



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2618-6829



ССХХХIV Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№2(234)

г. МОСКВА, 2024



МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам ССXXXIV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 2 (234)
Январь 2024 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва
2024

УДК 08
ББК 94
М75

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, 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;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

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 АНС «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО "Лаборатория институционального проектного инжиниринга";

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики 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, Украина, г. Киев;

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;

М75 Молодежный научный форум. Электронный сборник статей по материалам ССXXXIV студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2024. – №2 (234) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/2\(234\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/2(234).pdf)

Электронный сборник статей ССXXXIV студенческой международной научно-практической конференции «Молодежный научный 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.

Оглавление

Рубрика 1. «Безопасность жизнедеятельности»	6
АНАЛИЗ РИСКОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭНЕРГЕТИКЕ	6
Губанова Анастасия Дмитриевна Гайнуллина Лейсан Раисовна	
Рубрика 2. «Педагогика»	10
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГИИ	10
Андреева Дарья Юрьевна	
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ УСТНОЙ РЕЧИ У ДЕТЕЙ С ОБЩИМ НЕДОРАЗВИТИЕМ РЕЧИ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА	14
Гусева Виктория Николаевна	
ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО СТИЛЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ М. КЕНТСКОЙ	21
Удовыдченко София Александровна Склярова Наталья Геннадиевна	
Рубрика 3. «Социология»	26
РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА СПОРТИВНОГО ЛАГЕРЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ	26
Баранов Кирилл Сергеевич Семченко Ирина Владимировна	
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ НА РЫНКЕ	30
Ермолина Вита Александровна Семченко Ирина Владимировна	
УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАДАЮЩЕГО СПРОСА НА РЫНКЕ КОФЕ	34
Приход Дарья Васильевна Семченко Ирина Владимировна	
МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ	38
Шашенко Мария Владимировна Семченко Ирина Владимировна	

Рубрика 4. «Технические науки»	43
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДИСТРИБУЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА – СТАНДАРТ NDC Белова Дарья Андреевна	43
ОСНОВЫ И КЛЮЧЕВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЗАКРЫТЫХ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ (GDS) Белова Дарья Андреевна	47
ОБЗОР ГЛОБАЛЬНОЙ ДИСТРИБЬЮТЕРСКОЙ СИСТЕМЫ «GALILEO GDS» Белова Дарья Андреевна	50
ИНТЕГРАЦИЯ RASPBERRY PI В СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ ДЛЯ ДОМАШНЕЙ АВТОМАТИЗАЦИИ: ВОЗМОЖНОСТИ, РАЗРАБОТКА И ПРИМЕНЕНИЕ Николаев Лев Александрович Ускова Анна Александровна Черкасский Владимир Владимирович	53
Рубрика 5. «Экономика»	56
ХАРАКТЕРИСТИКА САЙТА-АГРЕГАТОРА ДЛЯ БРОНИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ «ONETWOTRIP» Абдрафикова Софья Раисовна	56
ХАРАКТЕРИСТИКА СЕРВИСОВ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ «ТВИЛ.РУ» И «СУТОЧНО.РУ» Белова Дарья Андреевна	60
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕРВИСОВ «ТВИЛ.РУ» И «СУТОЧНО.РУ» Белова Дарья Андреевна	64
ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РАМКАХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА Белова Дарья Андреевна	68
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ ВРЕМЕН НАПИСАНИЯ Т. ДРАЙЗЕРА «ФИНАНСИСТ» И СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ Васильева Александра Данииловна Реутова Ирина Михайловна	71

ПРИНЦИП РАБОТЫ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ Дернова Анна Сергеевна	74
ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕТАЛЛУРГИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ РОССИИ Дернова Анна Сергеевна	77
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ Фофанова Анастасия Александровна Мукучян Размон Рубенович	81
ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ КАК НОВАЯ ФОРМА РОССИЙСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ Черникова Анастасия Васильевна	85
Рубрика 6. «Юриспруденция»	88
НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА Абдрафикова Софья Раисовна	88
ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Белова Дарья Андреевна	93
НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Белова Дарья Андреевна	96
ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РФ Резанова Татьяна Алексеевна Метушевская Татьяна Иосифовна	99
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПОНЯТИЯ СЛЕДСТВЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ Спехова Анастасия Сергеевна	105
ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ЗОН С ОСОБЫМИ УСЛОВИЯМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ Шебуренкова Елизавета Дмитриевна Чмыхало Елена Юрьевна	109

РУБРИКА 1.

«БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

АНАЛИЗ РИСКОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЭНЕРГЕТИКЕ

Губанова Анастасия Дмитриевна

*студент,
ФГБОУ ВО Казанский государственный
энергетический университет,
РФ, г. Казань*

Гайнуллина Лейсан Раисовна

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент,
ФГБОУ ВО Казанский государственный
энергетический университет,
РФ, г. Казань*

В современном мире безопасность является одной из важнейших задач, особенно когда речь идет о сфере энергетики. Анализ рисков для обеспечения безопасности жизнедеятельности в энергетике становится неотъемлемой частью работы профессионалов этой отрасли.

В силу своей природы, энергетические предприятия сопряжены с различными рисками, которые могут иметь серьезные последствия как для работников, так и для окружающей среды. Анализ рисков в энергетике направлен на выявление потенциальных опасностей и разработку мер, направленных на предотвращение возможных аварий и несчастных случаев [3].

Одним из важных аспектов анализа рисков является определение потенциальных угроз и опасностей в процессе производства энергии. Это может включать в себя оценку состояния оборудования, технических систем и инфраструктуры энергетических объектов. Также необходимо учитывать такие факторы, как опасные производственные факторы и условия труда, а также возможные последствия аварий или нарушений.

Основным инструментом в проведении анализа рисков является использование различных методик и моделей, позволяющих оценить вероятность возникновения аварийных ситуаций и определить степень их возможных последствий. Такие методы, как анализ дерева отказов, анализ причин и последствий, анализ зон риска и другие, позволяют выявить взаимосвязь между различными факторами и определить наиболее вероятные сценарии возникновения рисков [4].

Следующим важным этапом анализа рисков является разработка и реализация мер по предотвращению и управлению рисками. Это может включать в себя обновление оборудования, внедрение новых технологий, проведение регулярных инспекций и аудитов, а также подготовку персонала и разработку планов эвакуации.

Наконец, для обеспечения эффективности анализа рисков и предотвращения потенциальных угроз энергетическим объектам необходимо установление системы контроля и мониторинга. Это позволяет своевременно выявить и устранить несоответствия между заложенными мерами безопасности и фактическим состоянием системы, а также оперативно реагировать на изменения внешних факторов.

Прогнозирование рисков для обеспечения безопасности жизнедеятельности в энергетике является неотъемлемой частью работы этой отрасли. Энергетика, будучи одной из ключевых составляющих экономики любой страны, обеспечивает энергетическое обеспечение, необходимое для функционирования различных секторов, таких как транспорт, производство, образование и бытовые нужды населения [5].

В свете постоянного развития технологий, изменения климата и геополитической обстановки, энергетическая отрасль сталкивается с различными рисками, которые могут угрожать безопасности и жизнедеятельности людей, а также приводить к серьезным экологическим проблемам.

Прогнозирование рисков для обеспечения безопасности жизнедеятельности в энергетике требует комплексного подхода и использования различных инструментов и методик. Одним из ключевых инструментов является анализ рисков,

который позволяет выявить потенциальные угрозы и разработать планы и меры по их предотвращению [1].

Активное сотрудничество с научными исследовательскими центрами и вузами, проведение научных исследований, а также анализ международного опыта и передовых технологий играют важную роль в прогнозировании рисков. Систематическое наблюдение за новыми тенденциями и прогнозирование возможных сценариев позволяют энергетической отрасли быть более готовой к непредвиденным ситуациям и эффективно управлять рисками.

Среди основных рисков для обеспечения безопасности жизнедеятельности в энергетике можно выделить технологические аварии, аварии на транспортных маршрутах для доставки горючего, экологические катастрофы, террористические акты и кибератаки. Каждый из этих рисков требует индивидуального прогнозирования и разработки соответствующих мер по предотвращению и ликвидации последствий.

Таким образом, прогнозирование рисков для обеспечения безопасности жизнедеятельности в энергетике – это сложный и ответственный процесс, который требует комплексного подхода, постоянного совершенствования и анализа. Специалисты в этой области играют важную роль в обеспечении безопасности и устойчивого развития энергетической отрасли, что имеет большое значение для общества в целом [3].

