



НАУЧНЫЙ
ФОРУМ
nauchforum.ru

ISSN: 2542-2162

№18(241)
часть 2

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ



Г. МОСКВА



Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 18 (241)
Май 2023 г.

Часть 2

Издается с февраля 2017 года

Москва
2023

УДК 08
ББК 94
С88

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биоэкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент ООО «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, начальник методологического отдела ООО «Лаборатория институционального проектного инжиниринга»;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. Кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», Россия, г. Оренбург;

С88 Студенческий форум: научный журнал. – № 18 (241). Часть 2. М., Изд. «МЦНО», 2023. – 72 с. – Электрон. версия. печ. публ. – <https://nauchforum.ru/journal/stud/18>.

Электронный научный журнал «Студенческий форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

ISSN 2542-2162

ББК 94
© «МЦНО», 2023 г.

Оглавление	
Статьи на русском языке	5
Рубрика «Технические науки»	5
РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМИЧЕСКОГО И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ ДЛЯ КОМПАНИЙ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА Сакишев Темирлан Серикбекович Кадырбеков Турсун Кубентаевич	5
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR-ТЕХНОЛОГИЙ Скрябин Виталий Вячеславович Иванова Есения Ивановна	8
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА Тлепбаев Аскар Джалиулы Танченко Лилия Анатольевна	11
ПОТЕРЯ НАПРЯЖЕНИЯ В ПРОВОДАХ Чемчугова Екатерина Дмитриевна Павлова Светлана Валерьевна	14
СВЕРТОЧНАЯ НЕЙРОННАЯ СЕТЬ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА Шаймарданов Али Нурлыбекович Ламашева Жанар Бейбутовна	17
Рубрика «Физико-математические науки»	22
ФИЗИЧЕСКАЯ ПРИРОДА МОЛНИИ Осколкова Елена Юрьевна Павлова Светлана Валерьевна	22
Рубрика «Филология»	26
ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА УЧИТЕЛЯ В ИСТОРИИ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ Борзенко Алика Владимировна Фокин Александр Алексеевич	26
ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЖАНРА БАЛЛАДЫ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XVIII-XX ВВ. Форостецкая Анна Александровна Фокин Александр Алексеевич	30
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПАРЕМИЯХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА Шафигуллин Рузаль Шамилевич Закиров Рафис Рафаелевич	35
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПАРЕМИЯХ АРАБСКОГО ЯЗЫКА Шафигуллин Рузаль Шамилевич Закиров Рафис Рафаелевич	38

Рубрика «Экономика»	40
ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ Денисенко Юлия Сергеевна Нурдавлятова Эльвира Фанизовна	40
ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ Ефимова Екатерина Валерьевна	42
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ Жернакова Алена Владимировна	45
ПОДХОДЫ В ОПРЕДЕЛЕНИИ СУЩНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ Кабардуков Камиль Керимович	47
ПРОБЛЕМЫ АКЦИЗНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ Корнеева Наталия Олеговна Кореньяко Елена Александровна	49
СИСТЕМНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ Мачуленко Александр Антонович Черепкова Татьяна Николаевна	52
ПОЛОЖЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Мачуленко Александр Антонович Щуров Глеб Алексеевич Черепкова Татьяна Николаевна	55
БЮДЖЕТ И ЭКОНОМИЯ СЕМЬИ Мударисова Дарья Рамильевна Сергеева Анастасия Руслановна Левицкая Вероника Александровна	60
СИСТЕМА ДОХОДОВ И СБЕРЕЖЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ Мусурманов Мухриддин Хасан угли	62
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ Орманжи Денис	65

СТАТЬИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

РУБРИКА

«ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМИЧЕСКОГО И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ ДЛЯ КОМПАНИЙ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Сакишев Темирлан Серикбекович

студент,

Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилёва,
Казахстан, г. Астана

Кадырбеков Турсун Кубентаевич

научный руководитель,

канд. экон. наук, доцент,

Евразийский Национальный университет имени Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Астана

В этом примере создается класс MyHandler, который является обработчиком запросов, содержащихся в HTTP-сервере. Когда происходит GET-запрос, обработчик проверяет, является ли запрашиваемый путь "/", и если это так, то он отправляет HTML-страницу в ответ.

HTML-страница содержит базовую структуру HTML-документа, включая заголовок, основную часть и навигационное меню. В этом примере используется простые HTML-теги для создания структуры страницы и вставили в неё текст, описывающий данную клиентскую сторону [1].

Последние строки кода создают объект сервера и запускают его на определенном порту, чтобы он мог обрабатывать запросы на данную страницу и отдавать её посетителям веб-сайта. А интерфейс информационной системы выглядит следующим образом (Рис. 1).

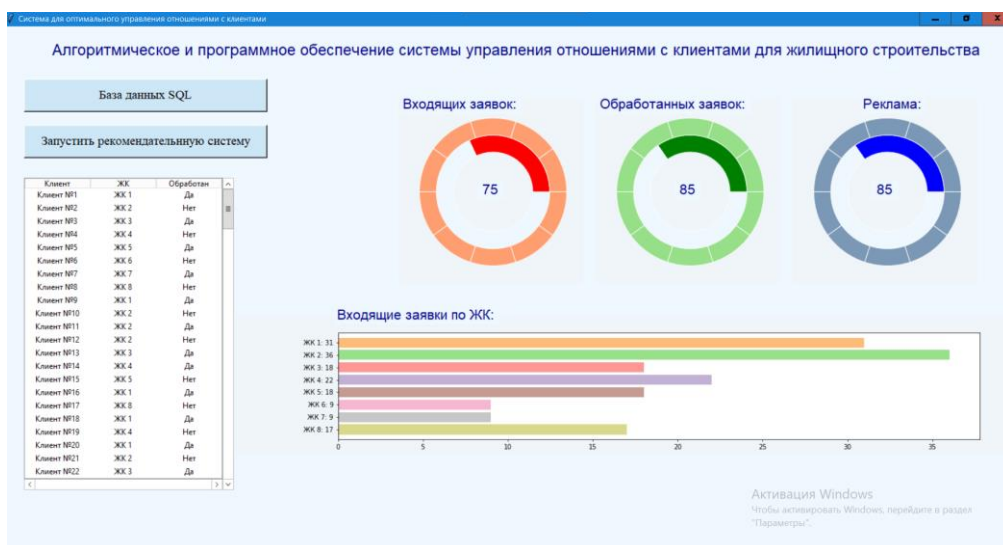


Рисунок 1. Главная страница информационной системы

Метод алгоритмического подбора жилищного строительства – это математический алгоритм, который используется для автоматизации процесса подбора наиболее подходящего жилищного строительства для конкретного заказчика.

Для этого метода используются различные критерии выбора

Каждый ответ на вопрос имеет два значения «Да» и «Нет».

Да = 1 Нет = 0

Ответы это X_1 , X_2 , X_3 . X_1 – Ответ на первый вопрос X_2 – Ответ на второй вопрос X_3 – Ответ на третий вопрос $F = X_1 * 0.33 + X_2 * 0.33 + X_3 * 0.33$.

Если $F > 0.5$, то $Y = 1$ Если $F < 0.5$, то $Y = 0$ Есть три алгоритма действующих по очереди, по алгоритму.

Первая алгоритм для определения желаемой отделки в ЖК. (Отделки бывают черновые и чистовые)

Вторая алгоритм для определения надобности подземного паркинга клиенту.

Третья алгоритм для определения желаемой инфраструктуры (Есть средняя и развитая инфраструктура)

Таким образом, каждая алгоритм выдает по одному числу 1 либо 0.

На выходе получаются три числа соответствующих каждому ЖК. '000', '001', '010', '011', '100', '101', '110', '111' 'ЖК 1', 'ЖК 2', 'ЖК 3', '

Для реализации метода алгоритмического подбора жилищного строительства используются технологии машинного обучения и анализа данных [2]. Обычно в процессе разработки такого метода создается модель, которая обучается на основе исторических данных, и затем используется для предсказания наиболее подходящего варианта жилищного строительства для каждого клиента (Рис. 2).

Рисунок 2. Система для управления отношениями клиентов

Разработка данного алгоритмического метода состоит из следующих этапов:

- Определение критериев выбора: определяются, какие параметры будут учитываться при выборе жилья. Например, это может быть стоимость, местоположение, планировка, качество материалов и т. д.
- Сбор и анализ данных: собираются данные о различных вариантах жилья и производится их анализ с учетом выбранных критериев.
- Разработка алгоритма выбора: на основе анализа данных и выбранных критериев разрабатывается алгоритм выбора наилучшего варианта жилья. Этот алгоритм может создан на основе методов машинного обучения, например, на основе алгоритма случайного леса.
- Разработка пользовательского интерфейса: создание удобного и понятного пользовательского интерфейса, который используется для выбора наилучшего варианта жилья на основе разработанного алгоритма.

- Тестирование и улучшение: тестирование разработанного метода на различных данных и внесение необходимых улучшений для улучшения точности и эффективности выбора наилучшего варианта жилья.

Код для алгоритмического метода подбора жилищного строительства выглядит следующим образом:

```
import pandas as pd
from sklearn.tree import DecisionTreeClassifier
# Создаем DataFrame с данными о жилищных объектах и их характеристиках
df = pd.DataFrame({
'Площадь': [100, 120, 150, 200, 250],
'Количество комнат': [2, 3, 4, 5, 6],
'Наличие гаража': [True, True, False, True, True],
'Расстояние до школы': [1, 3, 2, 4, 5],
'Расстояние до магазина': [2, 1, 3, 5, 4],
'Цена': [1000000, 1200000, 1500000, 2000000, 2500000]
})
# Создаем модель на основе Decision Tree Classifier
model = DecisionTreeClassifier()
# Обучаем модель на имеющихся данных
X = df[['Площадь', 'Количество комнат', 'Наличие гаража', 'Расстояние до школы', 'Расстояние до магазина']]
y = df['Цена']
model.fit(X, y)
# Задаем характеристики для нового жилищного объекта
new_object = {
'Площадь': 180,
'Количество комнат': 4,
'Наличие гаража': True,
'Расстояние до школы': 2,
'Расстояние до магазина': 4
}
# Получаем предсказание цены для нового объекта
predicted_price = model.predict([list(new_object.values())])[0]
print(predicted_price)
```

В данном коде создается DataFrame с данными о жилищных объектах и их характеристиках, с использованием библиотеки pandas. Затем создается модель на основе Decision Tree Classifier из библиотеки scikit-learn и обучается на имеющихся данных.

Для предсказания цены нового жилищного объекта задаются его характеристики в виде словаря и передается в модель в виде списка значений. Модель возвращает предсказанную цену для нового объекта.

Этот алгоритмический метод подбора жилищного строительства может быть дополнен другими критериями, такими как стоимость строительства, наличие парковки, вид на море и т.д. Также можно использовать другие модели машинного обучения, такие как Random Forest или Gradient Boosting.

Список литературы:

1. Дронов В.А. Д75 HTML 5, CSS 3 и Web 2.0. Разработка современных Web-сайтов. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 416 с.
2. Алексеев В.В. – Теория алгоритмов. Учебно-методическое пособие. СарФТИ НИЯУ МИФИ, 2021 г.
3. CRM управление отношениями с клиентами, 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://imccenter.ru/crm-upravleniye-otnosheniyami-s-kliiyentami/>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ VR-ТЕХНОЛОГИЙ

Скрябин Виталий Вячеславович

студент,

Северо-Восточный Федеральный Университет им. М.К. Аммосова,
Колледж инфраструктурных технологий,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск

Иванова Есения Ивановна

научный руководитель

преподаватель,

Северо-Восточный Федеральный Университет им. М.К. Аммосова,
Колледж инфраструктурных технологий,
РФ, Республика Саха (Якутия), г. Якутск

Аннотация. В настоящее время стандартные системы виртуальной реальности используют либо гарнитуры виртуальной реальности, либо среды с несколькими проекциями для создания реалистичных изображений, звуков и других ощущений, имитирующих физическое присутствие пользователя в виртуальной среде. Человек, использующий оборудование виртуальной реальности, способен осматривать искусственный мир, перемещаться в нем и взаимодействовать с виртуальными объектами или предметами. Эффект обычно создается с помощью гарнитур виртуальной реальности, состоящих из установленного на голове дисплея с небольшим экраном перед глазами, но также может быть создан с помощью специально спроектированных помещений с несколькими большими экранами. Виртуальная реальность обычно включает в себя слуховую и видео-обратную связь, но может также допускать другие типы сенсорной и силовой обратной связи с помощью тактильных технологий.

Введение

Когда мы используем слово “виртуальный”, оно имеет отношение к чему-то онлайн или оффлайн на компьютере, телевизоре, мобильном телефоне, смартфоне и т.д. Например: Если мы просматриваем изображение на компьютере, оно будет называться виртуальным изображением, поскольку мы используем электричество для питания компьютера, а затем просматриваем его после подачи команды компьютеру. Только после того, как мы распечатаем его и оно приобретет физическую форму, его можно будет назвать фотографией или физической фотографией, которая не является виртуальной, поскольку нам не нужно использовать электричество, компьютер или команду для просмотра этой физической фотографии. Что касается слова реальность, то это самое простое слово, которое означает нечто реальное, что мы можем чувствовать, прикасаться, видеть и переживать, короче говоря, нечто осязаемое.

1. Базовая классификация виртуальной реальности

1.1. Computer workstation

Компьютерная рабочая станция-это высококлассный микрокомпьютер, предназначенный для технических или научных применений. Предназначенные в первую очередь для одновременного использования одним человеком, рабочие станции обычно подключаются к локальной сети и управляются многопользовательскими операционными системами. Термин "рабочая станция" также использовался для обозначения компьютерного терминала мэйн-фрейма или персонального компьютера (ПК), подключенного к сети. Рабочие станции обеспечивали более высокую производительность, чем персональные компьютеры, особенно в отношении центрального процессора и графики, объема памяти и возможности многозадачности. Они оптимизированы для визуализации и манипулирования различными типами сложных данных, таких как 3D-механическое проектирование, анимация инженерного моде-

лирования и рендеринг изображений, а также математические графики. Рабочие станции-это первый сегмент компьютерного рынка, в котором представлены передовые аксессуары и инструменты для совместной работы. В настоящее время рынок рабочих станций сильно коммерциализирован, и на нем доминируют крупные производители ПК, такие как Dell и HP, продающие Microsoft Windows / Linux, работающие на Intel Xeon

/ AMD Opteron. Альтернативные платформы на базе UNIX предоставляются Apple Inc., Sun Microsystems и Silicon Graphics International (SGI).

Компьютерная рабочая станция используется для управления несколькими устройствами сенсорного отображения, чтобы погрузить вас в виртуальную 3D-среду.

1.2. *Binocular Omni-Orientation Monitor (BOOM)*

(BOOM) установлена на шарнирном механическом рычаге с датчиками слежения, расположенными на шарнирах. Противовес используется для стабилизации монитора, так что, когда пользователь отпускает монитор, он остается на месте. Чтобы просмотреть виртуальную среду, пользователь должен взяться за монитор и поднести к нему свое лицо. Компьютер сгенерирует соответствующую сцену, основанную на положении и ориентации суставов механической руки (Аукстакалнис и Блатнер, 1992). Некоторые проблемы, связанные с HMDS, могут быть решены с помощью дисплея стрелы. Пользователю не обязательно носить дисплей BOOM, как в случае с HMD. Это означает, что пересечь границу между виртуальным и реальным миром-это просто отвести взгляд от BOOM

1.3. *Visual Display Unit (VDU) or monitors*

Существует два типа компьютерных визуальных дисплеев. Электронно-лучевые мониторы и жидкокристаллические мониторы. Отличительные характеристики этих двух типов выходят за рамки данной статьи.

2. Типы погружения

Погружение означает степень, в которой высокоточные физические входные данные (например, световые паттерны, звуковые волны) передаются в различные сенсорные модальности (зрение, слух, осязание), чтобы создать сильные иллюзии реальности в каждой из них. По словам Эрнеста Адамса, погружение можно разделить на три основные категории:

1.3.1. **Тактическое погружение** – тактическое погружение достигается при выполнении тактильных операций, требующих навыков. Игроки чувствуют себя “в своей тарелке”, оттачивая действия, которые приводят к успеху.

1.3.2. **Стратегическое погружение** – Стратегическое погружение более церебрально и связано с умственным вызовом. Шахматисты испытывают стратегическое погружение, выбирая правильное решение из широкого спектра возможностей.

1.3.3. **Погружение в повествование** – погружение в повествование происходит, когда игроки погружаются в историю, и похоже на то, что происходит при чтении книги или просмотре фильма. Стаффан Бьорк и Юсси Холопайнен в книге "Шаблоны в игровом дизайне" разделяют погружение на похожие категории. Они называют их сенсомоторным погружением, когнитивным погружением и эмоциональным погружением соответственно. В дополнение к этим они добавляют три новые категории:

1.3.4. **Пространственное погружение** – пространственное погружение происходит, когда игрок чувствует, что моделируемый мир убедителен для восприятия. Игрок чувствует, что он или она действительно “там” и что смоделированный мир выглядит и ощущается “реальным”.

1.3.5. **Психологическое погружение** – Психологическое погружение происходит, когда игрок путает игру с реальной жизнью.

- **Сенсорное погружение** – игрок ощущает единство времени и пространства, поскольку игрок сливается со средой изображения, что влияет на впечатление и осознание.

3. Как работает виртуальная реальность

Идея виртуальной реальности заключается в том, чтобы создать ощущение присутствия, давая, по крайней мере, глазу то, что он получил бы, если бы был там, и, что более важно,

чтобы изображение менялось мгновенно при изменении точки зрения (Smith & Lee, 2004). Восприятие пространственной реальности определяется различными визуальными сигналами, такими как относительный размер, яркость и угловое перемещение. Одним из самых сильных является перспектива, которая особенно сильна в своей бинокулярной форме, поскольку правый и левый глаза видят разные изображения. Слияние этих изображений в единое 3D-восприятие является основой стереовидения.

Восприятие глубины, обеспечиваемое тем, что каждый глаз видит немного разное изображение, называемое параллаксом, наиболее эффективно для объектов, находящихся совсем рядом с вами. Объекты, расположенные дальше, по существу, отбрасывают одно и то же изображение на каждый глаз. Типичный джесс-код для виртуальной реальности – шлем с дисплеями, похожими на очки, по одному на каждый глаз. Каждый дисплей обеспечивает несколько иное перспективное изображение того, что вы увидели бы, если бы были там. Когда вы двигаете головой, изображение быстро обновляется, так что вам кажется, что вы вносите эти изменения, двигая головой (в отличие от компьютера, который фактически следует за вашим движением, каковым оно и является). Вы чувствуете, что являетесь причиной, а не следствием.

Заключение

Говоря о виртуальной реальности, как о новом формате коммуникации, на котором можно построить новую экономику.

Таким образом, в настоящее время в сфере информационных технологий происходит формирование и утверждение новых рынков, которые будут определять развитие экономики и общества в будущем. Сама сфера виртуальной и дополненной реальности открывает широкие горизонты для развития технологий и пока находясь на этапе развития виртуальная реальность находит свое применение.

Список литературы:

1. R.L. Anderson: A Real Experiment in Virtual Environments: A Virtual Batting Cage. Presence, Vol. 2, No. 1, pp. 16-33 (1993)
2. C. Cruz-Neira: Virtual Reality Overview. SIGGRAPH'93 Course, No. 23, pp. 1.1- 1.18 (1993)
3. H. Fuchs, G. Bishop et al.: Research Directions in Virtual Environments. NFS Invitational Workshop, Univ. North Carolina (1992). International Journal of Scientific & Engineering Research, Volume 4, Issue 4, April-2013 309 ISSN 2229-5518 IJSER
4. M. Gigante: Virtual Reality: Definitions, History and Applications. "Virtual Reality Systems", Academic-Press, ISBN 0-12-22-77-48-1, pp. 3-14 (1993)

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Тлепбаев Аскар Джалиулы

студент,
Евразийский Национальный университет
имени Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Астана

Танченко Лилия Анатольевна

научный руководитель,
Евразийский Национальный университет
имени Л.Н. Гумилева,
Казахстан, г. Астана

В наше время туризм является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики, и информационные технологии сыграли ключевую роль в создании и продвижении туристических продуктов. Разработка информационной системы продвижения туристического продукта является актуальной задачей в современном мире, поскольку это помогает туристическим компаниям, отелям и другим участникам рынка туризма эффективно привлекать и удерживать клиентов. В рамках работы создана система, которая позволяет туристическим компаниям создавать и рекламировать туристические продукты, управлять информацией о них и привлекать клиентов. Информационная система предоставляет удобный и надежный интерфейс для управления туристическими продуктами. Основные функции, которые выполняет информационная система, включают в себя управление туристическими продуктами, клиентами и заказами, а также анализ данных и оптимизацию маркетинговых стратегий.

