями, могла распознавать 16 слов и произносить их человеческим голосом, а также цифры от 0 до 9.

В 1970-х годах исследователи Университета Карнеги-Меллон в Питтсбурге, штат Пенсильвания, разработали "Гарпию" при значительной помощи Министерства обороны США и его Агентства перспективных оборонных исследовательских проектов (DARPA). Гарпия была способна понимать почти 1000 слов, что эквивалентно словарному запасу трехлетнего ребенка.

Крупные компании, такие как Apple и IBM, начали использовать проверку речи для создания вещей уже в 1990-х годах: в 1993 году компания Macintosh начала создавать систему распознавания речи с использованием PlainTalk на компьютерах Macintosh.

Сегодня специалисты продолжают работать над созданием простого голосового помощника на рабочем столе/ноутбуке, который мог бы совершать следующие действия:

- открыть любой веб-сайт в браузере;
- отправить электронное письмо со своими контактами;
- запустить любое системное приложение;

- сообщить текущую погоду и температуру любого города или текущее время;
- поприветствовать / завершить работу или изменить обои для рабочего стола;
- воспроизвести песню на медиаплеере VLC (конечно, на вашем ноутбуке / настольном компьютере должен быть установлен медиаплеер VLC);
- сообщить вам последние новости из новостной ленты;
- рассказать практически обо всем, что вы просите.

Практические разработки автора данной статьи также связаны с данным направлением.

Что ждет нас в будущем? Чем больше людей использует устройства с голосовым управлением, тем легче система будет выявлять определенные тенденции и закономерности на основе полученной информации. Эти данные могут быть использованы для определения предпочтений и вкусов пользователей, что в долгосрочной перспективе позволит сделать среду обитания, дома более «умными». IT-технологии в этой области развиваются стремительно: сегодня Google и Amazon уже работают над интеграцией голосового искусственного интеллекта, способного анализировать и реагировать на эмоции человека. Отечественным разработчикам, на наш взгляд, также необходимо обратить самое пристальное внимание на данную сферу применения ИИ.

Список использованных источников

1. Пошаговое руководство по созданию голосового помощника с Python: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://itnan.ru/post.php?c=1&p=450224> (дата обращения: 19.04.2023).
2. Пишем голосового ассистента на Python: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://habr.com/ru/articles/529590/> (дата обращения: 19.04.2023).
3. Создаем собственную Alexa в 20 строках Python: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://medium.com/nuances-of-programming/создаем-собственную-alexa-в-20-строках-python->

84e72e14638e (дата обращения: 19.04.2023).

4. Voice Assistant Python App for Windows: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://github.com/EnjiRouz/Voice-Assistant-App> (дата обращения: 19.04.2023).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БЕСПИЛОТНОГО АВТОТРАНСПОРТА В РОССИИ

А.Д. Масюкевич,

обучающийся 2 курса, направление подготовки 09.03.03
Прикладная информатика

Научный руководитель

К.Н. Цебренько,

кандидат технических наук,
доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Беспилотный автотранспорт на сегодняшний день является новинкой. Эта отрасль включает в себя огромное количество научных и технологических решений, ранее нигде не использовавшихся. Ее совершенствование неразрывно связано с прогрессом в промышленности, микроэлектронике и науке.

16 мая 2016 года на заседании Президиума Совета при Президенте РФ была создана стратегия по инновационному развитию транспорта в России, которая дала толчок к созданию беспилотного автотранспорта в нашей стране. Ее основной задачей стало доведение к 2035г. доли отечественных моделей беспилотников до 60% от общего количества проданных машин.

Однако остается вопрос о возможных проблемах и препятствиях, с которыми столкнется страна при реализации намеченных планов:

1. Во-первых, проблема качества дорожного покрытия и его подготовленность. Беспилотному автотранспорту требуется наличие асфальтированных дорог с четкой разметкой. На данный момент в России около 1,5 млн. км.

автомобильных трасс, из которых, пригодны для использования беспилотным транспортом не более 30%, что влечет за собой огромные вложения в сферу дорожного строительства.

2. Во-вторых, развитие беспилотных автомобилей поставит вопрос об исчезновении такой профессии, как водитель. Сейчас на доставку грузов тратится большое количество денег и времени, но с появлением автономных систем управления машиной водитель станет не нужен. Исчезнет потребность в таксистах, дальнобойщиках, машинистах поездов и метро. Это вызовет серьезный скачок безработицы, ведь водитель – самая популярная профессия в России, 7% населения (5 миллионов человек) трудится сегодня в этой сфере. Таким образом, модернизация несет с собой угрозу структурной безработицы, вызванной исчезновением профессии.

3. В-третьих, пока что отсутствует законодательная база для использования нового вида транспорта. Данная проблема актуальна для всего мирового сообщества: нет четких рекомендаций по определению виновного в ДТП или правонарушении, совершенном беспилотником, по сути, компьютером.

Эта проблема не так остра, как две предыдущие, но из-за нее развитие беспилотных систем - под вопросом, ведь невозможно внедрять то, что запрещено законом или никак им не регулируется. Компаниям, инженерам и ученым требуются четкие официальные указания от государства, частные инвесторы с опаской относятся к подобным проектам, из-за чего процесс разработки растягивается и нарастает отставание страны от иностранных конкурентов.

Тем не менее беспилотники имеют огромное количество преимуществ, а преодоление всех препятствий и преград позволит нам воочию увидеть их в быту. Снижение расходов на транспортировку грузов и пассажиров поможет значительно понизить цену на товары, услуги и билеты, в стоимость которых входит оплата труда водителя, издержки на длительность доставки и страхование автомобиля на случай ошибки водителя (человеческий фактор).

Кроме того, отсутствие человеческого фактора, о котором

упомянуто выше, повысит производительность и безопасность труда. Беспилотник, как выявила статистика, попадает в аварии в 8 раз реже, чем человек, не говоря уже про обычные нарушения, которые компьютер не совершает в силу заложенных в программу правил.

Повысятся объемы перевозок, так как более рациональным станет использование транспортной системы и машин.

Увеличится возможность доставки необходимых грузов в места техногенных катастроф, гуманитарной помощи в зоны боевых действий, без риска для жизни человека.

Какие компании на сегодняшний день разрабатывают беспилотные системы? Программную часть вождения – Cognitive Technologies совместно с автоконцерном «КамАЗ». Вопросами пассажирских перевозок (такси, поезда и метро) занимается Яндекс, РЖД и Siemens, которая пока что не отреагировала на санкции и продолжила работу над проектами в РФ.

Из проделанного нами анализа можно сделать вывод, что у России не просто есть перспективы развития беспилотного автотранспорта – оно уже идет, причем высокими темпами. Государство, бизнес, ученые, инженеры, – все заинтересованы в прогрессе в данной области. Ведь беспилотники – одно из самых перспективных направлений будущего, включающее в себя и социальную, и промышленную, и научную составляющую экономики. Их широкое использование в перспективе приведёт к увеличению экономического роста, развитию социальной сферы, улучшению качества услуг и безопасности на транспорте.

Список использованных источников

1. Современные информационные технологии в управлении сложными социально-экономическими системами: электронная монография / Отв. ред. Г.Д. Нестеров/ Нестеров Г.Д., Нестерова Н.С., Саакян Р.Р., Бужан В.В., Камалян Р.З. и др. – Краснодар: Новация, 2018. - 115 с.

2. Салий В.В. Построение экономической информационно-аналитической системы для оптимизации управления деятельностью

организации. // Информационные ресурсы России. Российское энергетическое агентство Министерства энергетики Российской Федерации (Москва). - 2021. - № 3 (181). - С. 37-40.

3. Цебренок К.Н. Концепция системы моделирования информационных систем // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. - 2020. - № 7-2 (46). - С. 86-88.

4. Цебренок, К. Н. Распределенная система обмена уведомлениями / К. Н. Цебренок // Вестник ИМСИТ. – 2021. – № 2(86). – С. 39-42.

5. Фролов, Р. Н. Информатизация современного российского общества: социально-экономические и правовые аспекты // Информационные ресурсы России. – 2020. – № 4(176). – С. 26-29.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ЦИФРОВОГО РУБЛЯ

А.А. Мельконьян,
обучающаяся 1 курса учетно-финансового факультета,
специальность 38.05.01
Экономическая безопасность,
специализация «Финансовая безопасность
агробизнеса»

Научный руководитель
А.А. Шулимова,
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической
теории

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И. Т. Трубилина» (г. Краснодар)

В период с 2010-х годов в сфере товарно-денежного обращения появляется криптовалюта – цифровые деньги. Основная причина невозможности использования данного вида средств на рынке – нестабильность и бесконтрольность криптовалюты. Идея цифровой валюты популярна и актуальна в России, и для предоставления возможности использования подобных форм денег Центральный Банк разрабатывает цифровой рубль, не являющийся криптовалютой, обеспеченный золотовалютными резервами и обладающий некой стабильностью.

Цель исследования: выявить преимущества и недостатки внедрения цифрового рубля, обозначить возможные проблемы, возникающие при его разработке и использовании.

Цифровой рубль – новая форма национальной валюты России, сочетающая в себе свойства наличных и безналичных денег. Он будет эквивалентен предшествующим формам российской валюты, обладать уникальным серийным номером и выполнять некоторые из тех функций, которые осуществляются привычными формами: мера

стоимости, средство платежа и средство сбережения. Банк России будет являться единственным эмитентом новой формы рубля.

Следует отметить, что причинами создания безналичных денег являются стремление упростить и обезопасить платежи, желание снизить стоимость транзакций, уменьшить зависимость посредников, стимулировать развитие экономики [1]. Также следует отметить намерение некоторых крупных иностранных компаний создать собственную цифровую валюту, что при появлении на российском рынке могло бы сильно увеличить уровень инфляции за счет неконтролируемого роста денежных средств.

Выделим преимущества цифрового рубля. Эта форма валюты облегчит проведение торговых операций на территориях, ограниченных в доступе к мировой сети, более того, финансовые услуги станут доступнее, сократятся издержки, связанные с проведением различных операций, появится возможность использовать электронные деньги без доступа в Интернет [2]. Государство сможет снизить издержки на администрирование бюджетных платежей и внимательнее следить за расходами бюджетных средств.

Среди недостатков можно выделить то, что на цифровые рубли не будут начисляться проценты, так как они будут храниться не в коммерческих банках, а на специальных платформах, то есть не будет возможности открыть с помощью них накопительные счета или вклады в банках [3]. Не исключено, что ряду кредитно-денежных организаций придется закрыться в связи с сокращением в обращении наличных и безналичных рублей. Некоторые банки не будут обладать должным объемом денежных средств для нормального функционирования.

При создании и использовании цифрового рубля может возникнуть ряд проблем: недостаточный уровень технологического развития предприятий для использования нового типа валюты, трудности с формированием механизма обеспечения информационной безопасности, так как процесс реализации данной идеи требует больших затрат на научные разработки, связанные с применением продукции, которую Россия не может получить в связи с введением санкций.

Тестирование цифрового рубля должно было пройти в апреле

2023 года, но по определенным обстоятельствам его перенесли на более поздний срок. Прототип платформы электронной валюты был создан еще в конце 2021 года, а в 2022 году было разработано законодательство для внедрения цифрового рубля.

Следует отметить, что Центральный Банк не рассматривает его в качестве замены существующих на данный момент наличным и безналичным платежным средствам, проект разрабатывается в дополнение к ним.

Особое внимание стоит уделить работе с платформой цифрового рубля. Сделки будут совершаться напрямую между сторонами, взаимодействие участников осуществится по двухуровневой системе, где на первом – Банк России как владелец платформы, открывающий электронные кошельки для банков, на втором – коммерческие банки, работающие уже с физическими лицами и организациями [4].

Таким образом, цифровой рубль является перспективной и полезной инновацией, при условии оставления остальных форм. В таком случае часть совершаемых с валютой операций будет надежно защищена от всевозможных угроз, легко используется даже без интернета, а другая часть денег сможет использоваться для преумножения капитала с помощью вкладов в банки.

Список использованных источников

1. Климовских Н.В. Макроэкономика: учебное пособие / Н.В. Климовских, А.А. Шулимова. – Краснодар: ИЭиУ МиСС, 2015. – 72 с.
2. Куницына Н.Н. Цифровой рубль или рубль в цифровой среде: перспективы институциональных перемен / Н.Н. Куницына, Е.И. Дюдикова // Вопросы экономики. – 2021. – № 9. – С. 149–160.
3. Саадулаева Т.А. Цифровой рубль как механизм обеспечения финансовой безопасности государства / Т.А. Саадулаева, Т.А. Шляхтина // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 6-2 (88). – С. 135–139.
4. Шулимова А.А. Денежно-кредитная система России. Этапы, реформы, механизмы, институты развития: монография / А.А. Шулимова. – Saarbrücken: LAP LAMBERT, 2016. – 144 с.

5. Яковлев А.И. Цифровой рубль: вопросы методологии // Теоретическая экономика. – 2022. – № 5 (89). – С. 100–106.

АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

М.Н. Мельник,
обучающаяся 4 курса, специальность 38.05.01
Экономическая безопасность

Научный руководитель
О.В. Мадатова,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В последние годы терроризм стал неотъемлемым явлением современной реальности, встречающимся как в нашей стране, так и за рубежом. Согласно статистике МВД, к концу 2022 года в России было зарегистрировано 2233 террористических и 1566 экстремистских преступлений [3].

Организованная террористическая деятельность угрожает духовному развитию нации, ведет к снижению моральных ценностей и разрушению генофонда нации. Она проявляется не только во взрывах и пожарах, но и в похищении людей, захвате заложников для дальнейшей выкупа, самолетов, поездов, кораблей в аналогичных целях.

В зависимости от деятельности и ожидаемых целей террористические организации, действующие на территории Российской Федерации, могут быть следующих видов:

1. Иностранцами представительствами международных террористических организаций, запрещенных в Российской Федерации.
2. Сепаратистскими бандами, действующими против федеральной власти и конституционного строя.

3. Квазитеррористическими организациями, занимающимися торговлей оружием и его реализацией, транспортировкой наркотиков, использующими терроризм в качестве прикрытия [2].

Причины, вызывающие терроризм, разнообразны и лежат в разных сферах жизни общества: экономической, социальной, политической.

Таковыми причинами являются противоречия в экономической сфере и рост социальной дифференциации общества, его политическая раздробленность, ожесточенная борьба за государственную власть, рост организованной преступности, усиление тенденции к насильственному разрешению социальных противоречий и конфликтов. Также возникновению терроризма способствует падение общественной морали, приводящее к снижению эффективности функционирования защитных механизмов в данной области, государственного аппарата, правоохранительных органов и специальных служб, отсутствию надежных механизмов правовой защиты населения.

Законодательно выделены три основных направления противодействия терроризму, которые получили дальнейшее развитие в Концепции противодействия терроризму в РФ [1].:

а) профилактика терроризма, включая выявление и последующее устранение причин и условий, способствующих совершению террористических актов;

б) выявление, предупреждение, пресечение, раскрытие и расследование террористического акта (борьба с терроризмом);

в) минимизация и (или) устранение последствий проявлений терроризма.

В целях профилактики противодействия терроризму необходимо осуществлять следующий комплекс мер: проводить беседы с молодежью, находящейся под влиянием экстремистских организаций, блокировать и уничтожать сайты с призывами и оправданиями террористической и экстремистской деятельности в глобальной сети Интернет, так как информационный в последнее время становится опасным видом.

Борьба с терроризмом предполагает осуществление федеральными органами исполнительной власти мероприятий по выявлению, пресечению и раскрытию подобного рода деятельности с применением оперативно-розыскных, контрразведывательных мероприятий, силовых мероприятий.

Минимизация и ликвидация последствий терроризма предполагает осуществление действий по оказанию медицинской и спасательной помощи пострадавшим лицам, восстановлению разрушенных объектов.

Таким образом, следует отметить, что терроризм представляет серьезную угрозу национальной безопасности страны, которую нельзя недооценивать в будущем. Ведь он может провоцировать целый ряд проблем в виде недовольства граждан, снижения лояльности населения к власти, увеличения уровня нестабильности в государстве, беспорядков, паники, обострения различных экономических вопросов.

Список использованных источников

1. Концепция противодействия терроризму в Российской Федерации (утв. Президентом РФ 05.10.2009) // КонсультантПлюс
2. Емельянов А.И. Антитеррористическая политика как один из аспектов национальной безопасности России // Вестник Московского государственного лингвистического университета. - 2020. - №6. - С. 266-274
3. Состояние преступности // МВД РФ [электронный ресурс]. - URL: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/> (дата обращения: 25.03.2023)

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ЯПОНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

С.П. Мигель,

обучающийся 2 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

Т.Г. Маглинова,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Сегодня Япония обладает высоким уровнем научно-технического развития и инновационным потенциалом. Внутренняя конкуренция привела к появлению новых технологий, необходимых для выживания и успеха на рынке. Постепенное развитие базы прикладных исследований, способность частных компаний внедрять и коммерциализировать высококачественные результаты научных исследований, а также гибкость производственных систем позволили японским компаниям активно внедрять новые технологии [2]. В качестве примера можно привести автоиндустрию. Японская автоиндустрия выводит на рынок товар через месяц после начала производства. США для этого требуется 4 месяца, европейцам – 2 месяца. Конечно же, Япония не сразу стала одной из самых технологичных стран. Обратимся к истории развития японской инновационной системы. Она делится на 2 этапа: период с 1950-1973 гг. и с 1973 - по настоящее время.

Первый этап - 1950-1973 годы. Этот период получил название "заимствования", "взятия", "ассимиляции" или "освоения" в науке и технике мирового промышленного производства. С начала 1950-х годов Япония стала одним из крупнейших покупателей новейших

технологических достижений в мире. Государство решило осваивать передовые методы технологического обновления, особенно в черной металлургии, электротехнике, химической промышленности и других отраслях промышленности. Это позволило Японии выиграть время и уменьшить затраты на реструктуризацию экономики. Согласно расчетам экспертов, общая прибыль Страны восходящего солнца от импорта в 1950-1969 финансовом году достигла 700 миллиардов долларов США.

Второй этап длился с 1973 года по настоящее время. Следует отметить, что в начале 1970 годов в Японии были созданы организационные, кадровые и материальные условия для достижения лучших результатов в исследованиях и разработках. Энергетический кризис 1973 года стимулировал исследования, разработку и использование энергосберегающих технологий. С 1973 по 1984 год валовой национальный продукт удвоился, а спрос в стране на энергоносители увеличился всего на 7-8%. В 1990-е годы политической целью было превратить Японию в мощную технологическую державу. Для этого был создан «План реконструкции Японских островов».

Цифровая трансформация — это трансформация системы управления путём пересмотра стратегии, моделей, операций, продуктов, маркетингового подхода и целей, обеспечиваемая внедрением цифровых технологий. Она призвана ускорить продажи и рост бизнеса, увеличить эффективность деятельности организаций. Все началось с того, что в 2016 году правительство Японии обозначило основные проблемы, которые мешают устойчивому развитию экономики страны и отрицательно влияют на общество. Среди них – сокращение численности работающего населения и его старение, снижение глобальной конкурентоспособности производства, необходимость обновления инфраструктуры, экологические проблемы, нехватка природных ресурсов, вопросы противодействия стихийным бедствиям и терроризму. Эти вызовы поставили перед государством задачу не столько трансформации индустриального сектора, сколько создания универсальной концепции, которая бы выходила за рамки отраслевых проблем и отвечала бы, в первую очередь, социальным потребностям и

запросам [1,3]. Япония же в ответ на стоящие перед ней вызовы анонсирует всеобъемлющую стратегию – «Общество 5.0», разработанную правительством страны при активном участии японской ассоциации крупного бизнеса «Кэйданрен». Согласно концепции, «Общество 5.0» – новый этап в развитии экономики и общества, позволяющий устранить неравенство информационных платформ и промышленных производителей, а также обеспечить дальнейшее развитие науки и технологий в гармонии с интересами каждого члена социума. При этом «Общество 5.0» решает социальные проблемы с помощью интеграции физического и киберпространств, делая жизнь человека удобной и полноценной, а инновации – безопасными и экологичными.

Список использованных источников

1. Маглинова, Т. Г. К вопросу трансформации современной экономической системы / Т. Г. Маглинова // Актуальные вопросы развития современного общества : Сборник научных статей 12-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 21–22 апреля 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 220-224. – EDN CIYTEJ.

2. Technological Innovation and Economic Development in modern Japan [Электронный ресурс]—Режим доступа— URL:<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003109839/technological-innovation-economic-development-modern-japan-guanquan>// (Дата обращения: 28.03.2023).

3. Japan once led global tech innovation [Электронный ресурс]—Режим доступа— URL: <https://restofworld.org/2022/japan-led-global-tech-innovation-fall-behind/> (Дата обращения: 27.03.2023).

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

С.П. Мигель,

обучающийся 2 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

Е. В. Мугаева,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного и корпоративного
управления

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В последние годы в практике управления персоналом четко прослеживается переплетение различных моделей, используемых в зарубежных странах: Соединенных Штатах, Японии и Западной Европе. Это процесс интернационализации современного менеджмента. Его важным этапом является усвоение идеи системного подхода и создание различных моделей организации не только работы, но и развития. На этой основе сформировался новый подход к руководству персоналом – управление человеческими ресурсами.

В современной теории и практике корпоративного кадрового менеджмента в промышленно развитых странах доминируют два совершенно противоположных метода – в Соединенных Штатах и Японии.

В США действует подход "должность-сотрудник". Основными особенностями системы управления американских компаний являются следующие: персонал – это главный источник повышения эффективности производства, он получает определенную степень автономии. При приеме на работу учитываются образование, фактический опыт работы, психологическая совместимость, способность работать

в команде.

Американские лидеры всегда фокусировались на личностных ценностях и достижениях. Вся управленческая деятельность компаний США основана на механизме личной ответственности, оценке индивидуальных результатов и разработке количественного выражения краткосрочных целей. Управленческие решения обычно принимаются конкретным персоналом, эти менеджеры несут ответственность за их реализацию.

Типичный американский менеджмент преследует следующие цели:

- сократить работу центральных служб и количество административных учреждений;
- расширить перечень профессий и должностных инструкций;
- объедините инженеров, ученых и производственных работников в комплексные команды - проектные и целевые группы.

В Соединенных Штатах все малые и крупные компании придерживаются открытой политики "входа-выхода", при которой процесс найма очень прост. Если компании необходимо, сотрудники могут быть освобождены или переведены без особых проблем.

Японская модель предусматривает предварительное исследование преимуществ и недостатков личности сотрудника и выбор подходящего для него рабочего места.

Для такого менеджмента характерны определенные черты:

- долгосрочное видение работы в компании каждого сотрудника;
- заработная плата определяется комплексно, с учетом возраста, опыта работы, образования и способности выполнять поставленные задачи.

Работники участвуют в профсоюзах, созданных внутри организации, а не в промышленности в целом.

К основным принципам управления персоналом здесь относятся следующие:

- объединение интересов и видов деятельности компании и ее

сотрудников;

- приоритет коллективов, содействие трудовому сотрудничеству в малых группах внутри фирмы;
- атмосфера равенства среди работников, независимо от их должности;
- баланс влияния и интересов, который обеспечивают три основные движущие силы компании: менеджеры, инвесторы и сотрудники.

В Японии нет традиции деления работников на три категории (высококвалифицированные, низкоквалифицированные и неквалифицированный персонал). К моменту приема на работу все работники проходят обучение. Они обязательно улучшают свои навыки. Кроме того, нет четкой границы между инженерно-техническими работниками и рабочими.

В настоящее время можно выделить такую тенденцию: некоторые компании, обычно крупные, придерживаются американской модели управления. Обычно это объясняется их происхождением. В России не так много крупных фирм, которые изначально были построены с использованием исключительно российского капитала. Предприятия, созданные западными инвесторами, спроектированы по заграничным образцам, причем не в лучшем смысле этого слова. К сожалению, в России они эксплуатируют работников гораздо жестче, чем у себя дома, у наших людей гораздо меньше социальной защиты в таких компаниях. На наш взгляд, государство должно обратить внимание на этот факт.

Список использованных источников

1. Японский опыт управления персоналом [Электронный ресурс]. - Режим доступа— URL: https://vuzlit.com/2128389/yaponskiy_opyt_upravleniya_personalom
2. Зарубежный опыт управления персоналом и его применение в российских предприятиях [Электронный ресурс]. - Режим доступа— URL: <https://www.evkoval.org/referaty/zarubezhnyij-opyit-upravleniya-personalom-i-ego-primenenie-na-predpriyatiyah-rossii>

3. Зарубежный опыт управления персоналом [Электронный ресурс]. - Режим доступа— URL:
<https://studbooks.net/1501349/menedzhment/>

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ АРХИТЕКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

А.М. Моляренко,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 09.03.03
Прикладная информатика

Научный руководитель

Цебренок К.Н.,

кандидат технических наук,
доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Современные информационные системы (ИС) играют важную роль в бизнесе и социальной жизни. Но для того, чтобы они были эффективными и функциональными, необходимо правильно спроектировать их архитектуру. Современные методы моделирования архитектуры ИС позволяют создавать более сложные и масштабируемые, соответствующие требованиям бизнеса и удовлетворяющие потребности пользователей. В данной статье рассмотрены основные методы моделирования архитектуры информационных систем, которые используются в настоящее время.

Цель работы - изучение современных методов моделирования архитектуры ИС с целью повышения эффективности их разработки и управления.

Чтобы разобраться в данной теме рассмотрены современные методы моделирования архитектуры информационных систем [1, 2].

Unified Modeling Language (UML) – это стандартизированный визуальный язык моделирования, используемый для проектирования и представления программных систем. Он был создан в 1990-х годах Грэди Бучем, Иваром Якобсоном и Джеймсом Рамбо в качестве

общего языка для коммуникации и сотрудничества между разработчиками программного обеспечения при проектировании.

Существует несколько типов диаграмм UML, включая диаграммы классов, которые показывают структуру программной системы, представляя классы, их атрибуты и отношения между ними. Они представляют взаимодействие между различными компонентами программной системы во времени. Диаграммы прецедентов показывают взаимодействие между актёрами (пользователями или внешними системами) и программной системой, помогают идентифицировать различные прецеденты, которые она должна поддерживать, показывают в ней поток действий или процессов.

Business Process Model and Notation (BPMN) — это стандарт графического представления бизнес-процессов. Используется для моделирования, документирования и коммуникации бизнес-процессов в стандартизированном формате. BPMN предоставляет набор символов и правил для создания диаграмм процессов, которые могут быть легко поняты различными заинтересованными сторонами, включая бизнес-аналитиков, разработчиков и пользователей [3].

Диаграммы BPMN обычно состоят из набора объектов потока, соединительных объектов и артефактов. Объекты потока представляют действия, события и шлюзы, участвующие в процессе. Соединительные объекты включают последовательные потоки, потоки сообщений и ассоциации, которые связывают объекты потока. Артефакты предоставляют дополнительную информацию о процессе, такую как аннотации и объекты данных.

ArchiMate – это язык моделирования корпоративной архитектуры, который используется для описания и визуализации сложных систем, процессов и приложений в организации. Он был разработан группой The Open Group и широко применяется архитекторами, менеджерами ИТ и бизнес-аналитиками для создания и коммуникации моделей архитектуры [1].

ArchiMate предоставляет набор графических символов и концепций, которые могут использоваться для представления различных аспектов архитектуры организации. Эти символы применяются для

создания диаграмм, показывающих отношения между различными компонентами архитектуры, такими как бизнес-процессы, потоки информации и технологическая инфраструктура.

Entity Relationship Diagrams связь (ERD) – графические представления, используемые для моделирования и описания структуры базы данных или информационной системы.