Анализ рисков для обеспечения безопасности жизнедеятельности в энергетике является важным инструментом для предотвращения аварийных ситуаций и обеспечения безопасности работников и окружающей среды. Регулярное проведение такого анализа позволяет эффективно управлять рисками и обеспечить безопасную работу энергетических предприятий.

Список литературы:

1. Измалков В.И., Измалков А.В. Техногенная и экологическая безопасность и управление риском. М.– СПб.: ЦЭБ РАН, 2018. 482 с.

2. Атлас природных и техногенных опасностей и рисков чрезвычайных ситуаций в Российской Федерации /Под общ. ред. С.К. Шойгу. М.: ИПЦ «Дизайн. Информация. Картография», 2022. 271 с.
3. Махутов Н.А. Прочность и безопасность: фундаментальные и прикладные исследования. Новосибирск: Наука, 2018. 528 с.
4. Махутов Н.А., Гаденин М.М. Техническая диагностика остаточного ресурса и безопасности. М.: Издательский дом «Спектр», 2021. 187 с.
5. Махутов Н.А., Драгунов Ю.Г., Фролов К.В. и др. Динамика и прочность водо-водяных энергетических реакторов М.: Наука, 2021. 440 с.

РУБРИКА 2. «ПЕДАГОГИКА»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГИИ

Андреева Дарья Юрьевна

*студент,
ФГБОУ ВО Саратовский национальный
исследовательский государственный
университет им. Н.Г. Чернышевского,
РФ, г. Саратов*

Актуальность проблемы формирования технологических компетенций учащихся на уроках технологии в школе заключается в необходимости модернизации российского школьного образования через развитие профильного обучения, формирование ключевых компетенций, обновление содержания и организации учебного процесса.

Важным элементом технологической компетенции является умение ученика применять определенные действия и процедуры управления на практике, сотрудничать, развивать творчество и креативность, а также обладать комплексом технологических приемов и операций.

Обучающийся, обладающий технологической компетентностью, должен следовать определенным программам и процедурам управления, применяя их в реальных ситуациях организации учебного процесса. Они направлены на развитие взаимодействия, сотрудничества, творчества и креативности. Также важно владеть целым набором технологических приемов, операций, упражнений и практических действий, которые выполняются определенным способом в определенной последовательности на всех этапах работы, включая закрепление, тренировку, совершенствование и контроль [1].

Введение образовательной области «Технология» в систему общего образования необходимо для формирования у учащегося технологической

компетентности, грамотности, мировоззрения и культуры. Это предполагает овладение комплексом технологических знаний и умений, развитие трудовых, гражданских и патриотических качеств личности, а также самоопределение в выборе профессии и формирование гуманистически ориентированного мировоззрения. Важными составляющими технологической компетенции будут способность понимать, использовать и контролировать технологии, умение решать проблемы, развитие творческих способностей, сознательности, гибкости мышления и предприимчивости [2].

При изучении предмета «технология» учащиеся знакомятся с общими принципами преобразующей деятельности человека в различных областях, включая материальные и гуманитарные. Они узнают о принципах построения технологических систем, осваивают современные и перспективные технологии в области преобразования материалов, энергии и информации. Кроме того, предмет способствует формированию у учащихся готовности к труду, развитию культуры труда, культуры работы с информацией и графическими образами, а также улучшает их навыки работы в коллективе. Все это способствует творческому, экологическому и эстетическому (дизайнерскому) развитию учащихся [5].

В соответствии с целями содержание предметной области «Технология» выстроено в модульной структуре, обеспечивая получение заявленных образовательным стандартом результатов:

- Компьютерная графика, черчение;
- 3-D моделирование, прототипирование и макетирование;
- Технологии обработки материалов, пищевых продуктов d) Робототехника
- Автоматизированные системы
- Производство и технологии

А так же дополнительные модули, описывающие технологии, соответствующие тенденциям научно-технического развития в регионе, в том числе «Растениеводство» и «Животноводство». В соответствии с целями выстроено содержание деятельности в структуре трех блоков, обеспечивая получение заявленных результатов [4].

Использование цифровых образовательных технологий на различных уроках, включая уроки технологии, позволяет разнообразить процесс обучения, обогатить его мультимедийными материалами: видео- и аудиофайлами, gif-изображениями и другими. Кроме того, это позволяет повысить эффективность урока. Цифровые технологии могут быть использованы на разных этапах урока, а также в качестве домашнего задания, самостоятельной или контрольной работы. Например, на этапе актуализации знаний можно применять электронные тесты и конструкторы; на этапе объяснения нового материала - электронные учебники, энциклопедии, справочники, мультимедийные презентации и учебные видеофильмы; на этапе закрепления и совершенствования знаний - электронные тесты, тренажеры, обучающие среды и мультимедийные презентации; на этапе контроля и оценки знаний, умений и навыков - электронные тесты и кроссворды.

Внедрение новых цифровых технологий в современный образовательный процесс способствует более качественной подготовке учащихся. Поэтому важно уметь создавать цифровые образовательные технологии самому учителю. Для их создания можно использовать компоненты пакета программ Microsoft Office или специальные программы-конструкторы [2].

Рассмотрим цифровые технологии, которые можно использовать на уроках технологии:

1. LearningApps - конструктор интерактивных заданий для учебновоспитательного процесса в разных режимах - «Пазлы», «Найди пару», «Найди соответствия», «Установи последовательность», «Викторина с выбором правильного ответа», «Кроссворд» и другие.

2. Компас 3D - российская система трехмерного проектирования. Создаем чертежи, проектируем 3Dмодели, создаем сборку изделий.

3. Padlet- инструмент для формирования виртуальных досок. На них можно размещать фото, заметки, ссылки, документы. Система применяется для организации дистанционного обучения, проведения дистанционных совещаний любой области деятельности [3].

Таким образом, современная жизнь пропитана цифровыми технологиями, и это воздействие не обошло стороной образование. Применение компьютеров на занятиях активно усиливает учебный процесс, повышая его интенсивность. Персональный компьютер, обладающий множеством функциональных возможностей, выступает как непревзойденное средство обучения. Использование современных компьютерных технологий становится неотъемлемым условием модернизации образовательного процесса.

Список литературы:

1. Захарова Е.В. Уровни сформированности технологической компетенции выпускника школы // сб.ст. Международного педагогического портала «Солнечный свет» Ч.4. С.60-63. < <https://solncesvet.ru>>.
2. Захарова Е.В. Сущность и условия формирования технологических компетенций учащихся в рамках школьного образования // Академия Педагогического Знания. 2018. № 8 . Ч.1. С.15-18.
3. Ступина Е.Е., Ступин А.А., Чупин Д.Ю., Каменев Р.В. Основы робототехники: учебное пособие. – Новосибирск: Агентство «Сибпринт», 2019. - 160 с. 10.
4. Тищенко А.Т., Сеница Н.В.. Технология: рабочая программа: 5 - 9 классы / - М.: Вентана-Граф, 2017 - 158 с.
5. Насипов А.Ж. и др. Формирование технологической грамотности и технологической культуры школьников/ А.Ж. Насипов, Ю.Л. Хотунцев // DOCPLAYER <<http://docplayer.ru/45809722-Formirovanie-tehnologicheskoygramotnosti-i-tehnologicheskoy-kultury-shkolnikov.html>>.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ УСТНОЙ РЕЧИ У ДЕТЕЙ С ОБЩИМ НЕДОРАЗВИТИЕМ РЕЧИ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Гусева Виктория Николаевна

студент,

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

Донецкий государственный университет,

г. Донецк

FEATURES OF DEVELOPING EXPRESSIVE ORAL LANGUAGE SKILLS IN PRESCHOOL-AGED CHILDREN WITH GENERAL SPEECH IMPAIRMENT

Victoria Guseva

Student,

Federal State Budgetary Educational Institution

of Higher Education Donetsk State University,

Donetsk

Аннотация. Статья рассматривает особенности формирования выразительных средств устной речи у детей старшего дошкольного возраста с общим недоразвитием речи. Исследование фокусируется на методах и подходах, применяемых в педагогической практике для развития выразительности у детей с данной проблемой. Авторы подчеркивают важность системного подхода к работе с такими детьми, включая использование игровых методов, литературных произведений и дидактических игр для эффективного формирования выразительных навыков в речи.

Abstract. The article explores the nuances of developing expressive oral language skills in older preschool-aged children with general speech impairment. The study focuses on the methods and approaches employed in pedagogical practice to enhance expressiveness in children facing this challenge. The authors emphasize the significance of a systematic approach in working with such children, incorporating playful methods, literary works, and didactic games to effectively foster expressive language skills.