Первый этап разработки информационной системы начинается с разработки базы данных. База данных – это организованная коллекция данных, которая может быть использована для хранения, управления, изменения и извлечения информации. Она может включать в себя текстовые документы, изображения, видео, аудио и другие типы данных. Важной характеристикой баз данных является их способность обеспечивать безопасность данных. Данные могут быть защищены от несанкционированного доступа путем установления прав доступа к данным и использования шифрования. Информационная системы продвижения туристического продукта хранит следующую информацию: информация о туристических направлениях, отелях, клиентах, бронировании туров, об оплатах, о сотрудниках и роли сотрудников. ER – диаграмма базы данных представлена следующим образом:

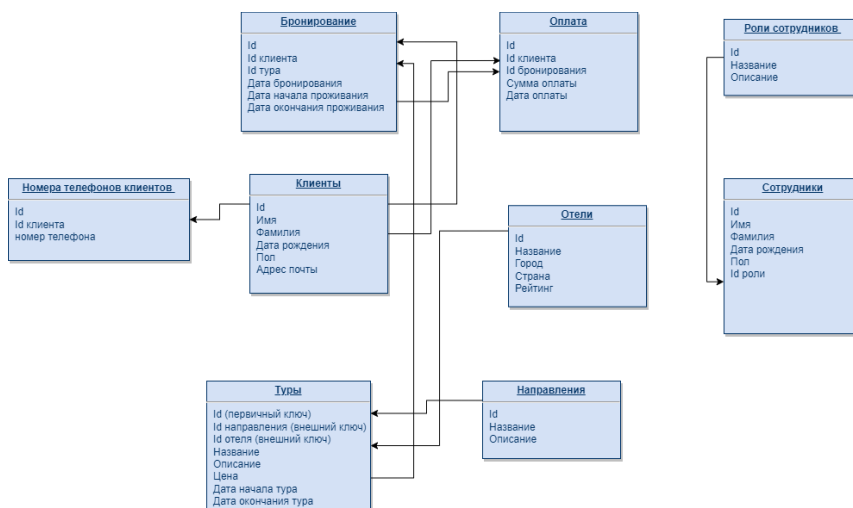


Рисунок 1. ER-диаграмма логической модели данных базы данных.

После создания базы данных, следовательно создается клиентская сторона, где пользователи выбирают услуги, и серверная сторона, для взаимодействия с базой данных и выдачи ответа пользователям. Разработка клиентской стороны информационной системы продвижения туристического продукта заключается в создании пользовательского интерфейса, который позволит пользователям взаимодействовать с системой и получать необходимую информацию о туристическом продукте. Главные функциональные возможности, которые должны быть реализованы в клиентской стороне информационной системы продвижения туристического продукта, включают в себя: поиск туристических пакетов, бронирование туристических пакетов, отображение информации о туристических пакетах, оплата туристических пакетов. Для того, чтобы информационная система могла функционировать, необходимо разместить программное обеспечение на сервере. На сервере происходит обработка запросов от пользователей, обработка и хранение данных в базе данных, а также взаимодействие с другими системами и сервисами.

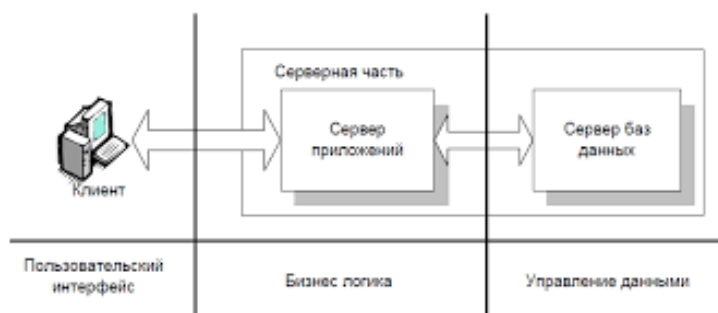


Рисунок 2. Принцип работы сервера

После создания информационной системы стоит задача продвижения туристических продуктов, для этого задействуются маркетинговые стратегии.

Стратегия маркетинга состоит из следующих этапов.

- Исследование рынка
- Разработка продукта
- Продвижение
- Удержание клиентов

Первый шаг – это провести исследование рынка, чтобы определить какие тренды в туристической отрасли и анализ конкурентов.

Второй шаг – разработка туристического продукта, который будет привлекательным для аудитории

Третий шаг – это продвижение продукта, используя различные методы маркетинга. Некоторые из методов:

Последний шаг – это сохранение клиентов и создание лояльности к вашему бренду.

Таким образом, создается полный цикл обслуживания клиентов, начиная с привлечения их внимания и заканчивая удержанием лояльных клиентов. Каждый этап этой стратегии тщательно продуман и реализован для достижения максимального эффекта. Помимо этого для анализа и оптимизации маркетинга в Интернете – необходимо продвижение самой платформы, где будет предоставляться услуги. Для этого используется инструмент SEMrush. Это инструмент, предназначенный для анализа и оптимизации маркетинга в Интернете. Он предоставляет различные инструменты для исследования ключевых слов, анализа конкурентов, отслеживания позиций в поисковой выдаче, анализа трафика и многое другое.

Продвижение информационной системы состоит из нескольких этапов:

- 1 этап – Исследование конкурентов
- 2 этап – Нахождение новых ключевых слов
- 3 этап – Оценка текущей SEO-оптимизации сайта
- 4 этап – Анализ ссылочного профиля

1 этап – исследование конкурентов. Используется инструмент Domain Overview в SEMrush для поиска конкурентов, которые также предоставляют туристические услуги. После поиска идет анализ сайтов конкурентов, оценка ключевых слов.

2 этап – нахождение новых ключевых слов. Используется инструмент Keyword Magic Tool в SEMrush для поиска новых ключевых слов для нашего сайта. Выбираются ключевые слова с наиболее высоким объемом поиска и низкой конкуренцией для оптимизации страниц сайта.

3 этап – оценка текущей SEO-оптимизации сайта.

На данном этапе используя инструмент "Site Audit Tool" проверяются технические аспекты SEO-оптимизации нашего сайта. После выдачи ошибок, нужно обратить внимание на такие как: медленная скорость загрузки, отсутствие тегов или дублирование контента. После следует оптимизировать заголовки и мета – теги страницы нашего сайта, используя ключевые слова, которые сгенерировал нам Keyword Magic Tool.

4 этап – Анализ ссылочного профиля.

На этом этапе используется инструмент "Backlink Audit Tool" для анализа ссылочного профиля. Возможно обнаружение некачественных обратных ссылок, которые следует удалить, потому что они могут оказать негативное влияние на ваш сайт. В заключение, информационная система продвижения туристического продукта, созданная в рамках данного проекта, представляет собой современный инструмент для эффективного маркетинга и продвижения туристических услуг.

Использование различных технологий и алгоритмов в системе позволяет осуществлять целенаправленную рекламу, выборочное таргетирование аудитории, анализ и оптимизацию эффективности маркетинговых кампаний, а также улучшение качества и удобства обслуживания клиентов. Результаты тестирования системы показали ее высокую эффективность и удобство использования как для менеджеров по продажам, так и для конечных пользователей. Разработанная информационная система является полезным инструментом для развития туристического бизнеса и может быть рекомендована для внедрения в компаниях, занимающихся организацией туристических услуг.

Список литературы:

1. Баушев, С.В. Удостоверяющие автоматизированные информационные системы и средства. Введение в теорию и практику. / С.В. Баушев. – СПб.: ВHV, 2016. – 304 с.
2. Галиновский, А.Л. Информационные системы управления качеством в автоматизированных и автоматических производствах: Учебное пособие / А.Л. Галиновский, В.М. Корнеев, С.В. Бочкарев. – М.: Инфра-М, 2016. – 32 с.
3. Голицына, О.Л. Информационные системы: Учебное пособие / О.Л. Голицына, Н.В. Максимов, И.И. Попов. – М.: Форум, 2016. – 352 с.
4. Емельянов, С.В. Информационные технологии и вычислительные системы / С.В. Емельянов. – М.: Ленанд, 2015. – 96 с.
5. Косиненко, Н.С. Информационные системы и технологии в экономике: Учебное пособие / Н.С. Косиненко, И.Г. Фризен. – М.: Дашков и К, 2015. – 304 с.
6. Лашина, М.В. Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге: Учебное пособие / М.В. Лашина, Т.Г. Соловьев. – М.: КноРус, 2018. – 480 с.
7. Мезенцев, К.Н. Автоматизированные информационные системы / К.Н. Мезенцев. – М.: Academia, 2016. – 1280 с.

ПОТЕРЯ НАПРЯЖЕНИЯ В ПРОВОДАХ

Чемчугова Екатерина Дмитриевна

студент

Улан-Удэнский институт железнодорожного
Транспорта, филиал Иркутского государственного
университета путей сообщения,
РФ, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ

Павлова Светлана Валерьевна

научный руководитель,

Улан-Удэнский институт железнодорожного
Транспорта, филиал Иркутского государственного
университета путей сообщения,
РФ, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ

Цель исследования

Рассчитать сечение проводов по допустимой потере напряжения и проверить эти провода по нагреву.

Задачи исследования

Рассмотреть схему двухпроводной медной линии и опасность потери напряжения в проводах.

Определение потери напряжения в проводах

Потеря напряжения в проводах – это уменьшение напряжения от источника питания до потребителя из-за сопротивления проводов.

Как правило, чем длиннее провод, тем больше потеря напряжения. Потеря напряжения может привести к недостаточному питанию устройств или к увеличению затрат на электроэнергию для преодоления эффекта потерь напряжения.

Определение схемы двухпроводной медной линии

Схема представляет собой два провода, расположенных параллельно друг другу на расстоянии L . Один провод представляет собой центральный проводник, другой – экран. Для уменьшения сплошных потерь и помех на проводах применяется коаксиальный кабель, который состоит из трех элементов: центрального проводника, диэлектрика и экрана.

Дано:

$$U = 220 \text{ В}$$

$$\rho = 0,0175 \frac{\text{Ом} \cdot \text{мм}^2}{\text{м}}$$

$$P = 4,3 \text{ кВт} = 4300 \text{ Вт}$$

$$L = 1000 \text{ м}$$

$$e = 4,5 \%$$

Решение:

1. Сечение провода двухпроводной медной линии:

$$S = \frac{2 \cdot L \cdot 100 \cdot P \cdot \rho}{e \cdot U^2} = \frac{2 \cdot 1000 \cdot 4300 \cdot 0,0175}{4,5 \cdot 220^2} = 69,1 \text{ мм}^2$$

$$S_{\text{доп}} = 70 \text{ мм}^2$$

$$I_{\text{доп}} = 240 \text{ А}$$

2. Фактическая сила тока в двухпроводной медной линии:

$$I_{\text{ф}} = \frac{P}{U} \leq I_{\text{доп}} \text{— сечение провода выбрано верно}$$

$$I_{\text{ф}} = \frac{4300}{220} = 19,5 \text{ А} \leq 240 \text{ А} \text{— сечение провода выбрано верно}$$

3. Сопротивление двухпроводной линии:

$$R_{\text{л}} = \frac{2 \rho \cdot L}{S_{\text{доп}}} = \frac{2 \cdot 0,0175 \cdot 1000}{70} = 0,5 \text{ Ом}$$

4. Фактические потери напряжения в линии:
 $\Delta U_{\phi} = I_{\phi} * R_{л} = 19,5 * 0,5 = 9,8 \text{ В}$
 $e_{\phi} = \frac{\Delta U}{U} * 100\% = \frac{9,8}{220} * 100\% = 4,5 \%$
5. Мощность источника:
 $P_u = I_{\phi} * E$, где $E = u + \Delta u_{\phi}$
 $E = 220 + 9,8 = 229,8$
 $P_u = 19,5 * 229,8 = 4481,1 \text{ Вт}$
6. Проверка провода по нагреву:
 $e_{\phi} \leq e$
 $4,5 \% \leq 4,5 \%$ – провод греться не будет
7. СБМ:
 $P_u = P + \Delta P$
 $\Delta P = \Delta U_{\phi} * I = 9,8 * 19,5 = 191,1 \text{ Вт}$
 $P = I_{\phi} * 220 = 19,5 * 220 = 4290 \text{ Вт}$
 $P_u = P + \Delta P = 4290 + 191,1 = 4481,1 \text{ Вт}$ – решено верно.

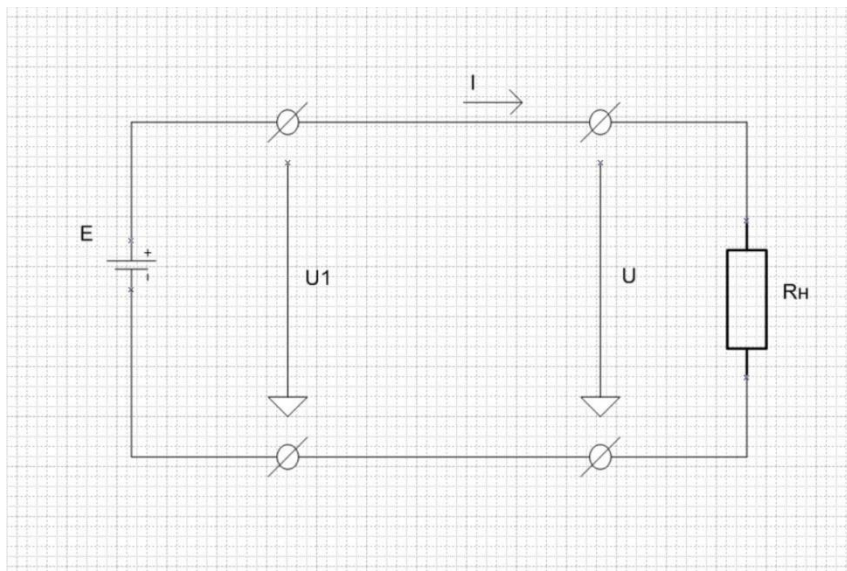


Рисунок. Схема

Чтобы уменьшить потери напряжения в проводах, можно применять следующие меры:

- Использовать провода большего сечения, чтобы уменьшить сопротивление;
- Сокращать длину проводов до минимально возможной;
- Использовать провода с меньшим сопротивлением (например, медные провода вместо алюминиевых);
- Поддерживать чистоту и целостность проводов, чтобы уменьшить электрическое сопротивление.

Опасность потери напряжения в проводах

Потеря напряжения в проводах может быть опасной. Она может привести к нестабильной работе электрических устройств, снижению эффективности передачи электроэнергии и повышенному нагреву проводов. Кроме того, потеря напряжения может привести к возникновению потенциальных различий в заземлении, что может привести к электротравмам или пожару. Поэтому необходимо правильно рассчитывать сечение проводов и контролировать напряжение в системе электроснабжения.

Заключение

Выполняя данную работу, я рассмотрела схему двухпроводной медной линии и опасность потери напряжения в проводах.

Список литературы:

1. Влияние длины и сечения кабеля на потери по напряжению // Центр ЭнергоЭкспертизы URL: <https://cenerg.ru/articles/vliyanie-dliny-isecheniya-kabelya-na-potery-po-napryazheniyu/> (дата обращения: 05.05.2023).
2. Потеря напряжения в проводах электрической цепи // Электросеть URL: <https://plastep.ru/poteri-napryazheniya-v-provodah-elektricheskoy-tsepi/> (дата обращения: 05.05.2023).

СВЕРТОЧНАЯ НЕЙРОННАЯ СЕТЬ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ЧЕЛОВЕКА

Шаймарданов Али Нурлыбекович

студент,

Евразийский национальный университет им Л.Н. Гумилева,
РК, г. Астана

Ламашева Жанар Бейбутовна

научный руководитель,

PhD, старший преподаватель,

Евразийский национальный университет им Л.Н. Гумилева,
РК, г. Астана

Распознавание выражений лица является важной темой исследований в самых разных областях – от искусственного интеллекта и игр до взаимодействия человека и компьютера и психологии. Способность определить и понять эмоциональное состояние человека может иметь значительные последствия в различных областях, таких как психология, здравоохранение, обслуживание клиентов и даже взаимодействие человека и компьютера. В последние годы развитие нейронных сетей произвело революцию в области искусственного интеллекта, предоставив мощные инструменты для анализа сложных закономерностей и составления прогнозов. В этой статье мы рассмотрим процесс разработки нейронной сети для определения эмоционального состояния человека и ее потенциальное применение.

Первым шагом в разработке нейронной сети для определения эмоциональных состояний является сбор разнообразных и репрезентативных данных. Этот набор данных должен содержать примеры различных эмоций, выраженных с помощью различных модальностей, таких как изображения лица, аудиозаписи и текстовые данные. В качестве набора данных для исследования был выбран набор данных Facial Expression Recognition 2013 (рис. 1). Набор данных fer2013 представляет собой коллекцию изображений выражений лица, которая содержит 35 887 полутоновых изображений размером 48x48 пикселей. Каждое изображение представляет собой выражение лица человека и обозначено одной из семи категорий эмоций: гнев, отвращение, страх, счастье, грусть, удивление и нейтральность [1].



Рисунок 1. Набор данных FER 2013

Архитектура нейронной сети играет решающую роль в ее способности обучаться и обобщать данные. В случае обнаружения эмоций могут быть использованы различные типы нейронных сетей, такие как сверточные нейронные сети (CNN), рекуррентные нейронные сети (RNN) или их комбинация. В данной работе была выбрана архитектура MobileNetV2. Архитектура MobileNetV2 состоит из серии инвертированных остаточных блоков, где вход и выход блока соединены через слой узкого места (рис. 2). Такая структура позволяет значительно сократить количество необходимых параметров, сохраняя при этом высокую точ-

ность при решении задач классификации изображений. MobileNetV2 также включает функцию "линейные узкие места", которая позволяет улучшить поток информации через сеть и повышает ее способность к обобщению на новые данные [2].

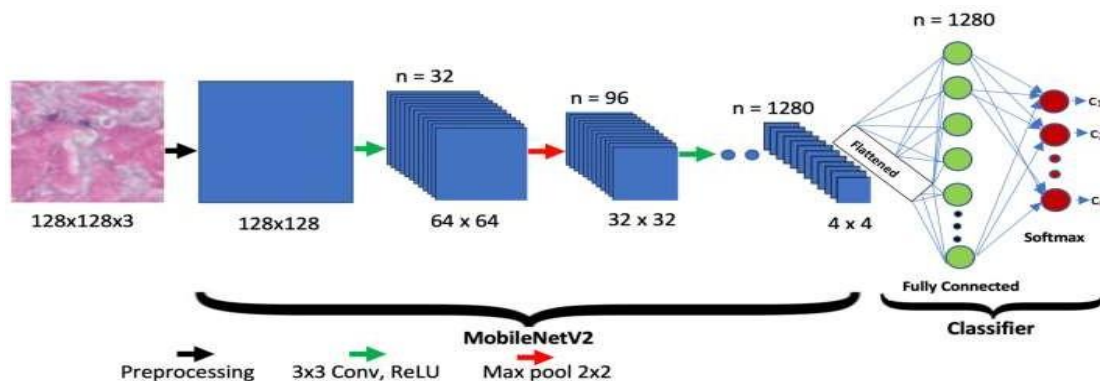


Рисунок 2. Архитектура сети MobileNetV2

После определения архитектуры нейронной сети набор данных делится на обучающий, проверочный и тестовый наборы. В данном исследовании использовалась библиотека Keras в python для приема изображений для обучения. Чтобы минимизировать потери нейронной сети во время обучения, в данном исследовании использовался алгоритм градиентного спуска Mini-Batch. Этот тип алгоритма градиентного спуска подходит из-за его возможностей в нахождении коэффициентов или весов нейронных сетей путем разделения набора данных для обучения на небольшие партии, т.е. обучающую и проверочную партии, используя технику увеличения данных. С увеличением количества сверточных слоев было также принято одновременное увеличение размера ядра, которое использовалось параллельно с функцией активации ReLU для обучения модели. Функция активации SoftMax и оптимизатор Адама были использованы для повышения эффективности классификации модели [3].

```
final_output = layers.Dense(128)(base_output) ## добавление нового слоя, после выхода слоя глобального объединения
final_output = layers.Activation('relu')(final_output) ## функция активации
final_output = layers.Dense(64)(final_output)
final_output = layers.Activation('relu')(final_output)
final_output = layers.Dense(7, activation = 'softmax')(final_output) ## my classes are 7, classification layer
```

Рисунок 3. Использование ReLu в качестве активационной функции

Алгоритм и модель распознавания эмоций по лицу, предложенные в данном исследовании, основаны на двух основных идеях: во-первых, использование высокопроизводительных глубоких конволюционных нейронных сетей для извлечения признаков и классификации эмоций, в которых используется один классификатор для обнаружения лиц с нескольких точек зрения как в сценариях реального времени, так и на цифровых изображениях или видеосеквенсах. В данном исследовании также была предпринята попытка оптимизировать вычислительную сложность глубокой конволюционной нейронной сети (DCNN) путем изменения архитектуры за счет добавления слоев для улучшения идентификации образов в режиме реального времени или цифровых изображений. Дополнительные слои применяют больше фильтров свертки к изображению для обнаружения особенностей изображения. Для дальнейшего повышения эффективности и точности прогнозирования модели количество эпох обучения было увеличено до 25.

Алгоритм и модель распознавания эмоций по лицу, предложенные в данном исследовании, основаны на двух основных идеях: во-первых, использование высокопроизводительных глубоких конволюционных нейронных сетей для извлечения признаков и классифика-

ции эмоций, в которых используется один классификатор для обнаружения лиц с нескольких точек зрения как в сценариях реального времени, так и на цифровых изображениях или видеокадрах. В данном исследовании также была предпринята попытка оптимизировать вычислительную сложность глубокой конволюционной нейронной сети (DCNN) путем изменения архитектуры за счет добавления слоев для улучшения идентификации образов в режиме реального времени или цифровых изображений [4]. Дополнительные слои применяют больше фильтров свертки к изображению для обнаружения особенностей изображения. Для дальнейшего повышения эффективности и точности прогнозирования модели количество эпох обучения было увеличено до 25.

В распознавании эмоций в предложенной модели было использовано 3 этапа, т.е. обнаружение лица (рис. 4), извлечение признаков и классификация эмоций с помощью глубокого обучения, что обеспечивает более хорошие результаты по сравнению с предыдущей моделью. В предложенном методе, по мере уменьшения времени вычислений, точность валидации увеличивается, при этом значительно уменьшаются потери при валидации. Предложенная модель DCNN была протестирована на наборе данных FER-2013.