ERD обычно состоят из трех основных компонентов:

- сущности, представленные прямоугольниками (являются объектами или концепциями, которые моделируются в системе). Например, в базе данных университета сущностями могут быть студенты, курсы и профессора;

- атрибуты, представленные овалами (являются характеристиками или свойствами сущности). Например, сущность студента может иметь атрибуты, такие как имя, студенческий номер и специальность;

- отношения, представленные ромбами (иллюстрируют связи между сущностями). Например – между студентами и курсами, указывая на то, что обучающийся имеет право записаться на несколько курсов, а у курса могут быть нескольких студентов -пользователей.

Data Flow Diagrams – Диаграммы потоков данных (DFD) — это графическое представление потока данных через систему, используя символы и стрелки для иллюстрации того, как данные перемещаются от одного процесса к другому. Это визуальный инструмент, применяемый для описания потока информации в системе и определения входных и выходных данных каждого процесса.

DFD обычно разделяются на четыре уровня, каждый из которых демонстрирует разный уровень детализации: 0 DFD (представляет всю систему как один процесс с входными и выходными данными); 1 DFD (разбивает на основные процессы с входными и выходными данными); 2 DFD (позволяет получить более подробную информацию о процессах, идентифицированных на уровне 1, разбивая их на подпроцессы); 3 DFD (предоставляет еще больше деталей о подпроцессах, идентифицированных на уровне 2, разбивая их на отдельные задачи).

Service-Oriented Architecture - архитектура, ориентированная на сервисы (SOA), является подходом к проектированию

программного обеспечения, который акцентирует внимание на использовании слабо связанных, повторно применяющихся компонентов программного обеспечения или сервисов для создания приложений. В SOA они являются автономными блоками функциональности, которые могут быть доступными и использоваться другими приложениями или сервисами в распределенной вычислительной среде. Разрабатываются таким образом, чтобы быть независимыми от платформы, так что их можно использовать в приложениях, работающих на разных операционных системах и аппаратных платформах.

Model-Driven Architecture (MDA) — это подход к проектированию и разработке программного обеспечения, который акцентирует внимание на использовании моделей и инструментов разработки на основе моделей. Это расширение стандартов Unified Modeling Language (UML) и Meta-Object Facility (MOF) от группы Object Management Group (OMG). MDA предоставляет рамки для разработки программных приложений на основе серии моделей, описывающих структуру и поведение системы.

MDA состоит из трех основных компонентов: вычислительно-независимой модели (CIM), платформонезависимой (PIM) и платформоспецифичной (PSM). CIM — это высокоуровневая модель, описывающая бизнес-требования и процессы системы. PIM — более детальная, описывающая функциональность и поведение системы, независимо от конкретной технологии или платформы. PSM — это детальная модель, описывающая реализацию системы на конкретной платформе или технологии.

Zachman Framework — это фреймворк для предприятий, который обеспечивает структурированный способ анализа и организации информационной и технологической инфраструктуры организации. Разработанный в 1980-х годах, фреймворк основан на шести перспективах, которые используются для классификации и организации информации.

Анализируя информационную и технологическую инфраструктуру организации с помощью этих перспектив, фреймворк обеспечивает всесторонний взгляд на архитектуру организации, позволяя

заинтересованным сторонам выявлять пробелы и области для улучшения.

TOGAF (The Open Group Architecture Framework) — это комплексный фреймворк для корпоративной архитектуры, который обеспечивает общий язык, методологию и инструменты для создания и управления корпоративной архитектурой. TOGAF разработан и поддерживается The Open Group - глобальным консорциумом из более чем 500 организаций, который способствует развитию открытых стандартов и межоперабельности.

TOGAF обеспечивает структурированный подход к корпоративной архитектуре, включающий четыре ключевых компонента: Метод разработки архитектуры (ADM), TOGAF Reference Models, Architecture Content Framework и Architecture Capability Framework.

Agile Modeling — это методология разработки программного обеспечения, которая акцентирует внимание на использовании принципов и практик Agile для моделирования и документирования. Она основана на Agile Manifesto и принципах методологии Agile Software Development. Agile Modeling — подход, фокусирующийся на сотрудничестве, коммуникации и готовности к изменениям.

Одним из основных преимуществ Agile Modeling является то, что она способствует гибкости и адаптивности в процессе разработки. Вместо того, чтобы придерживаться жесткого, заранее определенного плана, Agile Modeling поощряет команды принимать изменения и корректировать свой подход по мере необходимости.

В целом, Agile Modeling — это ценный подход для команд разработки программного обеспечения, которые отдают приоритет сотрудничеству, коммуникации и готовности к изменениям. Принимая принципы и практики Agile Modeling, команды могут создавать эффективное программное обеспечение, соответствующее потребностям их клиентов и заинтересованных сторон.

В заключение можно сделать вывод, что моделирование архитектуры информационных систем является необходимым условием для успешной реализации проектов в области информационных технологий [4], [5]. Современные методы моделирования архитектуры

информационных систем включают широкий спектр инструментов, каждый из которых имеет свои особенности и преимущества [6]. Поэтому важно учитывать конкретные требования бизнеса и выбрать подходящий метод моделирования.

Список использованных источников

1. Цебренок, К. Н. Концепция системы моделирования информационных систем / К. Н. Цебренок // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 7-2(46). – С. 86-88. – DOI 10.24411/2500-1000-2020-10891. – EDN QUCCRK.

2. Цебренок, К. Н. Совершенствование архитектуры предприятия на основе функционально-структурного моделирования / К. Н. Цебренок // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 7-2(70). – С. 211-214. – DOI 10.24412/2500-1000-2022-7-2-211-214. – EDN XYCROO.

3. Цебренок, К. Н. Анализ архитектуры предприятия с использованием визуальных средств моделирования / К. Н. Цебренок // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 8-1(59). – С. 115-118. – DOI 10.24412/2500-1000-2021-8-1-115-118. – EDN PGQPZU.

4. Фролов Р. Н. Разработка оптимальной структуры интегрированной информационно-образовательной среды // Информационные ресурсы России. – 2022. – № 3(187). – С. 58-65. – DOI 10.52815/0204-3653_2022_03187.58. – EDN BHTJLI.

5. Цебренок, К. Н. Реструктуризация бизнес-процессов производственного предприятия / К. Н. Цебренок // Вестник ИМСИТ. – 2021. – № 3(87). – С. 19-21. – EDN VFLTJE.

6. Цебренок, К. Н. Цифровизация деятельности хозяйствующих субъектов на основе анализа бизнес-процессов / К. Н. Цебренок // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 8-3(71). – С. 205-208. – DOI 10.24412/2500-1000-2022-8-3-205-208. – EDN AHBJPX.

МОДНАЯ ПРИВЫЧКА В ПОДРОСТКОВОЙ СРЕДЕ

М.М. Неговора,

обучающаяся 3 курса Академического колледжа,
специальность 44.02.02

Преподавание в начальных классах.

Научный руководитель

И.В. Емельянова,

преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Г. А. Шичко, психофизиолог, создатель метода самостоятельного избавления от социально запрограммированных вредных привычек, отмечал, что «зависимость начинается не с первой выпитой рюмки, а с первой, увиденной в руках родителей» [1]. Данное высказывание позволяет заметить, что положительную установку на потребление алкоголя и табака дети все же получают от родителей. Поэтому профилактические мероприятия в первую очередь должны быть направлены на изменение отношения к алкогольным и табачным изделиям у взрослых. Как показывает практика, очередная абстрактная декларация о том, что алкоголь и табак оказывают вредное воздействие на организм человека, у подростков не дает ожидаемого результата.

Подростковое курение – распространённая проблема в современном мире. Кто-то прибегает к нему из-за проблем внутри семьи, другие пытаются подражать взрослым, многие дымят просто за компанию, чтобы не выделяться среди своих. Однако курение разрушительно сказывается на неокрепшем организме, влияя не только на здоровье в целом, но и на физическое и умственное развитие среди подростков. Самая популярная причина – стремление не выделяться из общей компании сверстников. Школьнику кажется, что таким образом

он повышает свой авторитет в глазах всей компании. Так проще завести новые знакомства и не отбиться от уже существующей толпы. Ещё одна черта, свойственная всем подросткам, – чрезмерное любопытство. Если взрослые курят, считая это приемлемым, значит стоит попробовать. Первая затяжка всегда кажется игрой, но потом подросток перестает замечать, как во время прогулки, разговора с друзьями его рука с зажатой в ней «электронкой» машинально тянется ко рту. Подражание – вечная проблема юных, ведь в этом возрасте так хочется казаться старше и интереснее. Подростки часто перенимают внешние атрибуты того, что, по их мнению, показывает «взрослость». По материалам анкетирования, проведенного изданием «Вестник науки», 60% девушек ответили, что «это красиво», «модно», другие — что «курят, потому что хотят нравиться», «привлечь к себе внимание» [2].

Вред никотина для растущего организма намного серьёзнее, чем для взрослых. Токсины действуют на подростков сильнее, быстрее вызывают привыкание, поскольку тело ещё до конца не сформировано.

Иллюзия того, что вейпы и электронные сигареты менее вредны, нежели обычные сигареты, а также фруктовые запахи аэрозолей, способствовали продвижению товара даже среди малолетних, то есть детей, не достигших 12-летнего возраста. Ещё одним фактором, способствующим распространению вредной привычки, стала демонстративность употребления. Люди с ЭС и вейпами чаще курильщиков обычных сигарет позволяют себе дымить в общественном транспорте, организациях общепита. Причина проста: в обществе сильны мифы о том, что альтернативные «средства доставки никотина» позволено использовать в общественных местах [3].

Проблема детского и подросткового курения в целом актуальна, поэтому важно думать о ее профилактике. Родители и школа должны информировать детей о никотиновой зависимости, её вреде и влиянии на жизнь, подтверждая слова статистическими исследованиями, рассказывая о людях, которые добились многого в жизни без сигарет. Скучную для подростков информацию можно преподносить в виде интересных книг, фильмов, захватывающих реальных историй из жизни. С раннего возраста необходимо приобщать детей к спорту и

разнообразным хобби. В разговоре с подростками стоит делать упор на плюсы жизни без никотиновой зависимости. Вейпы на сегодня вполне доступны, а психология ребенка такова: всё, что взрослые запретили, обязательно нужно попробовать.

Целью данного исследования является выявление уровня осознанности обучающимися вреда, наносимого употреблением электронной сигареты.

При регулярном использовании электронных сигарет человек становится чересчур эмоциональным и активным, что может довести до истерии или, наоборот, депрессии. Состояние «парения» становится зависимостью. Часто подростки уже и не испытывают удовольствия от вейпа, но не могут от него отказаться. Никотин, в аэрозолях электронных сигарет крайне токсичен, мгновенно всасывается и добирается до мозга, вызывает зависимость быстрее, чем никотин при курении обычных сигарет. Для того, чтобы отказаться от дурной привычки, нужна огромная сила воли и мотивация.

Мода на вейпы, сформированная в том числе через иностранные, а потом и отечественные интернет-медиа, докатилась до российских подростков еще несколько лет назад. Для данного исследования совместно с научным руководителем мы составили опросник из 10 открытых вопросов, характеризующих уровень информированности студентов о влиянии продукции, содержащей никотин, на организм, а также выявление уровня зависимости обучающихся Академического колледжа ИМСИТ от нее на данный момент.

В исследовании приняли участие 130 обучающихся 1-2 курсов колледжа. Опрос был проведен в неформальных условиях, с позиции «на равных», что снизило процент недостоверных социально значимых ответов.

В ходе исследования был проведен опрос для выявления никотиновой зависимости, в результате которого выяснилось, что 47% обучающихся курят тем или иным способом, 31% респондентов являются пассивными курильщиками, т.к. находятся в зоне распространения никотинового дыма, продуктов его распада. Только 22% опрошенных ответили, что не используют никаких изделий, содержащих никотин.

Это показано на рисунке 1.



Рисунок – 1 Результаты опроса

Также анкетирование выявило: большинство обучающихся Академического колледжа уверены в том, что, заменив обычные сигареты электронными, вред для организма можно уменьшить, они отрицают свою зависимость от вейпов. Это показано на рисунке 2.

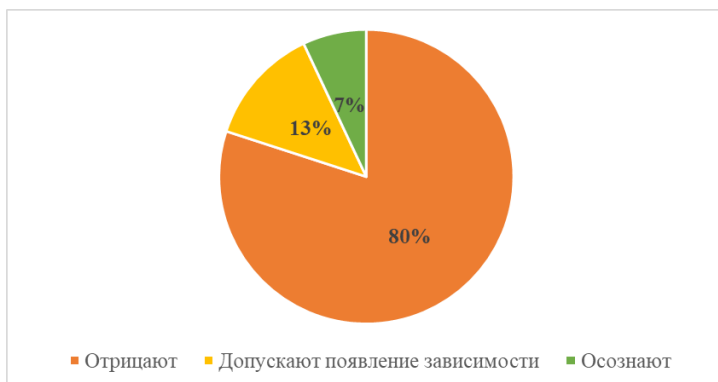


Рисунок – 2 Результаты опроса

Исходя из полученных данных можно сделать вывод, что 80% респондентов, курящих электронные девайсы, отрицают наличие у них зависимости, хотя признаются, что употребляют их более 1 года. 13% допускают, что употребление электронных сигарет приведет их к зависимости, и только 7% осознают наличие дурной привычки и ее последствий для организма. Многие убеждены, что электронные сигареты можно использовать везде, даже в местах, где курение запрещено. Зачастую аргументом является фраза: «Ведь это просто безвредный пар, как из чайника, он никому не помешает, это же не табачный дым». Но это не так. Пар — газообразное состояние вещества. А электронные сигареты выделяют аэрозоль, то есть взвесь частиц в газе. И это огромная разница. Мелкие частицы аэрозоля всегда травмируют легкие, могут вызывать раздражение альвеол, кашель и другие респираторные проблемы.

Помимо воды, в жидкости для электронных сигарет есть еще пропиленгликоль или растительный глицерин, жидкие носители для никотина. Они признаны безопасными, если используются в пищевом производстве, но их никто не признавал безопасными для вдыхания. Находиться рядом с парильщиком может быть опасным, если человек попадает в зону выдыхаемого аэрозоля.

Однако и это еще не все. Недавнее исследование американских ученых показало, что электронные сигареты взрывоопасны. Дело в том, что литий-ионные аккумуляторы, энергия которых необходима для работы устройства, быстро перегреваются. Значительное повышение температуры становится причиной короткого замыкания, в результате чего электронная сигарета в любой момент может буквально взорваться в руках курильщика.

Электронные сигареты не могут считаться здоровой альтернативой обычным сигаретам. Последствия любого вида и способа курения опасны для здоровья. В зоне особого риска - дети и подростки, именно электронные сигареты за счет комфортности использования быстро формируют стойкую зависимость. Ведь, попробовав электронную сигарету один раз, часто за ней тянутся и во второй. Хотелось бы, чтобы государство и общество предприняли все возможные меры, чтобы

защитить подрастающее поколение от подобной продукции.

Список использованных источников

1. Дроздов И.В. Геннадий Шичко и его метод / И.В. Дроздов. – М.: Философская Книга 2020. № 4 .- URL: http://npo.tspu.edu.ru/archive.html?year=2015&issue=4&article_id=5682 (дата обращения: 25.10.2023г)
2. Федоров, А. До последней тяги / А. Федоров // Здоровье. — 2014. — № 10. — С. 8.
3. Дым терпимости: почему дети подсели на вейпы и электросигареты | Статья/Известия». – Режим доступа: <https://iz.ru/1394755/ivan-retrov/dym-terpimosti-pochemu-deti-podseli-na-veipy-i-elektrosigarety>
4. Сравнение распространённости вейпа в городах и сельских местностях среди учащихся. - Режим доступа: cyberleninka.ru (дата обращения: 25.10.2023г)
5. Курение нужно сделать немодным среди молодежи. – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/03/31/kurenje-nuzhno-sdelat-nemodnym-sredi-molodezhi.html> (дата обращения: 25.10.2023г)

СОСТОЯНИЕ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

С.С. Обручников,

обучающийся 4 курса, специальность 38.05.01

Экономическая безопасность

Научный руководитель

С.Ю. Субачев,

кандидат юридических наук,

доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Сегодня Российская Федерация является мировым лидером по количеству наложенных санкций. Нефтегазовую отрасль эти санкции, к сожалению, не обошли стороной. Доля нефтегазовых доходов в ВВП России составляет около 20%, в бюджете — около 40%, что является подтверждением важности данной отрасли для экономики России.

Начиная с 1917 года, против нашей страны США уже вводили эмбарго, действовали технологические и финансовые санкции. Однако с 2014 года их масштаб увеличился. На тот момент технологические санкции в отношении топливно-энергетического комплекса касались только новых технологий, а именно арктического шельфа, сланцевых проектов и глубоководной добычи, то есть под санкции попало всё то перспективное, что могло дать России новый скачок в развитии отрасли [1].

В 2022 году США запретили импорт нефтепродуктов, сжиженного природного газа и угля из России. Европейский Союз с 5 декабря ввёл запрет на покупку сырой нефти, а с 5 февраля 2023 года – нефтепродуктов. Запретили также страховать танкеры с российской нефтью, ввели «потолок цен» в 60 долларов за баррель.

Но даже в случае введения самых жестких ограничений у России есть поле для маневра.

В теории, запрет на страхование судов должен привести к падению морского экспорта, так как по правилам перевозки нефтяных грузов танкер не может зайти в порт приёма, если он не застрахован. Но Россия может прибегать к страховке с помощью собственных страховых компаний или компаний Шанхайской Организации Содружества.

Еще один барьер — ценовой потолок. Десятки тысяч сделок совершаются в течение года, проконтролировать, какая цена в каждом контракте, практически невозможно, особенно если сделки осуществляются не в долларах или евро, а в национальных валютах, то есть, минуя swift. Но даже если это и возможно, есть вариант указать в контракте цену в 30 долларов, а дополнительно написать, что Россия также предоставляет покупателю какие-либо услуги, например, консалтинговые. В сумме цена будет такой, какой её согласуют с покупателем, но позволит обойти ценовой потолок. Кроме того, в договоре можно зафиксировать, что покупатель рассчитывается не в деньгах, а в товарах, то есть совершается бартер.

По результатам 2021 года, больше половины нашего экспорта жидких углеводородов (около 60%) поставлялось в недружественные страны. В результате чего Россия вынуждена переориентировать значительный объем экспорта. А нефтепродукты наша страна больше экспортирует, чем потребляет, причем от них зависимость недружественных стран выше, чем от сырой нефти [2]. Страны Европейского союза ввели санкции, хотя сами находятся в значительной зависимости от российской нефти (рис. 1). Однако Европа по-прежнему может покупать трубопроводную нефть из России. Болгарии можно не просто покупать ее, но и перепродавать. Венгрия тоже имеет такую возможность — перерабатывать её и продавать нефтепродукты, потому что все остальные страны этого делать не могут. Таким образом, несмотря на установленное эмбарго, есть исключения.

У России достаточно успешно получилось переориентировать рынок сбыта (рис.2). На 30 миллионов тонн сократились поставки в страны Запада, а в Индию, Китай и прочие государства увеличились

на 50 млн. тонн.



Исключения (в рамках 6-го Пакета санкций ЕС)

- Разрешены трубопроводные поставки нефти
- Болгарии разрешается покупать, импортировать или передавать российской сырую нефть и нефтепродукты, поставленные по морю, до 31 декабря 2024 г. (для контрактов, заключенных до 04.06.2022)
- Нефть и нефтепродукты, подпадающие под исключения из санкций, не могут быть проданы третьим странам-членам ЕС

Рисунок 1 – Доля поставок РФ в общем импорте жидких углеводородов в 2021 г., % [3]

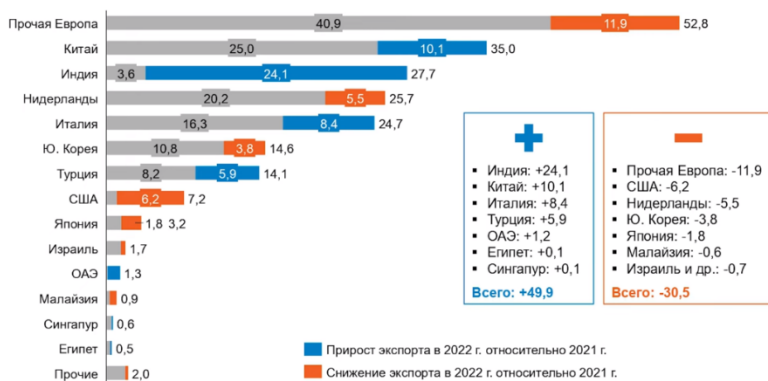


Рисунок 2 – Морской экспорт нефти РФ за январь-октябрь 2021 и 2022 гг. по направлениям, млн. т. [3]

В России 35 крупных нефтеперерабатывающих заводов. Большинство из них – это наследие СССР, чем и обусловлено их расположение в основных центрах потребления. По советскому государственному плану крупные производства размещали в центрах потребления с целью сокращения затрат на транспортировку. В Советском Союзе

это было оправдано, однако в данный момент это создает определенные логистические неудобства. Из центра страны экспортировать нефтепродукты в страны Азии чуть более затратно, чем если бы заводы были расположены в портах, на границах и т.д. Поэтому Россия намерена налаживать логистические цепочки и модернизировать нефтяную инфраструктуру.

Таким образом, ведется плотная работа по переориентации поставок нефти и нефтепродуктов с рынка стран Евросоюза и других недружественных государств в страны Азии, Африки, Латинской Америки и Ближнего Востока.

Также Министерство энергетики РФ планирует до конца 2023 г. проработать вопрос расширения применения налога на дополнительный доход (НДД), чтобы таким образом стимулировать добычу трудноизвлекаемой нефти и нерентабельных месторождений. В числе других задач на этот год министр энергетики РФ Н. Г. Шульгинов 28 марта 2023 года назвал модернизацию нефтеперерабатывающих и нефтехимических заводов. По его словам, суммарные инвестиции в проекты нефтепереработки могут превысить 1 трлн. руб., что позволит построить и реконструировать 50 технологических установок вторичной переработки нефти и вспомогательных установок. В результате выпуск светлых нефтепродуктов в России к 2030 г. вырастет «на 6% до 72,5%» [4].

Список использованных источников

1. Тимофеев А. История ограничений: почему санкции против России были всегда [Электронный ресурс]: Информационный ресурс Газета.ру. – 3 марта 2022. – Режим доступа: [<https://www.gazeta.ru/social/2022/03/03/14596663.shtml>] (дата обращения 26.03.2023).

2. Министерство энергетики Российской Федерации: официальный сайт. Статистические данные Министерства энергетики РФ. – Москва. – URL: <https://minenergo.gov.ru/activity/statistic> (дата обращения 26.03.2023).

3. Федеральная таможенная служба Российской Федерации

(ФТС России): официальный сайт. Статистические данные ФТС России. – Москва. – URL: <https://customs.gov.ru/statistic/vneshn-torg> (дата обращения 26.03.2023).

4. Савенкова Д. Россия перенаправила всю нефть и нефтепродукты на новые рынки [Электронный ресурс]: Ведомости. – 28 марта 2023. – Режим доступа: [<https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/03/28/968490-rossiya-perepravila-neft>] (дата обращения 29.03.2023).

ПРИЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ БИОГРАФИИ ПИСАТЕЛЯ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ ГРАМОТНОСТИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Д.Д. Овсова,
обучающаяся 3 курса Академического колледжа,
специальность 44.02.02
Преподавание в начальных классах.

Научный руководитель
Л.Н. Кравченко,
преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В данной работе аргументированно доказывается необходимость изучения биографии писателя на уроках литературного чтения. Кроме того, перечислены приемы, которые целесообразно использовать как элементы биографического метода, что будет способствовать подготовке детей к восприятию и анализу изучаемого литературного произведения.

Лев Николаевич Толстой – один из наиболее известных русских писателей и мыслителей, один из величайших в мире романистов. Это автор, ещё при жизни признанный главой отечественной литературы. Его творчество ознаменовало новый этап в русском и мировом реализме. Вряд ли в нашей стране найдётся человек, не слышавший о великом романе «Война и мир», который официально признан одним из самых ярких произведений мировой литературы.

Каждый педагог знает, что Лев Николаевич писал не только книги с глубоким философским смыслом, поднимая насущные проблемы того времени, но и для контингента помладше, например, для обучающихся начальных классов.

Прежде чем познакомить младших школьников с новым произведением, необходимо сообщить сведения о биографии автора. В каждом литературном произведении отражается личность писателя, выражается его позиция, без усвоения которой невозможно привести учащихся к полноценному и глубокому пониманию художественного текста, а значит, нельзя сформировать грамотного читателя.

Необходимость изучения биографии писателя аргументирована в работах Г.Г. Граник, В.М. Жирмунского, В.Г. Зимченко, В.Г. Зусмана, З.И. Кирнозе, Л.А. Концевой и некоторых других учёных.

Отсюда вытекает спорный вопрос: «Какие моменты из биографии писателя допустимо рассказывать, а какие категорически запрещено?» Одной из первостепенных задач педагога является развитие читательского интереса. Но если преподаватель станет рассказывать обучающимся начальной школы о тяжелой и горькой смерти детей Льва Толстого или о серьёзной проблеме неравенства между крепостными и дворянами, то это может испугать школьников, вызвать негативную реакцию и надолго оттолкнуть их от произведений Льва Николаевича. Учеными были сформулированы основные положения, которым должно соответствовать содержание рассказа о биографии писателя:

1. Отражение в биографических сведениях непосредственной связи с конкретным изучаемым текстом.

2. Обязательное наличие кратких сведений об эпохе.

3. Необходимо упоминание 1-2 имен других писателей с целью формирования целостного представления об истории литературы, литературном процессе.

4. Если это возможно, в рассказе о биографии писателя должна прослеживаться связь с историей региона, в котором проживают обучающиеся.

5. Руководствуясь принципом целесообразности, следует использовать современные средства наглядности и ИКТ.

6. Не стоит повторять сведения, отраженные в учебнике, необходимо дополнять их.

Названные положения должны соотноситься с основными

требованиями, предъявляемыми методикой к данному виду работы. В частности, сообщение о биографии писателя должно

- быть доступным, соответствующим возрасту учащихся;
- вызывать интерес к творчеству;
- носить в равной степени обучающий и воспитывающий характер.

Педагог обязан тщательно подбирать информацию таким образом, чтобы она соответствовала возрастному развитию учеников.

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» разработан Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования, где прописаны основные цели и задачи, направленные на формирование читательской грамотности через понимание литературы как явления национальной и мировой культуры, средства сохранения и передачи нравственных ценностей и традиций.

Чтобы научить школьника читать, необходимо совершенствовать технику чтения, сформировать правильный механизм восприятия художественного и научно-познавательного текста, выработать соответствующие умения. В современной науке проблемой развития читательской деятельности у младших школьников занимались такие известные психологи, как Л.С. Выготский, В.В. Давыдов, Н.И. Жинкин, И.П. Подласый, И.И. Тихомирова. Особенности детского восприятия изучал Л.С. Выготский, отмечая значимость развития способности удивляться событию, явлению, человеку: из удивления рождается интерес, жажда познания, умение видеть прекрасное и дорожить им. Это касается и восприятия детьми биографического материала.

Изучение биографии писателя, по мнению исследователей, помогает уловить органическое единство человека и художника и таким образом глубже понять само произведение. Личностный фактор художественного творчества невозможно устранить в принципе, он присутствует не только в самом процессе создания произведения, но и в готовом продукте – повести, рассказе, стихотворении - в форме индивидуального стиля, личного жизненного опыта, переплавленного в процессе художественного труда. Современному литературоведению

свойственен личностный, а значит, и биографический подход к творчеству писателя.

Исследование связей между жизнью художника и его творчеством нашло свое воплощение в трудах сторонников биографического метода. Это один из первых научных способов изучения литературы, разработанный в эпоху романтизма, впервые примененный французским критиком и писателем Ш. О. Сент-Беном. Биография и личность писателя рассматриваются как главный, определяющий момент творчества.