Ключевые слова: выразительность речи; дети старшего дошкольного возраста; общее недоразвитие речи; формирование выразительных средств устной речи.

Keywords: expressiveness of speech; preschool-aged children; general speech impairment; development of expressive means in oral speech.

В настоящее время привлекает внимание множество исследований со стороны психологов и педагогов в области проблемы развития выразительности речи у дошкольников. Исследования отмечают, что акцент на развитии выразительности речи в раннем возрасте, постоянное улучшение речевых навыков и овладение детьми литературным языком рассматриваются как ключевые компоненты формирования образованности и интеллигентности в будущем. В связи с этим возникает потребность в формировании выразительности речи, развитии умения логично и содержательно выражать свои мысли, что становится важной задачей в рамках речевого воспитания дошкольников.

Выразительная речь играет важную роль в обеспечении эффективного общения ребенка с родителями, сверстниками, педагогами и другими взрослыми. Владение этим навыком подразумевает способность использовать в разговоре метафоры, сравнения, многозначные слова, фразеологизмы и прочие выразительные средства. Через выразительность речи передается смысл высказывания, делая его доступным для слушателей. Адекватное применение этих средств делает старшего дошкольника интересным собеседником и востребованным участником различных деятельности, привлекая внимание взрослых и сверстников [2, с.145].

Ребенок старшего дошкольного возраста, обладающий выразительной речью, чувствует себя более свободно и уверенно в любом месте и ситуации. Умелое использование средств выразительности позволяет ему выражать свои мысли, чувства, проявлять творческие способности и индивидуальность. Образность и эмоциональность речи улучшают ее эффективность, способствуют лучшему восприятию, пониманию и запоминанию, а также приносят эстетическое удовольствие. Однако, при неправильном применении эти качества могут

вызвать противоположный эффект, воспринимая оратора как шутника или балагура [3, с.28].

Однако специфика ОНР проявляется через системное нарушение всех аспектов и форм речи. Наиболее существенные дефекты становятся заметными при освоении и использовании лексики и грамматики родного языка на практике детьми. Их высказывания отличаются недостаточной полнотой как в содержательном, так и в формальном плане. Невыработанные компоненты фонетики-фонематики, лексики и грамматики в речевой системе детей с ОНР негативно влияют на развитие их связной речи, оказывая существенное воздействие на речевое поведение. Эти недостатки в речевой системе приводят к ограничению экспрессивной лексики у детей с общим недоразвитием речи и вызывают затруднения в овладении средствами выразительности в связных высказываниях, такими как эпитеты, сравнения, метафоры, олицетворения, антонимы и синонимы [1, с.62].

Формирование выразительной речи у детей с общим недоразвитием речи может быть осуществлено через несколько подходов:

1. Проведение специальных занятий в дошкольном учреждении, организованных с целью обучения.
2. Перенос и закрепление усвоенных навыков в повседневной жизни детей дошкольного возраста.

Для развития выразительной речи широко используются различные методы, такие как сказки, элементы народного фольклора, художественные произведения и дидактические игры.

Сказки играют важную роль в формировании выразительности устной речи. Чтение и обсуждение различных сюжетов и персонажей способствует развитию лексического запаса и позволяет детям выражать свои мысли более ярко. Например, обсуждение чувств героев после прочтения сказки способствует развитию эмоциональной выразительности.

Элементы народного фольклора, такие как песни, загадки и сказочные персонажи, являются еще одним важным аспектом в формировании образной

речи. Игры с народными песнями могут способствовать развитию ритмического произношения, а обсуждение сказочных персонажей помогает детям воспринимать и выражать различные аспекты человеческих характеров.

Художественные произведения, включая детскую литературу, предоставляют возможность детям погружаться в разнообразные миры, обогащая свой словарный запас и способность выражения мыслей. Обсуждение событий, описанных в книгах, и анализ чувств героев стимулируют развитие выразительности и логического мышления.

В соответствии с разделами коррекционно-формирующей работы, можно выделить общий алгоритм овладения выразительными средствами устной речи (фразеологизмами или образными выражениями):

1. Предоставление детям первичного восприятия слов, входящих в фразеологизм или образное выражение. Это включает в себя семантическое определение слова, его связь с внеязыковой реализацией, а также уточнение произношения. Семантическое определение слова включает уточнение категориального значения, ознакомление с контекстуально обусловленным значением и кумуляцию вариативных значений одного и того же слова.

2. Предоставление детям первичного восприятия непосредственно фразеологизма или образного выражения.

3. Демонстрация образца использования фразеологизма или образного выражения. Путем вставки образного выражения в словосочетание или предложение ребенок осваивает синтагматические связи определенной лексической единицы.

4. Овладение парадигматическими связями конотативной единицы, включая развитие умения подбирать к ней антонимы, синонимы и прочее.

5. Закрепление образного выражения в активном словаре с учетом его лексических и грамматических значений. Это включает в себя подбор собственных примеров, иллюстрирующих использование данного выражения.

Опираясь на особенности развития речи дошкольников с общим нарушением речи, представим разработанную нами модель формирования выразительных средств устной речи (таблица).

**Модель формирования выразительных средств устной речи
дошкольников с ОНР**

№	Аспект	Характеристика деятельности
1	Диагностика	Проведение начальной диагностики уровня развития речи у каждого ребенка с целью выявления индивидуальных особенностей и потребностей
2	Целеполагание	Определение конкретных целей формирования образной речи для каждого ребенка. Эти цели могут включать в себя развитие лексического богатства, эмоционального выражения и умения создавать образы в своих высказываниях
3	Создание среды	Обеспечение стимулирующей образовательной среды с использованием разнообразных игр, книг, картинок и других визуальных материалов для развития воображения и образной мысли
4	Игровой подход	Внедрение игрового метода в процесс обучения, например, через ролевые игры, театральные постановки или создание образных сюжетов. Это помогает детям более эффективно вживаться в различные роли и ситуации
5	Художественная литература	Включение в программу чтения детских книг с интересными сюжетами, яркими персонажами и описательными выражениями, способствующими развитию образной речи
6	Творчество	Предоставление творческих заданий, таких как рисование, лепка, создание коллажей, которые могут вдохновлять детей создавать и выражать свои собственные образы
7	Индивидуализация	Адаптация методов и подходов в зависимости от индивидуальных потребностей и уровня развития каждого ребенка
8	Взаимодействие с родителями	Вовлечение родителей в процесс развития образной речи, предоставление рекомендаций для домашних занятий и поддержка в создании стимулирующей среды
9	Мониторинг	Постоянная оценка прогресса каждого ребенка с последующей коррекцией программы в соответствии с его потребностями

Отметим, что такая модель должна быть гибкой и адаптированной к индивидуальным особенностям каждого ребенка, создавая положительное и вдохновляющее обучающее окружение. Для достижения поставленных задач по развитию выразительности в речи предлагается использовать сочетание различных методов. Рассмотрим их подробнее.

Целенаправленное наблюдение является ключевым компонентом этого процесса. На этом этапе педагог вместе с детьми анализирует, какими средствами в сказках достигается необходимое впечатление – будь то изображение природы, характеристики героев или драматические повороты сюжета. Этот

подход включает в себя обучение детей созданию словесных образов после прочтения текста, включая характеры героев и описания обстановки в произведении.

Широкое применение иллюстраций и рисунков, созданных самими детьми, играет важную роль в этом процессе. Детям предлагается задание изобразить эпизоды из сказок или художественных произведений по памяти. Каждый ребенок воспринимает сюжет по-своему, и этот индивидуальный подход позволяет им лучше понять моральные дилеммы, улучшает навыки пересказа текста и углубляет понимание сюжета произведения. Оценка готовых работ детей должна сопровождаться устными рассказами и пояснениями, что усиливает обучающий эффект данного метода.

При использовании метода сравнения, детям предлагается участвовать в дидактической игре, основанной на сравнении, с использованием вопросов вроде «Кто с кем схож? Что с чем сравнимо?». В рамках этого подхода, детей приглашают сопоставлять иллюстрации различных художников, созданные к одному и тому же тексту.

Метод узнавания и воспроизведения стилистических особенностей предполагает распознавание дошкольниками иллюстраций к ранее прочитанным книгам. Это может также включать в себя узнавание конкретных эпизодов в сказке, описанных на показанных иллюстрациях. Применение данного метода способствует более глубокому восприятию стиля автора, развивает эстетическую память и актуализирует прочитанное. В процессе работы дети могут также создавать костюмы для персонажей сказок. Метод эксперимента с художественным образом предполагает изменение традиционного пересказа прочитанного с использованием ролевой игры. Дети включают в свои пересказы речевые особенности героев, их характеры и взаимоотношения с другими персонажами сказки. А метод оценки и суждений предлагает детям формировать аргументы для поддержки достоинств своих любимых литературных персонажей после прослушивания сказки. Они могут также выделять свои предпочтения среди множества прочитанных или услышанных произведений.