Рисунок 4. Результат алгоритма, предсказание эмоции счастье

Давайте теперь проанализируем нашу модель, определим точность распознавания и сделаем оценку. Сначала покажем кривую обучения модели, которая отображает эффективность обучения модели с течением времени или опыта (рис. 6). После каждого обновления модель оценивалась на тренировочном наборе данных и промежуточном проверочном наборе данных. Кривые обучения были выбраны в качестве графической метрики для данного исследования, так как они широко применяются в машинном обучении для моделей, которые оптимизируют свои внутренние параметры постепенно. Из второго графика кривого обучения видно, что график потерь при обучении и потерь при проверке уменьшается до точки стабильности с минимальной разницей в обобщении. Кроме того, из первого графика можно сделать вывод, что график точности обучения и точности проверки резко возрастает с увеличением последовательности обучения и размера партии с минимальным разрывом обобщения. С тематической точки зрения, модель хорошо подходит и эффективно обобщается [5].

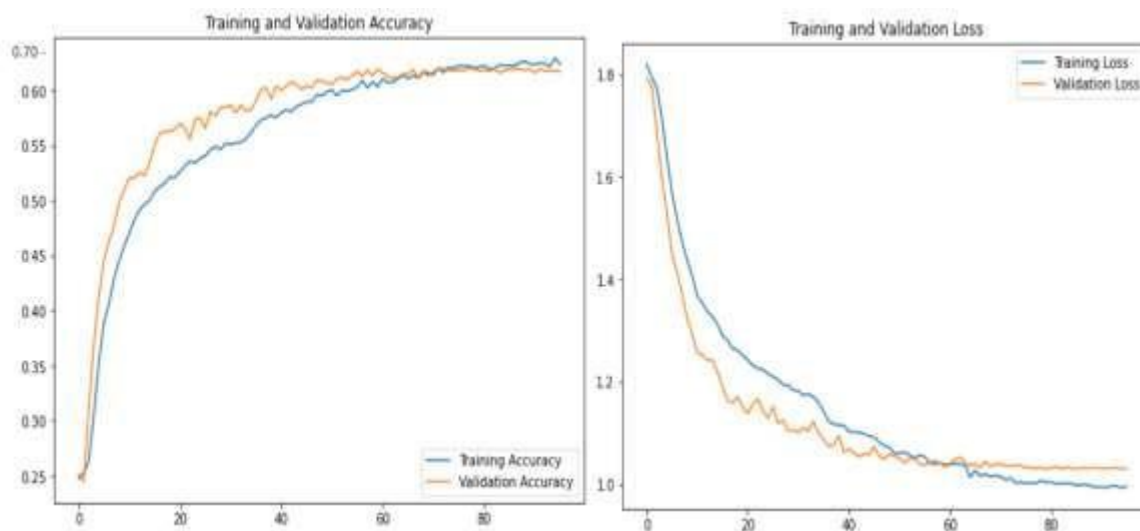


Рисунок 6. Графики точности и потери при обучении и валидации

В данной работе предложена глубокая сверточная-модель для распознавания эмоций на основе семи эмоциональных классов ("нейтральный", "счастливый", "грустный", "сердитый", "удивленный", "страх" и "отвращение"). Структура предложенной модели имеет хорошую обобщенность и эффективность классификации. Во-первых, были получены различные высококачественные базы данных с хорошей классификацией. Затем область лица обнаруживается, вырезается и преобразуется в полутоновое изображение одного канала для удаления ненужной информации [6]. Для решения проблемы избыточной подгонки применяется расширение данных изображения, которое увеличивает количество и вариации обучающих изображений. Настройка гиперпараметров была использована для достижения современной точности классификации в 70%. В предложенной гибридной архитектуре была разработана оптимальная структура для сокращения времени выполнения и повышения эффективности классификации изображений в реальном времени и цифровых изображений. Это было сделано путем регулировки количества карт признаков в конволюционном слое, слоев в нейросетевой модели и множества эпох обучения. Эксперименты с перекрестной валидацией показали, что предложенная архитектура конволюционной нейронной сети имеет лучшую производительность классификации и универсальность, чем некоторые современные технологии. Каскадная модель Хаара, используемая для обнаружения лиц в видеопотоке или в изображении, показала лучшую производительность классификации по сравнению с другими реализациями. Экспериментальные результаты подтвердили эффективность методов предварительной обработки и дополнения данных [7].

Список литературы:

1. Srivastava N. Dropout: A Simple Way to Prevent Neural Networks from Overfitting / N. Srivastava, G. Hinton, A. Krizhevsky, I. Sutskever, R. Salakhutdinov // Journal of Machine Learning Research, 2014. – P. 1929-1958.
2. Sandler M., Howard A., Zhu M., Zhmoginov A., Chen L.C. Mobilenetv2: Inverted residuals and linear bottlenecks // IEEE conference on computer vision and pattern recognition: proc. (Salt Lake City, USA, 18–23 June, 2018). – USA, 2018. – P. 4520.
3. Флах П. Машинное обучение. Наука и искусство построения алгоритмов, которые извлекают знания из данных. – М.: ДМК Пресс, 2015. – 400 с.
4. Kar A. High Performance Human Face Recognition using Gabor Based Pseudo Hidden Markov Model // International Journal of Applied Evolutionary Computation (IJAEC), 2013. – P. 11-22.

5. Lopes AT de Aguiar E, Souza AFD, Oliveira-Santos T. Facial expression recognition with Convolutional Neural Networks: Coping with few data and the training sample order. *Pattern Recognition*. 2017. – P. 610-628.
6. Mayya V., Pai R.M., Pai M.M. Automatic Facial Expression Recognition Using DCNN. *Procedia Computer Science*. 2016. – P. 453-461.
7. Beale M.H., Hagan M.T., Demuth H.B. *Neural Network Toolbox. User's Guide*. – Natick: Math Works, Inc., 2015. – P. 406.

РУБРИКА

«ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ФИЗИЧЕСКАЯ ПРИРОДА МОЛНИИ

Осколкова Елена Юрьевна

студент,

Улан-Удэнский колледж

железнодорожного транспорта

Иркутского государственного университета путей сообщения,

РФ, г. Улан-Удэ

Павлова Светлана Валерьевна

научный руководитель

Улан-Удэнский колледж

железнодорожного транспорта

Иркутского государственного университета путей сообщения,

РФ, г. Улан-Удэ

Цель исследования: развить и сформировать знания о физической природе молнии.

Задачи исследования: исследовать теоретические и расчётные параметры явления молнии.

Методы исследования: 1. Использование интернет – источников, научной и учебной литературы по теме. 2. Сбор, систематизация, обобщение и анализ, которые позволят выявить особенности возникновения молнии.

Актуальность. Природа молнии таит в себе целый загадочный мир. Молния представляет большой интерес не только как необычайное явление природы. Она дает возможность наблюдать электрический разряд в газовой среде при напряжении в несколько сотен миллионов вольт и расстоянии между электродами в несколько километров.

Грозы бывают на нашей планете чаще 40 000 раз в день – около 100 вспышек молний каждую секунду, но несмотря на это явление молнии до конца так и не изучено.



Рисунок 1. Грозовая молния, внешний вид

Согласно науке, молния – это искровой разряд, возникающий на высоте, проявляющийся яркой вспышкой света и громким звуком. Помимо Земли, такое явление можно встретить и на других планетах, например, Юпитере, Венере, Уране и других, где есть газовая среда. Молния – сильнейший электрический разряд, появляющийся при накоплении заряда

внутри облака и появлении существенной разницы электрических потенциалов. Так молния может возникать между рядом расположенными облаками, между облаком и землей, внутри одного облака, что тоже бывает неоднократно. В любом случае облако должно быть наэлектризовано. Но как оно электризуется? Данный процесс знаком нам с раннего возраста.

Достаточно вспомнить как электризуется воздушный шар или другие синтетические материалы при трении. Аналогичный процесс происходит и в облаках на высоте и в значительно больших размерах. Дело в том, что зарождение туч происходит в результате возникновения большого количества пара, сконденсированного в виде льдинок. Перед тем как туча становится грозовой, внутри неё ледяные кристаллы начинают активное движение, которое провоцирует поток теплого воздуха. Капли воды и льдинки сталкиваются между собой, и туча электризуется. Мелкие частицы, которые увлекает за собой воздух, всегда имеют положительный заряд, а крупные, располагающиеся в нижних слоях тучи, отрицательный. Когда эти противоположно заряженные области сталкиваются друг с другом, в местах соприкосновения электроны и ионы формируют канал, по которому вниз устремляются все заряженные компоненты и образуется электрический разряд – молния. Тем временем выделяется настолько мощная энергия, что её силы вполне хватило бы на то, чтобы на протяжении 90 дней питать лампочку мощностью в 100 Вт.

Какие бывают молнии?

По виду молнии различаются на:



Рисунок 2. Шаровая молния



Рисунок 3. Линейная молния



Рисунок 4. Леночная молния



Рисунок 5. Жемчужная молния



Рисунок 6. Горизонтальная молния

Физические характеристики молнии

Молния, как и любое физическое явление обладает определенными характеристиками, например:

Напряжение – 50 000 000 В.

Сила тока – 30 000А.

Начнем расчет остальных её параметров:

1. Электрический заряд в канале молнии:

$$q = I * t = 30\ 000 * 0.001 = 30 \text{ Кл, где:}$$

I – сила тока.

t – время прохождения явления (среднее).

2. При грозовом разряде, электрический потенциал уменьшается до нуля. Поэтому для того, чтобы правильно определить среднюю мощность грозового разряда, в расчётах надо брать половину первоначального напряжения:

$$P = U * I / 2 = 50\ 000\ 000 * 30\ 000 / 2 = 750\ 000\ 000\ 000 \text{ Ватт}$$

тельность молнии составляет около тысячной доли секунды, а в каждом часе 3600 секунд. По этим данным можно определить общее количество энергии, которую даёт разряд молнии:

$$E = 750000000000 / 3600 * 1000 = 208333 \text{ Вт.ч} = 208,333 \text{ кВт.ч.}$$

3. Расчет сопротивления проводника. Основываясь на законе Ома, попробуем рассчитать сопротивление воздушного проводника:

$$R = U / I = 50000000 / 30000 = 1666 \text{ Ом.}$$

Таким образом, один из самых опасных видов тока – молния, которая также относится и к числу самых замечательных электрических явлений, мощных, не вполне предсказуемых, не до конца понятных и таинственных.

Заключение

Молния – красивое, но опасное явление природы, сопровождающееся раскатами грома. Это одно из самых разрушительных и устрашающих природных явлений, с которыми повсеместно сталкивается человек. В настоящий момент современный уровень науки и техники позволяет создать действительно функционально надежную и соответствующую техническому уровню систему защиты.

Список литературы:

1. Райзер Ю.П., Базелян Э.М. Физика молнии и молниезащиты. — М.: Знакомство с молнией, 2001. — С. 320.
2. https://www.mzke.ru/kak_obrazuetsya_molniya.html

РУБРИКА

«ФИЛОЛОГИЯ»

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА УЧИТЕЛЯ В ИСТОРИИ
РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Борзенко Алика Владимировна

студент,

Ставропольский государственный педагогический институт,

РФ, г. Ставрополь

Фокин Александр Алексеевич

научный руководитель,

д-р филол. наук

доцент кафедры русской и мировой литературы и технологий обучения,

Ставропольский государственный педагогический институт,

РФ, г. Ставрополь

Аннотация. русская литература немыслима без таких понятий, как «образование», «воспитание», «школа», «учитель». Даже при беглом знакомстве с ними становится очевидным то, как часто писатели обращаются к теме школы и образу учителя, которые становятся метафорами национальной истории и культуры. В данной статье исследуется и описывается специфика образа учителя в различных художественных произведениях русских писателей, актуализирующих просветительскую, нравственно-этическую проблематику русской литературы; дается характеристика трансформации образа учителя в истории русской литературы с XVIII по XXI вв. Феномен учительства изучался в свете религиозно-учительной традиции русской литературы, в социокультурном, философско-культурологическом аспектах. В работе рассмотрена возможность формирования негативной и положительной профессиональной идентичности учителя, снижения или повышения социального престижа профессии в массовом сознании средствами художественной литературы. Обращение к образу учителя позволило обозначить важнейшие особенности художественного мира многих писателей, которые определяют в своем творчестве доминирование того или иного типа учителя.

Ключевые слова: русская литература; учитель; трансформация образа учителя; учитель-наставник; учитель-шарлатан; учитель-революционер; учитель-патриот; требования к учителю; ценности педагогического образования.

Каким должен быть современный учитель, каково его предназначение сегодня? Ответы дает литература, которая хранит самые разнообразные образы учителей, служащие примером высокой нравственности и духовного совершенства. В ней можно проследить, как на каждом историческом этапе выдвигают и новые требования к учителю, и образ идеального педагога или каким он не должен быть.

Тема учителя является традиционной в русской литературе. Образы педагогов в художественных произведениях представлены разнопланово: сатирические персонажи (Д.И. Фонвизин «Недоросль» (1783)), формалисты (А.П. Чехов «Человек в футляре» (1898)), праведники (Н.С. Лесков «Кадетский монастырь» (1880)), добрые наставники, проявляющие отеческую заботу о своих воспитанниках и формирующих их нравственные представления (В.П. Астафьев «Кража» (1966), «Фотография, на которой меня нет» (1968), В. Распутин «Уроки французского» (1973)), учителя-новаторы, находящиеся в поиске своей педагогической системы

(Г. Полонский «Ключ без права передачи» (2005)) и др. В современной литературе сильна тенденция изображения учителей в абсурдистской манере (К. Драгунская, С. Седов), часто встречаем образы карикатурного и пародийного характера (А. Гиваргизов), и гиперболизируется формализм в изображении и учительской профессии, пренебрежение личностью ученика (И.В. Лукьянова «Стеклянный шарик» (2012), М. Тарковский «Полет совы» (2017)).

Тема образа учителя на протяжении всей истории литературы была в центре внимания и писателей. Вопрос об отражении образовательного процесса в древнерусской литературе весьма сложный, как и вопрос о том, какие письменные и источники этого периода мы и можем (и можем ли вообще?) называть литературой. Чтобы немного упростить задачу и избавиться от лишних теорий, начнём нашу литературную историю с известной точки, а именно – со времён Петра Великого. Образовательные реформы Петра I сталкивались с сопротивлением со стороны консервативной части общества. Обучение воспринимали как бесполезное занятие, которое требует затрат, а, главное, наносит урон обучающемуся. Чтобы детей не пытались «спасти» от образования, император предписал выдавать прошедшим обучение «свидетельствованные письма», без у которых не разрешалось жениться [2, С. 235].

На момент написания Д.И. Фонвизиным «Недоросля» в 1782 году этот закон всё ещё сохранял свою силу. Неудивительно, что отношение к обучению самого «недоросля» и его семьи чисто формальное. Учителя Цыфиркин и Кутейкин – персонажи комические. Они боятся г-жу Простакову, готовы отступить и перед бездельем и глупостью Митрофанушки. Есть в пьесе и учитель-самозванец: бывший кучер Вральман, у поступивший гувернёром к Простаковым. Ни один из этих учителей не выполняет своих функций. Все они подчинились невежеству своих хозяев и не способны ему противостоять. Но есть среди героев и те, кто выполняет и воспитательную функцию: Правдин и Стародум – настоящие наставники. Они стремятся и донести до ученика истину, их речь построена как монолог, отличающийся особенной афористичностью. На первый план выступает воспитание нравственное, а не предметное. Традиция, заложенная в России Фонвизиным, просуществовала почти весь XIX век [6, С. 18].

Много учителей работало у дворян и помещиков «на дому»; зачастую, слабо образованные родители брали на работу иностранцев, даже не проверяя, учителя они, или нет. Образ учителя-шарлатана появляется у Пушкина в романе «Дубровский». Учитель-француз Дефорж выбран в гувернёры лишь благодаря своему иностранному происхождению, но не имеет педагогических навыков. И в «Капитанской дочке» учителю Бопре отведена та же роль. В «Мертвых душах» Н.В. Гоголя учитель сыновей Манилова уже не бездействует, учит, но при этом явно далёк от настоящего наставника: всё ещё сохраняет черты наёмника, прислуги [3, С. 415].

Насколько такое положение дел во всех случаях соответствовало действительности сказать у наверняка сложно. Но нам известно, что абсолютной выдумкой это не было. Наличие учителя, особенно иностранца, по-прежнему говорило о статусе семьи, о её соответствии светским нормам. При этом требования и были невысокими.

К середине XIX века стала формироваться государственная система образования. В её основу легло беспрекословное и подчинение учителю ученика и правота педагога. Следствием этого стало формирование и стереотипа «учитель всегда прав, даже если он не прав». Основная задача учителя заключалась в контроле и за дисциплиной учеников. Естественно, в таких условиях у педагога не оставалось времени на творчество, и система шаблонов проникла в сферу образования. Особенности личности учителя данного периода определялись следующими явлениями: низкой престижностью положения, привычкой подчиняться, невозможностью высказать свое мнение, страхом, вызванным постоянными проверками, и при этом уверенностью в своей власти над учениками [4, С. 279].

После революции образ учителя в литературных произведениях значительно изменился. Теперь учитель – это революционер, подвижник, строитель нового общества. Именно поэтому учителя становятся популярными героями художественных произведений того времени. В первые послереволюционные годы взаимоотношения и между учениками и учителями изменились. Особый упор был сделан на необходимость уважать личность обучающегося, и

учитывая его интересы. В произведениях А. Макаренко, которые послужили образцом для образования школьных коммун, показана даже некоторая анархическая вольница среди учеников, но в результате это способствовало демократизации школьной жизни [5, С. 304].

В годы Великой Отечественной войны от учителя и требовалось не только знание предмета, но и особая и душевная теплота и самоотдача. Он должен был не слепо следовать учебной программе, а нести идеи добра и мира, которые помогали бы выжить в трудное время. Таким учителем можно назвать Лидию Михайловну, и героиню повести В.Г. Распутина «Уроки французского». Подвиг учителей в годы войны подтвердил «мудрость» истины о значении личного примера в воспитании подрастающего поколения. Воспитать патриота и гражданина, готового служить Родине, сформировать стойкий характер, способный к преодолению любых трудностей, увлечь молодые сердца и умы жаждой знания и в столь тяжелые времена – с такой задачей может справиться только учитель, в котором его воспитанники и видели образец яркой личности, посвятившей себя и служению людям.

В произведениях 60-х и начала 70-х годов XX века кола становится местом, где учителя и ученики взаимно воспитывают друг друга. Духовно в наших глазах растёт учитель, но с ним и ученик. Ученик сокращает и дистанцию и подтягивается к учителю. Таким образом, учитель становится ученику и не просто другом и наставником, он сотрудничает с ним. Следовательно, авторы произведений потихоньку начинают критиковать и личные качества учителей. Сама оценка учителя и учительства выражается и уже не с позиции взрослого, а с позиции ученика, общество становится и на сторону ученика, учитель перестает быть единственно правым героем произведения. Произведения становятся жестче, реалистичнее, учитель зачастую изображается как одинокий, малообеспеченный, несчастливый в личной жизни (Л. Разумовская «Дорогая Елена Сергеевна»), занятый собственными делами и не обращающий внимания на проблемы учеников человек (В.К. Железников «Чучело») [1, С. 235].

В истории России был и переломный момент в середине 80-х годов XX века. В это время происходит крушение полного контроля, страна переходит на демократический путь и, следовательно, в корне меняется уклад жизни общества. Это очень влияет и на образ учителя, потому что в произведениях 80-х-90-х годов дистанция между учителем и учеником сокращается все больше и больше [7, С. 116]. Подчиняться школьным порядкам или отстаивать индивидуальный, и нестандартный подход в современной школе – проблематика романа А.В. Иванова «Географ глобус пропил», написанного в 1995 году.

Учителя XXI века можно увидеть в произведении В. Тендрякова «Ночь после выпуска» (2001). В произведении рассказывается и о том, как выпускники идут по ночному городу и после выпускного вечера и рассуждают и о том, что школа и учителя, оказывается, не научили их самому главному – жить. Учителей показывают с другой стороны. Не со стороны человека, которого и уважают, или который является чем-то сверхъестественным. Теперь учителя можно осуждать, он уже не на высоте, как и было раньше.

В другом и современном рассказе Евгения Гришковца «Начальник» (2007), центральным героем становится Владимир Лаврентьевич – преподаватель фотокружка. Это учитель и по призванию. Он мастер и своего дела, и на свой кружок он берёт не каждого, а детей с определёнными способностями к этому виду деятельности, и которые тоже нужно разглядеть.

Таким образом, изменился сам стиль написания повествований. Это либо воспоминания и уже взрослых авторов об учителях их детства, либо образ учителя встречается скорее мельком. Мы увидели, что изменения в обществе, обусловленные историческим процессом, отражаются и в сфере образования. э Учитель меняется о с течением времени и под влиянием окружающей обстановки. Литература, в свою очередь, фиксирует эти изменения, а значит, и образ учителя в литературе также трансформируется.

Список литературы:

1. Власова М.В. Образ учителя и риторическая традиция в русской литературе второй половины XVIII – XIX веков // Материалы X международной научной конференции «Пушкинские чтения» (6 июня 2005 г.) / Под ред. Т.В. Мальцевой. СПб.: САГА, 2005. С. 235.