Таким образом, биографический метод предполагает собирание, анализ и оценку фактов биографии писателя, помогающих понять личность автора.

О внимании к личности художника и той «почве», на которой родился и развивался его дар, писал В. Г. Белинский в своей статье «Взгляд на литературу 1847 года»: «Личность поэта не есть что-нибудь безусловное, особо стоящее, вне всяких явлений извне. Поэт прежде всего – человек, потом гражданин своей земли, сын своего времени, дух народа и времени на него не могут действовать менее, чем на других». Этот сложный комплекс жизненных влияний, воздействий формирует черты личности автора, в свою очередь, стимулирующих те или иные направления его творчества. Вопрос о том, какое место должна занимать биография в школьном изучении литературы, давно является объектом пристального внимания и споров педагогов и методистов. Еще в дореволюционных школах сложилась традиция изучения жизнеописаний авторов как средства воспитания человека и гражданина. В изложении биографий и рекомендациях к их изучению во главу угла ставились неповторимые черты человека, имя и поступки которого сохраняются для потомков.

На уроках литературного чтения, по мнению исследователей, целесообразно использовать элементы биографического метода, цель которого – подготовка к восприятию и анализу изучаемого литературного произведения.

Образовательная задача заключается в знакомстве школьников с основными фактами жизни и творчества программных авторов.

Биография должна дать картину формирования личности художника, ее развития в связи с общественной и литературной жизнью определенной эпохи.

Значительна воспитательная функция биографического материала – на примере жизни выдающегося человека происходит самоактуализация личности школьника, в свете открывающихся духовных ценностей возникает стремление к самопознанию и самосовершенствованию.

Теперь рассмотрим наиболее эффективные и продуктивные приёмы изучения биографии на уроках литературного чтения в начальной школе:

1. Выставка книг.

Если основной целью является знакомство с автором, то следует организовать выставку книг с его произведениями.

Если же целью является проверка знаний обучающихся, то книги экспонируются в раскрытом виде:

по фрагментам текста и иллюстрациям школьники определяют имя писателя.

2. Заочная экскурсия.

Это прием, сочетающий рассказ учителя с демонстрацией наглядного материала: фотографий, репродукций, видеофрагментов, аудиозаписей. В современных условиях заочная экскурсия может быть представлена как слайд-шоу с помощью компьютерных технологий.

3. Эмоционально-оценочная беседа.

После знакомства с биографией можно устроить беседу и обсудить этапы жизни писателя.

4. Первичное восприятие текста.

В данном приёме сначала необходимо ознакомить учеников с произведением, а потом с помощью учителя вместе порассуждать, какой писатель это мог бы быть, чем он вдохновлялся и где вырос.

Таким образом, если педагог будет использовать данные приёмы, то у обучающихся появится мотивация скорее познакомиться с произведением или углубиться в творчество писателя.

Анализ УМК образовательной системы «Школа России» показал, что учебники литературного чтения содержат портреты писателей и поэтов, авторские тексты об особенностях их творчества, предполагающие беседу по вопросам, чтение по ролям, составление своих вопросов товарищу и т.д.; развороты с иллюстративным биографическим материалом (например, по творчеству А.С. Пушкина, А.П. Чехова, Л.Н. Толстого), на которых фотографии детских лет писателей, архивных документов, музеев и памятников, рукописей. Если разные произведения одного писателя изучаются из класса в класс, то учитель сможет показать автора по-другому, раскрыть те стороны его биографии и характера, с которыми обучающиеся еще не знакомы, но которые соответствуют их возрасту. Например, произведения Л.Н. Толстого изучаются во всех классах начальной школы. Ученики 4 класса уже достаточно осведомлены о жизни и творчестве этого писателя, поэтому на уроках, посвященных изучению автобиографической повести Л.Н. Толстого «Детство», возможно использование видеофрагмента, в котором показана его повседневная жизнь.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что знакомство с биографией писателя – необходимое условие понимания его творчества, это не дополнение к изучаемым художественным произведениям, а один из способов побудить школьника обратиться к книге.

Список использованных источников

1. Об образовании в Российской Федерации: Фед. Закон [принят Гос. Думой 29.12.2012г. №273-ФЗ] – М.: Изд-во «Омега», 2022. – 149 с. – (Законы Российской Федерации).
2. Федеральный государственный стандарт начального общего образования / М – во образования и науки Рос. Федерации. – 2-е изд. – Введ. 06.10.2009 г., № 373. – С изм. и доп. в ред. от 31 декабря 2022 г. – 7-е изд. М.: Просвещение, 2022. – 31 с. – (Стандарты второго поколения).
3. Белинский В. Г. Взгляд на русскую литературу [Электронный ресурс] // В. Г. Белинский. Статья первая. – URL: <https://kartaslov.ru> (дата обращения 10.03.2023г.)

4. Биографический метод в литературоведении [Электронный ресурс] // Проза. Ру. – URL: <https://proza.ru> (дата обращения 23.03.2023г.)

5. Граник Г.Г. Биография писателя как средство возбуждения и поддержания познавательного интереса к писателю и его творчеству [Электронный ресурс] // Граник Г.Г., Концевая Л.А. //Мир психологии. – 2022.- № 3. С. 23. – URL: <https://multiurok.ru> (дата обращения 03.04.2023г.)

6. Черногрудова Е.П. К вопросу о знакомстве младших школьников с биографией писателя [Электронный ресурс] //Начальная школа. – 2022. - № 8.- С. 33-37. – URL: <http://n-shkola.ru> (дата обращения 07.04.2023г.)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ КАК СПОСОБА ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

С.А. Осина,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 42.03.01

Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

А.С. Петракова,

кандидат философских наук,

доцент кафедры рекламы и дизайна

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Привлечение клиентов и побуждение их к покупке — долгий и сложный процесс. Существуют различные модели воздействия на потребителя. Мы будем рассматривать модель привлечения внимания, которая включает в себя ряд приемов, используемых при создании рекламы для того, чтобы обеспечить ее эффективное эмоциональное восприятие. [1]

Творческий прием «Чудо» подразумевает создание волшебного или, по крайней мере, просто необычного контекста для показа марки (товара) [4]. Примерами данного приема являются такие промушн-продукты, как реклама йогурта «Растишка», в которой появляется персонаж (Динозаврик Дино), йогурта «Чудо», где также используются сказочные герои (Феи), реклама какао-напитка «Nesquik» где Кролик Квики – это бренд-персонаж торговой марки.

Прием «Игра масштабами» обеспечивает творческую конкретизацию понятий «больше» и «меньше». Суть его заключается в том, что в процесс творческой разработки вводятся вариации с размерами,

свойствами, характеристиками изделий в сторону их увеличения или уменьшения [2]. Примером данного приема является реклама чистящего средства «Domestos», где микробы захватили всю ванную комнату.

Прием-сопоставление «Свойство-антисвойство» заключается в контрастном противопоставлении обстоятельств присутствия той или иной характеристики рекламируемого товара и ее отсутствия. Особенность приема – показать, насколько плохо, когда товара нет, то есть подчеркнуть проблему, затруднение, стресс, возникающие у потребителя из-за отсутствия рекламируемого товара [2]. Например, в рекламе препарата «Велсон» четко видно противопоставление ситуаций с наличием лекарства и без него.

Прием «Смена контекста» заключается в размещении продукта вне привычного контекста и использовании необычных или неестественных сочетаний, включая даже изменение расположения объектов и фона [3]. Примером данного приема являются реклама парфюмерной воды «KENZOWORLD». Она креативна, ломает устоявшиеся стереотипы, по которым ранее снимались рекламные ролики парфюмерной продукции (голливудские кинозвезды или модели помещались в роскошные апартаменты или живописные уголки природы, в кадре показывали таких же красавцев, как бы покоренных рекламируемыми духами моделей и артистов). Реклама стиральной машины «UNDERWATERWORD» тоже является типичным примером приема «Смена контекста». Представлен подводный мир, населенный одеждой. Здесь и медуза-шарфик, и одеяло-скат, и рыбки-варежки, и рыбки-носочки, и шнурки-водоросли.

Следующий прием – «Последовательные шаги». Его психологическая основа заключается в том, что люди уделяют больше внимания процессам, чем статичным состояниям [2]. Информацию вводят последовательно, а не сразу. Например, в рекламном ролике «Амбробене» поэтапно рассказывают о применении препарата.

Другой прием — отделение функции от объекта или смещение его функции в непривычную область. Позволяет продемонстрировать характеристики продукта новыми, оригинальными способами,

привлекая внимание потребителей [4]. Примером является реклама водки «Смирнофф». В ее основе лежит идея показать покупателям, как кардинально меняется мир и люди в нем, если посмотреть на них сквозь бутылку SMIRNOFF: робкие становятся смелыми, застенчивые девушки превращаются в пантер, обыкновенный пингвин становится солидным членом высшего общества в смокинге и галстуке-бабочке.

Последний прием – «Время». Его задача состоит в том, чтобы связать продукт (услугу или компанию) со временем. Примерами могут служить рекламные ролики шампуня «Dove Therapy» и «Garnier Fructis».

Таким образом, использование рассмотренных способов воздействия рекламы на потребителя позволяет усилить ее влияние на сознание потенциального покупателя, привлечь внимание к товару или бренду и, в конечном итоге, закрепить необходимые образы у целевой аудитории, обеспечивая рост лояльности к товару и увеличение объемов продаж.

Список использованных источников

1. Кузьмичева, Ю. А. Социокультурные тенденции развития рекламы в современном мире / Ю. А. Кузьмичева // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2020. – № 13. – С. 30-33.
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 502 с.
3. Репина, Н. С. Актуальные проблемы, связанные с использованием и распространением рекламы / Н. С. Репина // Научный электронный журнал Меридиан. – 2020. – № 7(41). – С. 231-233.
4. Рубцова, Е. В. Особенности современной рекламы: социально-психологическое воздействие / Е. В. Рубцова // Карельский научный журнал. – 2020. – Т. 9. – № 1(30). – С. 57-60.

СОВРЕМЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Д.А. Охременко,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 38.03.03
Управление персоналом

Научный руководитель

Е.С. Жидяева,

кандидат социологических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В современных реалиях люди все больше задумываются о безопасности не только в общественных местах (театрах, музеях, торговых центрах, вокзалах, оснащенных металлоискателями и проверками дисплеев мобильных телефонов), но и в учебных заведениях.

За последние 5 лет с 2018 по 2022 годы было совершено около 9 случаев террористических актов в образовательных организациях, причем не террористическими группировками, как в городе Беслан 1 сентября 2004г., а учениками или выпускниками тех или иных образовательных учреждений [3]. Согласно статье 205 УК РФ, террористический акт – это совершение взрыва, поджога или иных действий, устрашающих население и создающих опасность гибели человека, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных тяжких последствий, в целях дестабилизации деятельности органов власти или международных организаций либо воздействия на принятие ими решений, а также угроза совершения указанных действий в тех же целях [1].

Изученные данные показывают, что ряд террористических актов совершается учащимися этих же образовательных организаций,

которые принесли оружие, принадлежащее их родителям, чтобы «продемонстрировать» его наличие в семье, что в процессе «игры» привело к выстрелу и ранению одного из одноклассников.

Вторая часть террористических актов – преступление, спланированное молодыми людьми, которые обучались или обучаются в том или ином учебном заведении. Необходимо детально разобраться, чем руководствовались данные лица, совершая преступление: было ли это психическое отклонение, развившееся с детства или приобретенное из-за неприятия их одноклассниками, преподавателями, родителями, либо сыграло свою роль увлечение данными лицами учениями различных преступных группировок, или они могли быть завербованы террористами.

Антитеррористическая защищенность объекта (территории) – состояние безопасности здания, строения, сооружения, иного объекта, места массового пребывания людей, препятствующее совершению террористического акта [2].

Для повышения надежности охраны образовательных организаций необходимо принять следующие меры:

1. Разработать антикризисный план – схему для организации эффективных действий в чрезвычайных ситуациях для всех участников образовательного процесса.

2. Проводить инструктажи по технике безопасности в случае террористического акта, а также рассказывать о необходимых мерах при обнаружении подозрительного предмета или встрече с вооруженным человеком.

3. Контролировать психологическое состояние учеников и студентов для своевременного выявления отклонений.

4. Разработать пропускной режим с идентификацией личности, с ведением журнала посещений, использованием металлоискателей.

5. Установить тревожную кнопку как своевременную связь с правоохранительными органами в случае опасности.

6. Оснастить двери аудиторий замками, закрывающимися с внутренней стороны.

7. Лица, назначенные ответственными за безопасность учреждений, обязаны осуществлять ежедневный обход и проверку помещений на предмет обнаружения посторонних предметов.

8. Установить заградительные сооружения и знаки дорожного регулирования, препятствующие несанкционированному въезду постороннего транспорта.

9. Родителям необходимо разъяснить важность контроля за психологическим состоянием ребенка, его увлечениями. Если в семье есть оружие, нельзя показывать его ребенку и озвучивать место нахождения.

На уровне государства проводятся различные мероприятия по безопасности, например, на футбольные матчи можно попасть только через электронный билет, позволяющий сразу контролировать личность болельщика. Также во многих школах и дошкольных учреждениях действуют специальные «электронные карты», по которым можно узнать, пришел ребенок в школу или покинул ее помещение [4].

Все эти комплексные мероприятия требуют кропотливой работы, контроля, четкой координации действий всех участников образовательных отношений и органов государственной власти. Кроме того, каждого гражданина необходимо приучать к бдительности, своевременному реагированию на подозрительные предметы и вещи. Только при согласованном взаимодействии государства и гражданских структур есть шанс предотвратить очередной террористический акт и реализовать полноценную безопасность в современных условиях.

Список использованных источников

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: <https://www.consultant.ru/>

2. Федеральный закон от 23.07.2013 N 208-ФЗ (ред. от 02.08.2019) "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам антитеррористической

защищенности объектов" [Электронный ресурс]// Консультант Плюс.
– URL: <https://www.consultant.ru/>

3. Хронология случаев стрельбы в российских учебных заведениях.- URL: <https://tass.ru/info/12452757>

4. Электронная карта школьника. – URL:
https://lyce1581.mskobr.ru/files/lektronnaya_karta_v_obrazovanii.pdf

ВЛИЯНИЕ ВРЕДНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ НА ПЕРСОНАЛ ОРГАНИЗАЦИИ

Д. А. Охременко,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 38.03.03

Управление персоналом

Научный руководитель

Е. Б. Ермишина

кандидат экономических наук,

доцент кафедры государственного и корпоративного управления

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Вредный производственный фактор – это фактор, который отрицательно влияет на организм человека и может привести к заболеванию [1]. Сюда можно отнести шумы, вибрации, ультразвук, плохое освещение, температуру воздуха, влажность воздуха и т.д.

Недостаточная освещенность рабочих мест может являться причиной производственных травм, снижения производительности труда и качества работы. Требования к производственному освещению определяются следующим образом: свет максимально должен быть приближен к солнечному; необходим достаточный уровень освещенности, учитывающий условия зрительной работы; обязательно равномерное освещение и отсутствие блескости, мерцания. Для выполнения этих требований используются различные виды и системы освещения рабочих мест. Оно может быть естественным и искусственным. Естественное зависит от времени суток, года и атмосферных, погодных условий. При необходимости используется искусственное освещение, которое создается с помощью ламп накаливания или газоразрядных. К его видам относят следующие:

- рабочее, для нормального выполнения трудовых функций;

- аварийное, для работы при внезапных отключениях энерго-снабжения, в этом случае отключение рабочего освещения может привести к травмам или чрезвычайным ситуациям на производстве;

- эвакуационное необходимо при аварийной остановке для вывода людей из помещения;

- охранное размещается вдоль границ территорий, охраняемых в ночное время;

- сигнальное предназначено для обозначения границ опасной зоны. При аварийном должна быть обеспечена освещенность не менее 5 % от нормы рабочего.

Искусственное освещение бывает местное (светильники направлены непосредственно на рабочее место), общее (системы освещения размещаются в верхней зоне помещения и освещают всю площадь, занятую рабочими местами) и комбинированное (совмещающее в себе местное и общее освещение) [4]. В темное время суток наличие общего освещения обязательно. Уровень освещенности зависит от разряда зрительной работы, насколько мелкими деталями занимается сотрудник, а также от подразряда работ.

Шумы и вибрации также неблагоприятно влияют на организм человека и общее самочувствие. Шум – это неблагоприятно воздействующее на человека сочетание звуков различной частоты и интенсивности, беспорядочно изменяющееся во времени (дрель, станки). Он влияет на органы слуха – может появиться тугоухость. Негативно воздействует на сердечно-сосудистую систему при длительности, ослабляет реакцию и внимание человека [2]. Согласно исследованиям, чем выше частотный состав шумов, их интенсивность и продолжительность, тем больше неблагоприятное действие на слуховой орган. В производственных условиях шумы бывают различной интенсивности и спектра, они создаются в результате работы разнообразных механизмов, агрегатов и других устройств.

Рассмотрим меры борьбы с шумом и вибрацией. Наиболее эффективными являются средства, снижающие уровни шумов и вибраций в самом источнике, но это не всегда достижимо. В первую очередь, необходимо рассмотреть технологический процесс и

оборудование. Если есть такая возможность, нужно заменить операции, сопровождающиеся шумом или вибрацией, другими. В ряде случаев вместоковки металла используют штамповку, клепки и чеканки — прессование или электросварку, наждачной зачистки металла — огневую. Индивидуальными средствами защиты во время работ в шумных помещениях являются различные противошумы (антифоны). Когда специалистов принимают на работу, которая связана с воздействием шума или вибрации, обязательно проводят предварительные медицинские осмотры, а в процессе трудовой деятельности — периодические, раз в год, также на производстве проходит аттестация рабочих мест по условиям труда [3].

Таким образом, такие вредные производственные факторы, как плохое освещение, шум и вибрация, отрицательно влияют на организм работников, они могут вызывать различные психологические, физические заболевания, что влияет на организм самого человека, а также на производительность труда на предприятии.

Список использованных источников

1. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения 17.04.2023)
2. Новикова Л.А. Конспект лекций по дисциплине «Охрана труда» / Л.А. Новикова. – Губкин, 2021. (дата обращения 17.04.2023)
3. Медосмотры по результатам СОУП. – URL: <https://xn--80akibcicpdbetz7e2g.xn--p1ai/questions/view/87236> (дата обращения 17.04.2023)
4. Нормирование различных видов освещения. –URL: http://ftemk.mpei.ac.ru/bgd/_private/Svet_pr/Norm_4/IV_4_norm.htm

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕШЕНИЙ SaaS В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.П. Павелко,

магистрант 1 курса, направление подготовки 09.04.01
Информатика и вычислительная техника

Научный руководитель

С.А. Капустин,

кандидат технических наук, доцент кафедры математики
и вычислительной техники

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В Российской Федерации в настоящее время происходят значительные изменения в области цифровизации документооборота и делопроизводства. Специалисты отмечают активную заинтересованность предприятий в использовании преимуществ, которые дает электронный документооборот. Также заметен и рост популярности мобильных решений для организации системы электронного документооборота (СЭД). Актуальность темы статьи обусловлена стремительным развитием технологий и их повсеместным внедрением в электронный документооборот, которые повсеместно распространяются. Внедрение облачных технологий является следствием глобального процесса цифровизации, который направлен на увеличение информационной среды и ее гибкости.

Автоматизация бизнес-процессов является важнейшим фактором повышения эффективности организаций и предприятий. Переход от стандартной организации деятельности посредством писем, устных и письменных поручений и приказов дает многократный рост производительности труда. Ведь практически все процессы в организации подчиняются определенной логике, выполняются в установленной последовательности и измеряются некими показателями.

Как показывает практический опыт, даже на этапе предваряющего автоматизацию анализа рабочих процессов с последующим выявлением проблемных зон и ненужных действий уже достигается значительный положительный эффект. Еще более эффективен полноценный перевод предприятия на современную платформу автоматизации, когда вся деятельность максимально упорядочивается и контролируется, а для мониторинга показателей руководителю достаточно ознакомиться с данными на удобной панели управления.

В последние годы мировой рынок характеризуется высокими показателями в среде консолидации поставщиков систем электронного документооборота. Также, значимой тенденцией этого рынка есть стремительное повышение спроса на услуги таких систем. То же самое происходит и в России, где осуществляется не только увеличение роста спроса, но и количества систем, способных удовлетворить все запросы потребителей. Да и рост последних в лице представителей бизнеса и крупных корпораций так же увеличиваются в разы. Всё дело в удобстве и надёжности автоматизации рабочих мест, а также в тех преимуществах, которые дают системы по электронному управлению системами, что тоже немаловажно. В данный момент многие страны мира для создания предпосылок роста и стремительного развития этого сегмента рынка составляют и реализуют работу специальных законодательных проектов, которые влекут за собой более простую легализацию электронного оборота документами. Подобные акты и законы упрощают операции, связанные с обменом необходимыми документами между государственными органами и бизнесом, что хорошо способствует внедрению таких систем в дальнейшее развитие отношений между этими структурами.

Создание СЭД и объединение ее в систему электронного взаимодействия уже существенно повысило оперативность обмена информацией, а также позволило повысить эффективность принятия управленческих решений. При этом в ходе организации мероприятий по переходу на безбумажный электронный документооборот одной из важных задач являлось обеспечение юридической значимости,

целостности и авторства, передаваемой по системам электронного документооборота информации.

В нашей статье мы рассмотрим модель «СЭД в формате SaaS». С 2010 года на российском рынке стали появляться компании, создающие новые продукты и решения в таком формате. Они задали тренд. К 2011-2012 году на рынок вышли несколько крупных компаний с SaaS-решениями по проектному управлению, которые, в том числе, включали в себя элементы финансовых систем, CRM и системы электронного документооборота. Эти решения напрямую не являются СЭД в формате SaaS, но при этом частично решают задачи современных СЭД и даже позволяют в том или ином виде автоматизировать уникальные бизнес-процессы компании.

У модели «СЭД в формате SaaS» и модели «СЭД в формате On-premise» (локальное внедрение СЭД на мощностях заказчика) есть преимущества и различия применимо к требованиям к СЭД и типу заказчика по числу пользователей. Если говорить об основных преимуществах модели SaaS, то они в большей мере применимы для микропредприятий и компаний малого бизнеса, т.к. экономятся средства и время на проведение закупки оборудования и дополнительного ПО, переговоров, тестирования, выполнение работ по внедрению и настройке. Выбирая такую модель, заказчик увидит приложение в работе уже в период тестовой эксплуатации, сроки внедрения будут гораздо меньше.

Минусы в том, что СЭД в модели SaaS обычно плохо кастомизируется под уникальные требования компании, т.к. доступ к «тонким» настройкам и кодам есть только у поставщика. В том числе, если в процессе заказчик решит перенести решение к себе на мощности, то решение будет нетривиальным.[1]

Преимущества On-Premise СЭД — в безопасности хранения данных в локальной сети по сравнению с SaaS. Современные СЭД On-Premise имеют значительно более богатый функционал по сравнению с SaaS аналогами, имеют встроенные BPM-модули, встроенные приложения, позволяющие настраивать типовые и уникальные бизнес-процессы компании под меняющиеся требования.

Возможно ли построить решение, которое включало бы неоспоримые преимущества локального внедрения СЭД (on-premise) – такие, как надежность хранения и защиты данных, богатую функциональность СЭД, и при этом включало бы преимущества SaaS-решения – такие, как быстрая скорость ввода в эксплуатацию, персональный демо-доступ, готовое функциональное решение по документообороту, а еще невысокую стоимость владения по сравнению с on-premise?

На этот вопрос компания «Андок» ответила своим новым решением «Docsvision ГИБРИД». Это решение для автоматизации документооборота и бизнес-процессов в модели PaaS (Platform as Service) на базе платформы, которая обеспечивает полноценную работу с готовым решением в выделенной виртуальной среде. Новый подход – СЭД в модели PaaS – нашёл своё выражение в отдельном решении, которое обеспечит снижение расходов с сохранением высокого уровня надежности и доступности СЭД.[2]

Компания Directum, разработчик интеллектуальных продуктов для управления бизнес-процессами и документами, сообщает о начале сотрудничества с отечественным облачным провайдером #CloudMTS. Партнёрство компаний позволит в среднем на 25% сократить расходы российского бизнеса и госструктур на разворачивание ECM/BPM-систем. Провайдер #CloudMTS и Directum обеспечат компании и госучреждения программными продуктами в виде облачных SaaS-решений для интеллектуального управления документами и бизнес-процессами, организации долговременного архива и других задач. Облачная реализация позволит промышленным, энергетическим, финансовым и торговым компаниям, а также представителям госсектора в разы быстрее разворачивать информационные системы и оперативно их масштабировать при необходимости.

ЛАНИТ выпустил новую версию платформы для управления корпоративным контентом LanDocs 3.7.1. В ней оптимизирована скорость работы до 50% клиентских операций — вход в клиент, открытие формы сообщений, отправка сообщений и оптимизация нагрузки на сервере СУБД. В платформе появилась новая версия веб-клиента — виджеты главной страницы с широкими возможностями мониторинга

задач и действий в системе с индивидуальной настройкой под пользователя, интерактивный помощник для обучения новых пользователей и подсказок по бизнес-процессам. Появились дополнительные возможности по автоматизации юридически значимого электронного документооборота (ЮЗ ЭДО) внутри организации. ЛАНИТ реализовал полный набор инструментов для организации работы проектных команд с использованием кастомизируемого и гибкого функционала задач, чатов, маршрутизации, средств одновременной работы с файлами и возможности встраивания видеоконференций.[3]

Российский разработчик программного обеспечения в области электронного документооборота Directum разместил свое решение DirectumRX на облачной платформе Техносерв Cloud. Облачная версия подойдет для среднего бизнеса, которому необходима наиболее востребованная функциональность ECM-системы в сочетании с моделью обслуживания SaaS. Ведь для развертывания у себя подобного решения требуются более серьезные вложения, в частности чтобы соблюсти жесткие требования к информационной безопасности. Оказываемая Directum услуга VDC — это комплексное решение, которое позволяет использовать легко конфигурируемый и масштабируемый комплекс элементов ИТ-инфраструктуры (ресурсы по требованию — серверы, хранилища данных, сетевые устройства, программное обеспечение) с доступом к ним через интернет. Провайдер гарантирует доступность своей услуги на 99,95% — не более 21 минуты простоя в месяц.[4]

Таким образом, стратегическими преимуществами внедрения в системы электронного документооборота предприятий технологий SaaS являются: сокращение сроков принятия управленческих решений и повышение качества этих решений за счет оперативной и качественной информационной поддержки, за счет значительного ускорения поиска документной информации (по различным критериям), обеспечения оперативного доступа к электронным версиям хранимых документов.

Так или иначе, переход на использование «облачных решений» должен стать для компании эволюцией, а не революцией: выбор,

установить серверы и ПО у себя, воспользоваться «облачным» сервисом или выбрать гибридную модель, есть всегда.

Список использованных источников

1. Капустин С.А. Управление доступом к USB-накопителям// Вестник ИМСИТа. – 2023. - №1 (93). – С.30-33.

2. Королев, И.Д. Актуальные проблемы разработки, внедрения и применения систем электронного документооборота в действующих и перспективных автоматизированных системах, обрабатывающих конфиденциальную информацию / И. Д. Королев, Д. С. Подгорный. // Молодой ученый. - 2018. - № 13 (199). - С. 45-50. - URL: <https://moluch.ru/archive/199/49026/> (дата обращения: 18.04.2023).

3. Мурашко Н.Н. Система электронного документооборота: преимущества и недостатки / О.З. Юркевич, П.С. Соколовская, Н.Н. Мурашко, // Теоретические и практические аспекты современной науки: Материалы Международной научно-практической конференции, г. Минск, 2018. – С.183-188.