В рамках этого этапа также возможны тематические индивидуальные беседы с дошкольниками о прочитанном, литературных героях и т.п., используя провокационные вопросы. Такие беседы предоставляют воспитателю возможность оценить уровень понимания художественного произведения детьми. Игровое обсуждение сказки с ее персонажами является значимым элементом после прочтения, поскольку впечатления детей в этот момент свежи и непосредственны. Важно отметить, что для проведения игровых бесед персонажи должны быть морально противоположными (например, падчерица и дочка из сказки «Морозко»).

Таким образом, использование разнообразных методов и приемов в процессе работы будет способствовать позитивному воздействию на образность речи дошкольников. Это позволит расширить представления детей о структуре выразительного высказывания и методах объединения отдельных элементов речи в целостное выражение. В результате этих усилий, в речи дошкольников проявится больше образных и насыщенных выражений. Помимо этого, ожидается улучшение качества интонационной выразительности речи.

Список литературы:

1. Захарова Т.В. Формирование образной выразительности речи у детей старшего дошкольного возраста с речевыми нарушениями // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2008, №4 (Педагогика), С. 62-72.
2. Лоторева Л.А., Косыгина Е.А. Формирование образных средств языка у дошкольников с общим недоразвитием речи // Вестник науки, 2022, №12 (57), С. 144-150.
3. Хамраева Н.А. Развитие речи у детей // Проблемы педагогики, 2020, №3 (48), С. 28-30.

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО СТИЛЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ М. КЕНТСКОЙ

Удовыдченко София Александровна

*студент,
Южный федеральный университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Склярова Наталья Геннадиевна

*научный руководитель,
Южный федеральный университет,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

В данном параграфе мы рассмотрим работы литературных критиков, посвящённые творчеству М. Кентской, выявим основные факторы, оказавшие влияние на формирование её творчества и покажем основные приёмы, характерные для авторского стиля Майкл Кентской при описании жизни Королевского двора Франции в эпоху средневековья, такие как: использование эпитетов, метафор, оксюморонов, архаизмов и сравнений в историческом романе "Королева четырёх королевств".

Роман, который мы рассматриваем, относится к жанру исторического научно-популярного романа. Исторически, многие научно-популярные жанровые разновидности формировались путем упрощения научного текста, адаптации его для массового восприятия. Научно-популярная литература тесно связана с научной. С.М. Болховинова считает научно- популярную литературу тесно связанной с научной литературой, так как содержание и той, и другой представляет собой достоверный материал науки. Различие же между ними, по мнению С.М. Болховиновой, определяется степенью сложности и характером изложения. В этом плане тексты научно-популярной литературы отличаются своей спецификой [Болховитинова, 2000: 41]. Что касается самых распространенных стилистических средств, в научно-популярном романе, специалистами по литературоведению выделяются такие художественно- выразительные средства, как: метафора, сравнение и эпитет. Метафоризация в научно-популярном романе выполняет функцию пояснения, помогает в понимании смысла и облегчают процесс восприятия

информации. Сравнение делает изложение не только более красивым и выразительным, но и более наглядным и понятным. Эпитеты, как правило, выполняют функцию определения и отличаются переносным характером и обязательным наличием эмотивных или экспрессивных коннотаций, благодаря которым выражается отношение автора к предмету, и это обеспечивает эмоциональность изложения [Гришечкина, 2009: 119].

Благодаря использованным автором стилистическим средствам, читатель легко воспринимает картину происходящего. Книга, написанная Принцессой Майкл Кентской, является историческим романом. Писатель постаралась передать достоверную историю, дополненную красочными описаниями жизни Королевского двора. Автор умело расставляет акценты, чтобы читатель занимался не только познавательным чтением, но и интересным.

Анализ стиля автора в отрыве от культурно-исторического аспекта и её биографии, снижает ценность исследования, поэтому обратимся к основным моментам, оказавшим влияние на формирование стиля писательницы М. Кентской.

Поскольку действие романа происходит во времена средневековья, в центре Европы - во Франции, необходимо отметить, что на протяжении большей части своей истории Франция играла главную роль в европейской культуре. С приходом колониализма и мировой торговли Франция вышла на мировой рынок. Французские художественные, кулинарные и модные стили повлияли на культуру народов по всему миру. Сегодня французские обычаи, стили и изобретения остаются важным экспортным товаром, а также предметом большой национальной гордости [Сабанчеев, 2018].

На интервью в книжном салоне города Санкт- Петербург, Принцесса Майкл Кентская рассказала, что ее мать была историком и вместо сказок она пересказывала своим детям исторические сюжеты. Поэтому М. Кентская очень рано заинтересовалась мировой историей. Также Принцесса призналась, что благодаря своим исследованиям, ей удалось проникнуть в глубинную историю своего рода, ведь, как отмечалось ранее, она - прямой потомок короля Генриха II, Екатерины Медичи и Дианы де Пуатье, а также Питера Рубенса [Кентская, 2017].

Художественный стиль автора интересен тем, что Майкл Кентская пишет художественные произведения на основе исторического прошлого. Она воспроизводит и исследует важнейшие характеристики известных личностей. Показывает взаимосвязь образов и эпохи. Она использует исторический, социальный и гуманистический подход, чтобы читатель с головой окунулся в быт и нравы Королевской семьи 14 века. Как утверждает сама автор, доля вымысла в её романе крайне мала, она придерживается правды в интерпретации исторических событий, предметного мира, характерных, установленных документально черт личностей и портретов исторических персонажей. Автор использует художественные приёмы усиления, при этом не допускает искажения исторической действительности.

Книга, взятая за основу нашей работы, написана об исторической личности - Иоланде Арагонской - "королеве четырёх королевств". В ней ярко выражены качества, присущие женщине, да ещё и в эпоху доминирования мужчин. Однако она имела широкую власть. Заключала политические соглашения, с ней считались и её уважали. Иоланде были свойственны ум и смелость. Как заметил Гегель в своих трудах, «эпические герои - это цельные индивиды, которые блестяще соединяют в себе все то, что рассеяно по частям в национальном характере, и остаются при этом великими и свободными» [Гегель, 1968:245].

В книге «Королева четырёх королевств» литературоведы и критики без труда выявляют характерный авторский стиль писателя, который выражается использованием таких стилистических средств описания как эпитеты, метафоры, оксюмороны, архаизмы и сравнения.

Все стилистические приёмы описания, используемые автором, имеют одну цель - привлечь внимание читателя и выразить его отношение к происходящему, создать загадочную атмосферу. Рассмотрим примеры применения, упомянутых выше, основных стилистических средств в данном романе. Начнем с рассмотрения эпитета, как наиболее часто встречающегося стилистического средства.

И.В. Арнольд даёт следующее определение эпитета: «Эпитет есть троп лексико-синтаксический, поскольку он выполняет функцию определения, или обстоятельства, или обращения, отличается необязательно переносным характером

выражающего его слова и обязательным наличием в нем эмотивных или экспрессивных и других коннотаций, благодаря которым выражается отношение автора к предмету" [Арнольд, 2002: 123]. С помощью эпитета писатель выражает своё отношение к предмету или явлению и выделяет его на фоне остальных образов.

В любом художественном произведении роль эпитета заключается в персональном восприятии автором тех или иных явлений. Так, в следующем примере мы находим эпитеты:

- The leaves are still **golden** and falling gently as they reach Perpignan, Yolande's list still in her smile. Her surprise, she is not nervous now; instead she feels a strange and agreeable expectation – or is it just the beauty of the season and the **light wind** making her favourite mare skittish [Kent's, 2013: 32].

Листья по-прежнему **золотятся** и тихо опадают, когда они добираются до Перпиньяна. Это последняя остановка Иоланды на родной земле. К ее удивлению, она не испытывает беспокойства, лишь предвкушение чего-то приятного – или все дело в красоте осени и в **легком ветерке**, который подгоняет ее любимую кобылу [Кентская, 2017: 29].

Все эпитеты в отрывке в совокупности друг с другом, помогают читателю погрузиться в картину описываемого автором момента. В данном примере автор описательным методом погружает нас в осенний, особенный для Принцессы день. Так, эпитеты - *золотятся листья, родная земля, красота осени, легкий ветерок* - создают ощущение безмятежности и уюта.