2. Власова М.В. Типология образа учителя и коммуникативные стратегии учительства в русской литературе. Томск: Изд-во Том. политехн. ун-та, 2004. С. 297-302.
3. История русской литературы: В 4 т. Л.: Наука, 1980. Т. 1. Древнерусская литература. Литература XVIII века. 816 с.
4. История русской литературы: В 4 т. Л.: Наука, 1982. Т. 3. Расцвет реализма. 876 с.
5. История русской литературы: В 4 т. Л.: Наука, 1983. Т. 4. Литература конца XIX – начала XX века (1861-1917). 789 с.
6. Лещинский В.И. Всегда ли прав учитель? М.: «Педагогика», 1990. 160 с.
7. Пискунов А.И. «История педагогики и образования. От зарождения воспитания в первобытном обществе до конца XX века», М.: ТЦ «Сфера», 2005. 512с.

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ЖАНРА БАЛЛАДЫ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XVIII-XX ВВ.

Форостецкая Анна Александровна

студент,

Ставропольский государственный педагогический институт,
РФ, г. Ставрополь

Фокин Александр Алексеевич

научный руководитель,

д-р филол. наук, профессор кафедры литературы и методики ее преподавания,
Ставропольский государственный педагогический институт,
РФ, г. Ставрополь

Аннотация. В статье предпринят анализ эволюции жанра русской баллады в периоды развития романтизма, реализма и модернизма. Целью исследования является комплексный анализ этапов и жанровая характеристика феномена русской баллады. Рассмотрены поворотные главные черты, специфика и поворотные моменты, приведшие к трансформации жанра. Выявлена закономерная связь между синтезом мотивов русского фольклора, христианской традиции и немецкой готики в раннем творчестве В.А. Жукова и появлением самостоятельных свойств русской баллады. Уточнены тенденции складывания двоемирия в русской балладе начала XX в. и их спецификация в послевоенное время. Сделан вывод об окончательном разрыве с традицией русской баллады XIX в. только в конце XX в., исходя из жанровых особенностей произведений популярных советских писателей и писателей-эмигрантов. Показаны некоторые пути развития русской постмодернистской баллады на примере творчества И.А. Бродского. Результаты исследования свидетельствуют о самобытной форме реализации русской и русско-советской баллады, что особенно заметно в контексте рассмотрения творчества писателей и поэтов-романтиков XIX в., и не менее – бардов и поэтов-шестидесятников.

Ключевые слова: русская баллада, фольклор, романтизм, реализм, модернизм.

Введение. Проблема исследования жанровой характеристики в эволюции русской баллады всегда оставалась значимой в отечественной историографии: ей интересовались все, от самих поэтов и писателей, журналистов и художественных критиков – до филологов и литературоведов. Несмотря на почти полную сформированности теоретико-методической и практической базы исследований данной тематики, малоизученным и в известном смысле спорным продолжает оставаться вопрос о тенденциях развития русской баллады с ее уникальной спецификой на протяжении XVIII-XX вв.

Противоречивое состояние научной изученности темы русских баллад постклассического, романтического и реалистического периодов обуславливает актуальность исследования. В этом ключе раскрытие механизма функционирования баллад таких творческих личностей, как В.А. Жуковский, А.С. Пушкин, А.К. Толстой и В.В. Высоцкий представляется аксиологически значимой задачей с позиции современных подходов в литературоведении. Перспектива дальнейших исследований отражает академическую сторону практической значимости, тогда как в методическом смысле результаты статьи можно использовать на уроках по «Литературе» и «Русскому языку» в школе, а также на занятиях по различным литературоведческим дисциплинам в высшем образовательном учреждении.

Методология. Путь развития русской баллады и трансформация ее жанровых характеристик соотносятся с теми особенностями выразительности, образительности и техничности текста, которые изменялись и дополнялись, начиная от «Неверности» (1781) М.Н. Муравьева

и «Громвал» (1798, 1803) Г.П. Каменева до баллад (1808-1833) В.А. Жуковского, сформировав первый целостный прототип баллады на манер российского поэта-романтика.

Иное дело – модернистская традиция поэтов начала XX в. и социалистический реализм советских писателей, опиравшихся, с одной стороны на реализм А.С. Пушкина, минуя «сказочную» составляющую, а, с другой, на попытки синтетического обособления балладной поэтики – смешение жанра баллады с другими формами (поэтические новеллы, легенды, прозаические повести, лирические медитации).

Методически доказано, что жанр русской баллады начинает формироваться в конце XVIII в. Это было связано с именами М.Н. Муравьева и Г.П. Каменева, экспериментировавшими в ходе своей переводческой деятельности с античными формами. Именно поэтому считается, что первые русские баллады являлись по своей структуре скорее псевдоклассическими, а не романтическими. В.А. Жуковский, А.К. Толстой и другие поэты XIX в. потянулись за побочными линиями развития жанра, передав свое видение европейской баллады, уходящей корнями в эпические произведения Гомера, Гесиода, Вергилия и Катулла.

Такого подхода придерживался советский филолог-русист Д.М. Балашов. Вслед за классиком, мы также считаем верным характеристику русской баллады как эпической песни с выделяющимися синтетическими мотивами, постепенным отказом от античной, европейской традиций в пользу особого российского и позже советского реализма (семейно-бытовой и повседневной тематики), который подчеркивал значимый трагический конфликт и/или финал произведения. Д.М. Балашов выделял два типа русских баллад – исторические песни и духовные стихи. По видовому признаку исторические песни подразделяются на исторические, военные и социально-бытовые; духовные стихи включают в себя семейно-бытовые, собственно эпические, комические и «мещанские», зародившиеся в творчестве романтиков [2, с. 15].

Исходя из объекта и избранного подхода, в методологический аппарат исследования были включены следующие литературоведческие методы: феноменологический метод, культурно-исторический метод, метод литературной герменевтики, метод мотивного анализа, сравнительный метод, структурный метод, формальный метод, функциональный метод. Вспомогательными методами выступают социологические: контент-анализ и метод идеальных типов.

Баллады конца XVIII – XIX вв. Существует две главные точки зрения на особенности возникновения первых русских баллад. Первая точка зрения, которой придерживался в том числе Д.М. Балашов, отсылает нас к творчеству М.Н. Муравьева и Г.П. Каменева, которые на основе переводов иностранных стихов попытались создать собственные баллады – «Неверность» (1781) и «Громвал» (1798, 1803) соответственно [2].

Данный тезис Д.М. Балашов подкрепляет двумя аргументами. Во-первых, обе баллады можно считать самостоятельными произведениями, поскольку они имеют собственный сюжет. Во-вторых, несмотря на то, что М.Н. Муравьев и Г.П. Каменев находились под влиянием классицизма и готики, европейского неоромантизма, стилистический компонент баллад по своим основным характеристикам практически ничем не отличается от российского романтизма и традиции сочинения баллад, которую заложили Г.Р. Державин и А.П. Сумароков [2, с. 17].

Второй точки зрения придерживалась О.В. Богданова, полагавшая, что русская баллада имела длительную историю становления, но была полностью оформлена как жанр только в творчестве А.В. Жукова. Автор, соглашаясь с мнением исследовательницы, может привести два аргумента. Прежде всего, попытка Д.М. Балашова «приравнять» развития жанра русской и европейской баллады, сравнивая «Неверность» и «Громвал» с «Ленорой» (1771) Г.А. Бюргера, не имеет научной обоснованности: сюжет трех произведений, где протагонист забирает к себе тоскующую невесту чужд русскому фольклору и поэзии XVIII в., что наводит на мысль о подражании, а не о формировании балладной традиции [3].

Так, вольные переводы М.Н. Муравьева и Г.П. Каменева вполне можно сравнить с «Чином сочинения и освящения мира» (1683) иеромонаха Кариона, – это произведение содержит все элементы баллады, но сохраняет элементы русского фольклора и, что более важно, картину ми-

ра российского поэта-созерцателя XVIII-XIX вв., не понимавшего педантичность и метафорическую скованность бюргеровской «Леноры», что верно подмечает Л.Н. Корнильева [10].

Эти факторы влияния становятся очевидными при более детальном изучении поэм А.В. Жуковского, А.К. Толстого и А.С. Пушкина.

В балладе «Людмила» (1808) А.В. Жуковский превратил героев немецкой легенды в «русских девиц», представив свое видение «атмосферы таинственного», свойственной для немецко-английской готики и оссианизма. Но, в отличие от М.Н. Муравьева и Г.П. Каменева, В.А. Жуковский поставил во главу угла народную культуру, он не пытался перенять творческие черты зарубежных писателей, а только взял за основу структуру сюжета. Главная героиня баллады ропщет на бога из-за гибели жениха, в ожидании «... полночного часа» Людмила теряет надежду, восстает против провиденса. В развязке мертвый жених забирает Людмилу с собой в сырую землю [8]. Свойственные даже для основоположника готического направления в литературе Х. Уолпопа элементы повествования В.А. Жуковский переводит на религиозную тематику: «Смертных ропот безрассуден; / Царь всевышний правосуден; / Твой услышал стон творец; / Час твой бил, настал конец» [8, с. 16].

Баллады поэтов конца XVIII в. Н.М. Карамзина и Н.А. Львова были достаточно далеки от традиций народной баллады, возникшей еще в период «Осени Средневековья». Они предпочитали «синтетическую» скандинаво-славяно-варяжскую мифологию, и то же было свойственно для поэм с элементами баллады Г.Р. Державина. Но именно В.А. Жуковский открыл настоящую балладу для российского общества. В.А. Жуковский писал баллады с 1808 по 1833 г. Всего им создано было создано 36 произведений данного жанра. Он переложил готическую тематику на религиозную, а граф А.К. Толстой – на народную [8]. В поэмах А.К. Толстого «Курган» (1840-е), «Василий Шибанов» (1840-е), «Илья Муромец» (1871), «Садко» (1871-1872) [13] угадывается манящая лирическая составляющая, за которой последователи Н.А. Некрасов и М.Ю. Лермонтов в своих балладах. Но настоящего успеха добился А.С. Пушкин. В числе его баллад: «Что ты, девица, грустна...» (1819), «Песнь о вещем Олеге» (1822), «Жених» (1825), «В еврейской хижине лампада...» (1826), «Жил на свете рыцарь бедный» (1829), «Гусар» (1833), переводные из А. Мицкевича «Воевода» и «Будрыс и его сыновья» (1833), «Песни западных славян» (1834), «Альфонс садится на коня...» (1841) [11].

Баллады А.С. Пушкина не перестают быть актуальными по своей проблематике и на сегодняшний день. В них автор умело сочетал сказочные мотивы и реалистические тенденции развития общественных отношений [11]. Поэты начала XX в. и позже советские литераторы отказались от «сказки» ради более глубокого понимания трагизма повседневной жизни, который может быть передан с помощью баллады [2]. Так, например, А.А. Ахматова в балладах «Библейские стихи» (1920-е) и «Античная страничка» (1961) заново открыла двоемие художественного текста, последовав за своим духовным учителем И.Ф. Анненским [1]. То же, но на свою манеру, сделала восхищавшаяся творчеством А.А. Ахматовой М.И. Цветаева в «Балладе о проходимке» (1920) и цикле «Ондра Лысогорский» (1920-е) [14].

Завершающей стадией эволюции русской баллады стала героизация событий Великой Отечественной войны в творчестве поэтов-шестидесятников Е.А. Евтушенко, Р.И. Рождественского, А.А. Вознесенского, Б.А. Ахмадулиной и Б.Ш. Окуджавы, а также часто соотносимого с ними В.В. Высоцкого. В качестве примера можно привести две баллады А.А. Вознесенского: «Баллада 41-го года» (1960) и «Баллада точки» (1967), повествующие о попытках осмыслить значимость подвига русских солдат на фронте. В своей необычной поэтической манере А.А. Вознесенский передает восхищение и ужас, которые у него вызывают мысли о событиях 1941-1945 гг. [6]. Надо признать, что В.С. Высоцкий в этом плане более прямо и возвышенно описывает образ героев, возвращаясь к романтическому опыту описания рыцарских подвигов. Это особенно заметно в «Балладе о борьбе» (1975), «Балладе о вольных стрелках» (1975) и «Балладе о любви» (1975) [7].

Что касается опытов русской баллады второй половины XX в., то здесь важно выделить творчество трех писателей и поэтов. Первый среди них – Ф.А. Искандер, запечатлевший в «Балладе высоты» (1968) красоту Северного Кавказа [9]. Вторым – Л.В. Лосев, который в своей

«Невидимой балладе» (2000-2001) попытался осмыслить возвращение веры в душу бывших советских граждан, рост на почве атеистического материала христианских ценностей. Для этих баллад свойственна особая лироэпической разновидности, где героическая самоотверженность уступает мечтательности и тоске [12, с. 370].

Нельзя обойти стороной и отдельное направление русской баллады, сформировавшееся в среде эмиграции [5]. Ярчайшим примером в данном случае является творчество И.А. Бродского, а именно его ранние баллады в контексте лермонтовской традиции – «Ты поскачешь во мраке, по бескрайним холодным полям...» (1962) и «Баллада о маленьком буксире» (1962), а также поздние баллады, пропитанные духом странничества и постмодернистским гиперреализмом [4]. Произведение «Подруга, дурнея лицом...» (1992) сама посвящена критике баллады, но, при этом, дает возможность переосмыслить многие сильные и слабые стороны данного жанра, о чем и рассуждает главный герой, «уставший рыцарь», мечтающий вновь встретить возлюбленную [4; 5].

Заключение. Подводя итоги, отметим, что баллада на рубеже XVIII-XIX вв. стала одним из самых интенсивно развивающихся жанров российской поэзии. Она прошла продолжительный путь от чрезмерных немецко-английских заимствований и подражаний античным поэтам – до создания самостоятельного жанра, основанного на христианской вере и русском фольклоре. Для русской баллады XIX в. были характерны мифолого-фантастические элементы и крайняя героизация протагониста, с символическими качествами и свойствами. Умышленная стилизация под фольклор не исчезла и в первой половине XX в., зато было открыто двоемирие романтико-реалистичной и мифолого-символической баллады. Представители школы «чистого искусства» заложили основу баллады, декламировавшей принципы социалистического реализма, которые существенно изменились во второй половине XX в., когда героизация участников ВОВ вновь привела к возвращению образа «благородного рыцаря». Коренной перелом произошел в 90-е гг. XX в. С этого момента русская баллада приобрел самые разнородные синтетические черты, а представители эмиграции, запрещенные в СССР поэты и писатели, новые символисты, постмодернисты окончательно размыли границы жанра.

Список литературы:

1. Ахматова А.А. Малое собрание сочинений / Анна Андреевна Ахматова. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2015. – 624 с.
2. Балашов Д.М. Русская народная баллада // Народные баллады / Общ. ред. А.М. Астаховой. – 2-е изд. – М.: Советский писатель, 1963. – 447 с.
3. Богданова, О.В. Конфликт «меланхолический» и «скорбный» (баллада В.А. Жуковского «Людмила») / О.В. Богданова // Вестник Днепропетровского университета им. Альфреда Нобеля. серия: филологические науки. – 2017. – № 2(14). – С. 114-122. – EDN VQBQDB.
4. Бродский И.А. Малое собрание сочинений / Иосиф Александрович Бродский. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2017. – 880 с.
5. Верина, У.Ю. Обновление жанра баллады в русской поэзии рубежа XX-XXI вв / У.Ю. Верина // Вестник Удмуртского университета. Серия история и филология. – 2017. – Т. 27, № 2. – С. 229-239. – EDN YNTVHF.
6. Вознесенский А.А. Малое собрание сочинений / Андрей Андреевич Вознесенский. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2018. – 608 с.
7. Высоцкий В.С. Малое собрание сочинений / Владимир Семенович Высоцкий. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2018. – 606 с.
8. Жуковский В.А. Полн. собр. соч. и писем: в 20 т. Т. 3. Баллады / сост. и ред. Н.Ж. Ветшева. – М.: Языки русской культуры, 2008. – 456 с.
9. Искандер Ф.А. Малое собрание сочинений / Фазиль Абдулович Искандер. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2018. – 672 с.

10. Корнильева, Л.Н. Особенности восприятия «страшных» баллад Саути на русской почве / Л.Н. Корнильева // Вопросы русской литературы. – 2014. – № 30(87). – С. 173-192. – EDN WJTLBR.
11. Пушкин А.С. Малое собрание сочинений / Александр Сергеевич Пушкин. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2018. – 768 с.
12. Страшные стихи / сост. Дмитрий Быков, Юлиана Ульянова. – М.: Издательство «Э», 2016. – 640 с.
13. Толстой А.К. Малое собрание сочинений / Алексей Константинович Толстой. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. – 512 с.
14. Цветаева М.И. Малое собрание сочинений / Марина Ивановна Цветаева. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2018. – 864 с.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПАРЕМИЯХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Шафигуллин Рузаль Шамилевич

магистрант,
Российский Исламский Институт,
РФ, г. Казань

Закиров Рафис Рафаелевич

научный руководитель,
канд. филол. наук, доцент Российского Исламского Института,
РФ, г. Казань

Имена собственные в английском языке относятся к именам, которые обозначают конкретного человека, место или вещь. Эти имена обычно пишутся с заглавной буквы, и их грамматическая структура варьируется в зависимости от их использования в предложении.

Полнота функционирования имен собственных ярко отражаются в паремиях английского языка. Что же касается паремий, в переводе с греческого слово паремия эквивалентно термину «пословица», но исследователи также включают в это понятие поговорки.

Паремиологический фонд интересует ученых с древнейших времен. Аристотель был первым, кто создал классификацию паремий (384 – 322 до н.э.). Он излагал, что паремии – это элементы старой философии, которые смогли сохраниться благодаря своей краткости. Античные поэты как Гомер и Гесиод (VIII в. до н.э.) употребляли паремии в своих стихах.

Грамматический аспект имен собственных в английском языке также варьируется в зависимости от их использования в предложении. Когда имя собственное используется в качестве подлежащего предложения, оно функционирует как существительное единственного числа, заменяя глагол единственного числа. Например, *John is coming to the party* – "Джон придет на вечеринку" или *Russia is the largest country in the world* – "Россия – самая большая страна в мире".

Когда имя собственное используется в качестве объекта предложения, оно функционирует аналогично любому другому нарицательному, принимая определенный артикль, такой как "a", "an" или "the". Например, *I'm going to see the Burj Khalifa* – "Я собираюсь посмотреть на Бурдж Халифу", *The Great Wall of China is one of the most popular places in China* – Великая Китайская Стена является одним из самых популярных мест в Китае.

Имена собственные также могут функционировать как прилагательные для описания другого существительного. В таких случаях имя собственное обычно используется в притяжательной форме с апострофом «s» для обозначения принадлежности или ассоциации.

Например, *Shakespeare's plays* – "Пьесы Шекспира"; *Adam's ale is the best brew* – «Вода лучший напиток»; *We all're Adam's children but the silk makes the difference* – «Все мы Адамовы дети, да не все в шелка одеты»

Наконец, стоит отметить, что, хотя имена собственные обычно пишутся с заглавной буквы в английском языке, есть некоторые исключения, такие как префиксы и предлоги, которые официально не пишутся с заглавной буквы в заголовках, таких как "the", "an", "a", "of" и "and".

Основными единицами изучения паремиологии являются пословицы и поговорки.

Например:

What goes up must come down [54, с. 221]. «Что пошло вверх, пойдет и вниз»

If anything can go wrong, it will [54, с. 220]. «Если что-то может пойти не так, так и будет»

С точки зрения структуры, имена собственные в английском языке обычно пишутся с заглавной буквы, независимо от того, где они появляются в предложении. Имя *John* "Джон"

всегда должно быть написано с заглавной буквы, независимо от того, появляется ли оно в начале, середине или конце предложения

Например:

- When **Adam** delved and **Eve** span who was then a gentlemen? «Когда пахал **Адам** и пряла **Ева**, где родословное тогда стояло дерево?»
- Since **Adam** was a boy. «С того времени, когда **Адам** был ребенком. (с незапамятных времен)»
- If the Mountain will not come to **Mahomet**, **Mahomet** must go to the mountain. «Если гора не придет к **Магомету**, **Магомет** должен пойти к горе». Здесь имеется в виду Посланник Мухаммад, мир Ему и благословление.
- A good **Jack** makes a good **Jill**. «У хорошего мужа и жена хороша»
- What will **Mrs. Grundy** say? «Что скажут люди?»
- **Robin Hood** could brave all weathers but a thaw wind. «**Робин Гуд** мог выдержать любую погоду, кроме оттепели»

Специфическая особенность паремий английского языка заключена в том, что квинтэссенцией многих английских паремий являются пословицы и поговорки латинского языка и других языков, которые включены в романскую языковую группу и то, что английская культура тесна связана с христианством, следовательно, у них огромную роль играют Святые. Например:

If **Saint Swithin`s day**, if thou be fair, for forty days it will remain. «Если в день **Святого Суизина** будет прекрасно, он продлится сорок дней».

Святой Суизин был епископом Винчестерским. Он умер в 862 году, и его праздник отмечается 15-июля.

If **Saint Paul`s day** be fair and clear, it will betide a happy year. «Если день **Святого Павла** будет ясным, это будет счастливый год»

1687 Gentillism&Judaism (1881) 94 The old verse so much observed by Countrey-people: ` If Paul`s day be faire and cleare it will betyde a happy yeare. ` Старый стих, который так часто повторяют деревенские жители: «Если день Павла будет справедливым и ясным, то это будет счастливой год»

Barnaby bright, **Barnaby** bright, the longest day and the longest night. «**Барнаби Брайт**, **Барнаби Брайт**, самый длинный день и самая короткая ночь».