4. Мурашко Н.Н. Электронный документооборот: сопротивление персонала изменениям/ О.З. Юркевич, П.С. Соколовская, Н.Н. Мурашко, // Актуальные вопросы в науке и практике: Сборник статей по материалам V Международной научно-практической конференции, г. Самара, 2018. – С.65-69.

ДИСКРЕДИТАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСОРГАНОВ РФ ЗА РУБЕЖОМ И ВЛИЯНИЕ ИНОСТРАННЫХ АГЕНТОВ НА РОССИЙСКУЮ МОЛОДЕЖЬ

А. А. Павлова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

В. В. Прилепский,

кандидат политических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В марте 2022 года были приняты поправки в Уголовный кодекс РФ, а также изменения в Кодекс об административных правонарушениях, в связи с которыми устанавливается ответственность за распространение недостоверной информации о работе государственных органов России за рубежом. Они предусматривают штраф в размере от 700 тыс. до 1,5 млн рублей либо лишение свободы на срок до трех лет за «публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации, содержащей данные об исполнении государственными органами РФ своих полномочий за пределами территории РФ в целях защиты интересов РФ и ее граждан, поддержания международного мира и безопасности» [1].

Также уголовная ответственность введена за «публичные действия, направленные на дискредитацию исполнения госорганами РФ своих полномочий за пределами территории РФ». В этом случае сумма штрафа будет составлять от 100 до 300 тыс. рублей, либо предусматривается лишение свободы на срок до 3 лет. Но если эти деяния

повлекли за собой какие-либо последствия, то максимальный срок наказания увеличивается до 5 лет.

Примером распространения фейков о Правительстве РФ за рубежом может послужить случай, который произошел совсем недавно. Издание *The New York Times* заявило, что Российская Федерация закупает «миллионы артиллерийских снарядов и ракет» у КНДР [3]. Руководство США посчитало, что это свидетельствует о том, что санкции «серьезно ограничили» возможности поставок оружия для Российской армии. Один из неназванных источников сообщил, что РФ закупает ракеты малой дальности и артиллерийские снаряды, а также намерена купить у КНДР «дополнительное оборудование» [4]. О каком именно оборудовании идет речь, не уточняется. Василий Олегович Небензя, советский и российский дипломат, постоянный представитель Российской Федерации при ООН, заявил, что данная информация недостоверна. «Я думаю, это очередной циркулирующий фейк», – сказал Небензя.

Это уже не первый случай, когда Соединенные Штаты распространяют фейки о Российском Правительстве. В августе 2022 года *Washington Post* опубликовало статью о поставках иранских беспилотников в Россию. Согласно WP, 19 августа из Ирана якобы вылетели транспортные самолеты, которые перевозили 2 типа беспилотных летательных аппаратов, способных нести боеприпасы для атак на артиллерию, радары и другие военные цели. Как сообщается, первыми среди перевозимой техники стали БПЛА серий *Mohajer-6* и *Shahed*. Также, как заявили представители Белого дома, в будущем планируется передача сотен иранских БПЛА разных типов.

В конце августа Кремль опроверг данную информацию. «*Washington Post*, к сожалению, публикует очень много информационных вбросов в последнее время», – сказал тогда пресс-секретарь Президента Российской Федерации Дмитрий Песков.

Сегодня большую опасность представляют иностранные агенты. По этому поводу также был принят закон. 29 июня депутаты Госдумы приняли в третьем чтении закон «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» [5].

Согласно этому закону иностранными агентами могут быть признаны следующие организации:

- иностранное или российское юридическое лицо, независимо от его организационно-правовой формы;
- общественное объединение, которое действует без образования юридического лица, любое объединение лиц, иностранная структура без образования юридического лица;
- физическое лицо, вне зависимости от его гражданства.

Последний документ расширил круг лиц, которые признаются иностранными агентами – помимо «зарубежного финансирования» появилось понятие «зарубежное влияние». Закон вступил в силу 1 декабря 2022 года.

Термин «иностранное влияние» вызвал немало вопросов. Василий Пискарев, соавтор закона, поясняет, что влияние может быть и «духовным», а также подчеркнул, что этот вопрос будет урегулирован позже в подзаконном акте.

Под поддержкой подразумевается не только материальная помощь, но и «организационно-методическая, научно-техническая или иная». Статус иноагента не приравнивается к судимости и не несет за собой уголовной ответственности, но накладывает некоторые ограничения [6].

Прежде всего, иноагенты обязаны сообщать о своем статусе сотрудникам и органам публичной власти. Также материалы, которые они производят, должны быть промаркированы. Кроме того, иностранные агенты лишены права осуществлять просветительскую деятельность в отношении несовершеннолетних. Статус иноагента может быть снят с гражданина, но для этого необходимо представить веские основания и доказательства.

Данный законодательный акт был принят исключительно в интересах граждан Российской Федерации. Председатель Госдумы Вячеслав Володин заявил: «Тот, кто поет с чужого голоса, получает за это деньги, должен понимать: иностранный агент — это самое демократичное, что в этих случаях принимают другие страны. Везде уголовные сроки, лишение свободы и многое другое, если думают о том,

как будут их дети и внуки жить в своей стране. Если эти решения не принять, понятно: государства не будет». Также следует отметить, что европейские страны и Соединенные Штаты оказывают вмешательство во внутренние дела других стран, в том числе Российской Федерации. И от этого вмешательства граждане России должны быть защищены.

В РФ с 9 по 11 сентября в рамках единого голосования 2022 года проходили избирательные кампании разного уровня. Выборы касались 83 российских регионов. Западные государственные СМИ, признанные иноагентами в нашей стране, призывали российских граждан голосовать «против действующей власти», что является нарушением не только отечественного избирательного права, но и международного. Зарубежные оппоненты, которые продолжают существовать в нашей стране, не упускают ни единой возможности для того, чтобы «нанести ущерб российской политической системе, дискредитировать её как внутри, так и на международных площадках». Всё это ещё раз доказывает актуальность введения последних поправок в вышеуказанном законе.

Мощными организациями, глубоко проникшими в систему образования РФ, были структуры, созданные правительством и спецслужбами Великобритании при участии беглого олигарха Михаила Ходорковского. Его Оксфордский фонд (ОРФ), The Hill Foundation, «Лаборатория социальных наук» и Российское представительство (ОРП) работали со студентами и преподавателями не менее 20 отечественных вузов, с 43 школами. Для вовлечения использовались гранты и стипендии Oxford Russia, а для воспитания своих «кадров» – лекции, выездные школы, междисциплинарные семинары и стажировки. Студенты, выпускники и молодые ученые, помимо ежемесячных стипендий (110-192 \$) и других финансовых стимулов, обретали навыки работы с информацией и социумом, продвигались в карьере и встраивались в систему, которая слаженно реализовывала задачи, спущенные Лондоном.

От стипендиатов требовали гражданской активности, участия в антиправительственных мероприятиях и трансляции определенных нарративов.

Их усилиями с 2005 года британцы взрастили отряды агентов западного влияния, антиправительственных активистов и лидеров общественного мнения с русофобским уклоном из университетских выпускников Москвы, Екатеринбурга, Казани, Уфы, Красноярска, Перми, Владивостока и других городов.

Стоит добавить, что те же фонды и лаборатории Ходорковского не скрывали, что правовое просвещение и работа с молодежью — это не самоцель. Ставилась задача по изменению общества России через подмену понятий, связанных с историей и культурой, а также осуществление влияния на формирование государственной политики, деятельность госорганов, регионального самоуправления в интересах Запада.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что международные конфликты обостряются, активизируются попытки дезориентации российского общества с помощью дискредитации российской власти и распространения фейков не только о государственных органах, но и о вооруженных силах РФ. Поэтому главная задача органов власти — поставить надежный заслон на пути такой провокационной информации.

Список использованных источников

1. 610 дел о дискредитации армии поступило в суды за месяц // Право.ru – Режим доступа: <https://pravo.ru/news/240379/>

2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2011 № 11 (ред. от 03.11.2016) «О судебной практике по уголовным делам о преступлениях экстремистской направленности» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2011. № 8.

3. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09.02.2012 № 1 (ред. от 03.11.2016) «О некоторых вопросах судебной практики по уголовным делам о преступлениях террористической направленности» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2012. № 4.

4. Абдулатипов А.М. Уголовно-правовая характеристика публичного распространения под видом достоверных сообщений

заведомо ложной информации, содержащей данные об использовании Вооружённых Сил Российской Федерации в целях защиты интересов Российской Федерации и её граждан, поддержания международного мира и безопасности // Юридический вестник ДГУ.- 2022.- № 2. – С. 122 – 127.

5. Шамаев А.М. Вопросы правоприменительной практики при квалификации деяний, подпадающих под ст. 280.3. УК РФ «Публичные действия, направленные на дискредитацию использования вооружённых сил Российской Федерации» // Образование и право.- 2022. - № 4. – С. 120 – 130.

МОДЕЛИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

В.А. Панковец,

обучающийся 3 курса, направление подготовки
Экономика и управление на рынке недвижимости

Научный руководитель

С.Л. Флерко,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет» (г. Минск), Республика Беларусь

Поведение потребителей – это то, на чем строится маркетинговая политика большинства организаций на сегодняшний день. Воздействуя на людей с помощью различных инструментов маркетинга, организации выстраивают целую систему.

Так, первые учебники, описывающие поведение потребителей, были изданы только в 60-х годах XX столетия, хотя теоретические предпосылки сложились несколько раньше. В числе первых авторов можно отметить Джеймса Эндмела, Дэвида Коллата, Роджера Блэкуэлла и других. Исследованием мотиваций также занимался З. Фрейд, теория которого активно использовалась в организации рекламных мероприятий. Сейчас же изучение поведения потребителей можно назвать самостоятельной областью знаний.

Система рынка недвижимости, как и других рынков, устроена так, что покупатель в ней — центральное звено. Именно у клиента существует ряд предпочтений и запросов, удовлетворение которых – цель субъектов рынка недвижимости.

Любая организация при выборе миссии своей деятельности должна выявить желания покупателей, чтобы обеспечить их

наилучшее исполнение по сравнению с конкурентами, но помимо этого и сохранить финансовую стабильность и эффективность.

В постсоветском пространстве ориентация на удовлетворение потребностей стала неким новшеством, так как во время существования СССР мнения и интересы людей не учитывались, а вся деятельность строилась на определенном государственном плане. Однако с учётом развития рынка субъекты стремятся привлечь внимание именно к своей организации, тем самым демонстрируя уникальность предоставляемых услуг или объектов по сравнению с представленными на рынке конкурентами [1].

Так, существуют три модели покупательского поведения: экономическая, социологическая и психологическая. **Экономическая модель** основана на предположении о том, что покупатель рационален и последователен в совершаемых действиях. При принятии решения о покупке потребитель руководствуется прагматическими соображениями в соответствии с личными представлениями о максимальной полезности и выгоды товаров. Наиболее существенными факторами экономической модели являются уровень дохода покупателя, цена товара, эксплуатационные расходы и т.д.

Социологическая модель базируется на предположении, что основную роль в покупательском поведении играет общественная среда, которая окружает человека или к которой он хотел бы принадлежать. К факторам данной модели относятся культура, социальные классы, референтные группы, семья, роли и статусы.

Психологическая модель учитывает приоритетное влияние на покупательское поведение следующих факторов: типа личности, самомнения, восприятия внешнего мира, жизненного опыта, установок и убеждений. То, как человек относится к себе и окружающему миру, говорит о том, каким образом будет складываться его покупательское поведение. Факторы такого рода влияют на выбор потребителя и могут затрагивать все этапы принятия решения о покупке, начиная с осознания потребности и заканчивая реакцией на покупку [2].

Именно в условиях неопределенности, нехватки знаний и времени складываются различные модели поведения покупателей. И с

целью решения жилищного вопроса агентства стараются найти подход к каждому сегменту аудитории.

Можно заметить, что модели поведения покупателей на рынке жилой недвижимости мало чем отличаются от потребительских практик на рынке иных товаров. Здесь тоже встречаются клиенты, подверженные рационалистическим стратегиям, и в то же время принимающие решения под влиянием эмоций. Поскольку покупатель осознает долгосрочность использования такого вида товара, это накладывает свой отпечаток на особенности его поведения. Высокая важность и ответственность принимаемых решений не может обойтись без разного рода эмоций со стороны клиента. Для большинства покупателей мысли о будущем связаны с их представлениями о более высоком социальном статусе, поэтому они стараются выбрать престижный район, в котором живут люди равного с ними или более высокого социального положения [3].

Таким образом, формирование модели покупательского поведения предусматривает сегментацию покупателей, позиционирование, оценку их поведения и моделирование. Исходя из конкретного типа поведения клиента, на рынке недвижимости будет существовать спрос на различные услуги и объекты.

Список использованных источников

1. Клеверенс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/povedenie-potrebiteley-cto-eto-takoe-i-kakie-sotsialnye-i-psikhologicheskie-factory-vliyayut-na-pri/>. – Дата доступа: 15.03.2023.
2. Модели покупательского поведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/2650757/page:58/>. – Дата доступа: 15.03.2023.
3. КиберЛенинка Стратегии потребительского поведения на рынке недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-potrebitelskogo-povedeniya-na-rynke-nedvizhimosti/viewer>. – Дата доступа: 15.03.2023.

БОРЬБА ЗАПАДА С РАЗВИВАЮЩИМИСЯ СТРАНАМИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Е.В. Пегина,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

А.С. Микаэлян,

кандидат исторических наук, преподаватель кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

С давних времён между странами разгорались конфликты за природные ресурсы, торговые пути и экономические связи. В ходе этой бесконечной борьбы отчётливо выделяются два блока: страны Запада и развивающиеся государства.

Подобная битва за экономическое пространство вылилась в одну из самых крупных катастроф за период четырёх тысячелетней истории Китая – период опиумных войн.

К концу XVIII века в мире сложилась интересная экономическая ситуация: европейские страны активно выкачивали серебро из своих колоний, чтобы купить очень популярные на тот момент китайские товары: чай, фарфор и шёлк. Европейские страны не раз предлагали взамен свои товары с целью налаживания свободной торговли и сокращения поставок серебра. Однако Западу заинтересовать Поднебесную не удалось [2].

Долгие годы Китай процветал, а европейцы искали способ его экономически заинтересовать. Англичане нашли этот способ: Великобритания начала торговлю опиумом. Долгое время поставки были небольшими, из-за чего употребление опиума могли позволить себе лишь

высокопоставленные и богатые лица. Именно так курение опиума и стало престижным.

Наркоманами стали от 10 до 20% столичных и от 20 до 30% провинциальных чиновников, в отдельных учреждениях этим занимались от 50 до 60% всех должностных лиц. Среди солдат и офицеров курение опиума стало повальным явлением [2].

Таким образом, к началу XIX больше половины чиновников Поднебесной империи стали системно употреблять опиум. Наличие верхушки государства в постоянно одурманенном состоянии сказывалось на всей политике Китая. В результате экономические процессы кардинально изменились: теперь Китай платил серебро Англии за опиум и экспортировал товары, а европейцы скупали китайские товары на отданное самим же Китаем серебро [2].

Британская опиумная политика добилась своей цели, однако обрекла Китай на две опиумные войны, миллионы погибших и упадок всей страны, выбираться из которого Поднебесной пришлось вплоть до XX века включительно.

В наше время прекрасным примером борьбы за ресурсы является Африканский континент. Он обладает природными богатствами и достаточным потенциалом, чтобы стать самым богатым континентом в мире, но экономические и политические интриги со стороны Запада и взяточничество местных чиновников препятствуют его развитию.

В некоторых африканских государствах более 80% населения живут в условиях крайней бедности. В Сомали и Бурунди этот показатель составляет 82%, а Нигер бьет антирекорды: ведь 90% его жителей находятся за чертой крайней бедности [3].

В 2022 году ООН выделила 294.2 млн евро на гуманитарные нужды для оказания помощи уязвимым группам населения в Восточной и Южной Африке. Финансирование было выделено на гуманитарную помощь в следующих странах и регионах: Джибути (500,000 44 евро), Демократическая Республика Конго (ДРК) и район Великих озер (48 млн евро), Эфиопия (13 млн евро), Кения (41 млн евро), Сомали (27 млн евро) [1].

Более 2 миллиардов человек во всем мире на данный момент проживает в трущобах, часто безотопления, водоснабжения и электричества. Большая часть приходится на Африку.

Самые крупные трущобы континента – в Кибера. Кибера находится в Кении, гуманитарная помощь ООН этому государству составила на 2022 год 41 млн евро. Еще 10 лет назад цифра не превышала 180 тысяч, но население пополняется из-за постоянных миграций желающих спастись от бедности и перенаселения [3].

По сути, современная ситуация в Африке является аналогом опиумных войн в Китае. Только вместо опиума используется «колониальное разделение труда», искусственно тормозится развитие собственной экономики. По информации ученых Института Африки РАН, это делается, например, за счет размещения на континенте производства отдельных узлов и деталей, не включенных в производственные комплексы африканских стран, причем вывоз капитала значительно превышает объемы так называемой «гуманитарной помощи». Таким образом, вместо опиума в данном случае выступают экономическая зависимость, гуманитарная помощь, а пагубное влияние наркотика на мозг населения заменяется отсутствием нормального образования.

В 2023 году ООН предложила выделить на гуманитарную помощь Африке более 50 миллиардов долларов (рекордная сумма). Однако это поставка уже готовых продуктов питания, медикаментов и предметов одежды, а не средств на развитие собственного производства.

Подводя итоги, отметим, что современная Африка является обладателем огромного количества полезных ресурсов, за которые сейчас разворачивается замаскированная борьба. Последствия этого противостояния – сотни тысяч нищих и больных людей, которых при должном лечении можно было бы спасти, сотни миллионов голодающих, которым в условиях развивающейся собственной экономики можно было бы предоставить хорошую работу со стабильным заработком.

Список использованных источников

1. Гуманитарная помощь: 294.2 млн евро для нуждающихся в Восточной и Южной Африке [Электронный ресурс]. — Режим доступа —

URL: //https:// Гуманитарная помощь: 294.2 млн евро для нуждающихся в Восточной и Южной Африке - EU Reporter (дата обращения 05.04.2023).

2. Опиумные войны в Китае – причины, участники и итоги [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: //https:// Опиумные войны в Китае причины и история возникновения (nauka.club) (дата обращения 01.04.2023).

3. Трудобы Африки: почему её страны постоянно числятся беднейшими в мире? [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: //https://Трудобы Африки: почему ее страны постоянно числятся беднейшими в мире? | Путешествия, туризм, наука | Дзен (dzen.ru) (дата обращения 05.04.2023).

ПОЛОВОЗРАСТНОЙ И РЕЛИГИОЗНО-ЭТНИЧЕСКИЙ ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Е.В. Пегина,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

Е.В. Мугаева,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного и корпоративного управления

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Процессы глобализации и цифровизации дают возможность расширения уже существующим компаниям и порождают новые. В связи этим растёт количество необходимых работников, а следовательно, и тех, кто будет ими управлять. Квалифицированный менеджер должен учитывать самые разнообразные факторы, когда осуществляет свою деятельность.

Управление персоналом – деятельность организации, направленная на работу с сотрудниками, их подбором, наймом, мотивацией работать и оставаться в данной компании.

Управление персоналом должно включать в себя многие аспекты. В психологических исследованиях часто встречаются оценочные суждения влияния пола сотрудников на рабочий коллектив. Не всегда эти суждения несут нейтральный характер. Существует мифологическое представление о том, что мужской рабочий коллектив более дружелюбен, активен и трудолюбив, а женский является его полной противоположностью: ленивый, склонный к ссорам и сплетням. Однако это всего лишь мифы, руководителям не стоит в них верить [1].

И женские, и мужские коллективы могут быть сплоченными и дружными, однако каждый из них имеет свои уникальные черты. Например, мужской коллектив характеризуется большей сдержанностью и лаконичностью в сравнении с женским, который, в свою очередь, отличается эмоциональностью, обусловленной особенностями женской психики. Также немаловажным аспектом является нацеленность мужчин на большой заработок в будущем, ради которого они могут пожертвовать комфортом проживания. Для женщин же важен комфорт, в котором они находятся в данный момент. Таким образом, мужчин можно замотивировать дальнейшим карьерным ростом и увеличением заработной платы, в то время как женщин – комфортными условиями труда и стабильной заработной платой [3].

Значимым аспектом является и возраст подчинённых. Весь персонал можно разделить на две группы: начинающие и продолжающие работать. Для первой группы необходимо сделать упор на положительных сторонах компании и проделываемой ими работы, чтобы удержать их в организации. Вторая группа нуждается в регулярной мотивации для успешного и эффективного рабочего процесса [1].

Одним из самых весомых аспектов может стать религиозный состав коллектива. Ярче всего это можно наблюдать на примере двух религий: ислама и индуизма. В первом случае у подчинённых совмещаются качества дружелюбия, высокой морали и чувства равенства. Вторая нацелена на богатство и допускает дискриминацию [2].

Серьёзным критерием является и национальность человека. Безусловно, привычки и нормы поведения зависят в большой степени от окружения, а каждая страна имеет свои традиции, обычаи, ритм жизни и менталитет. К примеру, для американцев свойственен эгоцентризм: они склонны навязывать своё мнение другим. Лишней работы они не делают, поскольку считают, что всё должно приносить деньги. Задачи выполняют чётко и быстро. Для них время – деньги [3].

Китайцы же стремятся к максимальному сотрудничеству при принятии решений. Они проводят очень много времени на переговорах и встречах и тщательно изучают все вопросы, которые им предстоит решить [3].

В деловых китайских переговорах, как правило, есть четкие основные этапы: выработка позиции, её обсуждение и принятие окончательного решения. Причем последний этап часто проходит в неформальной обстановке [3].

Подводя итоги, необходимо отметить, что половозрастной и религиозно-этнический факторы являются важнейшими в управлении персоналом. Они являются неотъемлемой частью любого коллектива.

Список использованных источников

1. Половозрастной и религиозно-этнический факторы управления персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// Половозрастной и религиозно-этнический факторы в управлении персоналом \(spravochnick.ru\)](https://Половозрастной и религиозно-этнический факторы в управлении персоналом (spravochnick.ru) (дата обращения: 17.04.2023).) (дата обращения: 17.04.2023).

2. Влияние религии на формирование национальной модели управления персоналом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// Влияние религии на формирование национальной модели управления персоналом \(studfile.net\)](https://Влияние религии на формирование национальной модели управления персоналом (studfile.net) (дата обращения: 17.04.2023).) (дата обращения: 17.04.2023).

3. Влияние национального менталитета на организационное поведение персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// Влияние национального менталитета на организационное поведение персонала - Организационное поведение \(studme.org\)](https://Влияние национального менталитета на организационное поведение персонала - Организационное поведение (studme.org) (дата обращения: 17.04.2023).) (дата обращения: 17.04.2023).

НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ КИТАЯ

Е.В. Пегина,

обучающаяся 2 курса, направление подготовки 41.03.01 Зарубежное
регионоведение

Научный руководитель

Т.Г. Маглинова,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

За последние три десятилетия Китай добился поразительных успехов в экономической сфере, неизменно занимая одно из ведущих мест в мире. На сегодня это государство имеет развивающуюся смешанную социалистическую рыночную экономику с доходом выше среднего, которая включает в себя стратегические пятилетние планы. У Китая - вторая по величине экономика в мире по номинальному ВВП, составляющая около 18,321 триллиона долларов в 2022 году, и крупнейшая в мире с 2016 года, если измерять по паритету покупательной способности (ППС).

Одной из самых выделяющихся черт народного хозяйства Поднебесной стали государственные предприятия. Государственное предприятие (ГП) - это коммерческое предприятие, в котором государство имеет значительный контроль через собственность; в отличие от этого, частное предприятие является бизнес-единицей, созданной, принадлежащей и управляемой частными лицами для получения прибыли, а не правительством или его учреждениями [3].

Китай ушел далеко от своих корней командной экономики, но его система планирования, заимствованная у Советского Союза, является мощным наследием. Сейчас идёт 14-й пятилетний план

Коммунистической партии Китая, он продлится до 2025 года. Нынешняя четырнадцатая пятилетка была разработана на фоне ухудшения китайско-американских отношений и пандемии COVID-19, которая привела к сокращению экономики Китая в первом квартале 2020 года — впервые за 44 года. План включает в себя разные аспекты [2].

Например, с экономической точки зрения, новый план направлен на то, чтобы Китай стал «умеренно развитой» экономикой к 2035 году, с ВВП на душу населения около 30 тыс. долларов, что почти в три раза превышает уровень 2020г. Он предполагает будущий рост, в значительной степени основанный на внутреннем потреблении товаров и услуг (план «двойной циркуляции»). Китайское правительство также желает расширить свою роль в экономике путем введения рыночных ограничений, способствуя реализации инициативы «Один пояс, один путь», которая направлена на совершенствование существующих и создание новых торговых путей, транспортных, а также экономических коридоров, связывающих более чем 60 стран Центральной Азии, Европы и Африки. Ожидается, что это будет способствовать развитию торговых отношений между странами и Китаем. С экологической точки зрения, ожидается, что новейший план предоставит подробную информацию о том, как Китай намерен выполнить свое обещание ограничить выбросы углерода к 2030 году и достичь чистых нулевых выбросов углерода к 2060 году [1,3].

Также программа направлена на увеличение научно-технического потенциала Китая. Государство стремится совершить крупные прорывы в основных технологиях. Планируется развивать инновационные, тем самым способствуя более тесным связям между бизнесом, промышленностью и научными кругами. План направлен на развитие информационных и вычислительных технологий, науки о возможностях мозга, развитие семеноводческой промышленности, генетических исследований, регенеративной медицины, биотехнологий, полупроводников, клинической медицины и здравоохранения, а также изучение глубокого космоса. Изменениям подвергнется также и сфера урбанизации. Nukou - это документ, который регистрирует основную

информацию о населении, включая имя физического лица, дату рождения, родственников и семейное положение. Планируется снятие ограничений на систему Hukou для городов до 3 миллионов городских жителей и их ослабление для мегаполисов. В системе Hukou каждый гражданин Китая классифицируется либо как сельскохозяйственный (сельский) держатель Hukou, либо как несельскохозяйственный (городской) держатель Hukou. Каждый тип Hukou пользуется различными конкретными правами. Согласно этой программе все городские жители получают полный доступ к основным городским общественным услугам, а сельские мигранты смогут получить городское место жительства. Также планируется активное развитие средних и малых городов [2].

Список использованных источников

1. Маглинова, Т. Г. Торговая война США и Китая: Экономические причины и последствия / Т. Г. Маглинова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 8(78). – С. 123-126. – DOI 10.24412/2411-0450-2021-8-123-126. – EDN SIWFAN.

2. Система «hukou»: китайские касты или необходимый регулятор миграции? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://Система "hukou": китайские касты или необходимый регулятор миграции? | Общество | Селдон Новости \(myseldon.com\) / \(дата обращения: 05.04.2023\).](https://Система \)

3. China`s 14th Five-Year Plan (2021-2025) Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://Отчет о 14-м пятилетнем плане Китая \(2021-2025\) | Hill+Knowlton Strategies \(turbopages.org\) / \(дата обращения: 01.04.2023\).](https://Отчет о 14-м пятилетнем плане Китая (2021-2025) | Hill+Knowlton Strategies (turbopages.org) / (дата обращения: 01.04.2023).)

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

У.Я. Пера,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки
38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Научный руководитель

А.В.Сапунов,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного и корпоративного управления

Институт цифровой экономики и управление бизнес процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Экологические проблемы Краснодарского края несут глобальный характер и затрагивают все население. Проблема экологии оказывает негативное влияние не только на экономику края, но и на социальную сферу населения.