Стоит обратить внимание на то, что эпитет является одним из наиболее употребляемых стилистических приёмов, его можно встретить практически в каждом предложении романа. Эпитеты представляют собой детальное описание места действия, они являются субъективно авторским восприятием картины.

Таким образом, эпитеты в художественной литературе, и в частности в книге, взятой для исследования, создают яркие зрительные образы путём выделения отличительных качеств. Эпитеты отвечают одному из основных стремлений языкового искусства, которое отвечает за то, чтобы придать словам вес и звучание, чтобы выраженные словами образы врезались в память. Наконец, эпитет выражает

авторское настроение, мнение, а также даёт оценку всему, что происходит на страницах романа.

Другой стилистический приём, который можно часто встретить в описании наиболее ярких сцен романа - метафора.

Метафора - это фигура речи, в которой об одном явлении говорят через призму другого, используя схожие качества. Этот класс стилистических средств также включает метонимию, иронию, а также синекдоху и гиперболу. Метафора отличается от других тропов тем, что она отвечает за способность человека создавать в подсознании сходство между различными предметами [Кабирова, 2019]. В лингвистике существует несколько интерпретаций и классификаций метафор. Этому посвящены работы Н.Д. Арутюновой, К.И. Алексеева и многих других.

Список литературы:

1. Princess Michael of Kent, The queen of four kingdoms. -Published by Constable, 2013.- 384 с.
2. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык / И.В. Арнольд. – М.: Флинта, Наука, 2002. – 384 с.
3. З.Саломов Г'. Язык и перевод. –Т . : Фан, 1966.

РУБРИКА 3.
«СОЦИОЛОГИЯ»

**РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА СПОРТИВНОГО ЛАГЕРЯ
ДЛЯ ИНВАЛИДОВ**

Баранов Кирилл Сергеевич

*студент кафедры СОРМ,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
РФ, г. Белгород*

Семченко Ирина Владимировна

*научный руководитель,
доцент кафедры СОРМ,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
РФ, г. Белгород*

Аннотация. В данной статье рассмотрены аспекты положения инвалидов в России и подведены итоги разработки бизнес-плана для спортивного лагеря для инвалидов. Все данные были получены в ходе авторского социологического исследования, которое проводилось в городе Белгород.

Abstract. This article examines aspects of the situation of disabled people in Russia and sums up the development of a business plan for a sports camp for disabled people. All data was obtained during the author's sociological research, which was conducted in the city of Belgorod.

Ключевые слова: инвалид, бизнес-план, спортивный лагерь.

Key words: disabled person, business plan, sports camp.

В настоящее время в мире усиливается тенденция к социально ориентации на потребителей и на незащищённые слои населения. Одним из таких слоёв являются инвалиды с нарушением опорно-двигательной системы. По мимо сложностей с обычным передвижением нормальной жизни мешают ещё и

социальная среда, в которой они ограничены, а также недостаток уделяемого внимания. На данный момент существует много организаций, основой работы которых является помощь инвалидам, но не смотря на это, по большей части, все это носит формальный характер. Как правило жизнь инвалидов ограничена домам, небольшими прогулками и, возможно, посещением собраний в центрах для людей с ОВЗ.

По последним данным в России насчитывается 12 миллионов людей с разной степенью инвалидности, включая детей-инвалидов¹. На Белгородскую область приходится порядка 173 тысяч таких людей. Как уже говорилось в последнее время имеется тенденция к оказанию повышенного внимания к слоям населения, которые нуждаются в помощи. Это проявляется в адаптации почти всех государственных учреждений специальными средствами, под особенности данных людей.

Как уже было сказано положение людей с нарушением опорно-двигательного аппарата имеет большое количество аспектов, которые складываются в специфику работы с ними. На государственном уровне существует много нормативно-правовых актов, регулирующее положение данной группы людей, но тем не менее их социальное, физическое и психологическое состояние часто остается без должного внимания. В последние 2 десятилетия складывается тенденция к социальной адаптации пространства и учреждений под особенности каждой инвалидной группы.

Данные, полученные в результате проведения социологического исследования, дали ответ на многие вопросы. Так выяснилось, что почти все эксперты сходятся во мнении о том, что инвалидам региона необходимо оказывать больше внимания. Они считают, что спортивный инклюзивный лагерь с различными физическими и досуговыми услугами мог бы стать главным центром помощи людям с ОВЗ. Так же был выявлен список тех мероприятий, который бы по заявлениям экспертов идеально подошёл для помощи инвалидам. Туда входят

¹ Пенсионный фонд России. URL: https://sfr.gov.ru/press_center/~2019/12/03/194865 (дата обращения: 10.12.2023)

не только физические занятия, но и та деятельность, которая объединяет и сближает данную группу людей.

На текущий момент отрасль спортивных лагерей является крайне привлекательным для вхождения. Она быстро развивается и несет в себе большой потенциал, а также имеет продолжительный цикл жизни. Постоянная государственная помощь некоммерческим организациям и малое число конкурентов – еще два привлекательных качества выбранной отрасли.

В ходе сравнительного анализа лагеря «Каждый» с конкурентами рынка были выявлены преимущества первого перед последними. Все конкуренты зачастую ориентированы на детей в возрасте от 3 до 18 лет, оставляя без внимания старшее поколение инвалидов, в отличие от лагеря «Каждый». Широкий спектр услуг, высокий профессионализм, бюджетная основа и всеобъемлющая индивидуальная ориентация на целевую аудиторию ставят на порядок выше спортивный лагерь для инвалидов «Каждый», чем конкурентов.

Благодаря данным, полученным в ходе социологического исследования, о необходимости строительства спортивного лагеря для инвалидов был разработан бизнес-план.

Концепция проекта предполагает организационную структуру линейно-функционально типа, при которой все решения идут сверху вниз. Осуществляться это будет с штатом сотрудников численностью в 35 человек. Всего же в план мероприятий на весь год было включено 764 пункта без учета проживания.

На этапе планирования была составлена смета. Так на покупку и застройку территории необходима сумма 104346400. В неё входит покупка земельного участка, возведение всех зданий и сооружений. Также была составлена закупка технического и технологического оборудования на сумму 4846000 и 2594800 соответственно. По итогу общие затраты на первый год работы, с учетом первоначальных покупок земли, оборудования и с расчетом зарплат составляет 129023992 рублей.

Важным аспектом бизнес-плана было прогнозирование роста себестоимости услуг и цены их продаж в перспективе 5 лет. Так себестоимость за 5 лет

вырастет с 800760 до 1290985,5 рублей, что составляет около 10% ежегодно. А рост цены продажи услуг планируется на 8% и к 2027 году составит 3742352,8 рублей. В планировании стратегий и действий организации важно учитывать постоянные и переменные затраты на работу предприятия. С учетом инфляции и роста цен итоговые показатели постоянных и переменных затрат вырастут с 17556792 до 23502079 рублей к 2027 году.

Таким образом все эти составляющие и входят в концепцию бизнес-плана спортивного лагеря для инвалидов «Каждый».

Список литературы:

1. Пенсионный фонд России. URL: https://sfr.gov.ru/press_center/~2019/12/03/194865 (дата обращения: 10.12.2023).
2. Спортивный лагерь: что такое и как он работает. – Текст: электронный // Svin Sport: официальный сайт. – 2023. – URL: <https://svinsport.ru/sportivnyi-lager-cto-eto-takoe-i-kak-on-rabotaet/> (дата обращения: 10.12.2023).
3. Маркетинговый план в бизнесе. – Текст: электронный // Высшая школа экономики: официальный сайт. – 2022. – URL: <https://marketing.hse.ru/blog/mplan/> (дата обращения: 10.12. 2023).

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ НА РЫНКЕ

Ермолина Вита Александровна

студент,

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Семченко Ирина Владимировна

научный руководитель, канд. социол. наук, доцент,

*Белгородский государственный национальный
исследовательский университет,
РФ, г. Белгород*

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие и специфика позиционирования товаров для животных на рынке. Также на примере авторского маркетингового и социологического исследования ООО «Доктор Холли», были выявлены проблемы в позиционировании предприятия и предложены рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: позиционирование, товары для животных, зоотовары, зоомагазины, продвижение, исследование.

Позиционирование является важной частью продвижения любого товара на любом рынке, поэтому даже товары для животных нуждаются в этом. Позиционирование зоотоваров также требует определения их уникальных характеристик и преимуществ, которые делают их привлекательными для владельцев животных. Однако, важно помнить, что успешное позиционирование товаров для животных требует не только выделения их достоинств, но и понимания и удовлетворения потребностей и желаний владельцев животных.