День Святого Варнавы, 11 июня, считался самым длинным днем года по старому стилю календаря

As old as **Paul`s** steeple. «Также старый, как колокольня **Павла**».

Здесь имеется в виду Собор Святого Павла.

Его посвящение апостолу Павлу восходит к первоначальной церкви на этом месте, основанной в 604 году н.э.

Rob Peter to pay **Paul**. «Ограбить **Питера**, чтобы заплатить **Павлу**».

Эта паремия намекает на событие, которое произошло в середине 16 в. в Англии. Аббатская церковь Святого Петра в Вестминстере считалась кафедральным собором по патенту, но 10 лет спустя она была поглощена Лондонской епархией в связи с роспуском Вестминстерской епархией. Через несколько лет после этого многие ее активы были экспропрированы для ремонта собора Святого Павла. Однако это фраза была еще до этого, начиная, по крайней мере, с конца 14 в.

Список литературы:

1. Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка. / Г. Б Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова. – М.: Юрайт, 2018. – 287 с.
2. Антрушина Г.Б. Лексикология английского языка: Учеб. пособие для вузов по пед. специальностям / Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова. – М.: Дрофа, 1999. – 286 с.

3. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Флинта, 2003. – С. 58.
4. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: Советская Энциклопедия, 1966. – С. 421.
5. Иванова Е.В. Пословичные картины мира (на материале английских и русских пословиц) / Е.В. Иванова. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002. – 160с.
6. Ионина А.А. Английские пословицы и поговорки как «свод народной премудрости» // Иностранные языки в школе. 2010. № 1. С. 77-80.
7. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1986. – 336 с.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В ПАРЕМИЯХ АРАБСКОГО ЯЗЫКА

Шафигуллин Рузаль Шамилевич

магистрант,
Российский Исламский Институт,
РФ, г. Казань

Закиров Рафис Рафаелевич

научный руководитель,
канд. филол. наук, доцент
Российского Исламского Института,
РФ, г. Казань

Имена собственных можно разделить на следующие категории: личные имена, географические названия, клички животных и другие имена собственные.

Личные имена в арабском языке обычно состоят из двух или трех частей: данного имени – транслитерация с арабского: (исм), имени отца (кунья) и фамилии (насаб). Данное имя – это имя, данное человеку при рождении и используемое для его идентификации. Имя отца используется для обозначения уважения, а фамилия соответствует семье или клановой группе, к которой принадлежит данный человек. Следует отметить, что личные имена ярко и широко отражены в паремиях арабского языка. Русским терминам «паремия», «пословица», «поговорка», «афоризм» в арабском языке соответствует термин **مثل** (мн.ч. **أمثال**), наряду с этим это слово употребляется в арабском языке и в значениях «пример», «подобие», «сравнение», «притча». Для обозначения термина «паремия» также используются термины **حكمة** – «мудрое изречение, пословица», **قول** – «высказывание», **عبرة** – «поучение, назидание», **وعظ** – «поучение», **موعظة** – «назидание». По мнению Т.А. Шайхуллина, автора словаря русских и арабских пословиц, поговорок и афоризмов «Родственные отношения», наиболее удачным является определение современного ливанского филолога Имиля Якуба, который считает пословицы лаконичными, широко употребляемыми фразами, передающими смысл [8, с. 16]. По мнению специалиста по арабским паремиям и автора словаря «Арабские пословицы и поговорки. Словарь с лексико-фразеологическими комментариями» Е.В. Кухаревой, это говорит о том, что «арабы не видят различий между фразеологическими и афористическими паремистическими выражениями и оборотами» [4, с. 12]. По ее мнению, термин **مثل** имеет более широкое значение, чем собственно «пословица, поговорка» [3, с. 7].

Например, паремии с именем Адам:

إبن آدم أسود الرأس

Сын Адама (человек) черноголов.

Речь идет не о цвете волос, а о черных замыслах, неблагоприятных делах и устремлениях. Обо всем, что что достойно порицания.

كل آدم يجد حواء

Каждый Адам найдет свою **Еву**

إبن آدم حريص على ما منع منه

Сын Адама (человек) алчен к тому, что ему запретили.

Географические названия на арабском языке относятся к местам, городам, регионам или странам. Они обычно состоят из двух частей: определенного артикля (аль-) и названия места (например, аль-Кувейт, аль-Амман, аль-Яман).

Например, паремии с географическими названиями:

يحمل التمر إلى البصرة

Везет финики в Басру. Ездить в Тулу со своим самоваром

أرعن من هواء البصرة

Переменчивее погоды в Басре.

لا بد من صنعا و إن طال السفر

*Саны не миновать, каким бы долгим ни было путешествие.**Сана – столица Йеменской Республики.*

يا بني تعليم العلم و لو في الصين

О, сын мой, учись, даже если в Китае.

Другие имена собственные на арабском языке могут относиться к различным типам объектов, таким как организации, продукты или события. Они часто являются производными от арабских слов и фраз и могут включать описательные прилагательные или другие модификаторы. С точки зрения грамматики, имена собственные в арабском языке обычно подчиняются тем же правилам, что и другие существительные. Они могут быть единственными или множественными, и их форма может меняться в зависимости от их положения в предложении или грамматической связи с другими словами. Безусловно, имена собственные в арабском языке играют важную роль в идентификации людей, мест и вещей. Имена собственные представляют собой чрезвычайно ценный и богатейший материал для современной науки. Анализ имен собственных позволяет на основе аккумулированной информации культурного-исторического характера выявить сложившиеся ценностно-значимые представления этноса прежде всего о человеке в совокупности определенных качеств, деятельности, его отношения к миру. Имена собственные основаны на условиях жизни народа – носителя того или иного языка, в тоже время являясь в качестве зеркала и хранителя национальной культуры.

Список литературы:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – М.: Советская Энциклопедия, 1966. – С. 421.
2. Баранов Х.К. // Арабско-русский словарь. / Ташкент: Камалак, 1994. – 912 с.
3. Кухарева Е.В. Клише как отражение национального менталитета (на примере арабских паремий): автореф. дис. канд. филол. наук. М., 2005. – 166 с.
4. Кухарева Е.В. Словарь арабских пословиц и поговорок (с лексико-фразеологическими комментариями) / Е.В. Кухарева. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2008. – 303 с.
5. Философский энциклопедический словарь//Ред.- сост. Е.Ф.Губский, Г.Б.Кораблева, В.А. Лутченко. – М.: ИНФРА, 2003. – 576 с.
6. Фрумкина Р.М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога // Научно-техническая информация. –1992. Сер.2. №3. – С.3
7. Хайрутдинов А.Г. Введение в историю арабского языка / А.Г. Хайрутдинов. – Казань: Множительный центр Института истории им. Ш. Марджани АН РТ, 2006, – 92 с
8. Шайхуллин Т.А. Семантика и прагматика русских и арабских паремий с компонентом-наименованием родственных отношений: монография. / Т.А. Шайхуллин. – Казань: К(П)ФУ, 2012. – 370 с.

РУБРИКА

«ЭКОНОМИКА»

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Денисенко Юлия Сергеевна

студент

Института экономики, финансов и бизнеса

Уфимского университета науки и технологий,

РФ, г. Уфа

Нурдавятова Эльвира Фанизовна

научный руководитель, канд. экон. наук,

доцент кафедры финансов и налогообложения,

Уфимского университета науки и технологий,

РФ, г. Уфа

Аннотация. Цифровая экономика произвела революцию в том, как предприятия ведут свою деятельность. Это позволило предприятиям работать более эффективно и с меньшими затратами, а также предоставило им широкий спектр возможностей для привлечения клиентов. Хотя модернизация дала много преимуществ, она также создала ряд проблем для специалистов по бухгалтерскому учету. В этой статье поднимаются проблемы, связанные с бухгалтерским учетом в современных тенденциях и пути его совершенствования.

Ключевые слова: цифровая экономика, бухгалтерский учёт, современные технологии, данные, документация.

Цифровая экономика – это экономическая система, основанная на цифровых технологиях. Это форма экономической деятельности, основанная на использовании информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для облегчения производства, распределения и обмена товарами и услугами. Эти технологии позволили предприятиям создавать новые продукты и услуги, а также значительно сократить расходы и повысить эффективность. Однако современные технологии создали ряд проблем для специалистов по бухгалтерскому учету. Эти несовершенства включают в себя:

1. Увеличение объема данных. Цифровая экономика создала изобилие данных. Информация часто хранится в нескольких цифровых форматах, что затрудняет доступ и анализ. Кроме того, данные часто хранятся в нескольких местах, что затрудняет доступ и анализ. В результате специалистам по бухгалтерскому учету может быть сложно получить точное представление о финансовых показателях своих клиентов.

2. Повышенная сложность транзакций. Цифровая экономика позволила компаниям проводить транзакции различными способами, в том числе онлайн, с помощью мобильных устройств и даже лично. Это создало повышенную сложность для специалистов по бухгалтерскому учету, поскольку они должны иметь возможность отслеживать и анализировать транзакции, которые происходят в различных форматах.

3. Повышенный риск мошенничества. Цифровизация позволила предприятиям проводить транзакции быстрее и проще, чем когда-либо прежде. Однако это также увеличивает риск мошенничества, так как преступникам легче совершать мошенничество с помощью информационных технологий.

4. Повышение нормативных требований. Современные системы создали повышенную потребность в соблюдении нормативных требований. В результате специалисты по бухгалтерскому учету должны знать о различных правилах, применимых к операциям их клиентов, и следить за тем, чтобы их клиенты соблюдали их.

Все факторы, отказывающие негативные воздействия на бухгалтерскую систему, заставляют искать новые пути совершенствования учета в цифровой экономике:

1. Автоматизация. Автоматизация – один из наиболее эффективных способов улучшения учета в цифровой экономике. Автоматизация может помочь сократить количество времени и усилий, необходимых для выполнения бухгалтерских задач, а также снизить риск ошибок. Кроме того, автоматизация может помочь обеспечить соответствие транзакций применимым нормам.

2. Анализ данных. Анализ данных необходим для точного понимания финансовых показателей бизнеса. Специалисты по бухгалтерскому учету должны использовать исследования информации для выявления тенденций и закономерностей в данных, что может помочь им принимать более обоснованные решения и давать более качественные рекомендации своим клиентам.

3. Облачные вычисления. Облачные вычисления могут помочь снизить стоимость бухгалтерских операций, а также обеспечить большую масштабируемость и гибкость. Такая модель также может обеспечить доступ к данным в режиме реального времени, что может помочь специалистам по бухгалтерскому учету принимать более обоснованные решения.

4. Кибербезопасность. Кибербезопасность необходима для защиты финансовых данных компании от киберпреступников. Специалисты по бухгалтерскому учету должны обеспечить безопасность систем своих клиентов и принять необходимые меры для защиты своих данных.

Таким образом, применяя стратегии, описанные в этой статье, специалисты по бухгалтерскому учету могут обеспечить безопасность финансовых данных своих клиентов и получить точное представление о финансовых показателях своих клиентов.

Список литературы:

1. Коломейцева, А.А. Роль цифровизации в экономике Германии / А.А. Коломейцева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 6, № 3. – С. 23-29 <https://elibrary.ru/item.asp?id=32871965>
2. Коломейцева, А.А. Тенденции развития цифровой экономики Великобритании / А.А. Коломейцева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т. 6, № 4. – С. 41-48 <https://elibrary.ru/item.asp?id=35264907>
3. Бердичевская В.О. Развитие системы бухгалтерского учета в условиях цифровой экономики. Вестник НГУЭУ. 2022;(1):138-147. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2022-1-138-147> (<https://doi.org/10.34020/2073-6495-2022-1-138-147>)
4. Багаутдинова, Н.Г. Новые конкурентные преимущества в условиях цифровизации [Текст] / Н.Г. Багаутдинова, Р.А. Никулин // Инновации. – 2018. -№8.- С.80-83.

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

Ефимова Екатерина Валерьевна

магистрант,

Тульский государственный педагогический

университет имени Л.Н. Толстого,

РФ, г. Тула

Время идет, улучшается инфраструктура, развиваются торговые системы, но экономические проблемы всё также препятствуют развитию страны.

Основные понятия финансовой грамотности:

1. Это определенные знания, которые включают в себя структурные особенности, основные положения и правовые акты.

2. Умение сравнивать финансовые отношения участников рынка, построения знаний о финансовом потенциале, определение прав и обязанностей участников корпоративного и частного рынка и представителей государственной власти.

3. Финансовая грамотность – это набор знаний о видах инвестиций, типах и характеристиках финансовых рынков.

Признаки, которые определяют финансовую грамотность населения:

1. Умение вести личный бюджет;

2. Базовые знания понятий инвестиций и страхования;

3. Знания в области тем, связанных с кредитом;

4. Умение распознать мошенничество (фишинг).

В последние годы финансовая грамотность привлекла внимание широкого круга крупных банковских компаний, частных учреждений и различных организаций, а также, к сожалению, «дефицит» финансовой грамотности стало причиной увеличения уровня мошенничества.

Такие недостатки финансовой грамотности могут повлиять на повседневное управление денежными средствами отдельного человека или семьи и способность делать сбережения для достижения долгосрочных целей, например, покупка дома, получение высшего образования или финансирование выхода на пенсию. Неэффективное управление капиталом также может привести к поведению, которое делает потребителей уязвимыми перед серьезными финансовыми кризисами. У всех людей разные жизненные потребности: квартира или дом; машина или велосипед; медицинские услуги или услуги косметолога и т.д.

Удовлетворение одних людей необходимо для поддержания жизнедеятельности человека, а другие возникают в ходе цивилизации и обеспечивают полноту нашего существования.

Экономическая деятельность связана не только с потреблением, но и с процессом производства, продажи и обмена. В этой деятельности участвуют три основных типа участников:

1. Прежде всего, это индивидуальные потребители или семьи (так экономисты называют большее количество людей, живущих вместе и имеющие схожие потребности).

2. Коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, которые производят эти товары и услуги (экономические интересы). Целью деловой деятельности компании является максимальная полученная прибыль (называемая ресурсной), которая образуется, когда стоимость произведенного продукта превышает стоимость в виде ресурсов, затраченных в процессе производства. Таким образом, увеличение прибыли компании создает инвестицию- вложение в развитие собственного производства.

3. Страна, главной целью которой является повышение благосостояния своих граждан. Государству важно обеспечить максимальный комфорт гражданам, но для этого необходимо постоянное урегулирование экономической деятельности на благо общества. Именно поэтому устанавливаются определенные правила, ограничения и законы, которые необходимо соблюдать.

По результатам проводимого исследования «НАФИ», уже в 2019 году оценка уровня финансовой грамотности в России весьма неутешительная. Из максимального 21-го балла

Россия набрала 12. Среди двадцати стран участвующих в этом эксперименте, Россия оказалась на 9 месте (Рис.1.).



Рисунок 1. Рейтинг финансовой грамотности среди 20-ти стран [3]

На изображении (Рис.2.) показан распределение баллов между (знаниями, навыками, установками). Подводя итог опроса, Россияне наиболее эрудированы в области приобретённых навыков, и большая часть населения, проходя тест, опиралась именно на этот аспект.

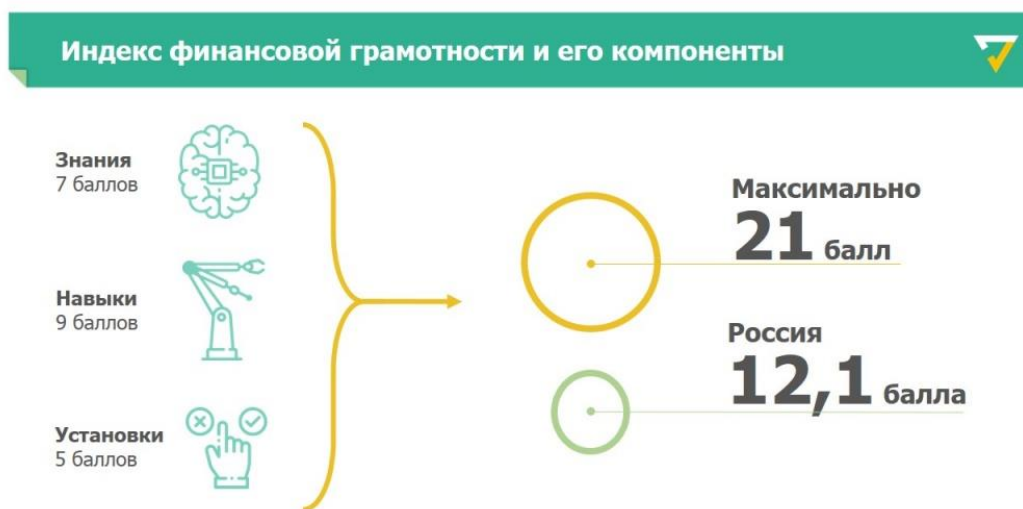


Рисунок 2. Индекс финансовой грамотности россиян [3]

Чтобы повысить уровень финансовой грамотности, необходимо внедрить в школы, университеты уроки или пары, посвящённые этой теме, чтобы подростки были подготовлены к финансовым проблемам, с которыми им предстоит столкнуться в жизни. Также можно открыть бесплатные онлайн курсы для желающих любого возраста, при этом сам курс должен максимально упираться на практические задания и создания индивидуальных выдуманных ситуаций, выход из которых учащихся должны найти, имея уже теоретические знания. Эта методика поможет лучше усвоить изученную информацию.

Список литературы:

1. Алешин В.А., Шевченко Д.А. (2010). Рациональное и нерациональное в экономическом поведении человека на современном финансовом рынке // Вселенная человека, № 1, С. 227-234.
2. Богдашевский А. Основы финансовой грамотности / А. Богдашевский – М.: Альбина Лаблшер, 2017. – 1 – 30 с.
3. Вагабов М.М., Сфиева З.Х., Нырова Ф.А., Тибилова Л.В. Основные направления повышения финансовой грамотности населения в России и за рубежом. // «Известия ДГПУ». – 2015. – №2. – С. 16–18.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Жернакова Алена Владимировна

студент,

*Уральский Государственный Экономический Университет,
РФ, г. Екатеринбург*

Цель данной статьи – изучение основных проблем и факторов, сдерживающих развитие качества и совершенствования туристских услуг.

В наше время туристская индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Существует множество различных предприятий сервиса и туризма, между которыми постоянно существует конкуренция. Чтобы устоять на рынке услуг, руководителям необходимо правильно и эффективно управлять своим предприятием, а также постоянно совершенствовать качество предоставления услуг.

Актуальность данной статьи состоит в том, что оказание туристических услуг является одним из самых популярных и востребованных видов деятельности в настоящее время. Только по данным РОССТАТА количество иностранных туристов в России превышает 32 миллиона в год. Поэтому важно четко и правильно организовывать работу предприятия, для максимальной эффективности и недопущения ошибок. Чтобы быть успешным в данной сфере, необходимо постоянно совершенствовать туристские услуги, создавать интерес в широком масштабе, действенными способами.

В этих условиях целый ряд отечественных и зарубежных авторов считают, что турфирме следует не сворачивать или стабилизировать деятельность, а активно наращивать сбыт, в том числе расширяясь на новые рынки. В своей книге «Менеджмент в туристском бизнесе» М.А. Жукова рассматривает удовлетворение постоянно меняющихся потребностей клиентов как важнейшее направление в деятельности организаций индустрии туризма во всех странах мира [1].

Важно понимать, что без качественного сервиса невозможно представить предоставление услуги в целом. Необходимо грамотно разработать продукт, чтобы в дальнейшем им удовлетворить потребность клиента. То есть сервису необходимо существовать с услугами, но ему следует быть абсолютно ненавязчивым по отношению к клиентам. В целом, можно сказать, что организациям сферы туризма следует быть постоянно динамичными и гибкими в условиях современного рынка. Благодаря этому, постепенно улучшать качество предоставляемых услуг.

К сожалению, еще во многих организациях России сферы сервиса и туризма в настоящее время происходит «застой» предоставляемых услуг. Абсолютно новое не предлагается, а старое не совершенствуется. Руководители предприятий не считают своей необходимостью выстраивать комплексы мероприятий по модернизации предоставляемых собственных услуг. Хотя в подавляющем большинстве на данный момент повышению качества предоставляемых туристских услуг в России уделяют большое внимание. Данная проблема рассматривается в научной литературе, периодических изданиях. В работе Баумгартена описывается весь цикл туристского предприятия и реализации качества на практике [2]. К периодическим изданиям можно отнести: «Доступный, социальный и массовый туризм: проблемы и перспективы развития в России», «Маркетинг: сервисная деятельность», «Предпринимательская деятельность в туризме». В данных материалах даются рекомендации по использованию сервисных услуг в целях стимулирования продаж, повышения прибыли и установления долговременных контактов с потребителями [3,4,5].

Проблема развития и совершенствования качества туристских услуг комплексная. Можно выделить несколько этапов данной проблемы:

- Обучение в ВУЗе;
- Обслуживание в офисе.