Цель исследования: ознакомиться с актуальными экологическими проблемами Краснодарского края.

На всех этапах своего развития человек всегда был един с окружающим миром. Его отношения с окружающей средой влияют на состояние природы и атмосферы в целом. Важно бережно относиться к ней, ведь от этого зависит судьба населения и планеты.

Устранение и предупреждение загрязнения окружающей среды – одни из самых важных задач всего человечества. Основными экологическими проблемами Краснодарского края являются следующие:

- 1) загрязнение воды;
- 2) истощение рыбных запасов;
- 3) трансформация водных объектов (заиливание, обмеление и исчезновение малых рек, зарастание и заболачивание лиманов);
- 4) эрозия берегов;
- 5) деградация почв (водная эрозия и снижение плодородия

почв);

6) деградирование важных природных объектов (разрушение природных ландшафтных памятников, национальных парков, а также исчезновение некоторых видов растений и животных);

7) загрязнение пляжей;

8) загрязнение окружающей среды токсичными промышленными отходами (нефтеперерабатывающая промышленность, деревообрабатывающая, пищевая и приборостроительная промышленность).

Перечисленные экологические проблемы наносят окружающей среде непоправимый вред, самая острая – загрязнение воды и истощение рыбных запасов. В Краснодарском крае есть река Кубань, но уровень ее загрязнения превышает нормы безопасности. Поэтому местные пляжи были ликвидированы, в реке запрещено купаться. В водоемах Краснодарского края также сокращается количество рыбы.

Еще одной существенной проблемой экологии является загрязнение среды токсичными отходами промышленности. На нефтебазах из-за аварий случаются утечки керосина и бензина, нефтепродукты негативно влияют на почву.

Очередная экологическая проблема – загрязнение атмосферного воздуха. По индексу загрязнения атмосферы Краснодарский край занимает 10 место в России.

Для того, чтобы улучшить экологическую систему, необходимы следующие мероприятия:

1) мониторинг и анализ состояния окружающей среды;

2) введение ограничений на использование опасных веществ, таких как химические и радиоактивные;

3) рациональное использование природных ресурсов;

4) усовершенствование и замена новых очистительных материалов.

К сожалению, не все они способны кардинально изменить нынешнюю экологическую ситуацию в Краснодарском крае. Однако каждый житель региона может внести свой вклад в улучшение окружающей среды, например:

1) защищать и охранять природу, национальные парки;

- 2) не мусорить;
- 3) не разбивать стекла и не оставлять их на земле;
- 4) сдавать макулатуру;
- 5) не срывать цветы.

Жизнь человечества целиком зависит от экологии нашей планеты. На сегодняшний день мы пока что не можем полностью избавиться от экологических проблем, но поддерживать порядок и чистоту окружающего мира – долг каждого.

Список использованных источников

1. Боголюбов, С. А. Правовые основы природопользования и охраны окружающей среды : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. А. Боголюбов, Е. А. Позднякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 429 с.

2. Еремченко, О. З. Биология: учение об биосфере : учеб. пособие для СПО / О. З. Еремченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 236 с.

3. Колесников, Е. Ю. Оценка воздействия на окружающую среду. Экспертиза безопасности: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. Ю. Колесников, Т. М. Колесникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 469 с.

ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА В ДИЗАЙНЕ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

А. А. Пьянова, Д. В. Палёха,

обучающиеся 3-го курса факультета ресторанный-гостиничного биз-
неса, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Научный руководитель

И. В. Кощавка,

старший преподаватель кафедры сервиса и гостиничного дела

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и
торговли имени Михаила Туган-Барановского» (ДНР, г. Донецк)

Дизайн – это культурный феномен 20 века, являющийся инстру-
ментом влияния, который затрагивает все ключевые сферы общества
и выступает индикатором его общего культурного развития.

Под проектной культурой принято понимать проектность как
содержание деятельности и новую культуру мышления [3]. Специали-
сты в области теории проектирования, искусствоведы, дизайнеры объ-
ясняют проектную культуру как интеграцию содержания материаль-
ной культуры и уже существующих констант проектирования, вопло-
щающую социально-культурный опыт, что в целом представляет ди-
зайн как результат объединения идеи и планирования для создания ма-
териальной среды, которая спроектирована как функциональная и
удобная [2].

Актуальность данной темы заключается в обосновании значи-
мости проектной культуры в дизайне и ее влияния на развитие чело-
веческого потенциала, а также способа творческой самореализации
личности.

Цель данной работы – отразить степень влияния материальной
среды человека на уровень его самореализации.

Представляя проектную культуру дизайна как проводник духов-
ных и нравственных аспектов человеческого бытия, общество

предполагает, что она уделяет внимание не только производству, но и потребительскому аспекту создаваемой реальности. Таким образом, дизайнерская деятельность способствует повышению качества жизни, укреплению социально-культурных отношений через создание гармоничной среды [1]. Проектная культура дизайна также определяется как способ творческой самореализации личности, в процессе которого создается объективный мир, и выступает выразителем идеалов и ценностей духовного мира. Цель дизайнера – посредством творчества познакомить людей с духовным смыслом их существования.

Поэтому особое значение имеет качество дизайнерского подхода и развитие стремления к максимально возможной реализации дизайнерского потенциала в интересах всего общества. Дизайнер всегда фокусируется на человеке как на объекте восприятия с конкретными духовными запросами и материальными потребностями [1]. Ведь ничто не имеет большего значения, чем человеческая личность, это важнее любых поступков и любых идей, потому что все они ничего не значат без человека.

Основываясь на значимости человеческого потенциала, выстраивается новая политика действий в отношении социума. Предоставляя достойный уровень жизни человеку как самостоятельной единице, общество дает возможность обеспечить гармоничное и постоянное развитие страны и человечества в целом.

Для обогащения человеческого потенциала как основы будущего развития создается комплекс проектов для благоустройства окружающей среды человека. Она включает в себя комплекс различных объектов повседневного взаимодействия: парки, остановки общественного транспорта, рекламные щиты. Этот пример отражает важность комплексного подхода к дизайну таких объектов. Необходимо учитывать особенность конкретного места, тип его ландшафта и культурно-социальный контекст [1]. Стоит отметить также эмоциональное восприятие внешнего мира, на которое влияет сочетание свойств природной и материальной среды. Это подразумевает использование таких инструментов, которые образуют яркое и эмоционально наполненное окружение, способствующее вдохновению человека [4].

Таким образом, проектная культура дизайна – способ творческой самореализации художника, в ходе которого создается объективный мир. Этот мир, удобный, функциональный, наполненный духовными смыслами, способствует личной самореализации каждого члена общества и развитию его потенциала. Следовательно, проектную культуру дизайна следует рассматривать как ключевой фактор развития человеческого потенциала.

Список использованной источников

1. Ремизова О. «Project Culture in Design as a Key Factor of Human Development in the Region» / О. Ремизова // *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. – 2019. – № 392.
2. Розенсон И. А. Основы теории дизайна / И. А. Розенсон // - СПб.: Питер, 2007. – С. 40
3. Дизайн как часть проектной культуры: режим доступа <https://pandia.ru/text/79/034/15380.php>
4. Специфика дизайна как эстетической деятельности: режим доступа <https://megaobuchalka.ru/9/35919.html>

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В 2023 ГОДУ

С.С. Рогачкова,

обучающаяся 4 курса, специальность 38.05.01

Экономическая безопасность

Научный руководитель

С.Ю. Субачев,

кандидат юридических наук,

доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий - ИМСИТ» (г. Краснодар)

Россия активно налаживает процесс импортозамещения еще с 2014 года. Прежде всего, это связано с количеством санкционных мер, которые были приняты в отношении Российской Федерации. Сначала предлогом для их введения послужил конфликт из-за присоединения Крыма, а в настоящее время – военные действия на Украине. На сегодняшний день происходит постепенное замещение ввозимых из-за границы товаров путем налаживания собственного производства и увеличения объемов выпускаемой продукции. Что касается нынешней политической ситуации, то некоторые крупные иностранные компании приняли решение покинуть российский рынок или прекратить поставку товаров для РФ. Многие из них используют формулировку «приостановка деятельности». Но на какой срок приостанавливается их работа, пока что никто не поясняет. Уход иностранных брендов отразился на продажах отечественных марок. По итогам февраля 2023 года были проданы 23 тыс. шт. машин LADA. Это на 34,2% больше, чем в январе 2023 и на 4,7% больше, чем в феврале 2022 года. Лидером стала модель Granta - 16 тыс. шт. проданных машин, на 61,4% больше, чем в феврале прошлого года. 2 и 3 места занимают продажи

китайских машин - около 9 тыс. штук. Со слов Дениса Мантурова, заместителя Председателя Правительства РФ, Министра промышленности и торговли, в конце 2024 года «АвтоВАЗ» планирует начать производство обновленной LADA Granta. Помимо этого, с 1 марта 2023 г. «АвтоВАЗ» увеличил цены LADA примерно на 2%, в зависимости от выбранной модели. Российские активы группы Renault в мае 2022 года перешли в государственную собственность. Доля компании в АвтоВАЗе перешла ФГУП «НАМИ», а завод «Рено Россия» получила Москва. Правительство РФ приняло решение на мощностях данного предприятия выпускать автомобили под возрожденной маркой «Москвич». На развитие этого производства выделили около 5 млрд. руб. Такое соглашение подписали власти Москвы и ПАО «КАМАЗ». Обе стороны запланировали вложить в проект по 50% от общей суммы. Выделенные средства потратят на локализацию узлов и компонентов и адаптацию производственных мощностей. В начале марта стартовали официальные продажи нового кроссовера. Стоимость модели «Москвич 3» начинается от 1,97 млн рублей. Цена электромобиля «Москвич 3е» стартует от 3,5 млн рублей. В 2023 году под этим брендом планируется продать около 40 тыс. машин и 10 тыс. электрокаров.

В конце сентября 2022 года Toyota приняла решение полностью прекратить производство на заводе «Тойота Мотор» в Санкт-Петербурге. Здесь выпускали Toyota Camry и RAV4. Инвестиции в открытие и развитие завода составили 38 млрд. руб. Компания прекратила работу завода еще 4 марта 2022 года из-за нарушений в логистических цепочках поставок. Вместе с Toyota ушел и премиальный бренд марки Lexus, у которого собственного производства в России не было. На данный момент неизвестно, что будет с мощностями предприятия: Toyota ищет покупателей, которые приобретут завод.

Уход Nissan не стал неожиданностью, поскольку бренд входил в концерн Renault-Nissan-Mitsubishi. Nissan собирал на заводе в Петербурге внедорожники Qashqai, X-Trail и Murano, мощность предприятия составляла около 100 тыс. автомобилей в год. Новым владельцем предприятия стало ФГУП «НАМИ», ему достался и завод, и научно-исследовательский центр в Санкт-Петербурге, а также департамент

продаж и маркетинга, находящийся в Москве. Государство намерено поддержать предприятие, но что будут производить, пока неизвестно.

«КАМАЗ», крупнейший производитель грузовых машин, тоже включился в гонку российских брендов. Компания планирует к осени 2023 года ускорить сборку автомобилей до 220 шт. в сутки. Также рассчитывает получить дополнительную выручку – 350 млрд. руб. к 2030 году – за счет новых легковых автомобилей. Уход иностранных брендов в прошлом году нанес удар по отечественному автомобильному рынку, в сжатые сроки пришлось перестраивать работу в новой реальности. Если раньше особой популярностью у россиян пользовались европейские марки, то сейчас их ввозят в страну по программе параллельного импорта, а также заменяют на российские и китайские машины. 15 марта 2023 года проводилась онлайн-конференция «МК» и портала «АвтоВзгляд», в ходе которой эксперт назвал недостатки покупки «серых» автомобилей, ввезенных с помощью параллельного импорта.

По его словам, прежде всего, это проблемы с обеспечением машин запасными частями. Из-за санкций их стало труднее покупать за границей и доставлять на территорию Российской Федерации. Особенно сложно с запчастями к новым моделям, которые раньше не ввозились.

В мае 2022 года Минпромторг разрешил ввозить в Россию с помощью параллельного импорта около 50 брендов, которые выпускают не только легковые машины, но и коммерческую, грузовую технику: Jaguar, Land Rover, Volvo, Renault, Mercedes-Benz, Smart, BMW, MINI, Volkswagen, Lamborghini, Ferrari, Maserati, Aston Martin, Rolls-Royce, Bugatti, Citroen, Dacia, Ford, Genesis, Hyundai, Isuzu, Kia, Mazda, Opel, Peugeot.

Что ждет авторынок в 2023 году? Довольно сложный и актуальный вопрос в настоящее время. Неопределенность на рынке с поставками и спросом сохраняется, поэтому и прогнозы экспертов разнятся. Специалисты ВТБ уверены, что продажи новых автомобилей в 2023 году вырастут на 6%, практически до 700 тыс. шт., что почти на 6% выше результатов прошлого года. По прогнозу Алексея

Подшеколдина, президента ассоциации «Российские автомобильные дилеры» (РОАД), в этом году «АвтоВАЗ» увеличит свой выпуск в 1,5 раза, а продажи ГАЗ и УАЗ вырастут не более, чем на 10%, так как они получали много комплектующих из-за рубежа, и их рост ограничен. По мнению эксперта, российские производители выпускают 440 тыс. авто. Доля китайских брендов увеличится в два раза – до 250 тыс. По параллельному импорту ввезут 100 тыс. машин иностранных брендов на российский авторынок. По результатам опроса «Автостата», 61% наших соотечественников уверены, что автоконцерны вернуться в Российскую Федерацию. 42% россиян ответили, что из ушедших автомобильных брендов чаще всего не хватает европейских марок. Большинство респондентов считают, что схема параллельного импорта не решит вопрос дефицита, российский авторынок будет расти активнее благодаря импортозамещению и инвестициям в развитие, а дилеры продолжают ориентироваться на китайские и российские марки. Почти 70% россиян ждут рост цен на автомобили в 2023 году.

Список использованных источников

1. «АвтоВАЗ» импортозаместит детали, с поставками которых возникли проблемы. Текст: электронный сайт. URL: <https://ria.ru/20230331/avtovaz-1862076469.html>.

2. Волчкова Н.А., Турдыева Н.А. Микроэкономика российского импортозамещения //Журнал Новой экономической ассоциации. - 2021.- № 4.- С. 140-146.

3. Загашвили В.С. Зарубежный опыт импортозамещения и возможные выводы для России //Вопросы экономики. -2020.- № 8.- С. 137-148.

4. Продажи новых легковых автомобилей в России в марте 2023 года. ТОП-25 марок и моделей - Текст: электронный сайт. URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/54285/>.

5. Рейтинг самых продаваемых автомобилей 2023 года в России - Текст: электронный сайт. URL: <https://auto.ru/mag/article/rating-aeb-2023/>.

РОЛЬ ЖЕНЩИН В ПОЛИТИКЕ

С. А. Сейдаметова,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 41.03.01
Зарубежное регионоведение

Научный руководитель

В. В. Прилепский,

кандидат политических наук,
доцент кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и социальных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

О женщинах любят говорить все, а вот об их правах, амбициях и желании достичь признания во многих сферах жизни – немногие. Современный мир страдает от гендерных стереотипов, и многие отрицательно относятся к идее «женщина в политике», считая, что ее место – только на кухне.

Межпарламентский союз и Структура ООН по вопросам гендерного равенства и расширения прав и возможностей женщин сформировали отчет, в котором говорится, что на 1 января 2023 года доля женщин в политике незначительна, и что для достижения гендерного паритета в политической жизни еще далеко [4].

Женщины занимают посты глав государств и/или правительств только в 31 стране. Они составляют 26,5% членов парламента. Во всем мире менее чем каждый четвертый член кабинета министров – женщина (22,8%). Данный отчет показывает, что представительницы прекрасного пола руководят политикой в области прав человека, гендерного равенства и социальной защиты, в то время как мужчины доминируют в таких областях политики, как оборона и экономика [4].

Петр Великий был первым российским лидером, ощутившим связь между проблемами женского равноправия, эмансипации и

модернизации общества. Он приказал женщинам покинуть терема и являться на придворные «ассамблеи» [1].

В Древней Руси княгиня Ольга успешно осуществляла масштабную внутреннюю и внешнюю политику. Во время ее правления были установлены первые границы, возведены города, а также активно расширялись международные отношения Древнерусского государства. Кроме того, княгиня Ольга пересмотрела налоговую систему: были введены «уроки» и «погосты» [1].

Для укрепления мирового престижа Древнерусского государства княгиня приняла христианство под именем Елены. Русская православная церковь канонизировала и причислила княгиню Ольгу к Лику Святых.

Один из выдающихся политических деятелей Российской Империи – Екатерина Великая – знаменита своей активной наступательной внешней политикой, которая способствовала повышению авторитета и роли России на международной арене. Екатерина успешно провела две войны против османских турок, что позволило России окончательно закрепиться на Черном море и присоединить Северное Причерноморье, Крым и Прикубанье [2].

Екатерина II активно развивала социально-культурную сферу. Она заложила основы общественной образовательной системы и женского образования. Особое внимание уделялось развитию системы здравоохранения, культуры и искусства.

После революции 1905 года женщинам в Российской империи были предоставлены политические права. Однако Высочайший манифест об усовершенствовании государственного порядка, обнародованный в октябре 1905 года, не давал им возможности занимать должности в органах исполнительной власти. Только весной 1917 года они получили право избирать и быть избранными на всей территории России. Александра Коллонтай стала первой женщиной-министром в мире, возглавив Наркомат призрения в 1917 году [3].

Маргарет Тэтчер достигла высот в политике, став первой женщиной-премьер-министром Великобритании. Она сосредоточилась на восстановлении финансовой системы страны. Одной из мер

проводимой ею политики было сокращение чрезмерного вмешательства государства в экономику страны [1].

К ключевому элементу «тэтчеризма» можно отнести политику приватизации, которая способствовала улучшению ряда показателей предприятий. Для борьбы с безработицей была пересмотрена система помощи безработным: стимулировался неполный рабочий день, ранний выход на пенсию и профессиональная переподготовка [2].

Таким образом, Тэтчер начала активно реформировать страну, стремясь полностью избавиться от социалистических идей и настроений путем проведения социальных и экономических реформ.

Исторический анализ дает нам представление о том, какую важную роль в развитии своего государства сыграли выдающиеся женщины-политики. Хотя не всё в их деятельности было безупречным, они смогли достичь высокого положения и общественного признания.

В заключение, отметим, что женщины составляют почти половину населения Земли, но, к сожалению, не имеют возможности в полной мере реализовать свой потенциал, хотя обладают всем необходимым для этого: соответствующим образованием, знаниями и амбициями.

Список использованных источников

1. Айвазова С. Г. Политическое участие женщин: немного истории и теории // Женщина в российском обществе. 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskoe-uchastie-zhenschin-nemnogo-istorii-i-teorii> (дата обращения: 11.04.2023).

2. Богданова О. С. Гендерные аспекты политического лидерства // Социология власти. 2010. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-aspekty-politicheskogo-liderstva> (дата обращения: 11.04.2023).

3. Сохатюк, Н. Л. Роль женщин в мировой политике и экономике / Н. Л. Сохатюк // Машиностроение: инновационные аспекты развития: материалы II международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 15 марта 2019 года. – Санкт-Петербург: Санкт-

Петербургский филиал Научно-исследовательского центра «Машино-Строение», 2019. – С. 227–232.

4. Women in politics: 2023 // UN Women URL: <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2023/03/women-in-politics-mar-2023> (дата обращения: 11.04.2023).

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

К.А. Семенова,

обучающаяся 1 курса учетно-финансового факультета, направление подготовки 38.03.01 «Экономика», направленность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Научный руководитель

А.А. Шулимова,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической теории

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина» (г. Краснодар)

В наши дни процесс цифровизации протекает ускоренными темпами. Это затрагивает все основные сферы общественной жизни, в особенности экономику. Одним из главных примеров такого явления можно считать создание масштабных маркетплейсов, которые представляют собой некий интернет-ресурс, объединяющий между собой производителей различной продукции на одной цифровой платформе.

Известно, что за последние несколько лет количество пользователей в глобальной сети Интернет увеличилось в несколько десятков раз. Развитие информационных технологий и их адаптация к сфере электронной коммерции, цифровые инновации, технологии сбора и анализа объемных данных, увеличение привлекательности площадок маркетплейса для продавцов, а также изменение поведения потребителя, все больше предпочитающего покупать онлайн, – все это способствовало активному росту бизнес-модели [1].

Началом развития маркетплейсов в России является основание такой интернет-площадки, как Ozon, в 1998 году. Однако опыта по запуску онлайн-магазинов в России не было, поэтому пришлось изучать и развивать данное направление с нуля. В настоящее время Ozon

предоставляет огромный ассортимент различной продукции и занимает одно из лидирующих позиций на российском рынке с оборотом, исчисляемым сотнями миллиардов рублей [3].

Позже, в 2004 году, появилась новая интернет-платформа Wildberries, которая также стала предоставлять широкий выбор товаров различной категории и ценового сегмента [3]. Сейчас Wildberries сотрудничает даже с иностранными компаниями и поставяет продукцию из-за рубежа.

В современной России пользуются спросом и менее масштабные цифровые площадки, такие как Яндекс. Маркет, СберМегаМаркет, Lamoda.

Ситуация с пандемией в 2020 году показала все преимущества онлайн-покупок и спрос на маркетплейсы значительно вырос. Это не только экономит время, но и более выгодно с финансовой точки зрения. Помимо этого, такие онлайн-платформы предлагают покупателям значительно больше различных товаров, что упрощает процесс выбора для потребителя.

Для организации онлайн-торговли маркетплейсы используют сайты и электронные торговые площадки. Трафик посетителей таких площадок неуклонно растет, равно как и доля работающих на площадках маркетплейсов продавцов. Развитие подобных инновационных торговых форматов детерминирует монополизацию сбыта, сложные механизмы логистики с привязкой к ним цен на продаваемые товары. Предлагаемый на торговых площадках ассортимент, непрерывная его диверсификация, а также сопутствующих ему сервисов, способствует увеличению целевой аудитории, расширению географии охвата российского национального рынка, выходу отечественных маркетплейсов на рынки стран-партнеров. Ежегодно наблюдается стабильный рост числа новых поставщиков, дистрибьюторов, магазинов [6]. Следовательно, популярность такого рода интернет-площадок возрастает не только среди покупателей, но и среди владельцев малого и среднего бизнеса. Кроме того, размещение своего продукта на маркетплейсах сокращает издержки производителя на аренду помещения для

торговли, рекламу и продвижения собственного сайта в социальных сетях, однако охват потребительской аудитории лишь возрастает [4].

В условиях ухода иностранных компаний с российского рынка глобальные интернет-платформы помогли отечественным производителям поднять спрос на их продукцию и, следовательно, повысить прибыль.

Таким образом, маркетплейсы играют значительную роль в развитии российской экономики. Их функционирование помогает повысить торговый оборот в стране в несколько раз. Происходит рост предпринимательства в стране, следовательно, увеличивается объем валового внутреннего продукта и улучшаются другие важные экономические показатели. Кроме того, прослеживаются улучшения в уровне благосостояния населения, так как появляются новые рабочие места.

Список использованных источников

1. Кордина И.В. Маркетплейс как бизнес-модель электронного посредничества / И.В. Кордина, Д.И. Хлебович // Известия Байкальского государственного университета. – 2021. – Т. 31. – № 4. – С. 467–477.

2. Красовитов Н.Д. Приоритеты социально-экономической политики Краснодарского края / Н.Д. Красовитов, Е.А. Шулимова // Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: материалы XV международной научно-практической конференции. – Краснодар: ЦНТИ, 2020. – С. 243–247.

3. Приходько К.С. Цифровая трансформация экономики России под воздействием развития маркетплейсов / К.С. Приходько, Л.В. Куцегреева, В.В. Салий // Вестник академии знаний. – 2022. – №50. – С. 260–264.

4. Солодченкова О.А. Мультикатегорийные маркетплейсы в России: оценка современных тенденций развития / О.А. Солодченкова, Е.Г. Дедов, С.Н. Михальченкова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 1 – С. 135-140.

5. Шулимова А.А. Роль социального маркетинга в традиционной и современной экономике / Шулимова А.А., Свищёва И.А. //

Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики: материалы XIII международной научно-практической конференции. – Краснодар: ЦНТИ, 2019. – С. 371–377.

6. Булдыгин П.А., Бабасева А.А. Маркетплейсы как инструмент развития малого и среднего предпринимательства // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. 2022. № 1. С. 226-228.

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Д.А. Сердюк,

обучающаяся 3 курса, направление подготовки 38.03.01
Экономика, направленность (профиль) образовательной программы
«Финансы и кредит»

Научный руководитель

И.В. Горшунова,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Современный рынок труда в России находится в постоянном развитии и изменении. В последние годы цифровизация экономики стала одним из основных факторов, влияющих на рынок труда. Новые технологии и инновации требуют новых специалистов и навыков, что приводит к изменению требований к работникам и появлению новых профессий.

Анализ российского рынка труда за 2022–2023 гг. показывает, что его структура постепенно меняется. Актуальными становятся вакансии, которые еще два-три года назад не были особо востребованы (IT-специалисты; фрилансеры в разных областях, робототехники; HR-специалисты; рекрутеры и др.).

Для российской экономики и рынка труда характерны кризисные явления, которые то углублялись, то стабилизировались в течение 2022–2023 гг. Определенная стагнация наступила еще в 2015 г., когда российский рынок труда нуждался в таких специалистах, как маркетолог, бухгалтер, финансист, аудитор, экономист, программист, IT-специалист.

Официальная статистика свидетельствует о том, что в 2022 г. количество трудоспособных граждан РФ составило 76 млн. чел. (52 % населения России); уровень безработицы составил 5,8 % (4,4 млн. чел.). По сравнению с 2022 г. этот показатель увеличился на 3,4 %. С повышением уровня безработицы происходит сокращение доходов населения, уровня заработной платы. Однако, по прогнозам Росстата, безработица в РФ к концу 2023 г. достигнет уровня 4,7% [3].

Несмотря на массовые сокращения, в 2022 – начале 2023 гг. наблюдается рост количества вакансий, которые еще несколько лет назад считались невостребованными, неперспективными, ненужными. Например, массово требуются специалисты, перешедшие на удаленный график работы (работодателю это выгодно, так как значительно сокращаются текущие расходы).

Из основных проблем современного российского рынка труда можно отметить безработицу и нерациональное использование рабочей силы. В стране распространены несколько видов безработицы: региональная структурная, фрикционная, латентная.

Таким образом, в течение 2022 – 2023 гг. уровень безработицы по регионам не превышал 12,5 % (максимальное значение). Данные говорят о том, что количество неработающих людей по отдельным регионам приблизительно одинаковое: в среднем нетрудоустроенными являются от 4 до 7,5 % россиян.

Становление современных трудовых отношений и формирование рынка труда в России продолжается в устойчивом преодолении кризисных явлений. В 2022–2023 гг. аналитики, в первую очередь, отмечают несбалансированность занятости населения, отсутствие структуры распределения трудовых ресурсов. При этом эксперты обращают внимание на следующие явления: нехватка рабочих и специалистов в отраслях, где нужны выпускники технических вузов, училищ и техникумов и рост безработицы.

Сегодня в условиях цифровизации экономики востребованы высококвалифицированные специалисты, обладающие профессиональными компетенциями, качественными знаниями, практическими навыками. Работодателям необходимо адаптироваться к новым

реалиям рынка труда, так как увеличиваются сроки обучения специалистов и сроки начала их трудовой деятельности. Потенциальные работники получают возможность найти ту занятость, которая будет полностью соответствовать их квалификации и пожеланиям. Руководители компаний и предприниматели должны переориентировать свои цели не на получение быстрой прибыли, а на получение устойчивых доходов.