Рынок товаров для животных довольно большой, поэтому компания при создании нового товара и его позиционировании должно учитывать несколько важных аспектов: изучение потребностей владельцев животных, производство качественной продукции, которая не навредит здоровью питомца, ориентация

на конкретное животное (кошки, собаки, грызуны, птицы и т.д.), обеспечение «дружелюбной» рекламы.

Распространенными маркетинговыми ходами при продаже кормов для котиков являются милые животные на упаковках или в рекламе, акценты на здоровье и вкусе, приглашение в рекламу знаменитостей, и как итог – такие корма успешно и в больших количествах продаются. Однако, зачастую данные корма не очень хорошего качества, о чем впоследствии узнают владельцы животных после заболевания питомцев. Следовательно, в позиционировании необходимо делать акцент на здоровом и качественном составе корма, нежели на яркой и милой картинке [1].

Следовательно, позиционирование товаров для животных – это процесс создания и реализации маркетинговых стратегий для увеличения узнаваемости, продаж и популярности зоотоваров. Важно разработать комплексный подход к продвижению данных товаров, используя сочетание различных методов позиционирования и стратегий, чтобы донести ценность и уникальность предлагаемого продукта до владельцев животных и их питомцев.

Для подробного и детального изучения темы было проведено социологическое и маркетинговое исследование позиции зоомагазина «Др. Холли» среди покупателей и в целом на рынке зоотоваров в г. Белгород было проведено социологическое исследование методом онлайн-анкетирования, в котором было опрошено 100 человек. Также были проанализированы финансовые показатели предприятия, показатели ликвидности, основные конкуренты на рынке, проведены SWOT и PEST анализы.

Для выявления конкурентного преимущества магазина «Др. Холли» был задан вопрос о том, почему его выбирают покупатели. Респонденту был представлен список ответов, из которого ему надо было выбрать 3 наиболее удовлетворяющих его. Наиболее важными для покупателей оказались «качество обслуживания» (70%), «наличие сайта с полной информацией о магазине и товарах» (69%), «близкое расположение к дому/работе/школе» (67%). Наименее важными же – «возможность посещения с питомцем» (37%), «компетенции ветврача у

персонала» (25%). Также у 11% респондентов отсутствуют причины их выбора конкретно зоомагазина «Др. Холли». Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что у зоомагазина есть конкретные конкурентные преимущества, однако всё равно необходимо изменить или улучшить некоторые факторы, которые могут отталкивать покупателей.

Далее был задан вопрос с целью выяснения проблемных мест в магазине «Др. Холли», которые мешают развитию конкурентоспособности. Респондентам так же надо было выбрать 3 варианта из предложенного списка. Чуть больше половины респондентов (56%) пожелало магазину увеличить количество филиалов. Также довольно распространенной рекомендацией выступили расширение ассортимента корма премиум класса (44%) и увеличение количества скидок и акций (41%). Наиболее комфортными для респондентов оказались качество обслуживания (9%) и выкладка товара (10%). Следовательно, зоомагазину для повышения конкурентоспособности необходимо увеличить количество филиалов и расширить ассортимент премиум корма, что доказывает гипотезу ««Др. Холли» необходимо увеличить количество филиалов»

Таким образом, проведенное исследование показывает, что главные конкурентные преимущества зоомагазина «Др. Холли» – это качество обслуживания и наличие информативного сайта. Однако потребители считают необходимым увеличение количества филиалов магазина, а также расширением ассортимента корма премиум класса. Предполагается, что реализация данных предложений добавит конкурентное преимущество и повысит конкурентоспособность.

По результатам изучения темы и анализа можно сделать следующие выводы:

1. Зоотовары сейчас имеют большой спрос, особенно корма премиум класса.
2. Для успешного позиционирования необходимо вести социальные сети и иметь удобный и информативный сайт.
3. Программа лояльности к новым покупателям важна для повышения спроса на товары.

4. Большинство покупателей готовы рекомендовать зоомагазин своим знакомым.

5. Для покупателей важно, чтобы зоомагазин был в доступности, о чем говорить желание аудитории увеличить количество филиалов «Др. Холли».

По итогам исследования были предложены рекомендации по улучшению позиционирования «Др. Холли» путем продвижения через соц. сети, введения программы лояльности к новым покупателям, а дальше – открытие новых филиалов и расширения ассортимента премиум корма.

Таким образом, рынок зоотоваров является развивающимся рынком, потому что сейчас улучшается культура содержания животных и обращения с ними, появляются тенденции к тому, чтобы заводить питомцев, увеличивается ассортимент зоотоваров от простых кормов до сезонной одежды. Это объясняет необходимость изучения позиционирования зоотоваров на рынке.

Список литературы:

1. Савко Ю. Кошкам вкусный корм не нужен! Да и собакам тоже – как нас разводят маркетологи кормов для животных // TexTerra. Контент и продвижение. – 2021. – URL: <https://texterra.ru/blog/koshkam-vkusnyy-korm-ne-nuzhen-da-i-sobakam-tozhe-kak-nas-razvodyat-marketologi-kormov-dlya-zhivotny.html> (дата обращения: 16.01.2024).

УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАДАЮЩЕГО СПРОСА НА РЫНКЕ КОФЕ

Приход Дарья Васильевна

студент,

Белгородский государственный национальный

исследовательский университет, РФ, г. Белгород

Семченко Ирина Владимировна

научный руководитель, канд. социол. наук, доцент,

Белгородский государственный национальный

исследовательский университет,

РФ, г. Белгород

Аннотация. В статье рассматриваются наиболее эффективные стратегии управления сбытом продукции в условиях падающего спроса на рынке кофе. Также в работе представлены результаты социологического исследования анализа потребительского спроса компании, специализирующейся на продаже кофе.

Ключевые слова: потребительский спрос, сбытовая деятельность, стимулирование сбыта, поведение потребителей, рынок кофе.

На сегодняшний день каждое предприятие вне зависимости от размера может столкнуться с риском падающего спроса, а значит и с низким уровнем сбыта производимой продукции. Пандемия, обвал курса рубля, миграция, экономический кризис, увеличение безработицы – все эти факторы, возникшие один за другим, поспособствовали снижению спроса на потребляемые товары в нашей стране за последние годы.

Данные исследовательской компании NielsenIQ показывают, что в 2022 году на рынке товаров повседневного спроса произошло самое большое снижение объемов потребления с момента кризиса 2014–2015 годов. По словам исследователей, такое снижение спроса связано, прежде всего, с сокращением доходов населения, а также с ростом цен [1].

В свою очередь, уменьшение объемов продаж может привести к серьезным финансовым трудностям для компании. В условиях низкого спроса у предприятия

возникает избыток товаров на складах, что может привести к снижению цен, увеличению издержек на хранение и утрате прибыли.

Низкий спрос на продукцию ставит перед компанией задачу по принятию мер и разработке эффективной стратегии, способствующей стимулированию спроса, а значит увеличению объемов продаж.

По мнению В.М. Агеева, падающий спрос характеризуется снижением или исчезновением у покупателя спроса на товар или услугу. В такой ситуации эффективным решением является применение ремаркетинга. Этот подход поможет удержать потенциальных клиентов и повысить вероятность их приобретения товара или услуги [2].

Рассматривая в качестве примера рынок продажи кофе, было проведено исследование в форме анкетного опроса «Исследование потребительского спроса на рынке кофе г. Белгород на примере «Калипсо Кофе», в котором приняли участие 100 человек.

Один из анкетных вопросов помог выявить факторы, которые могут повлиять на принятие решения о покупке продукции у конкурентов «Калипсо Кофе». Главным фактором является наличие скидок у конкурентов (48%), более низкая цена повлияет на 36% респондентов. Под воздействием рекламы конкурентов предпочтут 24% респондентов, 16% выбрали вариант ответа «ассортимент товара», затруднились ответить 12%, вариант ответа «другое» предпочли 10% опрошенных (Рисунок 1).