Дело в том, что работодатели признаются в слабой подготовке специалистов для данной сферы. Как можно совершенствовать собственные услуги, когда квалификация сотрудников достаточно низка. Выходя из стен университета, выпускник не имеет достаточных знаний для квалифицированной должности в сфере туризма. Это объясняется тем, что в ВУЗах до сих пор подавляющее большинство преподавателей больше теоретики, чем практики. «Сухая» теория учебников не способна повысить навык компетенции по той или иной обучаемой профессии. Мало того, учебная литература, по которой преподаются лекции и семинары уже достаточно устарела порядком на 10 и 20 лет. Все это способствует тому, что выпускник ВУЗа не готов к полноценной работе в туризме. Другое дело, если выпускник имеет за плечами не только диплом об окончании ВУЗа, но и опыт работы, в том числе и практику на предприятиях сферы туризма и сервиса. В дальнейшем уже, нанятому сотруднику будет лишь необходимо проходить повышение квалификации, обучающие тренинги, организованные руководителями фирм. Руководитель предприятия должен быть заинтересован в высококлассном предоставлении услуг не только в дополнительных доходах, но и в качестве предоставления услуги. То есть и улучшение качества предоставления услуг, и создание более благоприятных условий обслуживания клиентов, и постоянное расширение ассортимента – есть совершенствование туристских услуг. То есть всё это создает для клиента наиболее длительный эффект после предоставления услуги.

Следующая проблема совершенствования уже имеющихся услуг, это недостаток высококлассного обслуживания клиентов в офисах туристической фирмы. Рынок туризма вынуждает туристические организации быть конкурентоспособными, уметь предоставить клиенту сервис высокого уровня. Важным моментом в улучшении качества является автоматизация бизнес-функций. Предоставление офису и компании в целом современной техники, которая значительно улучшит ход работы и повысит эффективность. Компьютеризация всех этапов обслуживания клиентов носит обязательный характер. Сложно представить в 21 веке человека, который не имеет доступ к смартфону или компьютеру. Ни говоря уже, о пандемии 2020 года, которая внесла в сферы туризма изменения. Например, заполнение и подпись договоров онлайн, экскурсии через мобильное приложение и многое другое. Но, к сожалению, в подавляющем большинстве многие компании до сих пор используют факс или недостаточно эффективное оборудование в офисах, считая это не обязательной тратой денег.

Отталкиваясь от вышесказанных проблем, можно сказать, что только при решении всех нюансов и полностью исчерпывающих мер по проработке этих проблем, уже будет можно говорить о постоянном совершенствовании уже действующих туристских услуг на предприятиях сервиса и туризма. Руководителям необходимо поэтапно выстраивать стратегию комплекса мер по улучшению и модернизации уже имеющихся туристских услуг в компании. Что в дальнейшем приведет к улучшению качества обслуживания в целом.

Список литературы:

1. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. -3-у изд., перераб. и доп. –М.: КНОРУС, 2017. – 192 с.
2. Управление качеством в туризме : учебник для студ. высш. учеб. заведений / Л.В. Баумгартен. – М. : Издательский центр «Академия» – 304 с.
3. Доступный, социальный и массовый туризм: проблемы и перспективы развития в России: монография / под науч. ред. Е.Н. Тимофеева; Российская международная академия туризма. – М.: Университетская книга, 2016. – 503 с.
4. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность: учебник и практикум / Кулибанова В.В. – Санкт–Петербург: Изд–во Юрайт, 2019. – 260 с.
5. Макринова Е.И. Предпринимательская деятельность в туризм: учеб. пособие / Е.И. Макринова, Е.В. Матузенко, В.В. Лысенко. – Москва: Директ–Медиа, 2021. – 156 с.

ПОДХОДЫ В ОПРЕДЕЛЕНИИ СУЩНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Кабардуков Камиль Керимович

магистрант,

Финансовый университет при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва

Маркетинговыми исследованиями называется процесс сбора, обработки и обобщения информации, касающейся всех сфер деятельности объекта. В настоящее время нет единого представления о том, что такое маркетинговые исследования, в связи с этим в таблице 1 представлены трактовки понятия маркетинговые исследования с позиции различных авторов.

Таблица 1.

Различные трактовки понятия «маркетинговые исследования»

Автор	Определение
Токарев В.В. [2, с 56]	Маркетинговые исследования представляют собой процесс исследования, направленный на изучение элементов маркетингового комплекса, которые могут быть проведены как для одного предприятия, так и для группы предприятий
Беляевский И.К. [4, с. 64]	Под маркетинговыми исследованиями можно понимать любые исследования, целью которых является удовлетворение потребности маркетинга предприятия в информационных и аналитических данных
Казаков С.П. [3, с. 84]	Маркетинговые исследования можно представить в виде функции, которая является связующим звеном компании и потребителя посредством информации. При этом информация направлена на выявление проблем предприятия в сфере маркетинга, с целью разработки, оценки и дальнейшего контроля мероприятий.
Друкер П. [5, с. 18]	Маркетинговые исследования направлены на изучение не только внешней, но и внутренней среды маркетинга предприятия, что связывает стратегические направления деятельности предприятия с внешней средой.
Котлер Ф. [1, с. 121]	Маркетинговые исследования представляют собой сбор и анализ данных, которые направлены на реализацию маркетинговой ситуации, которая стоит перед фирмой

На наш взгляд, маркетинговые исследования представляют собой способ получения информации в процессе проведения исследовательской деятельности, которые могут выступать в качестве связующей функции между товаропроизводителем (производителем услуг на финансовом рынке) и потребителем.

Целью маркетинговых исследований всегда является подготовка достаточной информационной базы для выработки маркетинговой стратегии. Кроме того, можно выделить следующие цели проведения маркетинговых исследований [5, с. 27]:

- проведение анализа рынка, на котором функционирует организация, выявление основных тенденций развития рынка, которые напрямую касаются деятельности организации;
- проведение исследований ниши, которую занимает организация, определение емкости рынка, изучение спроса на действующий ассортиментный ряд, а также на потенциальные новинки;
- анализ конкурентной стратегии действующих на рынке организаций, на основании чего разработка собственной конкурентной стратегии;

- осуществление коммуникации с покупателями и потребителями, поставщиками и партнерами через каналы, которые удобны целевой аудитории;
- формирование определенного корпоративного имиджа на действующем рынке;
- определение целевой аудитории;
- выявление потребностей целевой аудитории, а также потенциальной целевой аудитории;
- разработка стратегии и тактики ведения бизнеса на основе проведения комплексного исследования рынка.

При проведении маркетинговых исследований организация должна придерживаться следующих принципов, что позволит укрепить позиции и увеличить рыночную долю [3, с. 92]:

- маркетинговые исследования должны производиться на постоянной основе, регулярное исследование динамики рынка;
- необходимо уделять время на полноценное планирование проведения маркетинговых исследований, видов и методов в соответствии с видом деятельности организации;
- маркетинговые исследования должны проводиться с учетом изменчивости внешней среды, должны использоваться методы, которые отвечают тенденциям развития рынка. На основании этого подлежит изменению маркетинговой стратегии.

В зависимости от охвата аудитории маркетинговые исследования классифицируются следующим образом [1, с. 62]:

- массовые маркетинговые исследования, чаще всего проводятся производителями товаров массового потребления (например, продуктов питания, бытовой техники, одежды и пр.). Исследуются инструменты, которые позволяют привлечь массовую аудиторию (например, интерес к акциям, скидкам, бренду);
- таргетированные маркетинговые исследования (которые ограничены одной целевой аудиторией, фокус на один участок). Основной целью использования таких маркетинговых исследований является удовлетворение потребности определенной группы потребителей для компаний, которые работают с одной нишей;
- дифференцированные маркетинговые исследования (проводятся компаниями, которые реализуют товары разной направленности, например, супермаркеты, оптовые и розничные базы).

Таким образом, можно сделать вывод, что под маркетинговыми исследованиями в данной работе понимаем способ получения информации в процессе проведения исследовательской деятельности, которые могут выступать в качестве связующей функции между товаропроизводителем (производителем услуг на финансовом рынке) и потребителем.

Список литературы:

1. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. – М.:Альпина Пабли., 2016. – 206 с.
2. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б.Е. Токарев. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2018. – 264 с.
3. Маркетинг розничной торговли // В кн.: Маркетинг: учебник по направлению подготовки 080200.62 «Менеджмент». Уровень подготовки «Бакалавр»: Статья / Казаков С.П. – М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 46 с.
4. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 392 с.
5. Управление бизнесом / Гоулман Д., Друкер П., Дэвенпорт Т. – М.:Альпина Пабли., 2016. – 290 с.

ПРОБЛЕМЫ АКЦИЗНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Корнеева Наталия Олеговна

студент,
ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации, Липецкий филиал,
РФ, г. Липецк

Коренько Елена Александровна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
ФГБОУ ВО Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации,
Липецкий филиал,
РФ, г. Липецк

PROBLEMS OF EXCISE TAXATION IN RUSSIA AND PROSPECTS FOR ITS IMPROVEMENT

Natalia Korneeva

Student
Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration,
Lipetsk branch,
Russia, Lipetsk

Elena Korenyako

Scientific adviser – PhD in Economics,
Associate Professor Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration, Lipetsk branch,
Russia, Lipetsk

Аннотация. Процесс становления государства предполагает развитие всех сфер жизни общества, в том числе и налоговых отношений. В данной статье раскрыты понятие и сущность такого косвенного налога как акциз. Вместе с этим была рассмотрена проблематика системы исчисления и взыскания данного налога на территории Российской Федерации.

Abstract. The process of formation of the state involves the development of all spheres of society, including tax relations. This article reveals the concept and essence of such an indirect tax as excise. At the same time, the problems of the system of calculation and collection of this tax on the territory of the Russian Federation were considered.

Ключевые слова: акциз; налогоплательщик; акцизное налогообложение; проблематика акциза; налоговое законодательство

Keywords: excise tax; taxpayer; excise taxation; excise tax issues; tax legislation

Акциз – это косвенный налог, относящийся к федеральному уровню, взимаемый с налогоплательщиков производящих и реализующих подакцизные товары. Данный вид налога облагает товары массового производства. В зависимости от категории товара, облагается разными налоговыми ставками.

Акцизный налог является одним из ключевых и весомых среди других налогов по пополнению бюджетной системы России и является частью сложной акцизной системы. Взимание происходит для изъятия доли прибыли, полученной производителями при продаже подакцизных товаров, в бюджет. Это значит, что совершенствование акцизного налогообложения имеет огромное значение для дальнейшего прогрессивного развития экономики Российской Федерации. Акциз, как косвенный налог содействует пополнению бюджета государства и регулирует потребление отдельных категорий товара, а так же наделён возможностью перераспределения доходов от некоторых товарных групп. Основная проблематика акциза – это получение больших сумм налоговых поступлений. Все это служит для развития негативных факторов, а именно: появление все более сложных схем уклонения от уплаты налога; резкое снижение производства; нелегкое финансово-экономическое положение предприятия на рынке. Исчисление и сбор акцизов, подзаконными актами, органами исполнительной власти в условиях необходимого регулирования вопросов, подвергаются трудностям, поэтому необходимо придерживаться правил установленной системы налогообложения, а особенно ее основных элементов, установленных законодательством РФ.

Классификационный перечень ввозимых товаров в нашу страну- это одна из трудностей таможенного контроля. Для решения данной проблемы необходимо вносить правки и совершенствовать налоговое законодательство в новой редакции ст. 181 Налогового кодекса Российской Федерации, указывая товарные позиции внешнеторговой деятельности. Следует отметить, что при проведении мониторинга перевозимых товаров могут возникать потери таможенных платежей в государственном бюджете.

Явно видна проблема акцизного обложения и контроля за оборотом алкоголесодержащей продукции, поскольку объем ее реализации соответствует масштабам развития нелегального производства и весомые суммы денежных средств находятся в обороте за пределами государственного бюджета, а это может тормозить дальнейшее развитие экономики.

Еще одной важной проблемой в акцизном обложении является отсутствие действенной системы распределения налогового бремени между налогоплательщиками в целях предотвращения уплаты акцизов и эффективности налогового администрирования. Следовательно, в администрировании товаров выделяют следующую проблему: сокрытие налоговой базы, что означает незаконный оборот подакцизных товаров.

Усиление контроля за производством и оборотом алкогольной продукции и напитков должно сопровождаться соответствующим ужесточением нормативно-правового регулирования в сфере административной ответственности. Ввиду прогрессирующего негативного влияния потребления алкоголя на главную государственную ценность – жизнь и здоровье ее граждан – следует применять меры уголовной ответственности за правонарушения, повлекшие причинение тяжкого вреда здоровью или смерть вследствие употребления алкогольных напитков ненадлежащего качества [6].

Незаконный оборот наркотических средств на региональном уровне создает проблему в виде повышенного уровня организованной преступности, а особенно в части коррупции государственных гражданских служащих, что порождает безрезультативный механизм контроля за оборотом крупной суммы наличных денежных средств.

Поэтому для решения проблем системы акцизного налогообложения предлагаются следующие варианты:

- международное сотрудничество между государственными специальными органами по борьбе с нелегальными подакцизными товарами со странами ЕАЭС, которые совместно должны наладить эффективную сеть информационного и быстрого реагирования на поимки злостных нарушителей;
- борьба с теневым бизнесом за счет привлекательных налоговых ставок по акцизам, которая может привлечь нарушителей налогоплательщиков выйти из тени и начать полностью рассчитываться по закону с государством.

Постоянное повышение ставок акцизного налога приводит к росту уклонения от уплаты налогов и развитию теневого сектора экономики, что вынуждает предпринимателей перево-

доть туда налогооблагаемые объекты. Это определяет важность совершенствования законодательного администрирования акцизов [7].

Преыдущие слова, опираются на зарубежный опыт других стран по исчислению, уплате и вообще регулированию налогообложения акцизов и его использование в условиях нашей страны.

Делая вывод вышеперечисленному, можно отметить, что в данной обстановке, сложившейся в нашей стране – недочеты в налоговом законодательстве России вызывают конфликтные ситуации. Учитывая эти данные органы власти пытается часто совершенствовать действия налогового законодательства. Мы понимаем, что это негативно отражается на финансовой стабильности страны и ее обеспечения.

Государственный контроль нужен для ведения системы акцизов в отношении особенностей функционирования, фискального характера, обеспечения поступлений в государственный бюджет Российской Федерации. Налогообложение в данном виде налога, а именно в акцизе переживает этапы развития и довольно частого усовершенствования законодательства России. Функция акцизов в сфере социального обеспечения определяется не малым уровнем их значимости. Все это помогает балансировать между двумя интересами, такими как: социальный интерес государства и экономический. А также изменять и улучшать эту сферу, решая многие проблемы, которые актуальны сейчас.

Список литературы:

1. Агузарова, Ф.С. Акцизное налогообложение: проблемы и пути их решения / Ф.С. Агузарова, С.А. Гуриева // Научные Известия. – 2018. – № 12. – С. 86. – (Проф. образование). – Текст: непосредственный.
2. Алиева, Э.Б. Проблемы правового регулирования акцизов в РФ / Э.Б. Алиева, С.М. Салихова // Вестник научных конференций. – 2018. – № 11-2 (39). – С. 12. – (Доп. образование). – Текст: непосредственный.
3. Батырев, Д.Н. К вопросу о налоговой политике Российской Федерации в аспекте акцизного налогообложения / Д.Н. Батырев, Ю.В. Сасыкова // Общество: политика, экономика, право. – 2016. – № 11. – С. 126. – (Доп. образование). – Текст: непосредственный.
4. Козырева, Л.А. О настоящем и будущем «акцизного» налогообложения / Л.А. Козырева // Промышленность: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2016. – № 6. – (Доп. образование). – Текст: электронный.
5. Минфин предложил подумать об акцизе на газировку и корректировках НДС – Текст: электронный.
6. Черкашина, А.А. Административно-правовое регулирование оборота алкогольной продукции / А.А. Черкашина – Пенза: Современная наука и молодые ученые: сборник статей II Международной научно-практической конференции: в 2 ч., 2020. – С. 135. (Сборник) – Текст: непосредственный.
7. Полятинская, А.М. Проблемы налогообложения акциза на алкогольную продукцию и пути его совершенствования / А.М. Полятинская // Современные научные исследования и разработки. – 2018. – Т. 2. – № 11 (28). – С. 575. – (Проф. образование). – Текст: непосредственный.

СИСТЕМНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Мачуленко Александр Антонович

*студент,
Сибирский институт управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации,
РФ, г. Новосибирск*

Черепкова Татьяна Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
Сибирский институт управления Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
РФ, г. Новосибирск*

В настоящее время, довольно сложным процессом в мировой экономике является обеспечение страной безопасности, в частности от различных угроз и проблем. Причиной репрессивной изменчивости и адаптации общества являются глобальные кризисные процессы и явления, которые повсеместно влияют также и на приоритеты государств, но вопросы, касаемо безопасности, остаются на первом месте.

Во всех аспектах своей жизни хочет чувствовать себя защищенным каждый человек. Безопасность инвестиций имеет особое значение, поскольку важной задачей для инвестора является обеспечение сбережения своих вложений. В связи с этим важной и даже необходимой является задача определения и уменьшения угроз и рисков в данной сфере, а также обеспечения устойчивого социально-экономического развития страны

Инвестиционная безопасность является главнейшей частью экономической безопасности. Отсюда можно сделать вывод о том, что экономическая безопасность является не только своего рода безопасностью, но и также является готовностью к созданию необходимых механизмов защиты национальной экономики. Также явной отличительной чертой является и развитие необходимого потенциала (в случае неблагоприятных событий).

Подвергаться инвестиционная безопасность может как внутренним, так и внешним угрозам.

Внешние угрозы могут проявлять себя как ограничения, связанные с санкциями, инфляция, кризис (угрозы, касающиеся политики). В свою очередь, внутренние угрозы могут выступать как особенности социально-политической системы.

Чтобы обеспечить экономическую безопасность, пользуются такими документами, как постановления, законодательные акты, указы, устанавливающие комплекс адресных мер и механизмов их реализации. Так же для обеспечения экономической безопасности, необходимо проводить анализ всех возможных угроз, внедрять и разрабатывать различные способы усиления и защиты безопасности страны со стороны инвестиций.

Региональную экономическую активность и развитие можно назвать инвестиционной безопасностью России, а также ряд взаимосвязанных промышленных, научных предприятий от влияния иностранного капитала, вложенного в российскую экономику.

Следовательно, инвестиции являются важнейшей экономической категорией и играют значительную роль как на макро-, так и на микроуровне, в первую очередь для простого и расширенного воспроизводства, структурных преобразований, максимизации прибыли и на этой основе решения многих социальных проблем.

Важный этап инвестиционного процесса занимают участники инвестиционной деятельности, которыми могут быть инвесторы, клиенты, пользователи произведений, пользователи инвестиционной деятельности, поставщики, банковские, страховые организации, инвестиционные биржи и иные участники процесса инвестирования.

Инвестиции – это долгосрочное вложение капитала в сектор экономики внутри страны или за рубежом, направленное на простое и расширенное воспроизводство.

Сами по себе, инвестиции являются совокупностью экономических отношений, связанных с реальным течением инвестированных средств, отвлеченных от текущего потребления, для реализации конкретных поставленных целей.

Инвестиционная деятельность – это вложение в экономику страны и совокупностей практических действий для их реализации, основная цель – получение прибыли и достижение продуктивного эффекта. Следовательно, как и любой вид деятельности, он требует должного регулирования. Именно регулирование инвестиционных процессов государством во многом влияет на формирование и улучшение системы качественного и эффективного управления инвестиционной деятельностью.

В инновационной сфере, инвестиционная деятельность- воспринимается как предпосылка, но в то же время является и обязательным пунктом полной модернизации экономики. Без такой экономики будет невозможно преодолеть техническую и технологическую отсталость и зависимость экономики России, и также, в свою очередь ее непропорциональность различного вида.

Можно сделать вывод о том, что можно быть полностью уверенным в том, что на данный момент (в наше время) национальная экономическая безопасность зависит целиком от уровня обеспечения инвестиционной безопасности.

В качестве анализа будет рассмотрен объем прямых иностранных инвестиций в Россию за 2022 год. Чистый приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в Россию по итогам 2022 года вырос в 3,5 раза – до \$30 млрд с \$8,8 млрд годом ранее. Такие цифры указаны в отчете «Основные тенденции интеграционного развития России в 2022 году», подготовленном Центром интеграционных исследований Евразийского банка развития.

По словам аналитиков, РФ в 2022 году столкнулась с несколькими проблемами, которые сказались на всех аспектах экономики, включая на интеграционном развитии. Среди главных трудностей – турбулентность на мировых рынках и снижение цен на сырьевые товары, составляющие основу экспортного потенциала страны.

В результате сокращения объемов экспортных поставок в номинальном выражении индикатор открытости экономики России, который рассчитывается как отношение внешнеторгового оборота к ВВП и является самым низким среди стран Евразийского экономического союза, снизился, составив в 2022 году 39,5% против 41,9% в 2021.

Торговый баланс страны оставался положительным как с государствами ЕАЭС, так и с прочими странами. Тем не менее в результате уменьшения экспорта и увеличения импорта он сократился более чем на 15% до \$178,4 млрд по итогам года.

Согласно оценкам ЦБ РФ, чистый приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в РФ через покупку-продажу новых акций в 2022 году составил \$9,2 млрд, что в 1,8 раза больше, чем в 2021 году (\$5,1 млрд).

Чистый приток ПИИ путем реинвестирования доходов в 2022 году также увеличился по сравнению с 2021 годом – на 18%, до \$19,6 млрд с \$16,6 млрд.

В 2022 году снижение этого показателя по отношению к 2021 году не превысило 1%. Таким образом, инвестиции, изменяющие капитал, увеличились в 2022 году на 28.8 млрд.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что несмотря на положительную динамику в отчетном году, инвестиционный климат в России по-прежнему находится не на своем должном уровне.

Снижение инвестиционной привлекательности грозит ухудшением инвестиционной безопасности. Регулирование, которое исходит со стороны законодательства имеет прямое влияние на привлечение инвестиций, потому как иностранный инвестор должен быть уверен

в защите своих прав, вложенных средств и предоставления гарантий. Основная проблема – отсутствие конкретных регламентов, отсутствие исчерпывающего документа.