В 2023 году наиболее востребованы специалисты в сфере IT, далее – аналитики, маркетологи, инженеры, работники сферы торговли. Также нарахват сотрудники, сумевшие освоить смежную профессию, углубить практические и теоретические навыки. Офисные работники постепенно вытесняются онлайн-работниками, которые предпочитают трудиться удаленно.

Список использованных источников

1. Агамирзян И. Вызов 2035 [Электронный ресурс] / И. Агамирзян. [и д.р.] - Электрон.текстовые дан. – Издательство «Олимп-Бизнес»., 2016. – Режим доступа: http://www.rvc.ru/upload/iblock/327/challenge_2035.pdf, свободный (Дата обращения: 20.03.2023 г.)

2. Будущее рынка труда: после 2020-го // Инвест-Форсайт. Деловой журнал. Февраль 27, 2018, 09:00. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.if24.ru/rynok-truda-posle-2020/>. Дата доступа: 20.03.2023 г.

3. Рынок труда в России. 11.01.2023. – Режим доступа: <https://visasam.ru/russia/rabotavrf/rynok-truda-v-rossii.html> (Дата обращения: 20.03.2023 г.)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В РАБОТУ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА: СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

А.А. Сеферян,

обучающийся 3 курса Академического колледжа,
специальность 38.06.02 Финансы

Научный руководитель

М.В.Большакова,

преподаватель кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

НАН ЧОУ ВО Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ, г. Краснодар

Актуальность исследований в этом направлении подтверждается массой примеров применения нейросетей в различных сферах. В то время как в Китае и на Западе этот процесс идет уже достаточно активно, в России еще некоторое время назад найти приличный нейропакет было непросто. Однако к настоящему времени появились обнадеживающие результаты решения различных аналитических задач с элементами нейротехнологий в условиях российской действительности. Они становятся важнейшей частью нашей экономики и образа жизни. Создание и внедрение информационных технологий – сложный процесс, ведь всегда было непросто найти способы повышения эффективности и продуктивности при одновременном снижении затрат. В данной статье будет рассмотрено, как искусственный интеллект (ИИ) может быть использован в банковской отрасли для достижения значительных улучшений. Мы рассмотрим некоторые случаи, когда ИИ был успешно применен в банковском секторе. Попытаемся выяснить, почему банкам именно сейчас жизненно важно вкладывать инвестиции в решения для машинного обучения.

Сегодня аналитики могут выбрать четкую систему построения

прогнозов соответственно конкретной задаче. Однако широкий круг задач, решаемый нейронными сетями, пока что не позволяет создавать универсальные, мощные сети, вынуждая разрабатывать специализированные, функционирующие по различным алгоритмам. Нейронные сети вошли в практику везде, где нужно решать задачи прогнозирования, классификации или управления.

Нейронные сети привлекательны с интуитивной точки зрения, так как основаны на примитивной биологической модели нервных систем. Они представляют собой весьма перспективную вычислительную технологию, дающую новые подходы к исследованию динамических задач в финансовой области. Первоначально нейронные сети открыли новые возможности в области распознавания образов, затем к этому прибавились статистические и основанные на методах искусственного интеллекта.

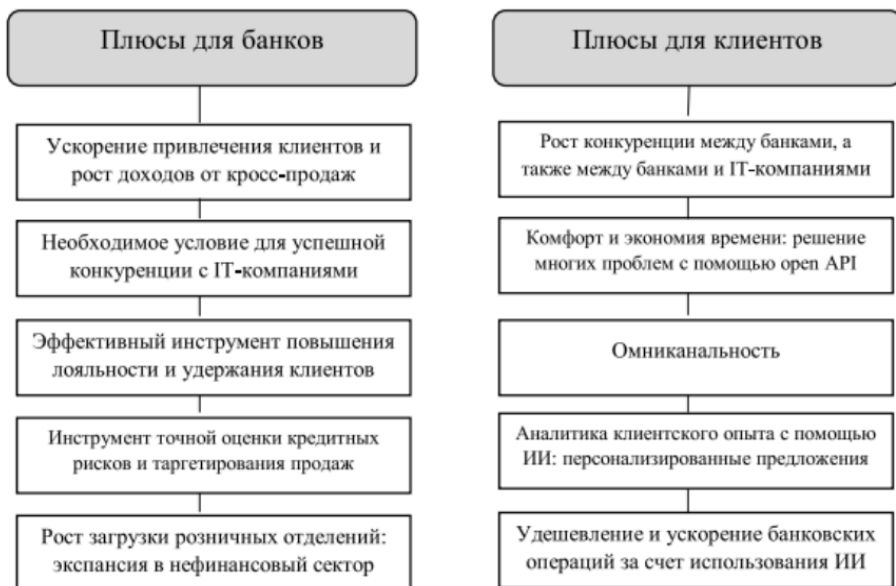


Рисунок 1 - Плюсы внедрения экосистем для клиентов и банков
Характерный пример успешного применения нейронных

вычислений в банковской сфере – управление кредитными рисками. Нейронные сети применяются в банках для прогнозирования динамики банковских рисков под воздействием различных факторов, определения кредитного рейтинга клиентов.

Как известно, до выдачи кредита банки проводят сложные статистические расчеты по финансовой надежности заемщика, чтобы оценить вероятность собственных убытков от несвоевременного возврата финансовых средств.

Такие расчеты обычно базируются на оценке кредитной истории, динамике развития компании, стабильности ее основных финансовых показателей и многих других факторах. Банки и крупные финансовые организации, которые уже используют нейронные сети для решения своих целей, понимают, насколько эффективным средством они могут быть для задач с хорошей статистической базой, например, при наличии достаточно длинных временных рядов, в том числе и многомерных.

При этом в качестве потребителя такой информации выступают либо люди, хорошо знающие потенциальные возможности нейронных сетей, либо решающие такие задачи традиционными методами и вынужденные искать другие, более эффективные способы.

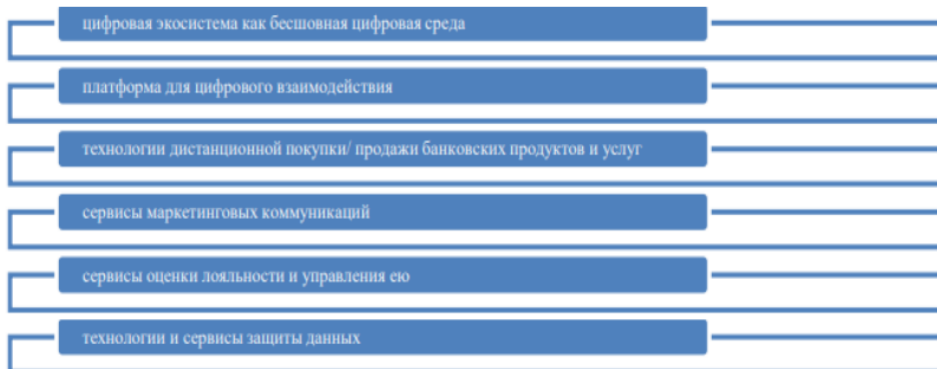


Рисунок – 2 Компоненты цифровой модели банковского обслуживания корпоративных клиентов российских банков

Основными задачами, решаемыми с помощью нейрокмьютеров в банковской сфере, являются оценка кредитоспособности и прогнозирование финансовых временных рядов.

Оценка кредитоспособности, платежеспособности клиентов, обратившихся в банк за денежными ссудами, стала одной из первых областей банковской деятельности, в которой применение нейронных сетей дало заметный эффект. Располагая историческими данными обо всех заемщиках, можно натренировать нейросеть таким образом, что на ее входе будут показатели потенциального клиента, а на выходе – прогнозируемая степень платежеспособности. Данные каждого нового потребителя обрабатываются с целью сбора информации (всего информация собирается приблизительно по 80 показателям) и подаются на вход без перенастройки нейросети. В разных банках подобные методики реализуются по- своему.

Как правило, нейросетевые прогнозы сочетаются с экспертными оценками, которые представлены системой требований, предъявляемых банком к своим потенциальным заемщикам. Как известно, до выдачи кредита банки проводят сложные статистические расчеты по финансовой надежности заемщика, чтобы оценить вероятность собственных убытков от несвоевременного возврата финансовых средств. Такие расчеты обычно базируются на оценке кредитной истории, динамике развития компании, стабильности ее основных финансовых показателей и многих других факторов. Известный китайский банк опробовал метод нейронных вычислений и пришел к выводу, что та же задача по уже проделанным расчетам подобного рода решается быстрее и точнее. Например, в одном из случаев оценки 100 тыс. банковских счетов новая система, построенная на базе нейронных вычислений, определила свыше 90 потенциальных неплательщиков.

Использование нейронных сетей как инструмента оценки кредитоспособности заемщиков также не лишено недостатков. Прежде всего, сам процесс решения задач с помощью нейронных сетей, начиная от сбора данных и заканчивая их применением на практике, довольно трудоемок. На этом этапе самым сложным считается определение входных параметров для нейросетей, прежде всего, из-за

неопределенности связи прогнозируемого показателя и имеющимися данными. Чтобы избежать ошибок во взаимосвязях, количество входных данных становится избыточным, вследствие чего возникает перегрузка сетей, что усложняет их работу. Одним из решений проблемы является генетический алгоритм отбора входных данных, который схож с естественным отбором в природе. Чем информативнее параметры мы подберем, тем больше возможностей получить надежный результат. Затем происходит изменение определенных показателей – и в результате они становятся все более информативными. Итогом обучения нейросетей является установка существующей зависимости между переменными. На основании этих данных и строится дальнейшая работа нейронной сети, ее участие в анализе кредитоспособности заемщика.

Список использованных источников

1. Галушкин А.И. Нейросетевые технологии в России / А.И. Галушкин. -М.: Горячая линия – Телеком, 2022.
2. Матвеев М.Г. Методы и модели искусственного интеллекта. Применение в экономике / М.Г. Матвеев, А.С. Н.А. Алейникова. – М.: ИНФРА М, 2021.
3. Ясницкий Л.Н. Интеллектуальные информационные технологии и системы / Л.Н. Ясницкий. - Пермь: Пермский ун-т, 2019.
4. Большакова М. В. Перспективные направления развития региональных экономических систем на основе блокчейн-технологий. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ГЛОБАЛЬНОМ МИРЕ: ЭКОНОМИКА, НАУКА, ТЕХНОЛОГИИ №3 (часть 2) 2023г. ISSN: 2412-883X (дата обращения 03.04.2023г.)

ПРОГНОЗ ИНФЛЯЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е.С. Сивашенко,
магистрант 1 курса, специальность 1-25 80 03
Финансы, налогообложение и кредит

Научный руководитель
Т.А. Везубова,
доктор экономических наук,
профессор кафедры финансов

УО «Белорусский государственный экономический университет» (г.
Минск). Республика Беларусь

Устойчивое и поступательное развитие национальной экономики во многом зависит от эффективности денежно-кредитной политики, проводимой центральным банком (Национальным банком Республики Беларусь).

Главнейшей целью монетарной политики в Республике Беларусь является помощь экономике в достижении такого объема производства, который характеризуется полной занятостью и отсутствием инфляции.

Под инфляцией принято понимать устойчивое повышение общего уровня цен на товары и услуги в экономике.

Поскольку данный показатель является неотъемлемым индикатором эффективности проводимой денежно-кредитной политики в государстве, то его своевременный анализ и прогноз представляются действительно необходимыми компонентами деятельности центральных банков.

Поскольку инфляция является колеблющимся показателем, то при осуществлении ее прогноза возникает необходимость сглаживания возникающих «выбросов».

В ходе проведения анализа показателя было решено внедрить одну фиктивную переменную (март 2022 года – *D2022M03*) для сглаживания ряда.

После сглаживания колебаний были осуществлена повторная проверка хаотичности во временном ряду (рисунок 1).

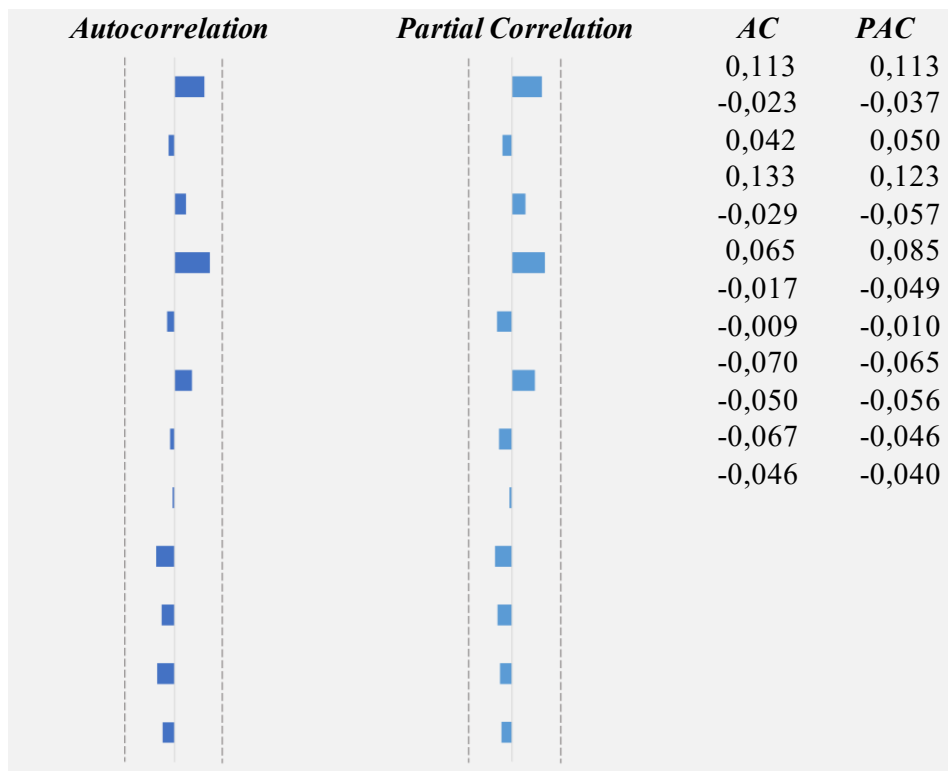


Рисунок 1 – Коррелограммы при сглаживании инфляционного колебания

Примечание – собственная разработка.

Для прогноза были выбраны следующие компоненты ряда: уровень инфляции предыдущего месяца (CPI (-1)), уровень инфляции

текущего месяца предыдущего года ($CPI(-12)$), а также фиктивная переменная ($D2022M03$) и константа (C).

При вероятности незначимости выбранных показателей ($CPI(-1) = 0,0000$; $CPI(-12) = 0,0001$; $D2022M03 = 0,0003$), а также значениях коэффициента детерминации (R -квадрата) = 0,98 и F -статистики = 1119,82 можно утверждать, что прогноз также будет значим.

Отразим формулу расчета уровня инфляции (1) и после спрогнозируем ее значения в будущем (рисунок 2).

$$CPI = 0,789913299744 + 0,992826352069 * CPI(-1) - 0,10950223939 ** CPI(-12) + 6,04273568734 * D2022M03 \quad (1)$$



Рисунок 2 – Прогноз уровня инфляции на март-май 2023 г.

Примечание – собственная разработка на основе [1].

Таким образом, в заключение, следует обратить внимание на то, что инфляция на протяжении следующих трех месяцев продемонстрирует спад в общем на 3,30 п.п. и составит в мае 8,38% при целевом уровне на конец года, не превышающем 7–8%, что является оптимальным прогнозом для Республики Беларусь.

Список использованных источников

1. Обзор инфляции: [Электронный ресурс] // Национальный банк Республики Беларусь. URL: <https://www.nbrb.by/mp/inflation/month>. (Дата обращения: 17.03.2023).

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СОН

В.С. Сметанин,

обучающийся 2 курса, направление подготовки 38.03.05
Бизнес–информатика

Научный руководитель:

Н.С. Нестерова,

кандидат технических наук,
доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Здоровье населения является одним из важнейших приоритетов государственной политики в области здравоохранения. В связи с этим проведение исследований и выявление факторов, пагубно влияющих на физическое и психическое здоровье человека, весьма актуально.

Следует отметить, что одной из причин, существенно влияющих на качество жизни человека, является расстройство сна. Сотни миллионов людей в мире имеют проблемы со сном.

Во время нормального сна восстанавливаются силы, укрепляются нервная и иммунная системы, нормализуется обмен веществ, снижается риск развития многих заболеваний.

Существуют две фазы сна: медленная и быстрая, сменяющие друг друга. Большая часть ночи и начало сна — это медленная фаза, REM (Rapid Eye Movement), характеризующаяся повышенной активностью головного мозга.

Медленный и быстрый сон представляют цикл, длительность которого в среднем равна девяноста минутам. За ночь они сменяются четыре-шесть раз. Подавляющая часть сновидений происходит в

REM-фазе сна. В медленном сне они проявляются, в основном, в виде отрывочных картинок.

Роль сновидений изучена наукой еще меньше, чем функции сна. Считается, что их миссия заключается и в анализе информации, накопленной за день в оперативной памяти. Мозг определяет, что пригодится человеку в будущем, при этом девяносто процентов информации забывается.

Вторая задача сна — формирование рефлексов. Мозг, просматривая всевозможные ситуации, как будто проводит тест-драйв на будущее

В настоящее время многие эксперты утверждают, что искусственный интеллект (ИИ) может помочь улучшить сон и заменить снотворные препараты [1].

Известно, что в области ИИ используют «большие данные», то есть большие массивы информации, в целях выявления закономерностей поведения человека. Для их сбора применяют различные датчики и передающие устройства либо специальные приложения, позволяющие определить связь между различными фазами сна и такими показателями, как размеры тела, частота и глубина дыхания, пульс и мозговая активность.

Для машинного обучения ИИ используют огромные массивы данных о процессе сна разных людей. При обучении искусственный интеллект получает большие объемы детальной информации об индивидуальных особенностях. На их основе он выдает предложения о том, как улучшить качество сна конкретных людей.

В настоящее время имеются и создаются новые инструменты искусственного интеллекта, которые позволяют в автоматическом режиме собирать и обрабатывать записи приборов о сне пациентов. Новые технологии ИИ позволяют специалистам получить такие важные характеристики сна, как индекс апноэ (нарушения дыхания, при котором спящий человек перестает дышать на короткие периоды и дыхание становится нерегулярным, с многократными остановками). Искусственный интеллект помогает понять причины обструктивного апноэ, чтобы назначить пациенту адекватное лечение. Некоторые системы на основе искусственного интеллекта обнаруживают апноэ, хрипы и

сильное сжатие зубов с помощью анализа звукозаписей, полученных во время сна пациента [1].

ИИ помогает родителям младенцев привить им чёткий распорядок дня раньше, чем это происходит обычно.

Отслеживание сна обладает множеством преимуществ. Например, технологии, созданные на основе искусственного интеллекта, позволяют каждую ночь фиксировать его продолжительность, качество и другие факторы. При этом вырабатываются индивидуальные рекомендации по улучшению сна, зависящие от данных, собранных в процессе исследования. Особенности среды и показатели здоровья, связанные со сном, позволяют прогнозировать появление таких потенциальных проблем, как храп и апноэ.

Доказано влияние музыки на сон людей. В истории человечества для успокоения и убаюкивания младенцев всегда использовали колыбельные песни.

Медицинской организацией АХА РРР для исследования механизма воздействия песни, спетой перед сном в качестве средства для засыпания, были созданы две колыбельные. Одну из них сочинил искусственный интеллект, а другую — человек. После демонстрации нот в машиночитаемом формате с помощью глубокого обучения алгоритм смог «почувствовать» гармонию и ритм. В результате была создана новая композиция. ИИ написал ноты, а человек преобразовал их в мелодию [1].

В промышленности стали выпускать «умные матрасы» со встроенными датчиками для сбора информации о состоянии спящего человека, которые с помощью искусственного интеллекта помогают улучшать сон потребителя, изменяя температуру, силу поддержки тела и уровень освещенности помещения в режиме реального времени. При этом постельное белье подстраивается под форму тела спящего в режиме реального времени.

Умный матрас на основе технологии ИИ охлаждает тело человека, снижая при необходимости температуру самого матраса и обеспечивая непрерывность сна. Идеальная температура и биометрические данные определяются в онлайн-режиме, благодаря использованию искусственного интеллекта.

Центры изучения сна собирают огромные объемы информации для ИИ, что приводит к достижению более точной диагностики и помощи в решении проблем.

Искусственный интеллект помогает повысить возможности существующей системы здравоохранения в направлении раннего выявления и лечения нарушений сна и различных инфекций, влияющих на его качество.

Следует отметить, что в России разработана технология для воссоздания снов [2]. В ее основе — использование нейросетей и данных электроэнцефалографии (ЭЭГ). Специалисты подготовили интерфейс, связующий ЭЭГ и нейросети. Предполагается, что специальная нейрогарнитура позволит записывать и воспроизводить сны в 2025 году. Таким образом, возникают новые возможности для лечения психических отклонений у людей.

Список использованных источников

1. Искусственный интеллект помогает избавиться от расстройства сна [Электронный ресурс], URL: <https://regnum.ru/news/3108684.html>

2. Российские ученые разработали технологию воспроизведения снов [Электронный ресурс], URL:<https://rg.ru/2021/06/07/vosproizvedenie-snov.html>

ИННОВАЦИОННЫЕ КЛАСТЕРЫ РОССИИ

В.Г. Черкасова,
обучающаяся 3 курса, специальность 38.05.01
Экономическая безопасность

Научный руководитель
К.В. Писаренко,
доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В настоящее время национальная экономика России ориентирована на высокотехногенное развитие, внедрение инновационных технологий и продукции, что обуславливает создание и поддержку инновационных кластерных образований, проектов, масштабирование в регионах.

Развитие и формирование кластерной системы в современной науке – актуальная научно-практическая проблема, поскольку ориентированность на экономическую эффективность, инновационную специализацию и распределение финансовых ресурсов, направленных на развитие кластеров регионов Российской Федерации выявляет такие проблемы, как дефицит собственных финансовых, научных, производственных, кадровых и цифровых ресурсов.

На сегодняшний день, несмотря на значительное число отечественных и зарубежных исследований, остается множество неизученных вопросов в области кластерного развития, в частности, кластерное развитие как основа взаимодействия большого и малого бизнеса.

Кластер как экономическая категория отражает совокупность разноотраслевых субъектов хозяйствования, объединенных одним

признаком – достижение высоких рыночных показателей, за счет производства конкурентоспособной или инновационной продукции, располагающихся в разрезе одной территории [1].

Главная цель кластера – обеспечение максимально эффективной реализации основных возможностей на территории, путем использования синергетических эффектов от деятельности взаимосвязанных предприятий [5].

Единым центром выступает ядро кластера – одна или несколько высококонкурентоспособных на мировом рынке организаций, производящих качественную продукцию для внутрикластерного потребления и на экспорт, совершенствующихся в долгосрочной перспективе.

В России на данный момент формируется организационный механизм финансовой поддержки инновационных кластеров, который представляет собой совокупность организационных форм, методов и инструментов, способных оптимизировать финансовую структуру ИТК [2].

Однако практика и динамика развития кластеров транслирует недостаточность подхода развития ИТК, включающего развитие финансово-экономических механизмов. Прямое финансирование кластеров за счет федеральных средств составляет незначительную часть в их бюджете. Сама идеология кластера подразумевает, что его функции нужны, в первую очередь, компаниям-участникам, поэтому производственная деятельность в нем преимущественно финансируется бизнесом, заинтересованным в его развитии.

Функция региональных органов управления в данном случае заключается в полноценной адекватной реализации этих свойств, обеспечение взаимосвязей между предприятиями, высшей школой и научными учреждениями, финансово-кредитными институтами, органами местного самоуправления. С точки зрения деления наукоградов по принадлежности к отраслям промышленности, можно выделить несколько основных специализаций наукоградов в России:

- авиаракетостроение и космические исследования;
- электроника и радиотехника;

- автоматизация, машино- и приборостроение;
- химия, химфизика и создание новых материалов;
- ядерный комплекс;
- энергетика;
- биология и биотехнология.

На начало 2021 года в России образованы 44 промышленных кластера, тогда как в 2016 их насчитывалось 26, в 2017-2018 гг. – по 25 кластеров-лидеров соответственно. В настоящее время данные кластеры имеют разный уровень организационного развития: только 3 промышленных кластера соответствуют высокому уровню, 10 – среднему, а 31 – находятся на стадии начального развития. Из 44 промышленных кластеров самое большое количество (14) сосредоточено в Поволжье (ПФО), 12 кластеров – в ЦФО, 8 – в СЗФО (рисунок 1).



Рисунок 1 - Географическое расположение промышленных кластеров по состоянию на начало 2021 г.

Исходя из представленных данных рисунка 3, следует отметить, что самое большое число промышленных кластеров сосредоточено в Европейской части России, где наблюдается наибольшая инновационная активность: Приволжский, Центральный и Северо-Западный федеральные округа. Соответственно, наименее развитыми с

точки зрения кластерного образования сегодня являются Дальневосточный, Южный и Северо-Кавказский федеральные округа.

Таблица 1- Динамика основных показателей кластерного развития в России в 2019–2021 гг.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Абсолютное отклонение 2021 г. от 2019 г. (+;+)	Темп роста 2021 г. к 2019 г., %
Число работников в кластерных образованиях, (тыс.чел.)	682464	679333	662702	- 19762	-3,9
Высокопроизводительные рабочие места, ед.	19344	24060	30065	10721	55,42
Величина внутренних инвестиций, (млрд.руб.)	1134786	1174534	1301490	166704	14,69
Бюджетные и внебюджетные. источники финансирования, (млрд.руб.)	489158,4	549602	626574	137415,6	28,09
Реализованный участниками кластерных образовательных бюджетов НИОКР, (млн.руб.)	1060589	1091333	1193578	132989	12,54

Согласно данным, представленным в таблице 1, отметим, что численность работников в кластерных образованиях в 2019 г. (682464 тыс.чел.) по сравнению с 2021 г.(662702 тыс.чел.) отражает динамику снижения на 19762 тыс. чел. или на 3,9 %, данный факт обусловлен числом сокращения штатных научных сотрудников.

Высокопроизводительные рабочие места в 2019 г. (19344 ед.) по сравнению с 2021 г. (30065 ед.) отображают положительную

динамику на 10721 ед. или на 55,42 %, что обусловлено использованием технического и технологического потенциала кластерных объединений. Величина внутренних инвестиций в 2019 г. (1134786 млрд. руб.) по сравнению с 2021 г. (1301490 млрд. руб.) транслирует увеличение на 166704 млрд. руб. или на 14,69 %, данный факт обусловлен модернизацией основных производственных фондов (отечественной техникой).

Бюджетные и внебюджетные источники финансирования в 2019 г. (489158,4 млрд. руб.) по сравнению с 2021 г. (137415,6 млрд. руб.) отражают динамику роста на 137415,6 млрд. руб., что соответствует тенденции роста государственно - частного партнерства. Реализованный участниками образовательных кластеров бюджет НИОКР в 2019 г. (1060589 млн. руб.) по сравнению с 2021 г. (1193578 млн.руб.) показывает рост на 132989 млн. руб. или на 12,54 %, что свидетельствует о вовлеченности образовательных организаций в науку и как факт – привлечение молодых ученых.

Регионами-лидерами по количеству промышленных кластеров являются Ульяновская и Челябинская области, г. Санкт-Петербург и Республика Татарстан, которые имеют по 3 кластера в каждом регионе; а также Омская, Калужская, Пензенская и Воронежская области, имеющие по 2 кластерных образования [3].

Однако отметим основные проблемы кластерного развития в России:

- до сих пор нет ясности, насколько оно эффективно для отдельных российских регионов;
- характер взаимодействия российских организаций внутри подобного объединения остается недостаточно исследованным;
- тесное сотрудничество членов кластера несет в себе определенную опасность утраты самостоятельности и способности к активному поведению на рынке;
- существует угроза гиперспециализации участников;
- высокая монополизация кластера Сколково[4].