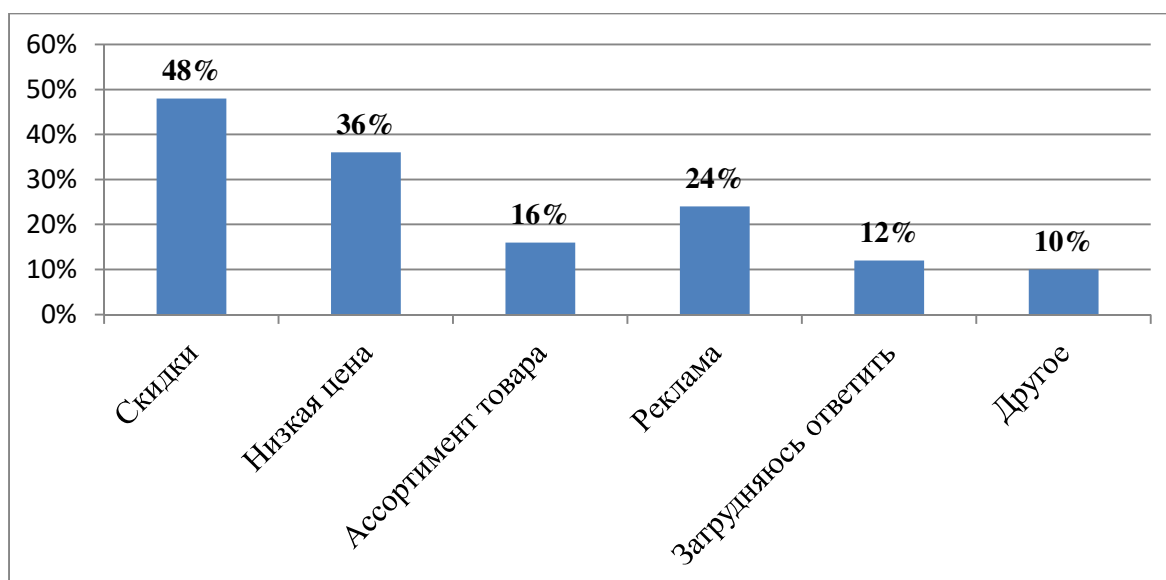


Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «Выберите факторы, которые повлияют на принятие решения о покупке кофейной продукции у конкурентов компании «Калипсо Кофе»:»

На ключевой вопрос исследования о рекомендациях по улучшению качества компании 48% респондентов ответили, что введение программы лояльности - эффективное решение по улучшению компании. 36% выбрали вариант ответа «активное продвижение в социальных сетях», что является весьма логичным видом продвижения в наши дни. Создание чат бота в мессенджерах или социальных сетях выбрали 24% респондентов. Использование sms рассылок считают эффективным 12%. Затруднились с ответом 10%. Вариант ответа «другое» выбрали 8% респондентов (Рисунок 2).

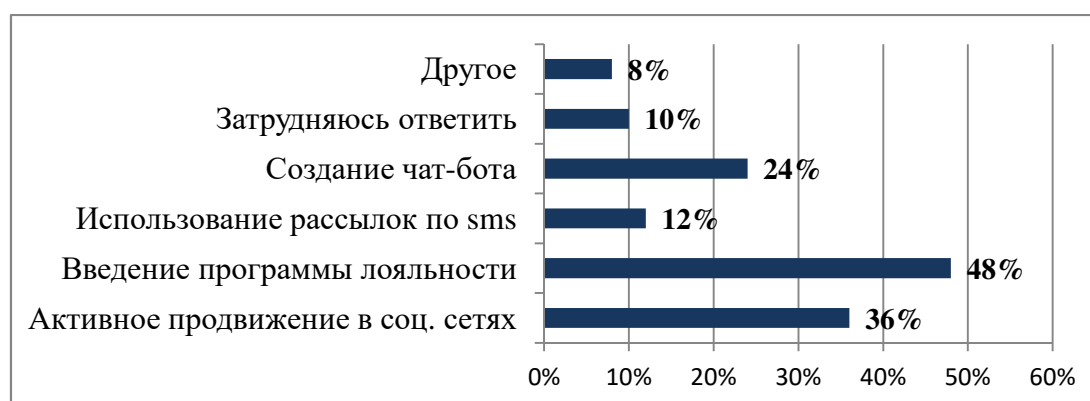


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос: «Что бы Вы порекомендовали улучшить или добавить в компании «Калипсо Кофе» для повышения спроса на кофейную продукцию?»

Таким образом, на сегодняшний день в рыночной среде прослеживается нестабильность, ввиду многих внешних факторов спрос на продукцию компаний снижается и лишь некоторые быстро и гибко подстраиваются под изменения, вводя изменения в маркетинговую стратегию, не теряя при этом клиентов. Однако большинство мелких и средних предприятий не способны вовремя предпринять меры по стимулированию спроса и наращиванию объемов сбытовой продукции из-за чего находятся на грани разорения. Крайне важным является разработка эффективной стратегии по управлению сбытом продукции в условиях падающего спроса. Результаты исследования показали, что для потребителей важно наличие приемлемых цен на товары. В связи с этим, одной из эффективных стратегий по управлению сбытом продукции в условиях падающего спроса является внедрение программы лояльности для клиентов компании, которая поспособствовала бы повышению спроса и стимулированию сбыта продукции.

Список литературы:

1. Падение спроса на потребительские товары побило рекорд кризиса 2014 года. – Текст: электронный // Новости Черноземья: РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/business/26/01/2023/63d12d289a7947589f083053> (дата обращения: 31.10.2023).
2. Агеев, В.М. Экономическая теория: учебник / В.М. Агеев, А.А. Кочетков, В.И. Новичков В.И. – Москва: Дашков и К^о, 2013. – С. 696. – Текст: непосредственный.

МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Сташенко Мария Владимировна

*студент,
Белгородский государственный университет,
РФ, г. Белгород*

Семченко Ирина Владимировна

*научный руководитель, канд. социол. наук,
доцент кафедры социологии и организации работы с молодежью,
Белгородский государственный университет,
РФ, г. Белгород*

MARKETING OF EDUCATIONAL SERVICES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Maria Stashenko

*Student,
Belgorod State University,
Russia, Belgorod*

Irina Semchenko

*Scientific supervisor,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor
of the Department of Sociology and Organization of Work with Youth,
Belgorod State University,
Russia, Belgorod*

Аннотация. В статье рассматривается такой вид маркетинга, как маркетинг в сфере образовательных услуг высших учебных заведений, который представляет из себя специфическую отрасль, которая требует углубленного теоретического изучения. Также предлагаются типологии классификации методов по продвижению образовательных услуг университетов. В качестве эмпирической базы статьи представлено авторское исследование студенческой молодежи, которое предлагает анализ существующих маркетинговых стратегий в НИУ БелГУ и пути повышения имиджа вуза и привлечения большего количества студентов.

Abstract. The article considers such a type of marketing as marketing in the field of educational services of higher educational institutions, which is a specific

industry that requires in-depth theoretical study. Typologies of classification of methods for the promotion of educational services of universities are also proposed. As an empirical basis, the article presents the author's research of student youth, which offers an analysis of existing marketing strategies at the National Research University of BelSU and ways to improve the image of the university and attract more students.

Ключевые слова: образование, маркетинг, университет, продвижение.

Keywords: education, marketing, university, promotion.

Образование в настоящее время пользуются высоким спросом, так как ценность на рынке в постиндустриальном обществе предоставляется посредством знаний, которыми владеют индивиды. Образование представляет из себя социальную сферу, которая в первую очередь производит и распространяет такие продукты как: знания, культурный опыт и способствует формированию мировоззренческих позиций.

Необходимость маркетинга в сфере образования как раз объясняется расширяющимся модернизированным рынком, в котором в первую очередь стоит задача на удовлетворение основных потребностей потребителей образования, посредством предоставления им различного рода образовательных услуг.

Маркетинг образовательных услуг играет важную роль в формировании имиджа учебного заведения, привлечении новых студентов, удержании текущих и повышении уровня удовлетворенности клиентов. Он позволяет организациям выделиться на фоне конкурентов, продемонстрировать свои преимущества и привлечь внимание потенциальных учеников.

Кроме того, маркетинг образовательных услуг помогает учебным заведениям адаптироваться к изменениям в обществе, следить за тенденциями и потребностями рынка образования, и разрабатывать актуальные образовательные программы и курсы.

Государственная политика в сфере образования создает необходимость расширения количества предлагаемых услуг в области образования, так как она включает: сохранение социальных гарантий на получение детьми качественным образовательных услуг; предоставление субъектами образования свободы выбора образовательных организаций и образовательных программ.

Высшие учебные заведения переживают большую конкуренцию на сегодняшний день, увеличивается их количественное соотношение и методы для привлечения абитуриентов и спонсоров на развитие тех или иных образовательных программ, соответственно, каждому вузу необходимо вырабатывать собственные стратегии и применять маркетинг для охвата большей аудитории.