Чтобы улучшить состояние инвестиционной активности, необходимо правильно ставить ориентиры. Главное сегодня – это переход России на инновационный путь развития. С этой целью приняты федеральные законы, поддерживающие создание проектов с внедрением инноваций, в рамках государственных льгот, а также эти законы о развитии государственно-частного партнерства. Для привлечения инновационного развития необходимо создать документ, предусматривающий долгосрочную инвестиционную стратегию как на государственном, так и на региональном уровне, в котором будут определены приоритетные направления для привлекаемых инвестиций.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что на данный момент Россия не является инвестиционно-привлекательной страной для иностранного инвестора, у нее есть внешние и внутренние проблемы, что является негативным фактором для инвестиционной безопасности страны.

Список литературы:

1. Ахмедова Л.А., Булатова У.Б. Зарубежный опыт привлечения иностранных инвестиций и возможности его использования // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3. Общественные науки. 2018. Т. 31. Выпуск 2. С. 34–45.
2. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации // Портал Агентства стратегических инициатив. URL:https://asi.ru/government_officials/rating/
3. Инвестиционная привлекательность стран Европы за 2020 год: Россия // ЕУ. URL: https://www.eu.com/ru_ru/attractiveness/21/european-attractiveness-survey2021-russia (дата обращения: 24.04.2023).
4. Статистика внешнего сектора // Банк России. URL: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/ (дата обращения: 25.04.2023)
5. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации // Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/ab03f167412ee7cbc60d8caf776bab70/itogi_ved_v_2020g_i_1_polugodie_2021.pdf (дата обращения: 25.04.2023).
6. ТОП-25 крупнейших инвестиционных проектов России с участием иностранного капитала // Вестник экономики. URL:<https://eurasianmagazine.ru/ratings/top-25-krupneyshikh-investitsionnykh-proektov-rossii-s-uchastieminostrannogo-kapitala/> (дата обращения: 26.04.2023).

ПОЛОЖЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Мачуленко Александр Антонович

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

Щуров Глеб Алексеевич

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

Черепкова Татьяна Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
Сибирский институт управления
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте
Российской Федерации,
РФ, г. Новосибирск

Малый и средний бизнес для государства является одним из основополагающих факторов для здоровой экономики, который обеспечивает более устойчивый уровень экономической безопасности. Ведь именно данный сектор может помочь государству во время кризиса или же быть движущей силой экономического развития, так как именно он может обеспечить рост занятости населения и увеличить производственные мощности, что благоприятно скажется для страны.

Начиная с 2020 года, сфера малого и среднего бизнеса была подвергнута новыми проблемами, которые приходилось решать в срочном порядке. И если брать ситуацию с коронавирусом, то предприниматели в прямом смысле ничего не могли поделать, ибо ограничения, которые вводило государство, банкротило практически все отрасли малого бизнеса, которые и без этого плохо стояли на ногах. Конечно, поддержка в виде временных приостановок проверок организаций и другие костыли помогали предпринимателям, но этого было однозначно мало для того, чтоб оставаться на плаву.

Ситуация в 2022 году, которая принесла очередные испытания, оказалась более гибкой для принятия решений предпринимателями. Как и во время пандемии, всем пришлось подстраиваться под новые реалии, но они оказались более непредсказуемыми и изменчивыми, чем в 2020 году. Уровень неопределенности поднялся выше. Если раньше все приблизительно осознавали, как все будет двигаться дальше и из этого могли планировать свои планы на долгосрочной основе, то сейчас это стало практически нереальным, ибо ситуация постоянно меняется. Может поменяться отношения с зарубежными партнерами и инвесторами, возникнут очередные проблемы с логистикой, или же часть работников могут просто забрать в связи с частичной мобилизацией. Каждая отдельно взятая ситуация может привести к точке невозврата, которая может обанкротить предпринимателя, а также они могут возникнуть одновременно или друг за другом. Всё это заставило по-другому смотреть на будущие инвестиционные проекты и перейти в основном на краткосрочное планирование дальнейшей деятельности. Последние годы дали понять, что каждый бизнесмен должен иметь не только

план «В», но и планы «С» и «D», если ситуация изменится в еще более негативное русло. Руководителям пришлось активно включаться в работу, чтобы оставаться на плаву: организовывать параллельный импорт, новые логистические маршруты, находить новых контрагентов и так далее. Многим, вместо того, чтоб вкладываться на улучшение бизнеса, пришлось решать задачи, чтоб банально спасти свое предприятие.

Далее мы разберём доли выручки от реализации товаров (работ и услуг) по видам экономической деятельности в 2020 году.

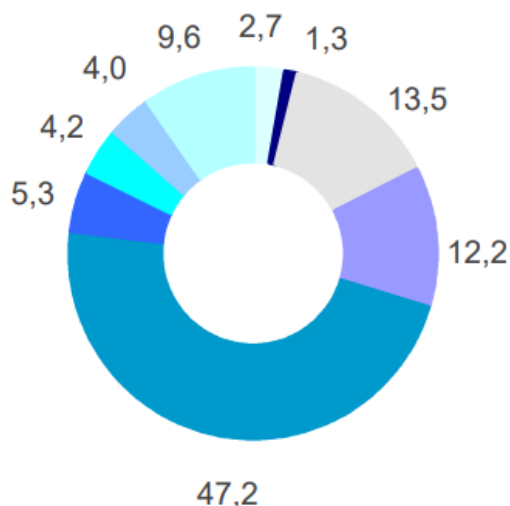


Рисунок 1. Выручка от реализации товаров (работ услуг) по видам экономической деятельности (без сумм налогов и аналогичных обязательных платежей)

- Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство
- Добыча полезных ископаемых; обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха
- Обрабатывающие производства
- Строительство
- Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
- Транспортировка и хранение
- Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
- Деятельность профессиональная, научная и техническая
- Другие виды деятельности

Судя по рисунку, в России сильно развита среди малого и среднего бизнеса оптовая и розничная торговля (47,2%) затем идёт обрабатывающее производство (13,5%) и строительство (12,2%) и недвижимость (9,6%), остальные занимают менее значительную часть.

Ниже продемонстрированы данные, где показан общий объём сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) с 2017 по 2021 год.

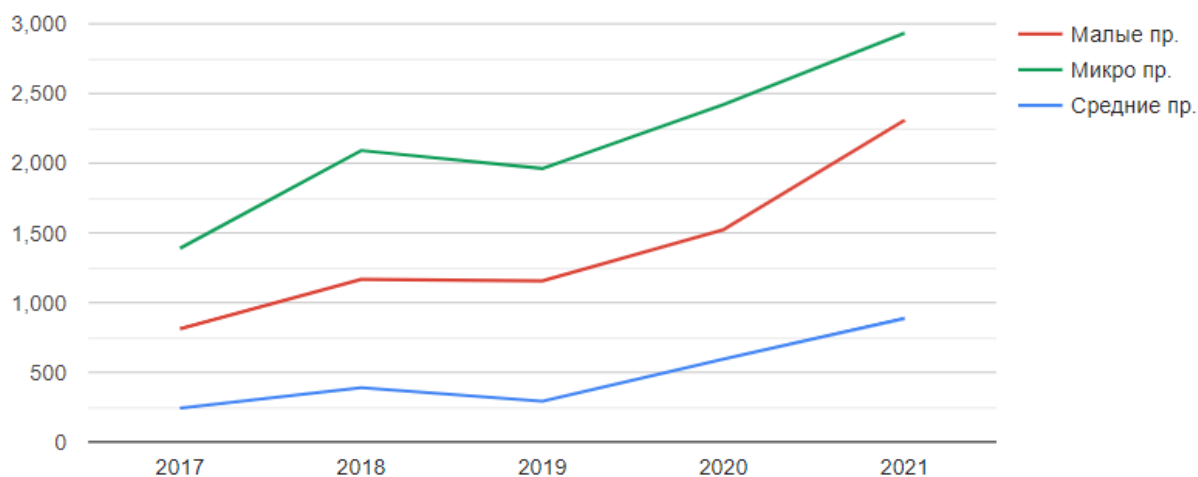


Рисунок 2. динамика сальдированного финансового результата (млрд. руб.)

Прибыль показывает уверенный рост, не считая упадка в 2019 году, который сильнее всего задел долю микропредприятий. За 2022 год, данные показатели еще не опубликовали. Но мы можем воспользоваться сведениями об индивидуальных предпринимателях, сведения о которых внесены в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

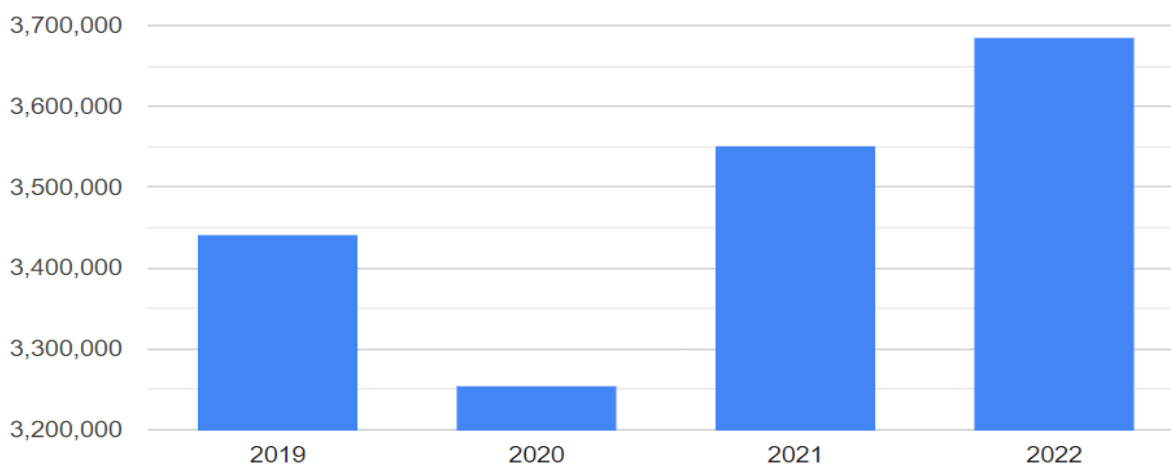


Рисунок 3. Количество индивидуальных предпринимателей – субъектов малого и среднего предпринимательства (человек)

И здесь мы можем наблюдать подобную ситуацию в 2020 году, где идёт снижение, что уже не нуждается в объяснение. В 2022 году в целом, тенденция является также положительной, несмотря на тяжелую экономическую ситуацию, связанную с большим количеством санкций, да и в целом обособления России от внешнего рынка на западном направлении, который был весьма крупным. Данная ситуация может сподвигнуть многих начинающих предпринимателей в условиях пониженной конкуренции ворваться в определённые слои рынка и закрепиться на них.

Также в России существует уже известный ряд таких проблем, как:

1. Высокие ставки налогообложения;
2. Сложность и запутанность ведения бизнеса с законодательной и бюрократической точки зрения;
3. Низкий уровень финансовой устойчивости;
4. Недостаток квалифицированных кадров.
5. Излишнее давление со стороны государства и контролирующих органов.

Еще как одну из основных проблем можно выделить блокировку социальных сетей (в частности Instagram) (социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт орга-

низации *Meta*, признанной экстремистской – прим.ред.), где многие рекламируют и показывают свои услуги. Данное решение со стороны государства также влияет на их финансовую устойчивость, так как на данных площадках у них есть определённая часть потребителей, которая заинтересована в их работах и услугах. Но с данным введением, может произойти отток пользователей, что приведет к снижению потребителей данных работ и услуг на данных сайтах.

По данным Института экономики роста, на сегодняшний день, доля малого и среднего бизнеса в экономике России составляет около 20 процентов, тем временем как в развитых странах этот показатель обычно выше 50 процентов. Это как раз связано именно с тем, о чём говорилось выше (рис. 4)

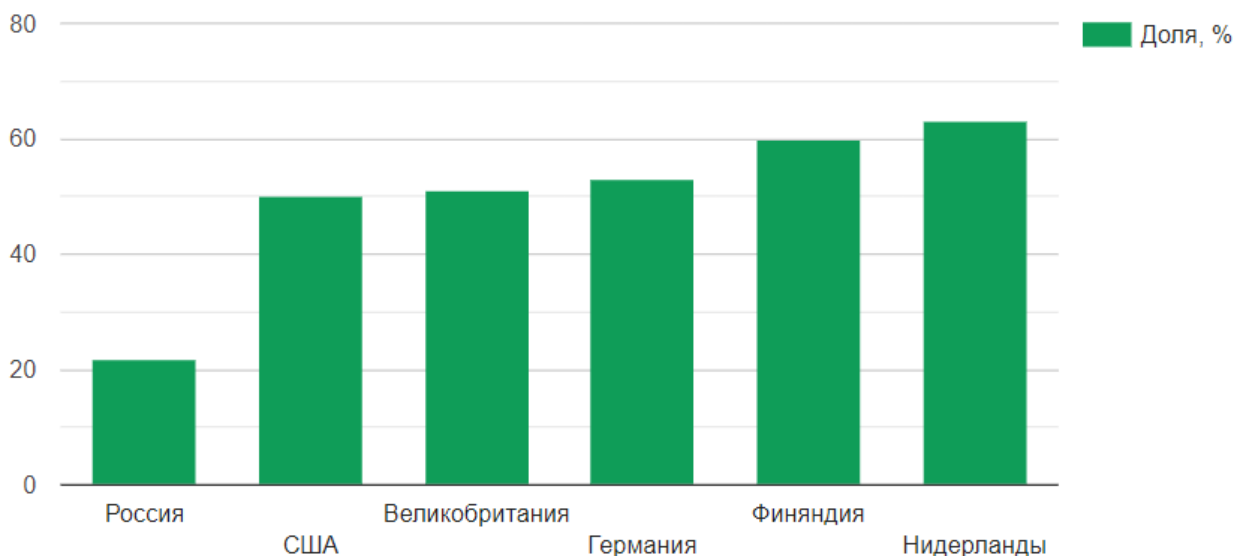


Рисунок 4. Доля малого и среднего бизнеса в экономике разных стран

Но не всё так пессимистично, как может показаться на первый взгляд. Государство намерено предоставлять субсидии, если предприниматель будет соответствовать требованиям, предъявляемые участникам программы. Также, региональные фонды по развитию бизнеса помогают предпринимателям с оказанием бесплатных консультаций и обучением ведения бизнеса. Также, на сегодняшний день, существует ряд программ, позволяющие получить льготные кредиты на свою деятельность. Также существует упрощенная система налогообложения, которая направлена как раз на субъекты малого бизнеса, и снижает налоговую нагрузку на субъекты малого бизнеса, а также упрощает ведение налогового и бухгалтерского учета в целом.

В данной обстановке, для продуктивного функционирования и повышения уровня экономической безопасности необходимо принимать меры поддержки для развития бизнеса. Для устранения вышеизложенных проблем можно предложить следующие пути решения:

1. Для обеспечения доступности капитала необходимо общее снижение процентных ставок в экономике, субсидирование процентной ставки, повышение доступности долгосрочных инвестиционных кредитов, снижение требований к заемщикам, а также валютная политика, препятствующая избыточному повышению курса рубля.

2. Нужно совершенствовать законодательную базу и права частного бизнеса, а также поддерживать конкуренцию на ключевых рынках. При этом не помешает продление моратория на налоговые проверки малых и средних предприятий, налоговая амнистия для малых и средних предприятий, ограничение количества плановых и внеплановых проверок предприятий.

3. Со стороны государственной политики необходимо активизировать усилия по развитию инфраструктуры: транспортно-логистические объекты, расположенные в непосредственной близости от транспортных узлов, расширение возможностей мультимодальных перевозок.

Несмотря на сложившиеся обстоятельства, российские компании хотели бы развиваться, и даже видят для этого определенную возможность в связи с уходом с рынка большого коли-

чества иностранных товаров. Однако, в данный момент времени, они пассивны в процессах развития, благодаря чему иностранные компании по-прежнему остаются лидерами рынка.

Список литературы:

1. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция)
2. Информационно-аналитический портал единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства Федеральной налоговой службы. – Москва. – URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics2.html?t=1682424624833>
3. Информационно-аналитический портал Федеральной службы государственной статистики. – Москва. – URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223>
4. Вяткин, В.Н. Финансовые решения в управлении бизнесом: учебно-практическое пособие для вузов / В.Н. Вяткин, В.А. Гамза, Д.Д. Хэмптон. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 325 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-02299-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/513210> (дата обращения: 07.05.2023).
5. Аникеева, О.П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность: учебник и практикум для вузов / О.П. Аникеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022; Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета. – 169 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12389-0 (Издательство Юрайт). – ISBN 978-5-400-01453-6 (Издательство Тюменского государственного университета). – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/496276> (дата обращения: 07.05.2023).

БЮДЖЕТ И ЭКОНОМИЯ СЕМЬИ

Мударисова Дарья Рамильевна

студент,

Красноярский институт железнодорожного транспорта,
РФ, г. Красноярск

Сергеева Анастасия Руслановна

студент,

Красноярский институт железнодорожного транспорта,
РФ, г. Красноярск

Левицкая Вероника Александровна

научный руководитель, проф.,

Красноярский институт железнодорожного транспорта,
РФ, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматривается семейный бюджет и способы в грамотном его ведении и советы правильного использования доходов с целью предотвращения финансовых затруднений в семьях.

Ключевые слова: Семейный бюджет, использование доходов, экономия, оптимизация расходов.

Семейный бюджет – это учёт денег, заработанных всеми участниками отношений, а также планирование доходов, расходов и накоплений. Разберем, из чего состоит складывается семейный бюджет.

Для того, чтобы более эффективно использовать собственные доходы, семья должна корректно сформировать свой бюджет, основательно обдумывать покупки и делать сбережения для достижения своих целей. Для составления семейного бюджета необходим перечень всех источников доходов членов семьи. К ним чаще всего относят:

1. заработная плата;
2. социальные выплаты: пенсии, стипендии, страховые выплаты;
3. доходы от имеющейся собственности;
4. помощь родственников.

В статье расходов нужно перечислить все, за что нужно платить:

1. затраты на питание;
2. оплата коммунальных услуг;
3. образование (основное и дополнительное);
4. домашние животные (при наличии); расходы на транспорт;
5. платежи по кредиту и/или оплата долгов;
6. развлечения;
7. сумма, откладываемая для трудных времён.

Также бюджет формируется из накоплений:

1. средства на крупные покупки (отпуск, покупка автомобиля или нового жилья);
2. подушка безопасности (средства, которые спасут в трудные финансовые периоды);
3. активы и ценное имущество (инвестиции, автомобиль, недвижимость и т.п.);

Вернемся к главному вопросу – как вести семейный бюджет, чтобы не было финансовых затруднений? Рассмотрим несколько простых советов:

1. Запись ежедневных расходов.

Начинайте с записывания всех без исключения расходов. Классифицируйте их, обратите внимание на все направления, согласно которым расходуются деньги в семье. Записи

можно делать в тетради или блокноте, выделив колонки по разным статьям, также есть специальные приложения на мобильный телефон. В конце каждого месяца нужно подвести итоги и проанализировать затраты.

2. Оптимизация статьи расходов.

Простой учет представит общую картину расходов. Следующий этап – провести исследование структуры этих трат по каждому направлению. При этом сразу будут обнаружены затраты, которые можно уменьшить или даже избежать. В результате такой работы через 3 месяца оптимизируете семейный бюджет, выявите статьи расходов, которые можно сократить, выделите приоритетные направления, куда следует направить освободившиеся средства.

3. Распределение доходов.

При распределении средств обратите внимание на основные направления:

Обязательные расходы: коммунальные платежи, выплаты по кредитам, плата за детские учреждения, оплата учебы. Не рекомендуется в этой статье делать долги, создавать финансовую воронку, из которой крайне трудно выбираться.

Текущие расходы: питание, покупка повседневных вещей, бытовой химии, транспорт и связь.

Накопления на объемные расходы: мебель, гаджеты, бытовую технику, семейный отдых.

Отчисления в «подушку безопасности». При любом достатке следует создавать такой резерв. Это не очень заметно, если откладывать около 10% с каждого поступления средств.

4. Экономия на ежедневных покупках.

Чтобы рационально использовать средства при ежедневных покупках, поступайте так:

Перед походом за продуктами сделайте ревизию запасов в холодильнике и ящиках на кухне.

Ходите за покупками со списком. Это позволит не поддаваться ажиотажу в магазине и уловкам маркетинга, который бессилен перед человеком со списком продуктов.

Покупайте продукты и бытовые мелочи на определённый период, например на неделю, в супермаркетах или в оптовых магазинах. Там цены гораздо ниже.

Следите за акциями и скидками. При этом не берите то, что не надо, но продается по акции. Лучше подождите, пока на нужные продукты будут скидки.

Ключевое достоинство ведения семейного бюджета – возможность осуществлять контроль над своими средствами. Такой путь исключит ненужные траты, это способ экономии, когда хватает на все. В перспективе грамотное распоряжение средствами даст возможность увеличивать статьи расходов.

Список литературы:

1. Ростовская, Т.К. Семья в системе социальных институтов общества : учебное пособие для вузов – 2023.
2. Сулова, Т.Ф. Психология семьи с основами семейного консультирования // Учебник и практикум для вузов – 2023.
3. Чаддаева Л.А. Финансы, денежное обращение и кредит // Учебник для вузов – 2023.
4. Фрицлер, А.В. Основы финансовой грамотности // учебное пособие для среднего профессионального образования – 2023.