Решение проблем кластерного развития России заключается в объединении хозяйствующих субъектов в промышленные группы на

основе институциональных особенностей их организации и функционирования, с привлечением дополнительных инвестиций, направленных на подготовку высококвалифицированных кадров и молодых научных сотрудников.

Необходимо создать специализированный ресурс, который бы информировал школьников, обучающихся, молодежь, средний и малый бизнес о направлениях кластеров в России, возможности вхождения в кластерное объединение со своим бизнес-предложением. При подобном развитии экономических процессов диверсификация не может быть просто продуктом «невидимой руки рынка», которая в ряде случаев отражает всего лишь исторически сложившуюся и оптимизированную под иные исторические и экономические условия и задачи специфику экономики региона (например, это ощущается в Челябинской области), она должна быть преимущественно плановой, что подразумевает доминирующую роль инвестиций и организационного ресурса федерального Центра.

Список использованных источников

1. Развитие инновационных кластеров в России:
<https://deepcloud.ru/articles/chto-takoe-innovatsionnyy-klaster/>

2. Формирование инновационных кластеров как инструмент эффективного экономического управления:
<https://www.jsdrm.ru/jour/article/view/204/0>

3. Федеральная служба государственной статистики
<https://rosstat.gov.ru/folder/154849?print=1>

4. Кластерный подход: проблемы и пути решения:
<https://cyberleninka.ru/article/n/klasternyy-podhod-problemy-i-puti-resheniya>

5. Писаренко К.В. Кластерный анализ уровня дифференциации социально-экономического развития регионов РФ// Европейский журнал социальных наук. -2015.- № 10.-С. 134-143.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА РОССИИ К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

И.В. Степанов,

обучающийся 3 курса, специальность 38.05.01
Экономическая безопасность

Научный руководитель

О.А. Герасименко,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Понятие «налогообложение физических лиц» включает в себя налогообложение доходов и имущества. При изучении налогообложения имущества рассматриваются такие обязательные платежи, как транспортный налог (гл. 28 НК РФ), земельный налог (гл. 31 НК РФ), налог на имущество физических лиц (гл.32 НК РФ). В настоящее время учетом объектов налогообложения и исчислением данных платежей занимается Федеральная налоговая служба РФ (ФНС России), то есть налогоплательщикам - физлицам необходимо лишь оплатить данные платежи до 1 декабря года следующего за истекшим налоговым периодом [1].

В условиях развития цифровых технологий единственная проблема заключается в том, что далеко не все владеют современными цифровыми технологиями и имеют доступ к личному кабинету налогоплательщика на сайте ФНС России. Проблема возникает на этапе получения налогового уведомления от ФНС России, когда налогоплательщики не получают его в распечатанном виде в установленные законом сроки. В результате они не осуществляют платежи, при этом

никто не снимает с них ответственности по своевременной уплате налогов. Так возникает задолженность и в дальнейшем обязанность по уплате пени за просрочку платежа. Россия в настоящее время находится на переходном этапе к цифровой экономике, поэтому считаем, что данная проблема со временем будет решена, так как физические лица будут вынуждены осваивать цифровые технологии и пользоваться сервисами ФНС России в повседневной жизни.

В настоящее время более спорным и неоднозначным с точки зрения его справедливости и взимания является налог на доходы физических лиц (НДФЛ). НДФЛ – это прямой федеральный налог, который с 01.01.2001 года регулируется главой 23 НК РФ. Данный налог представляет собой изъятие определенной части дохода каждого трудоспособного гражданина в бюджетную систему РФ для последующего перераспределения. Он является одним из самых продуктивных и перспективных видов налога в силу того, что уклониться от его уплаты практически невозможно. Методы исчисления налога достаточно просты и понятны. Ставки налога фиксированы, объекты конкретны, а налоговая база определена четко. НДФЛ является одним из важных экономических рычагов государства, выполняя три основные функции: фискальную, социальную и регулируемую [3].

В России в течение 20 лет действовала плоская (пропорциональная) шкала налогообложения доходов физических лиц, и лишь с 01.01.2021 года была введена прогрессивная шкала на доходы резидентов РФ. Резидентом РФ признается лицо, находящееся на территории РФ в течение 183 дней следующих подряд 12 месяцев [1]. Теперь, все совокупные доходы резидентов РФ свыше 5 млн руб. облагаются по повышенной ставке 15%, ставка на доходы до 5 млн руб. осталась прежней – 13% [2]. По расчетам законодателей все средства, полученные от применения повышенной ставки будут направлены на помощь детям с тяжелыми и редкими заболеваниями через фонд «Круг добра». Так, в первый год действия нововведения федеральный бюджет, по данным Минфина, получил более 90 млрд руб. дополнительных доходов от применения повышенной ставки НДФЛ.

Тем не менее ряд политических деятелей и представителей научного сообщества дают скептическую оценку такому изменению в налогообложении физических лиц. Рассматривая аналогичный опыт западноевропейских развитых стран, можно заметить, что практически во всех используется прогрессивная шкала налогообложения, при этом шаг прогрессии значительно короче, чем в России в настоящее время. Так, в 2023 году под повышенное налогообложение попадают ежемесячные доходы лиц наёмного труда свыше 416 700 руб., в то же время, по данным Росстата, средняя зарплата в России составляет 56 208 руб., очевидно, что под повышенное налогообложение попадает незначительное количество налогоплательщиков. Использование более дифференцированной прогрессивной шкалы налогообложения способствовало бы расширению налогооблагаемой базы, увеличению собираемости налога, а также достижению социальной справедливости [2].

Понятно, что внедрение цифровых технологий в работу ФНС России поможет усилить контроль над действиями налогоплательщиков, а также сократит возможности уклонения от уплаты обязательных платежей. Считаем, что нововведение 2021 года, а именно – введение прогрессивной шкалы в налогообложении доходов физических лиц – это лишь первый шаг государства в направлении достижения социальной справедливости и экономической эффективности. Надеемся, что изменения в налоговом законодательстве будут продолжены.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс РФ / Электронный ресурс / <http://nalog.garant.ru/fns/nk/> (дата обращения 01.04.2023).
2. Герасименко О.А. Современные it-технологии в налоговом администрировании в условиях перехода России к цифровой экономике // Естественнo-гуманитарные исследования. - 2021. - № 36 (4). - С. 106-108.
3. Петрюк О.А. Роль налога на доходы физических лиц в формировании доходной части бюджетов разных уровней в современных

условиях развития экономики России // «Экономика и предпринимательство». - №8.- ч.1 (85-1).- 2017. – С.329-333.

О МЕРАХ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ УЧАСТНИКОВ СВО И ИХ СЕМЕЙ КАК ФАКТОРЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Н.А. Сукоркин,

обучающийся 4 курса, специальность 38.05.01

Экономическая безопасность

Научный руководитель

С.А. Мусиенко,

кандидат экономических наук,

доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий - ИМСИТ» (г. Краснодар)

Поддержка военнослужащих и их семей является особым фактором в обеспечении национальной безопасности страны, которая на данный момент должна быть на максимальном уровне.

Цель исследования: определить, какие меры социальной поддержки участников СВО обеспечивают национальную безопасность страны.

Защита прав мобилизованных представляют собой особую систему мер поддержки, пренебрежение которыми создаёт определённые риски. Неисполнение кредитных обязательств может в значительной степени создать опасную ситуацию для остальных членов семьи, которые, возможно, не смогут вносить платежи. В октябре 2022 года был представлен Федеральный закон от 07.10.2022 № 377-ФЗ, который предоставляет кредитные «каникулы». Время службы в качестве мобилизованного установлено как льготный период, который позволяет законно приостановить все обязательства по договору кредитования, что также распространяется и на военнослужащего, который находится в госпитале. Механизм оформления льготы упрощён, и

кредитор обязан рассмотреть данное требование в десятидневный срок. Такая мера по рассмотрению – обоснованная, так как заёмщику по требованию военкомата необходимо явиться в короткие сроки. Стоит отметить тот факт, что в случае гибели военнослужащего/признания его инвалидом 1 группы все кредитные обязательства аннулируются и не перекладываются на плечи членов его семьи. Мера является справедливой, так как следует учитывать, что супруга военнослужащего, вероятно, будет обременена другими обязанностями [1].

Обеспечиваются и трудовые гарантии, которые сохраняют рабочее место, но действие трудового договора приостанавливается на период прохождения мобилизованным военной службы. Соответствующие поправки в Трудовой кодекс РФ (далее – ТК РФ) были внесены в октябре 2022. В свою очередь, они предусматривают невозможность увольнения работника по п. 1 ст. 83 ТК РФ, теперь существует определённая оговорка – на период прохождения военной службы. Подобные изменения в законодательстве имеют ретроспективный характер, ведь оказывают влияние на возникшие правоотношения с 21 сентября 2022 года. Действия работодателя будут признаны незаконными при подписании приказа об увольнении, если он не будет отменён до нового распоряжения – о приостановлении действия трудового договора на основании заявления работника.

Меры по защите работника и его рабочего места не означают, что от этого должен пострадать работодатель, так как права и обязанности также приостанавливаются. Государство на период службы берёт на себя всю ответственность. Военнослужащему засчитывается стаж в двойном размере за период участия в СВО, который даёт возможность выйти на пенсию раньше. Все необходимые поправки были обозначены в Федеральном законе от 28 декабря 2013 №400-ФЗ «О страховых пенсиях» [2].

Особого внимания также заслуживают меры, которые касаются прямой и косвенной материальной поддержки. Указом Президента России установлена единовременная денежная выплата в размере 195 тыс. руб. каждому, кто был призван по мобилизации на военную службу, а также другим гражданам, которые решили заключить

контракт сроком на один календарный год и более в период ведения СВО. Важно отметить, что данные правоотношения, по аналогии с трудовыми гарантиями, распространяются лишь на те, которые возникли с 21 сентября 2022 года, и на них соответственно не может претендовать гражданин, заключивший контракт до о определённой даты. Отдельно отмечаются региональные выплаты. В ЮФО, например в Краснодарском крае, Республике Адыгея и Волгоградской области она составляет 100 тыс. руб. Самые высокие в данном округе – в Республике Крым и Севастополе – 200 тыс. руб. Если оценивать ситуацию в целом по стране, то субъекты РФ выплачивают в среднем порядка 100 тыс. руб. дополнительно. Также в некоторых регионах предусмотрены и отдельные материальные меры для поддержки детей участников боевых действий: в Белгородской области – 3 тыс. руб. ежемесячно для каждого ребёнка, в Свердловской области – 20 тыс. руб. одновременно также на каждого ребёнка. Отметим и косвенные меры поддержки: бесплатная юридическая/психологическая помощь, социальное обеспечение для пожилых родственников; приоритетное зачисление детей в детские сады/школы, предоставление им бесплатного питания в общеобразовательных организациях начального, основного и среднего общего образования, а также возможность бесплатного получения навыков и знаний по дополнительным общеобразовательным программам; приоритетное право в получении путёвки в организации отдыха на безвозмездной основе. Отдельно стоит выделить такую помощь, как квоты приёма на обучение в высшие учебные заведения, которые установлены Указом Президента РФ от 09.05.2022 № 268, в т.ч. квота приёма на обучения в размере 10% и приём ребёнка без вступительных испытаний, а также признание мобилизованных граждан ветеранами боевых действий. Данный пункт, как и остальные, достаточно важен, т.к. он даёт право на получение ежемесячной выплаты, а также компенсацию расходов при оплате жилых помещений в размере 50% и иные меры социальной поддержки [3].

Перечисленные меры важны не только для качественного социального обеспечения мобилизованных и их семей, но также и для национальной безопасности страны. По официальным данным,

частичная мобилизация коснулась 300 тыс. граждан РФ и явилась самым крупным мобилизационным мероприятием со времён Второй Мировой Войны. В среднем на одного военнослужащего может приходиться 2–3 члена семьи, таким образом, проблемы мобилизации коснулись 600–900 тыс. чел. Некорректное предоставление мер поддержки может создать целый ряд угроз для национальной безопасности страны, причинами которых могут стать содействие террористической деятельности или экстремисткой деятельности; маргинализация населения, ослабление различных социальных институтов; попытки насильственного изменения конституционного строя; планирование, подготовка, осуществление диверсий; широкомасштабная деятельность организованной преступности. Впрочем, риски в данной ситуации возможны, т.к. социальные и материальные гарантии не способны в полной мере компенсировать вред, с которым может столкнуться мобилизованный в части своего психологического и физического состояния. Представленные меры поддержки не должны быть исключительными, необходимо установление федерального минимума, который также будет относиться к государственным гарантиям, т.к. военнослужащие несут равные риски при несении службы в период проведения СВО.

Список использованных источников

1. Информационное письмо Банка России от 21.10.2022 № ИН-03-59/126 «О применении Федерального закона от 07.10.2022 № 377-ФЗ» // Вестник Банка России. - 2022. - № 52. (дата обращения 01.04.2023)
2. «Трудовые гарантии мобилизованных» / АГ-Эксперт - Спецпроект «Адвокатской газеты» // Мамров Феликс - [Электронный ресурс] - URL: <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advices/top-10-porpravok-dlya-mobilizovannykh/> (дата обращения 02.04.2023)
3. «Какие льготы положены мобилизованным и их семьям?» / Banki.ru // Салават Юсупов - [Электронный ресурс] - URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10972896> (дата обращения 04.04.2023).

ИНТЕГРАЦИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

Д.В. Тимофеевко,

обучающийся 3 курса, направление подготовки 09.03.03
Прикладная информатика

Научный руководитель

В.В. Сорокина,

кандидат технических наук,

доцент кафедры математики и вычислительной техники

Институт информационных технологий и инноваций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Искусственный интеллект (ИИ), как правило, рассматривается в качестве вспомогательного инструмента, предназначенного для упрощения процессов принятия решений, а не для замены человеческого интеллекта и изобретательности. В настоящее время у ИИ возникают трудности при выполнении задач, требующих здравого смысла в реальном мире, однако он обладает возможностью быстрого и эффективного анализа больших объемов данных. Программное обеспечение для искусственного интеллекта может синтезировать курсы действий и представлять их пользователю. Таким образом, ИИ может помочь в расчете возможных последствий каждого действия и упростить процесс принятия решений.

«Искусственный интеллект» – это своего рода второе пришествие программного обеспечения», – сказал Амир Хусейн, основатель и генеральный директор компании Spark Cognition, занимающейся машинным обучением. – Это разновидность программного обеспечения, которое самостоятельно принимает решения и способно действовать даже в ситуациях, не предусмотренных программистами. Искусственный интеллект обладает более широкими возможностями принятия решений, в отличие от традиционного программного обеспечения».

Искусственный интеллект обладает рядом уникальных свойств, которые делают его востребованным в различных отраслях. Например, он может оказывать помощь посетителям и персоналу в быстром и эффективном перемещении по корпоративному кампусу, а также выполнять сложные задачи, такие как мониторинг состояния ветряной турбины для прогнозирования необходимости ремонта. Эти возможности ИИ значительно упрощают и ускоряют многие процессы в различных сферах деятельности.

Цель данного исследования – изучить возможности интеграции искусственного интеллекта в бизнес-процессы компании.

Финтех-компании стали лидерами в применении ИИ, как в России, так и в мире. По данным McKinsey&Co, 60% организаций из этой отрасли использовали ИИ. Применение ИИ в финтехе позволяет решать такие задачи, как скоринг клиентов и принятие предварительных решений по кредитам, бизнес-прогнозирование и прогнозирование рисков, ответы на обращения клиентов через чат-боты. Использование чат-ботов помогает снизить количество запросов на 60% и сократить время решения проблемы в 4 раза, составляя всего 40 секунд. Также ИИ ускоряет процесс оплаты за счет системы биометрической идентификации, что уменьшает затраченное время на 15 секунд и обеспечивает точность идентификации на уровне 99,99%. Искусственный интеллект также используется для распознавания документов и формирования их проектов, fraud-мониторинга и выявления нетипичной активности. Благодаря использованию ИИ эффективность обработки жалоб увеличилась в 3,5 раза, а доля ложных срабатываний системы снизилась с 90 до 70%.

Некоторые из этих решений могут быть универсальными и применимыми в разных отраслях. Например, голосовые помощники, чат-боты и персонализация подойдут небольшим компаниям, а анализ расположения офлайн-точек — для ритейла.

По мнению экспертов, в настоящее время затраты на внедрение ИИ могут быть настолько низкими, что быстро окупаются даже для малого бизнеса. Например, разработчики виртуальной примерочной *Shapometry* утверждают, что магазины, подключенные к сервису,

получили дополнительный доход в размере 19%, а 50% пользователей приобрели рекомендованные искусственным интеллектом товары в течение нескольких часов.

Кроме того, ИИ предоставляет малому бизнесу возможность решать задачи, которые ранее были недоступны из-за ограниченных ресурсов. Например, обрабатывать большее количество запросов от клиентов и, благодаря этому, масштабировать бизнес.

Михаил Попов, основатель финтех-платформы TalkBank, говорит, что малый бизнес не может позволить себе дорогостоящий контакт-центр или несколько смен в режиме 24/7, чтобы клиенты всегда могли получить ответ, однако теперь доступны решения в сфере обработки данных, которые могут быть приобретены за разумные деньги, не требуя лицензирования ПО. Малый бизнес получает возможность просто платить за фактически использованные ресурсы, такие как обработанные запросы или массивы данных. В то же время решения для крупных компаний могут стоить миллионы долларов.

ИИ способен быстро вывести бизнес на принципиально новый уровень – это одна из его ключевых функций и задач. Рассмотрим проблемы, которые можно решить с помощью алгоритмов машинного обучения:

1. Оперативное реагирование.

В некоторых сферах бизнеса принципиальное условие успеха – быстро анализировать поступающие данные и моментально на них реагировать – например, в биржевых операциях.

2. Разработка маркетинговой стратегии на основе предоставленных данных и заложенных целей.

Искусственный интеллект помогает в работе маркетолога: не только анализирует опыт предыдущих продаж, но и использует прогнозирование для «предсказания» будущих, а также учитывает поведение конкурентов и общую ситуацию на рынке.

3. Человеческий фактор.

Даже у самого профессионального и опытного сотрудника бывают неудачные дни и неверные решения. У искусственного

интеллекта – никогда, вместо эмоций – у него функции, а технология и информация заменяют переменчивое настроение.

4. Борьба с мошенничеством.

Самообучающиеся нейронные сети помогают анализировать поведение пользователей и выявлять подозрительные операции, а также создавать алгоритмы для предотвращения финансовых потерь. Результат – система становится менее уязвимой, а это ключевое условие доверия клиентов.

5. Увеличение прибыли.

Использование машинного обучения в одной только системе ценообразования способно обеспечить прирост выручки на 5%, а при условии комплексного подхода доходы компании могут вырасти в несколько раз.

В заключение, можно сказать, что интеграция искусственного интеллекта в бизнес-процессы может привести к значительным улучшениям в эффективности, точности и скорости выполнения задач. Компании могут снизить издержки и повысить качество своей продукции и услуг, благодаря ИИ, а также расширить свой бизнес за счет новых возможностей, которые ранее были недоступны. Однако необходимо помнить о том, что ИИ является лишь инструментом, а не заменой человеческого интеллекта и опыта. Поэтому важно использовать новые технологии в сочетании с экспертными знаниями и аналитикой, чтобы достичь максимальных результатов и успешности в бизнесе.

Список использованных источников

1. Как искусственный интеллект преобразит бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.businessnewsdaily.com/9402-artificial-intelligence-business-trends.html> (дата обращения: 19.04.2023)

2. Интеграция искусственного интеллекта в управление бизнес-процессами [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8840086> (дата обращения: 19.04.2023)

3. Как компании используют искусственный интеллект

[Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://ieeexplore.ieee.org/document/8840086> (дата обращения:
19.04.2023)

4. Искусственный интеллект для реального мира [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hbr.org/2018/01/artificial-intelligence-for-the-real-world> (дата обращения: 19.04.2023)

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИЗМА

В.Н. Тищенко,

обучающаяся 3 курса факультета ресторано-гостиничного бизнеса,
направление подготовки 43.03.02 Туризм

Научный руководитель

В. Г. Антоненц,

кандидат экономических наук,
доцент кафедры туризма

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

Актуальность темы обусловлена тем, что современные информационные технологии активно внедряются в сферу туристического бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности любого туристического предприятия. Отрасль туризма позволяет использовать все разнообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления отдельной туристической фирмой до применения глобальных компьютерных сетей. Это не просто вопрос лидерства и создания конкурентных преимуществ, но и выживания на рынке в ближайшем будущем.

Цель работы – теоретическое обоснование и разработка практических рекомендаций относительно путей совершенствования применения информационных технологий на предприятиях туризма.

Сегодня «в ногу со временем» пытается идти примерно четверть туристических предприятий, создавая собственные сайты, внедряя специализированное программное обеспечение, сотрудничая с известными национальными и международными туристическими порталами. Но подавляющее большинство туристических компаний

использует имеющиеся информационные технологии очень ограниченно: в лучшем случае речь идет об электронной почте и работе на сайте оператора для онлайн - бронирования тура.

Однако главная проблема на пути внедрения информационных технологий в деятельность субъектов туристической индустрии заключается в нежелании работников предприятий осваивать новейшие технологии. По теории развития инновационной деятельности, любой инновационный процесс сопровождается сопротивлением со стороны консервативно настроенных сотрудников. [1].

На сегодня туристическая отрасль требует значительной модернизации, особенно в развивающихся странах. В этом контексте цифровые технологии могут служить важным фактором такого процесса. Прежде всего, это касается процесса контроля за качеством предоставления туристического продукта. Так, современные технологии можно использовать, например, при внедрении системы «тайного покупателя» (MysteryShopping). Да и большинство продаж давно уже стремительно переходит в онлайн, и поэтому MysteryShopping будет чрезвычайно актуальной в контексте повышения продаж [2].

Новым видом туристического продукта может стать отдельная ветвь рекреационного туризма, а именно отдых, направленный на оздоровление после перенесенных болезней, в т.ч. и коронавирусной инфекции. Современные технологии в этом случае будут обязаны иметь, прежде всего, медицинское направление, а выбирая оздоровительный тур с помощью цифровой визуализации, потенциальный покупатель сможет оценить необходимые опции.

Информационные технологии могут стать необходимыми и при создании электронного реестра всех наиболее весомых туристических объектов страны, с возможностью их виртуального «посещения».

Актуальным будет и создание электронных справочников туристических фирм с указанием стоимости предлагаемых услуг, а также информационных справочников по транспортным маршрутам, отелям и т. п [3].

Таким образом, современная ситуация в мире приводит к возникновению новых видов услуг и трендов в туризме.

К таким трендам можно отнести экопутешествия – привлечение туриста к сохранению окружающей среды, с наименьшим влиянием на нее его поездки. Здесь используются высокие технологии, которые уменьшают антропогенное воздействие (например, электрокары, светодиодное освещение и даже питание).

Мощное развитие приобретут отдельные индустриальные тренды, такие как распространение стандарта NDC (NewDistributionCapability) в области управления ресурсами авиакомпаний и чат-ботов для общения с клиентами. В высокоразвитых странах повсеместное распространение получили сенсорные терминалы и киоски самообслуживания, которые вытесняют устройства с различными видами бесконтактных интерфейсов. Такая же тенденция касается пультов дистанционного управления и выключателей, карт-ключей и даже кнопок вызова лифтов [4].

Итак, цифровая трансформация туристической отрасли будет бесспорно очень важным фактором ее роста, не только из-за необходимости предоставления информации потребителям и продвижения туристических предприятий, но и с точки зрения организации работы различных направлений в области туризма. Если еще несколько лет назад ее функции в туризме сводились исключительно к информационно-коммуникативной, то в настоящее время информационные технологии являются полноценными участниками отношений между потребителями и поставщиками туристических услуг.

Список использованных источников

1. Зленко Д.Г. Использование информационных технологий в туризме / Д.Г. Зленко // Научный вестник ЮИМ. Экономическая политика и хозяйственная практика. – 2019. -№ 5. – С. 19-22.
2. Лемешко Т. Б. Интернет-возможности продвижения туристических предприятий / Т. Б. Лемешко // Достижения вузовской науки. - 2021. – С.2-6.
3. Курганская Г. С. Инновационные интернет-технологии в сфере туристической деятельности / Г. С. Курганская, К. М. Хофманн // Бизнес-образование в экономике знаний. - 2020. – С.55-61.

4. Умавова Б. Т. Использование интернет-технологий в продвижении турпредприятий / Б. Т. Умавова, С. А. Нажмутдинова // Вопросы структуризации экономики, 2019. – 13-18 с.

ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Д.И. Ткаченко,

обучающийся 2 курса, направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика

Научный руководитель

Е.В. Хроль,

ассистент кафедры математики и информатики

Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, ФГБОУ ВПО, (г. Краснодар)

В России существуют различные электронные платформы, которые автоматизируют ежедневные рутинные процессы. Одним из таких инструментов является Государственная информационная система «Единый портал государственных и муниципальных услуг» (Госуслуги). Данная онлайн-площадка взаимодействует как с юридическими и физическими лицами, так и с государственными органами. С помощью Госуслуг можно подавать различные заявления, получать электронные сертификаты и подписи, взаимодействовать с федеральными государственными органами и многое другое. Наиболее распространенной в бизнесе является система «Контур. Экстерн» - для автоматизации документооборота. Это онлайн-сервис для взаимодействия с налоговыми органами, банками и другими учреждениями, использующий протоколы электронного документооборота. С помощью «Контур. Экстерн» можно обмениваться электронными документами, отслеживать состояние документов, получать уведомления по отчетности в реальном времени.

Прогресс не стоит на месте, и уже сегодня при помощи внедрения цифровых платформ можно автоматизировать массовое производство. В России широко используется система управления производством MES – «Q-DAS». Эта платформа позволяет отслеживать

выполнение задач и операций, управлять запасами и производственными ресурсами, а также собирать и анализировать данные о производстве. Система «Q-DAS» является одной из ведущих платформ в области автоматизации производства в России и применяется более чем на 40% крупных производств.

Более мелкие производства внедряют платформу для автоматизации основных бизнес-процессов и управления производственными ресурсами (ERP) «1С: Предприятие». Она позволяет в онлайн-режиме управлять бизнес-процессами на предприятии, включая управление закупками, продажами, складами и бухгалтерией.

В РФ цифровые платформы внедряются в различных отраслях, и выбор наиболее подходящих может зависеть от конкретных потребностей и задач каждой отрасли. Однако, можно выделить несколько цифровых платформ, которые внедряются чаще всего:

- 1С: ERP – это цифровая платформа, которая используется в различных отраслях, включая производство, торговлю, логистику, финансы и другие сферы. Она представляет собой систему управления предприятием, которая позволяет автоматизировать бизнес-процессы, управлять ресурсами, учетом, анализировать данные и многое другое.

- Microsoft Dynamics представляет собой систему управления предприятием, используется в различных отраслях производства. Иными словами, это линия программных приложений, обеспечивающая планирование корпоративных ресурсов и управление взаимоотношениями с клиентами.

- Медицинская информационная система (МИС) – это цифровая платформа, которая используется в медицинской отрасли для управления медицинскими данными, записями пациентов, учетом медицинских услуг и других процессов. Она позволяет улучшить качество медицинского обслуживания, уменьшить ошибки в обработке медицинских данных и оптимизировать рабочие процессы медицинских учреждений.

Для оценки эффективности использования цифровых платформ в России используются различные методы. Один из них – сравнение экономических показателей до и после использования цифровой

платформы, таких как рост производительности, тяжелые затраты на технологические процессы и увеличение прибыли.

Сравнительный анализ с конкурентами позволит оценить эффективность использования цифровых платформ с точки зрения их конкурентоспособности. Для этого проводится анализ функциональных возможностей, качества сервиса, удобства использования и других параметров. Кроме того, для оценки эффективности использования цифровой платформы можно проводить опросы среди пользователей с целью выяснения их мнения о качестве сервиса, удобстве использования и функциональных возможностях. Такой метод позволит оценить эффективность внедрения цифровых платформ с точки зрения удовлетворенности пользователей.

Некоторые из наиболее эффективных цифровых платформ, уже используемых в России, включают в себя систему автоматического документооборота для автоматизации бизнес-процессов, облачные сервисы для хранения и обработки данных, которые позволяют сократить расходы на ИТ-инфраструктуру, электронные торговые площадки.

Тем не менее, для повсеместного распространения цифровых платформ в России необходимо провести анализ проблем, связанных с ограничением их применения. Решение проблемы распространения цифровых платформ, автоматизирующих рутинные задачи, поможет увеличить их эффективность и сделать более доступными для бизнеса и граждан.

Список использованных источников

1. Огородникова Е.П., Сингаева Ю.В. Цифровизация агропромышленного комплекса Российской Федерации // Век качества. - 2020.- №3. – С. 61–69.
2. Орлова Л.С. Тенденции развития и внедрения цифровых платформ // КЭ.- 2021.- №1.– С. 35–41.

НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ УЛУЧШЕННЫХ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А.В. Фролова,

обучающаяся 1 курса, направление подготовки 38.03.04

Государственное муниципальное управление.

Научный руководитель

В.Ю Пипопуло,

преподаватель кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

В последние годы цифровизация трансформировалась в неотъемлемую часть развития туристического бизнеса в Российской Федерации. Динамичное развитие туризма неизбежно связано с достижениями научно-технического прогресса, внедрением различных инноваций в сфере мобильных и программных обеспечений, активизацией электронной коммерции, использованием компьютерных симуляторов, виртуальной и дополненной реальности.

Цель исследования – стимулирование внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации с применением усовершенствованных цифровых технологий.

Безусловно, развитие цифровых технологий в экономике оказывает воздействие и на прогресс индустрии туризма, а увеличение спроса на туристические услуги требует применения цифровых технологий [1]. Для того, чтобы повысить привлекательность туристических дестинаций, а также сформировать гарантированно стабильный турпоток, следует разрабатывать информационное сопровождение, содержащее всю необходимую для путешественника информацию [2].

Например, при планировании путешествия, с помощью технологий виртуальной реальности (VR) можно изучить места, популярные у туристов. При бронировании путевок клиентами необходимо дать им возможность посмотреть 360-градусные фото- либо видеоматериалы (методы, применяемые многими гостиницами). В туристической индустрии также появились тенденции применения технологий условной, а также дополненной реальности (AR / VR), следующие приемы:

- рекламное объявление услуг турагентств с применением специальных стендов, на которые достаточно привести мобильное устройство, чтобы получить дополнительную информацию;
- виртуальные путешествия, расширяющие действительность с целью демонстрации возможностей тура, погружения в определенную местность.

В ближайшем будущем будут развиваться проекты в области цифровизации туристических и культурных пространств города, в том числе система навигации с элементами дополненной реальности, синхронный перевод с использованием искусственных нейронных сетей [3]. Чтобы заинтересовать туриста в приобретении тура, нужно понять основные потребности клиента, а именно: предпочтения в питании, звездности отеля, типе номера. На базе платформы могут быть разработаны различные блоки, сервисы и мобильные приложения, в которых реализованы функции, направленные на развитие системы продвижения туристического продукта Российской Федерации.

Из главных цифровых решений можно отметить:

- создание туристического маркетплейса, а также централизацию усилий по продвижению туристического продукта РФ;
- внедрение, а также формирование мультязычных сервисов поддержки для путешественников, в том числе информативные сервисы, навигации, а также, самообслуживания, с целью повышения доступности, особенности, а также привлекательности туристических услуг, увеличение эффективности использования туристических ресурсов [4].

В конечном счете, цифровые технологические процессы становятся важным направлением стратегии развития культуры и туризма

городов будущего, способствуя интеграции путешественника в городскую среду, а также разрешая ему самостоятельно составлять план странствия [5].

Список использованных источников

1. Байков А.В. Въездной туризм: современное состояние и перспективы развития в Российской Федерации // Российское предпринимательство. – 2019. – №5, вып.1 (110). – С.120-124.

2. Кочергина, О.Д. Выбор методов сбора информации и технология создания виртуального тура / О.Д. Кочергина, А.В. Горина, Н.Б. Хахулина // Студент и наука.- 2019. -№3. -С. 63-66.

3. Феденева И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 205 с.

4. Целых Т. Н. Процесс приобретения туристского продукта или почему не развивается въездной и внутренний туризм в России / Т. Н. Целых, Р. Н. Галямов // Инновационная экономика и общество. – 2019. – №1 (23). – С. 86–91.

5. Шамахов В. А. Развитие внутреннего и въездного туризма в России как приоритетное стратегическое развитие // Среднерусский вестник общественных наук. – 2020. – №4. – С. 143–154.

НАЛОГОВЫЕ РИСКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Т.А. Хлебникова,
обучающаяся 3 курса, специальность 38.05.01
Экономическая безопасность

Научный руководитель
А.Г. Щербинина,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

Институт цифровой экономики и управления бизнес-процессами
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий (ИМСИТ)» (г. Краснодар)

Процесс внедрения цифровых технологий и телекоммуникаций в сфере экономических отношений сопровождается возникновением налоговых и социально-экономических рисков, которые необходимо своевременно диагностировать. В статье обозначены преимущества и проблемы цифровой трансформации налогообложения, выявлены тенденции цифровизации, так или иначе влияющие на реализацию процесса налогообложения в современных условиях. Указаны методы выявления угроз финансовой безопасности, которые включают в себя определение элементов риска управления и направлений совершенствования налогового администрирования.

Система налогообложения как одна из архиважных составляющих экономического благополучия страны также подвергается процессам цифровой трансформации с целью повышения эффективности, улучшения взаимодействия между звеньями. [1]

Фискальные службы стран мира в процессе администрирования применяют инновационные цифровые продукты и предлагают налогоплательщикам многочисленные онлайн-сервисы. Среди них

можно выделить следующие: предварительное заполнение налоговых деклараций, получение онлайн-помощи в расчете налоговых обязательств, применение технологий «больших данных», «блокчейна» и «биометрии».

В России среди самых удобных подобных цифровых сервисов можно выделить такие, как «Личный кабинет налогоплательщика» (в форме приложения или раздела сайта) и приложение «Мой налог» - для плательщиков налога на профессиональный доход. Эти услуги позволяют быстро и беспрепятственно проводить платеж, рассчитанный заранее. Удобно тем, что не нужно посещать отделение ФНС или банка.

Новыми для российской практики налогообложения являются информационные системы маркировки и отслеживания отдельных групп товаров, например, система ЕГАИС, которая позволяет определить всю цепочку реализации алкогольной продукции. Онлайн-кассы дают возможность в цифровом формате, при помощи специального программного обеспечения и высокоскоростного соединения, анализировать оптовые и розничные продажи в режиме реального времени. Неумение оптимизировать управление налоговыми рисками и гарантиями негативно влияет на способность органов ФНС максимизировать сбор налогов и в цифровой экономике.

В 2021 г. по сравнению с 2020 г. размер налоговых поступлений в консолидированный бюджет РФ сократился на 7,6 %. Максимально допустимый (критический) уровень налогового риска не должен превышать 50 % (в общей сумме задолженности от фактически полученных платежей). Прогнозируемая доля фискальной задолженности в общей сумме налоговых доходов региона пока что не превышает установленного допустимого уровня в 50 %. Однако ее рост в среднесрочной перспективе должен находиться под строгим контролем и подвергаться детальному анализу в целях обеспечения надлежащего уровня региональной налоговой безопасности. Также необходимо учитывать взаимосвязь подобных рисков не только с управленческим фактором, но и с другими структурными элементами налогового механизма. В качестве превентивных мер по повышению

действенности региональных органов ФНС могут быть предложены эффективная работа единого центра обработки данных и развитие базы данных фискальных органов, включающей информацию о налогоплательщиках, финансово-хозяйственной деятельности и социально-экономическом положении районов. В заключение необходимо отметить, что цифровая трансформация налогообложения, как и всей экономики в целом, – это перспективное направление, которое может поднять качество менеджмента в данной сфере на совершенно новый уровень. Тем не менее, как и любое «новшество», требует грамотного, осторожного и комплексного подхода к своей реализации, опоры на экономические, правовые и иные реалии, существующие в каждом конкретном государстве.

Список использованных источников

1. Меликсетян А.В., Кириллова О.С. Цифровая трансформация в налогообложении: вызовы и возможности / А.В. Меликсетян // Возможности цифровизации и глобальные вызовы: ожидания и реальность. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. - Саратов. Издательство: «Саратовский источник», 2023.– С. 88-91.

2. Попова Л.В. Механизм региональной налоговой безопасности на основе снижения налоговых рисков и использования информационных технологий [электронный ресурс]/ Л.В. Попова // Web of Conferences.– 2019.- Режим доступа: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20196214003>.

О ПРОГНОЗИРОВАНИИ ТЕХНИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ

Г.Р. Ходжаян,

обучающийся 1 курса Академического колледжа,
специальность 10.02.01

Организация и технология защиты информации.

Научный руководитель

В.В. Алфёрова,

преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Статья посвящена актуальной проблеме, исследованию прогнозирования технических и экономических рисков в образовательном учреждении. В статье рассмотрены основные аспекты прогнозирования рисков, описаны методы и инструменты, используемые для анализа и управления рисками.

В первой части статьи рассматриваются технические риски, связанные с обновлением оборудования и программного обеспечения, а также экономические, возникающие как следствие изменений финансовой ситуации в стране. Во второй части нашей работы представлены результаты исследования, проведенного на примере одного из образовательных учреждений. В заключении обсуждаются результаты и выводы исследования, а также даются рекомендации по применению методов прогнозирования рисков в образовательном учреждении.

В настоящее время учебные заведения сталкиваются со множеством технических и экономических рисков, которые могут оказать серьезное воздействие на их работу. Рассмотрим основные

технические и экономические риски, которые могут негативно сказываться на деятельности образовательных учреждений, и рекомендации по их прогнозированию и управлению.

Учебные заведения являются важной частью общества, играя ключевую роль в развитии человеческого капитала. Они обеспечивают необходимую подготовку будущих профессионалов для различных отраслей. Однако, как и любые другие организации, образовательные учреждения в процессе своей деятельности могут испытывать влияние отрицательных факторов. Рассмотрим конкретные технические и экономические риски, с которыми сталкивается образовательное учреждение НАН ЧОУ ВО АКАДЕМИЯ ИМСИТ, и способы снижения их воздействия.

В образовательном учреждении ИМСИТ они связаны, в первую очередь, с технической базой учреждения. Среди наиболее значимых технических рисков отметим следующие:

- 1) недостаточное обновление оборудования, используемого в учебном процессе, что влечет за собой лишние расходы на ремонт [1];
- 2) недостаточное качество локального соединения и сетевого оборудования, что может привести к потере связи и снижению качества образовательного процесса;
- 3) ошибки в программном обеспечении, вследствие которых происходит потеря данных или сбой в работе системы.

Экономические риски в Академии ИМСИТ могут быть связаны с изменениями финансового положения учреждения и сокращением его бюджета вследствие изменения финансовой политики государства. Также на работе образовательного учреждения негативно сказывается введение иностранными государствами санкций на программное обеспечение, что вызывает трудности в обучении студентов, в связи с чем необходимо разработать собственное программное обеспечение, которое полностью заменит иностранное, такое как Microsoft Office, Adobe, Avast. Однако, благодаря высокому уровню преподавания и качественному учебному процессу, в Академии ИМСИТ экономические риски на сегодняшний день – относительно небольшие.

В целом, они могут быть снижены путем улучшения технической базы учреждения и создания резервного финансового обеспечения [2]. Кроме того, необходимо изучать новые методы и технологии, позволяющие предупреждать влияние негативных факторов и повышать качество обучения.

В заключение хотелось бы отметить, что профилактика технических и экономических рисков играет важную роль в образовании в наши дни. При правильной стратегии и планировании они могут быть сведены до минимума. Важно проводить регулярное техническое обслуживание и создавать резервные копии данных, а также разрабатывать бизнес-планы и стратегии развития для уменьшения экономических рисков [3]. Также необходимо следить за изменениями в законодательстве и экономической сфере. Таким образом, общество, школы, колледжи и университеты должны действовать вместе для минимизации влияния негативных факторов и улучшения образовательного процесса. В недалеком будущем все учебные заведения должны приспособиться к новой цифровой реальности, так как это станет ключом к их успеху и будет способствовать улучшению состояния экономики в целом.

Список использованных источников

1 Основные задачи по обеспечению информационной безопасности. // [Электронный ресурс]. – URL: <https://studfile.net/preview/3857648/page:13>. – (Дата обращения: 18.04.2023 г.).

2 Шаньгин В. Ф. Информационная безопасность компьютерных систем и сетей: Учебное пособие / Шаньгин В. Ф. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 416 с.

3 Жук А.П. и др. Защита информации: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2018.-392 с.

РАЗРАБОТКА БАНКОВСКОГО ПРИЛОЖЕНИЯ В СРЕДЕ VISUAL STUDIO

Д.Г. Шестопапов,
обучающийся 3 курса Академического колледжа,
специальность 09.02.03
Программирование в компьютерных системах

Научный руководитель
В.В. Алферова,
преподаватель Академического колледжа

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Статья посвящена разработке программного обеспечения и защиты данных на основе современных технологий в инструментарии Visual studio. Цель данного исследования – необходимость в анализе уже существующих и использовании именно тех, которые требуются для выполнения конкретной задачи. Термин «технология» определяется как «что-то новое, применяемое для решения существующих задач».

Актуальность нашего исследования заключается в том, что безопасность сегодня становится одной из главных проблем, так как в цифровой среде существуют опасные вирусы, способные украсть личные данные у пользователя или нанести непоправимый вред компьютерной системе. Недостатки в безопасности операционной системы или приложений могут привести к удаленному выполнению кода, и у злоумышленника появляется возможность получить доступ к личным данным или системным ресурсам. В итоге происходит утечка данных, которые являются конфиденциальной информацией о пользователях: имена, пароли, адрес электронной почты, финансовые данные и т. д. попадают в руки злоумышленников. Уязвимость систем хранения и обработки персональных данных приводит к несанкционированному

доступу и их использованию.

WAMP, MySQL, PhpMyAdmin, SHA256, MVC, C#, WPF, .NET 6 Framework, XAML – современные технологии, которые применяются при разработке банковского приложения для упрощения и безопасности.

На рисунке 1 представлена структура баз данных банковского приложения. Приведена Третья нормальная форма(3NF) для обеспечения их целостности. В некоторых таблицах воспроизведена каскадная СВЯЗЬ.

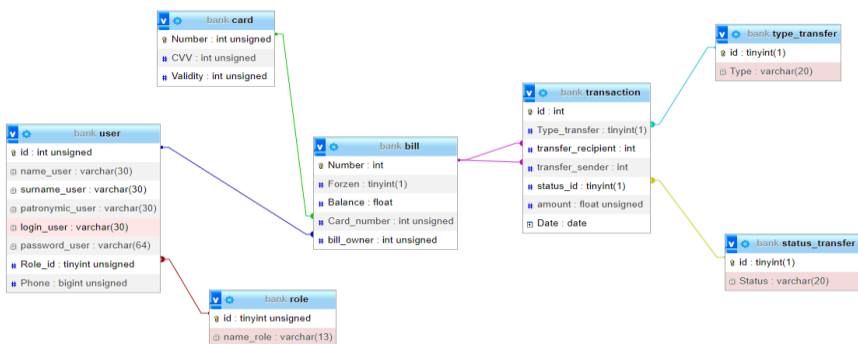
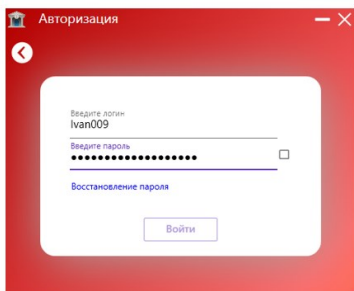


Рисунок 1. – Структура базы данных

В проделанной работе использованы части кода и интерфейса для визуальной точки зрения. На рисунке 2. - View и Controls.



View

```

30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
        Control1
        private void LogAut_LostFocus(object sender, RoutedEventArgs e)
        {
            if (LogAut.Text == string.Empty)
                TipLog.Visibility = Visibility.Visible;
            else
                TipLog.Visibility = Visibility.Collapsed;
        }
        Control1
        private void PassAut_LostFocus(object sender, RoutedEventArgs e)
        {
            if (PassAut.Password == string.Empty)
                TipPass.Visibility = Visibility.Visible;
            else
                TipPass.Visibility = Visibility.Collapsed;
        }
        Control1
        private void BtnAut_Click(object sender, RoutedEventArgs e)
        {
            User.CurrentUser = User.GetUserByLogIn(LogAut.Text, PassAut.Password);
            if (User.CurrentUser != null)
            {
                WndMain main = new();
                main.Show();
                wndAut.Close();
            }
            else
                ErrLP.Visibility = Visibility.Visible;
        }
    }

```

Controls

Рисунок 2. – View и Controls
На рисунке 3 представлена Model.

```

Ссылка: 1
public static User GetUserByLogIn(string LogIn, string Password)
{
    DB.OpenConnection();
    DataTable table = new();
    MySqlDataAdapter adapter = new();
    Password = Hash(Password);
    DB.cmd = new("SELECT * FROM 'user' WHERE 'login_user' = @uL AND 'password_user' = @uP", DB.GetConnection());
    DB.cmd.Parameters.Add("@uL", SqlDbType.VarChar).Value = LogIn;
    DB.cmd.Parameters.Add("@uP", SqlDbType.VarChar).Value = Password;
    adapter.SelectCommand = DB.cmd;
    adapter.Fill(table);
    DataRow[] rows = table.Select();
    if (table.Rows.Count > 0)
    {
        User us = new(DB.ConvertFromDBVal<string>(rows[0].ItemArray[1]),
            DB.ConvertFromDBVal<string>(rows[0].ItemArray[2]),
            DB.ConvertFromDBVal<string>(rows[0].ItemArray[3]),
            DB.ConvertFromDBVal<string>(rows[0].ItemArray[4]),
            DB.ConvertFromDBVal<string>(rows[0].ItemArray[5]));
        return us;
    }
    return null;
}

```

Model

Рисунок 3. – Model

Итак, в данной работе мы проанализировали уже существующие технологии и представили новые разработки банковского приложение в среде Visual studio с применением C# на основе WPF, из WAMP были

затронуты MySQL и PhpMyAdmin, алгоритм хэширования SHA-256, паттерн проектирования MVC.

Список использованных источников

1. Документация компания Microsoft C#// [Электронный ресурс]. – URL: <https://learn.microsoft.com/ru-ru/dotnet/csharp/tour-of-csharp/>(дата обращения 11.04.2023 г.)
2. Документация компания Microsoft MVC паттерн проектирование// [Электронный ресурс]. – URL: <https://learn.microsoft.com/ru-ru/aspnet/core/mvc/overview?view=aspnetcore-7.0> (дата обращения 11.04.2023 г.)
3. Документация Хабр по алгоритму хэширования SHA-256// [Электронный ресурс]. – URL: <https://habr.com/ru/companies/selectel/articles/530262/> (дата обращения 11.04.2023 г.)

О ВОЗМОЖНОСТЯХ ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ В РАМКАХ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

А.Ю. Шкрёбко,
обучающаяся 2 курса,
направление подготовки 44.03.05
Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Научный руководитель
М.М. Сунарчина,
доктор социологических наук, доцент,
профессор кафедры педагогики и межкультурных коммуникаций

Институт педагогики и межкультурных коммуникаций
НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных
технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)

Начавшаяся 24 февраля 2022 г. специальная военная операция (СВО) стала не только серьезным испытанием эффективности внешней и внутренней политики России, но и повлекла за собой важные изменения в геополитической, экономической, международной, национальной и демографической сферах. Это оказало влияние на систему российского образования, в частности, на уровень организации патриотического и гражданского воспитания молодежи, выявив в данной области проблемы, над которыми нужно работать. Ведь именно патриотизм является одной из устойчивых характеристик, он выражается в мировоззрении, нравственных идеалах и нормах поведения, особенностях личности молодого человека. Проявляется в коллективных настроениях, чувствах, оценках молодежи в отношении к своему народу, его образу жизни, истории, культуре и государству в целом.

Патриотизм всегда выступал и выступает главным объединяющим фактором, помогающим народу преодолеть невзгоды, выстоять в трудные периоды своей истории. Поэтому, как никогда, сегодня перед

школой, учебными заведениями встает задача внедрения в воспитательный процесс новых методов и средств для развития у детей патриотических качеств. При этом важно помнить, что современный подход должен базироваться не только на изобретении инновационных методов, но и на опыте предыдущих поколений, адаптируя их к сегодняшним реалиям.

При этом важно отметить, что отношение молодежи к происходящему в рамках СВО еще не получило должного осмысления со стороны российского ученого сообщества, мало научных публикаций, социологических опросов и анализа соответствующего материала. Необходимо как можно быстрее изучать причины неоднозначной реакции молодых россиян на инициированные СВО процессы, разрабатывать рекомендации организаторам и практикам в сфере образования, воспитания на различных уровнях.

Результаты опросов ВЦИОМ свидетельствуют о том, что современная российская молодежь в целом более сдержанно, чем люди зрелого возраста (от сорока лет и старше), относится к тому, что происходит в рамках СВО [1]. Причин тому немало: за последние тридцать лет, в условиях внедрения рыночной психологической установки «деньги и личная выгода превыше всего», возникла прочная основа для формирования не присущей российскому менталитету культуры индивидуализма, где «каждый сам за себя».

В этой связи приходит понимание: если общество и руководство страны заинтересованы в преодолении уже существующих негативных тенденций, им необходимо не только как можно быстрее решать социально - экономические проблемы в стране, но и поднимать доверие к государству и институтам власти. В условиях дестабилизации ценностной системы – поддерживать молодых в стремлении к обновлению знаний, жизни, взглядов, ориентированных на созидание, поиск своего места в обществе, а не «бегство от реальности»3].

Но для этого необходимо проявлять больше честности, открытости, справедливости и доверия к молодежи. Воспитывать не на «словесной шелухе», а на активных действиях, политической культуре и исторических знаниях, четкой гражданской позиции. Для этого важно

объединить все позитивные, здоровые силы: патриотически настроенных ученых, общественность, представителей власти, СМИ, учителей, преподавателей вузов, наставников, родителей, членов ветеранских и молодежных организаций, учреждений культуры и т. д. Помнить о том, что человек не рождается с чувством любви к Родине. Всему этому должны научить взрослые, которые находятся рядом, создавая позитивную среду солидарности, коллективности и взаимопомощи.

Будет справедливым отметить, что в настоящее время в патриотическом и гражданском воспитании молодежи произошли изменения. С сентября 2022 года в российских школах начался цикл уроков «Разговоры о важном». Это получасовые занятия, которые проводятся по понедельникам в качестве первого урока во всех российских школах и учреждениях среднего профессионального образования. Цель этих занятий – сформировать у учащихся любовь к Родине, патриотизм и гордость за свою страну. "Разговоры о важном" должны проводиться в форме диалога преподавателя со студентами, в ходе которого обсуждаются вопросы, связанные с историей и культурой России, ее ролью в мировом сообществе, с упором на традиции и особенности регионов страны, основная задача педагога – заинтересовать учащихся, вовлечь их в обсуждение важных проблем и ответить на вопросы детей [2]. В конце каждого урока учащимся предоставляется возможность высказать свое мнение по интересующим их вопросам. Очень важно, чтобы педагог не боялся поднимать сложные вопросы, был откровенным, терпеливо разъяснял непростые, но важные вопросы. В этой связи требования к личности педагога и его знаниям значительно повышаются. Усилению патриотического воспитания будет также способствовать введение начальной военной подготовки в школе и профтехучилищах. Данный курс включает в себя изучение навыков обращения с оружием и правил оказания первой помощи. При этом важно помнить, что востребованы не только техническая, но и психологическая подготовка учащихся.

Патриотическое воспитание продолжается и в стенах высшего учебного заведения. Его цель – сформировать гражданина, который гордится своей страной, любит свой народ, чтит историю страны и ее

культуру, имеет чувство долга перед государством. Большую роль здесь может сыграть такое явление, как волонтерство, которое является необходимой частью гражданского и патриотического воспитания молодежи. Студенческая волонтерская деятельность как форма гражданской активности осуществляется на добровольной основе – на благо общества, без расчета на денежное вознаграждение. На патриотическое воспитание студенческой молодежи направлена целая система специальных мероприятий. Например, всероссийская акция "Бессмертный полк", виртуальные музеи в память о Великой Отечественной войне. Все чаще организуются различные виртуальные проекты, связанные с использованием современных информационных технологий. Специальные патриотические акции охватывают самые разные аспекты студенческой жизни: образовательные, интеллектуальные, развлекательные, спортивные. Так, например, патриотическая работа в одном из самых крупных негосударственных вузов Краснодарского края – Академии ИМСИТ – проводится системно. В ее стенах прошли около 110 различных военно-патриотических мероприятий, посвященных специальной военной операции. 9 декабря здесь ежегодно проводится праздник «День Героев Отечества». Дата эта не случайна, она посвящена Андрею Туркину, выпускнику академии, Герою России, на здании вуза размещена памятная доска, посвященная его подвигу.

Патриотизм проявляется в уважении к своей стране, к ее прошлому и памяти предков. В этом смысле настоящим брендом Академии маркетинга и социально-информационных технологий стала ежегодная международная научно-практическая конференция «Федор Андреевич Щербина: история и современность», ведущие ученые Кубани и других регионов России поднимают не только вопросы, связанные с научным и творческим наследием Ф.А. Щербина, выдающегося ученого, экономиста, статистика, депутата Государственной Думы, автора «Истории Кубанского казачьего войска», но и актуальные темы, посвященные патриотическому воспитанию молодежи через изучение истории своей страны и малой Родины. Цель патриотического воспитания – сформировать гражданина, который гордится своей страной,

читит ее историю и культуру, любит свой народ и имеет чувство долга перед ним. Необходимо формирование у студентов и школьников целостного, объективного представления о своей стране, ее истории, достижениях и проблемах. Качественное патриотическое воспитание не терпит пустых лозунгов, догм, шаблонов и стереотипов. Нужна кропотливая просветительская, мировоззренческая, политическая, воспитательная работа в форме диалога в атмосфере доверия.

Список использованных источников

1. Казаков А.А. Отношение российской молодежи к СВО: Роль медийного сопровождения государственной политики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-rossiyskoy-molodezhi-k-svo-rol-mediynogo-soprovozhdeniya-gosudarstvennoy-politiki/viewer> (дата обращения 18.03.23)

2. Пушкина М.. Современные проблемы патриотического воспитания, Председатель Московского регионального отделения Всероссийский Женский Союз «Надежда России. [Электронный ресурс] -. Режим доступа: <https://mkkprf.ru/20457-sovremennye-problemy-patrioticheskogo-vospitaniya.html>(дата обращения 18.03.32)

3. Тоффлер А. Шок будущего /Пер с англ. - М.: ООО Изд АСТ, 2002.

ДНИ СТУДЕНЧЕСКОЙ НАУКИ-2023

Текстовое электронное научное издание

МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ НА ПУТИ В БОЛЬШУЮ НАУКУ

**Сборник научных статей по итогам
XXVII Международной студенческой научно-практической конференции студен-
тов и молодых ученых**

10 апреля – 20 апреля 2023 года

Статьи публикуются в авторской редакции.
Ответственный редактор Павелко Н.Н.
Компьютерная верстка

ISBN 978-5-91020-052-8