СИСТЕМА ДОХОДОВ И СБЕРЕЖЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Мусурманов Мухридин Хасан угли

студент,

ФГБОУ ВО Уфимский университет науки и технологий,

РФ, г. Уфа

В текущий период главным источником финансирования хозяйства страны, а также гарантией безопасности отдельной семьи являются сбережения населения. Финансовое благополучие семей и отдельных лиц сейчас и в будущем зависит от того, насколько разумно и активно домохозяйства управляют своими существующими сбережениями. Сбережения могут быть направлены на внутренние инвестиции, стать стартовым капиталом при развитии бизнеса, также могут быть вложены в строительство дома.

Сберегательное поведение – это форма экономического поведения, происходящая от выполнения личности ролевой функции. Сберегательное поведение, можно рассмотреть, как деятельность индивида на финансовом рынке, определенными личными побуждениями и предопределенными условиями, которые оказывают большое влияние в предпочтении фигуры сохранения сбережений и эффективного инвестирования. Сберегательное поведение показывает уровень активности субъекта во вклады своих сбережений, изменение его форм происходит от определённых социально-экономических условий и финансовой ситуации в обществе, сберегательной установки и предпочтения, побуждение финансовых операций и действий на рынке сберегательных услуг. За те года, когда проходила рыночная реформа, сберегательное поведение граждан России менялось неоднократно. Они приобретали разные формы и социальную направленность. Тем не менее, становление сберегательного поведения граждан во время, когда происходил переход к рынку, до сих пор не стало предметом тщательного анализа. Сберегательное поведение, по-прежнему, подразумевают равно как финансовую проблему в отсутствии учёта ее общественных качеств и общественных результатов формирования торгового финансово-банковского услуг с целью условия в сообществе и его общественной устойчивости.

Определенную роль играет государство, которое выполняет функции, связанные с регулированием экономических процессов. Государство обязано предоставлять экономическую и правовую защиту экономических интересов участников сбережения. Сбережения домохозяйств, независимо в какой форме они содержатся, подкрепляются определенными мотивами. Обычно выделяют следующие главные посылы создания общественностью валютного резерва: оттягивание доли денежной прибыли с целью её последующего применения в собственных узкопотребительских мишенях, либо накопления; оттягивание валютных сумм, специализированных с целью персонального инвестирования в значимые документы, или индивидуальное накопление.

Ю.О. Кашин предлагает свою классификацию мотивов сбережений населения:

1. Удовлетворенность нужд, затраты на которые уходят из-за границы валютных денег, остаются уже после удовлетворения более настойчивых нынешних нужд;
2. Формирование конкретных сумм валютных запасов в внезапные эпизоды;
3. Потребность обеспечения детей. С отмеченным мотивом плотно связано формирование общественностью сбережений с целью возмещения затрат, относящихся след государственных традиций и обычаев ритуалы появления на свет, совершеннолетия, брачные и похоронные;
4. Стремление сберечь сформировавшуюся степень и текстуру пользования после выхода в заслуженный отдых [1].

А. Зайцев предлагает отличать 3 типа сбережений: накопления, представляющие результат зарезервированного спроса; накопления, возникающие вследствие раздраженного спроса; накопления в варианте непрерывного превышения прибыли над затратами в собственных

бюджетах жителей, либо таким образом именуемые запасные, никак не обладающие прямой целенаправленной ориентацией, накопления. В этой группировке нет четкого ее критерия.

Если первая группа по своему составу соответствует выбранному критерию, то вторая не относится к мотивированным сбережениям, поскольку в этом случае они не имеют никакого отношения к воле семьи. Крайне противоречивой выглядит третья группа сбережений. С одной стороны, сбережения населения в ней характеризуются как результат «постоянного превышения доходов над расходами», т.е. наделяются признаком, относящимся к механизму, а не к мотивировке их образования. С другой стороны, те же самые сбережения объявляются резервными, т.е. бесспорно мотивированными. Имея определенный мотив сбережения, домохозяйство принимает решение о выборе инвестиционного инструмента, срока вложения денежных средств, т.е. для каждого домохозяйства характерна определенная стратегия сберегательного поведения.

На сберегательный процесс оказывают влияние различные факторы экономические, социальные, политические, психологические. Их можно классифицировать по различным критериям. Можно выделить внутренние и внешние факторы. Внешние проводимая государством финансовая стратегия и уровень формирования банковской системы. Внутренние материальное состояние семьи (величина заработка, материальные сбережения); уровень нынешнего пользования; общественно-психологические установки людей. Условия сбережений бывают как долгосрочными, так и краткосрочными. Более долгосрочными условиями считаются возраст населения, например, среди людей, не имеющих сбережения, преобладают люди в возрасте до 25 либо старше 55 лет, люди с низким уровнем образования; рост уровня жизни; уровень удовлетворенности материальными благами. Особым условием сбережений считается увеличение части образованных людей в обществе. Знания становятся не просто элементом культуры, а также и формой инвестирования валютных средств. Фактором сбережений нужно считать развитие системы общественного обеспечения и страхования, которые подменяют потребность совершения постоянных накоплений их прибыли на старость и иные случаи утраты нетрудоспособности.

У населения существуют 4 более общераспространенные стратегии использования денежных средств: потребление, сбережение, страхование и развитие. Сберегающую часть населения можно разделить на две группы сберегателей и инвесторов. К сберегателям относятся приблизительно 20-35%, ко вторым 10-20%. Группы образованы следующим образом: сберегатели располагают денежными сбережениями, но используют их в основном на текущие потребности; инвесторы, имея сбережения, расходуют их на дорогие покупки, отдых и лечение т.д.; их денежные сбережения превышают месячный доход в 2 раза. Таким образом, инвесторы отличаются от сберегателей не благодаря тому, что первые уже вкладывают средства в производство, непосредственно или через финансовые институты, а вторые берегут средства «на руках». Существуют различия в том, как использовать накопления для выполнения их функциональных ролей. Различия в экономическом поведении обосновываются также различиями в национальном характере, религии, традициях.

Ю.И. Кашин отмечает, что процент на выбор населения хранения сбережений оказывает незначительное влияние. Того же мнения придерживается и Я. Корнаи. Есть также ряд факторов, которые влияют на возможные сокращения сбережений населения и которые нельзя не учитывать безработица, несвоевременные выплаты зарплаты, опыт экономических действий в прошлом (участие в «пирамидах», покупка акций, ценных бумаг) и его личная критика (выиграл, либо проиграл); склонность индивида к риску; знание финансовых инструментов, информационность о возможностях вложений. Таким образом, можно сделать вывод: нельзя выделять отдельный фактор, влияющий на сбережения, ведь факторы часто взаимосвязаны.

Как мы видим, сбережения населения активно участвуют в экономике и выступают в качестве инвестиций, которые, в свою очередь, устойчивы к колебаниям рынка. Население, являющиеся основным участником сберегательного процесса, формирует потребности, в результате которого происходит возникновение сбережений. Исходя из этих потребностей фи-

нансовая и кредитная система государства должна создать комплекс услуг для трансформации этих сбережений в инвестиции.

Таким образом, с нашей точки зрения, денежные сбережения населения представляют собой определённую часть денежных доходов, которые не идут на потребление и на уплату налогов. Эта часть доходов должна обязательно иметь целевую структуру, в противном случае, сбережения превращаются в простое накопление денег. В общем виде, сбережение, как экономический процесс и экономическая категория, обычно противопоставляется потреблению. Однако это противопоставление не абсолютно, ведь сберегают обычно для того, чтобы потратить в будущем.

Список литературы:

1. Григорьева Ю.В. Факторы сберегательного поведения российских домашних хозяйств // Вестник ОГУ. – 2010. – № 8;
2. Кашин Ю. О мониторинге сберегательного процесса // Вопросы экономики, 2008. № 6;
3. Логунов В.В. Эволюция сберегательного поведения россиян в период рыночных реформ. Социологический анализ. М.: АМИ, 2004;
4. Ускова, Т.В. Сберегательное поведение населения и финансы домохозяйств как инвестиционные ресурсы экономики. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Орманжи Денис

магистрант,
ФГБОУ ВО Российский экономический университет
имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва

Аннотация. В статье рассмотрено понятие корпоративной культуры, особенности ее формирования в организации. В результате исследования был рассмотрен термин «корпоративная культура», ее преимущества, процесс и способы формирования, основные элементы, а также средства, благодаря которым корпоративная культура развивается в организации.

Abstract. The article discusses the concept of corporate culture, the features of its formation in the organization. As a result of the research, the term "corporate culture", its advantages, the process and methods of formation, the main elements, as well as the means by which corporate culture develops in the organization were considered.

Ключевые слова: корпоративная культура, формирование, организация, сотрудники. видение, ценности.

Keywords: corporate culture, formation, organization, employees. vision, values.

Термин «корпоративная культура» появился в начале 1980-х годов и стал широко известен к 1990-м годам. В эти периоды корпоративная культура использовалась менеджерами, социологами и другими учеными для описания характера компании.

Корпоративная культура формировалась из обобщенных убеждений и моделей поведения, общефирменной системы ценностей, стратегий управления, коммуникаций и отношений между сотрудниками, рабочей среды и отношения. В дальнейшем она стала включать в себя истории происхождения компании, изложенные харизматичными генеральными директорами (СЕО), а также визуальные символы, такие как логотипы и торговые марки.[1]

Корпоративная культура организации в значительной степени определяет поведение работников и то, что они считают приемлемыми способами взаимодействия друг с другом, а также с деловыми партнерами и клиентами. Помимо этого, корпоративная культура во многом определяет, как организация реагирует на изменения, эволюцию и кризисы. Она оказывает глубокое влияние на способность организации к инновациям и успеху как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Тщательно продуманная корпоративная культура может возвысить компанию над конкурентами и обеспечить длительный успех. Такая культура может:

- обеспечить позитивную рабочую среду;
- создать вовлеченную, полную энтузиазма и мотивированную рабочую силу;
- привлечь высокоценных сотрудников;
- снизить текучесть кадров;
- стимулировать и повышать качество и производительность труда;
- привести к благоприятным результатам в бизнесе;
- обеспечить долговечность компании;
- усилить возврат инвестиций (ROI);
- обеспечить неоспоримое конкурентное преимущество;
- разъяснить сотрудникам цели их должностей, отделов и компании в целом;
- способствовать диверсификации рабочей силы.

Корпоративная культура может быть как сформирована намерено, так и появиться самостоятельно, однако в любом случае, она выражает суть идеологии и практики компании.

Она оказывает влияние на все аспекты бизнеса – начиная от каждого сотрудника и клиента до общественного имиджа компании.

Формирование и поддержание корпоративной культуры может происходить естественным путем. В таких случаях различные внешние и внутренние факторы влияющие на корпоративную культуру организации и формируют ее. Например, ценности, которые преобладают у людей в разном географическом местоположении, где базируется компания, будут формировать различные аспекты корпоративной культуры организации. То же самое будет с ценностями руководителей, менеджеров и специалистов.

Однако стратегически мыслящие руководители организаций, которые стремятся создать корпоративную культуру, воплощающую определенные ценности, могут добиться формирования корпоративной культуры компании путем внедрения политики и процедур, поддерживающих и стимулирующих желаемую культуру или способствующих ее изменению. Помимо этого, ими разрабатываются стратегии подбора персонала, практики найма и кадровая политика, которые позволяют привлекать и удерживать работников, демонстрирующих ценности и черты, которые соответствуют корпоративной культуре компании.

Стоит отметить, что при формировании корпоративной культуры необходимо устанавливать правила поведения на рабочем месте и поощрять практику, которая поддерживает желаемую культуру. Руководители, которые хотят создать атмосферу сотрудничества, могут воспользоваться открытой планировкой с гибкой раскладкой, чтобы сотрудники могли свободно перемещаться и объединяться в группы и команды. Аналогичным образом, руководители, которые стремятся к неформальной корпоративной культуре должны отразить это в дресс-коде.

Также при формировании корпоративной культуры руководители и менеджеры должны брать на себя обязательства по поддержанию желаемой корпоративной культуры, моделируя ожидаемое поведение и ценности. Они должны корректировать текущую корпоративную культуру по мере необходимости, чтобы поддерживать желаемые ценности, особенно в периоды перемен, например, при интеграции приобретенной компании и ее персонала.[3] Процесс формирования и поддержания корпоративной культуры организации можно представить в виде схемы

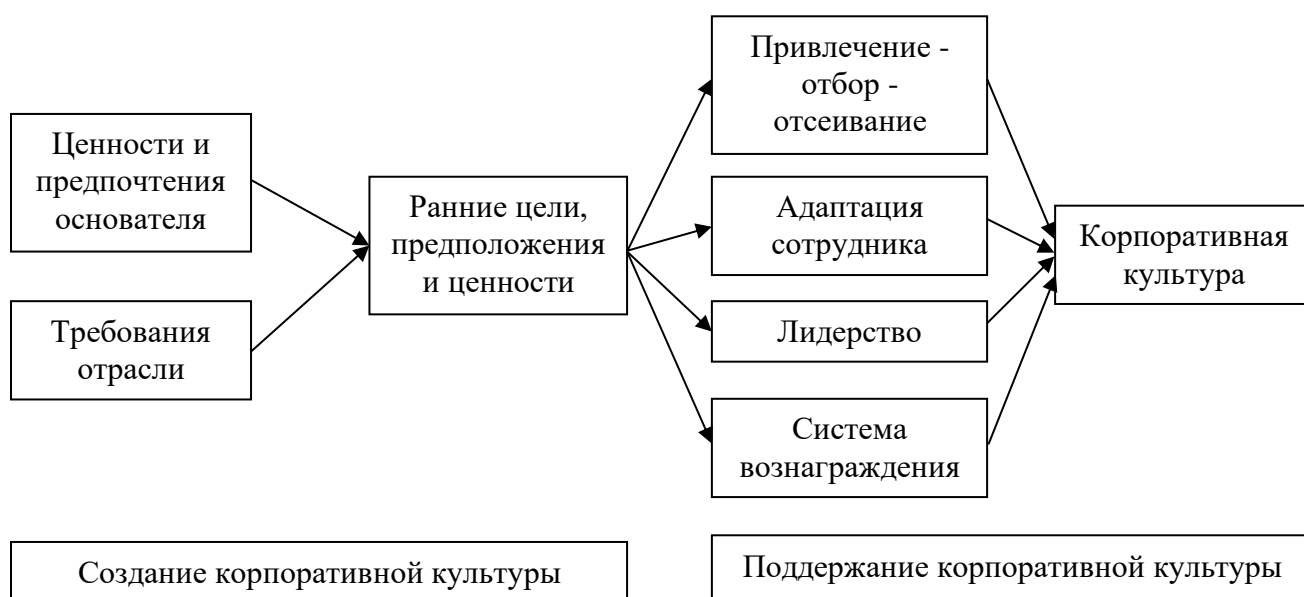


Рисунок 1. Модель формирования и поддержания корпоративной культуры организации

Источник: составлено автором

В 2015 году Harvard Business Review определил шесть важных характеристик успешных корпоративных культур.[4] Ими стали:

1. Видение;
2. Ценности;
3. Практики и опыт;
4. Люди;
5. История и место;
6. Командная работа.

Многие организации определяют и затем развивают тип корпоративной культуры, на который они нацелены, формализуя его через заявления об общих ценностях и политику компании, разработанную для реализации этих ценностей.

Таким образом, корпоративная культура развивается в организации с помощью следующих средств:

Ценности видения основателя. На раннем этапе ценности организации перенимаются из ценностей и видения основателей. Они формируют ранние аспекты организации с помощью различных методов, таких как структура, найм, моделирование, наставничество и т.д.

Внутренние и внешние вызовы. Вызовы – это ситуации или обстоятельства, с которыми сталкивается организация. Эти проблемы могут повлиять на то, как все делается внутри и/или снаружи компании. Например, организация должна реагировать и развиваться в соответствии с характеристиками и требованиями отрасли. Внутренняя задача касается удовлетворения оперативных потребностей. Внешние вызовы – это конкуренция с другими предприятиями. Внутренние проблемы влияют на внутреннюю культуру, основанную на том, как, почему и по какой причине предпринимаются действия. Внешние вызовы могут создавать культурные сходства между компаниями внутри отрасли.

Наем и выбытие. По мере роста организаций новые члены привносят личные характеристики и настроения, которые влияют на корпоративную культуру. Кроме того, элементы корпоративной культуры могут ослабевать по мере того, как отдельные сотрудники покидают компанию – может снизиться мотивация либо сплочённость сотрудников.

Привлечение-отбор-отсев (Attraction-selection-attrition) – это функция, с помощью которой поддерживается или укрепляется организационная культура внутри организации.

Привлечение – сотрудников привлекают организации, в которых они смогут сработать. Соискатели обычно ищут утешения и товарищества в организации. Таким образом, их естественным образом привлекают знакомые ценности корпоративной культуры. Человек, склонный к соперничеству, может чувствовать себя комфортно в компании, где межличностная конкуренция является нормой, и предпочесть работать в ней. Другие могут предпочесть работать на рабочем месте, ориентированном на команду.

Отбор – соответствие корпоративной культуре, которое является наиболее важной характеристикой для определения того, кто будет принят на работу. Компания растет за счет роста числа сотрудников, которые вписались в существующую культуру. Многие компании нанимают людей, которые соответствуют их культуре, а не подходят для определенной работы. Например, «Google» (По требованию Роскомнадзора информируем, что иностранное лицо, владеющее информационными ресурсами Google является нарушителем законодательства Российской Федерации – прим. ред.)

полагается на многочисленные интервью с будущими коллегами. Представляя кандидата нескольким будущим коллегам и узнавая, что эти коллеги думают о кандидате, становится легче оценить уровень соответствия.

Отсевание предполагает, что люди, которые не соответствуют корпоративной культуре организации и не способны адекватно адаптироваться, часто продолжают чувствовать себя некомфортно. Это может нанести ущерб удовлетворенности сотрудников работой и в конечном итоге привести к уходу из компании. Несовпадение между человеком и организацией является одной из важных причин текучести кадров.

Таким образом, организация привлекает, отбирает и удерживает людей, которые вписываются в существующую корпоративную культуру (ценности, убеждения, интересы).[5]

На формирование корпоративной культуры влияет ряд факторов, представленных в таблице 1.

Таблица 1.

Элементы, формирующие корпоративную культуру организации [6]

Корпоративная культура			
Внешние факторы	Внутренние факторы	Особенности организации	Особенности рынка
<ul style="list-style-type: none"> • национальная культура • система ценностей общества и сообщества региона • местная система ценностей 	<ul style="list-style-type: none"> • ценности и убеждения • образование • пол и возраст • опыт работы • физическое и психическое здоровье 	<ul style="list-style-type: none"> • история • размер • руководство • система администрирования • структура 	<ul style="list-style-type: none"> • рыночные условия • продукция и технологии • промышленность

Факторы, которые наиболее важны при создании культуры организации, включают в себя ценности и убеждения основателей, национальную культуру и требования отрасли. Что касается отдельных отраслей и вопросов, касающихся формирования корпоративной культуры, то здесь тип организации также является особо важным фактором. Уровень и форма корпоративной культуры будут варьироваться в зависимости от отрасли, в которой работает компания, и от рыночных условий, с которыми она сталкивается.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что корпоративная культура организации может формировать и влиять практически на все аспекты деятельности организации, включая организационную эффективность, общий успех и конечный результат.

По мере развития компании ее культурные ценности совершенствуются и укрепляются. Ранние ценности культуры компании оказывают влияние на ее будущие ценности. Корпоративную культуру можно рассматривать как организм, который защищает себя от внешних сил.

Организации с хорошо продуманной культурой, подкрепленной хорошей политикой, привлекающей работников, которые хорошо вписываются в окружающую среду, в конечном итоге имеют более преданных и продуктивных сотрудников. [2]

Однако не стоит забывать о том, что единственной верной стратегии формирования корпоративной культуры не существует, поскольку компании, отрасли и люди могут быть очень разными. Однако можно выделить основные шаги, упомянутые ранее, которые позволяют создать корпоративную культуру, которая принесет успех сотрудникам, клиентам и компании.

Список литературы:

1. Веб-сайт финансовых СМИ «Investopedia» // Статья «Corporate Culture Definition, Characteristics, and Importance» [Электронный источник] – URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/corporate-culture.asp> (дата обращения: 06.02.2023)
2. Ермилина Д.А. Роль корпоративной культуры в управлении персоналом // Вестник Академии управления и производства. – 2022. – №. 3. – С. 47-54
3. Официальный сайт маркетинговой американской компании «TechTarget» // Статья «Corporate culture definition» [Электронный источник] – URL: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/corporate-culture> (дата обращения: 06.02.2023)

4. Сайт дочерней компании Гарвардского университета «Harvard Business Publishing» // Статья Дж. Коулман «Six Components of a Great Corporate Culture» [Электронный источник] – URL: <https://hbr.org/2013/05/six-components-of-culture> (дата обращения: 06.02.2023)
5. J. Gordon «Organizational Culture – Explained» [Электронный источник] – URL: https://thebusinessprofessor.com/en_US/management-leadership-organizational-behavior/organizational-culture (дата обращения: 06.02.2023)
6. W. Piotrowski, A., Koźmiński «Zarządzanie teoria i praktyka» Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa (2005)

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Электронный научный журнал

СТУДЕНЧЕСКИЙ ФОРУМ

№ 18 (241)

Май 2023 г.

Часть 2

В авторской редакции

Свидетельство о регистрации СМИ: ЭЛ № ФС 77 – 66232 от 01.07.2016

Издательство «МЦНО»

123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74

E-mail: studjournal@nauchforum.ru

16+