Предлагаются различные подходы к продвижению вузы, рассмотрим некоторые из них. Саламатова А.А. совместно с коллегами отмечает, что для продвижения вуза сегодня используется: реклама; связи с общественностью; специальные события; прямой маркетинг; выставочная деятельность; электронные корпоративные коммуникации; брендинг; корпоративная культура и корпоративный стиль.

Так, реклама является традиционным каналом продвижения. На данный момент развития реклама теряет свою актуальность и эффективность, наличие рекламных прокламаций привлекает внимание целевой аудитории, но является фактором, определяющим ее выбор.

Выставочная деятельность стала распространенным методом продвижения, посредством которого в течение нескольких дней сочетаются экспозиции, личные контакты и продвижение услуг. Данная стратегия обеспечивает возможность прямого взаимодействия с потенциальными потребителями и поддерживает имидж вуза в глазах целевой аудитории.

Для выявления и оценки маркетинговых стратегий было проведено исследование в период с 13 по 19 ноября 2023 года методом онлайн-опроса. В ходе данного исследования было опрошено 100 человек среди студентов НИУ БелГУ.

Для начала студентам университета были заданы общие вопросы касательно целесообразности поступления в университет. Так по результатам ответа на

вопрос: «Является ли получение высшего образования для вас важным?» было выявлено, что для 95,8% респондентов высшее образования является значимым, что обозначает актуальность рассмотрения сферы высшего образования в данный момент времени.

Для мониторинга текущих показателей в образовании НИУ БелГУ были представлены два противоположных вопроса. С одной стороны, вопрос: «В чем Вы видите привлекательность вашего обучения на данный момент? (укажите не более трех вариантов ответа)». Ответы на который показывают, что 58,3% видят плюсы в научно-преподавательском составе, 45,8% в высоком уровне получаемого образования, при этом 50% рассматривают наличие друзей как преимущество обучения в НИУ БелГУ. С другой стороны, предложен вопрос о недостатках образовательного процесса, который показывает, что 50% опрошенных студентов рассматривают недостатков существование большого количества лишней информации и неорганизованность учебного процесса.

Достижение улучшенных показателей в среде высшего образования происходит посредством анализа потребностей субъектов маркетинга, а именно обучающихся, так как пока имеются студенты в вузах, которые удовлетворены своим обучением и окружающими их условиями, университет добивается высоких показателей конкурентоспособности и обеспечивает свое дальнейшее развитие. Поэтому студентам НИУ БелГУ предложен вопрос: «Какие из предложенных ниже факторов, по вашему мнению, способствуют увеличению количества абитуриентов в НИУ БелГУ?», который помогает определить студенческие взгляды на вопросы маркетинга в вузе, результаты которого показывают, что студенты выбирают социальные блага, такие как скидки на обучения и гарантии трудоустройства (50%), а также проведение специальных мероприятий для вуза (37,5%).

Таким образом, проведенное исследование показывает, что студенты удовлетворены, имеющимся уровнем образования и возможностями, предоставляемыми университетом для студентов в разных сферах. По мнению опрошенных респондентов для повышения этих показателей необходимо фокусировать

внимание на предоставление абитуриентам и студентам социальных гарантий и проведение большего количества рекламных интеграций.

Список литературы:

1. Коблева А.Л., Маслова Т.Ф. Маркетинг образовательных услуг: функции, технологии, опыт: учебное пособие. – Ставрополь, 2019. – С. 15.
2. Маркетинговая деятельность учреждения профессионального образования: коллект. монография А.А. Саламатов [и др.]; – Челябинск, 2012.– С. 104.
3. Захарова, И.В. Маркетинг образовательных услуг /И.В. Захарова. – Ульяновск: УлГТУ,2008. – 170 с.
4. Королькова, Е.Д. Особенности рекламного продвижения образовательных услуг / Е.Д. Королькова. – Вестник ХГУ им. Н.Ф. Катанова. – 2018. – №26. – С.40-42.
5. Непрокина, И.В. Конкурентные стратегии образовательных учреждений / И.В. Непрокина, М.А. Ценева, А.М. Грабарник. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2017. – 76 с.
6. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. – URL: <https://www.spbstu.ru/international-cooperation/expert-center-international-cooperation/marketing-advertising-promotion/tools-promotion-methods/> (дата обращения 15.01.2024).

РУБРИКА 4. «ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДИСТРИБУЦИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА – СТАНДАРТ NDC

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

Новые возможности дистрибуции в сфере туризма продолжают эволюционировать в свете ряда технологических и поведенческих изменений. Искусственный интеллект, специальные онлайн-платформы и даже целые экосистемы, основанные на партнерских взаимоотношениях вносят свои изменения в привычный уклад. Одним из таких нововведений, кардинально изменивших туристический рынок, является внедрение стандарта NDC.

NDC (New Distribution Capability) – это стандарт передачи данных. Этот стандарт основан на известной технологии XML и регламентирует стандарт передачи данных напрямую от авиакомпании в систему TMC (Travel Management Company). NDC утвержден IATA (International Air Transport Association), и, хотя он не является обязательным, предполагается, что он получит большое распространение из-за своего удобства.

Главный недостаток GDS - то, что это не прямой канал продаж. Также через системы передается ограниченный объем данных (наличие мест, класс и т.д.). Такая схема не позволяет авиакомпании делать выводы о приоритетах пассажиров, предлагать им специальные предложения, в частности по дополнительному сервису.

Отличие механизма работы через NDC от работы через GDS:

Идеологически работа по этому стандарту стала продолжением продаж авиакомпаний через свои сайты. Начав это делать, компании сделали акцент на

персонализацию, смогли собирать больше информации о предпочтениях клиентов, предлагать больше полезных сервисов, которые могут заинтересовать покупателя.

Для наглядного сравнения, на Рисунке 1 представлены схемы дистрибуции услуг авиаперевозок без, а также с использованием стандарта NDC.

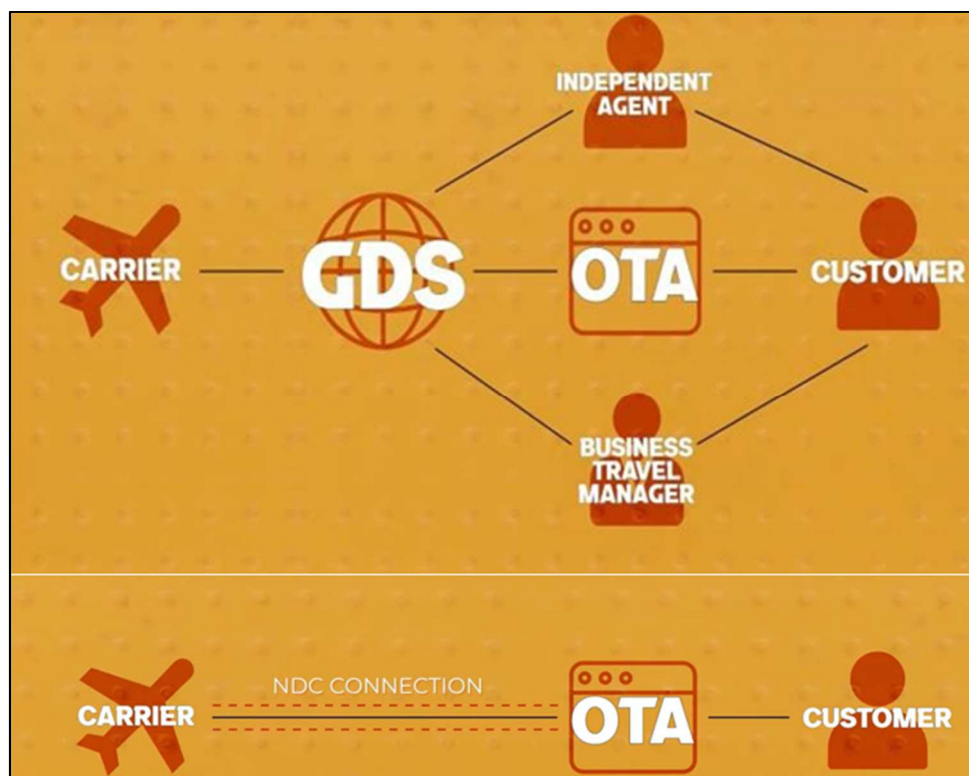


Рисунок 1. Реализация туристического продукта без, а также с помощью использования стандарта NDC

Так, можно заметить, как сильно упрощается процесс реализации продукта.

Работа через NDC предполагает прямую передачу контента авиакомпании в систему TMC (Travel Management Company), что делает схему дистрибуции прямым каналом продаж.

Это же, в свою очередь, дает доступ:

- 1) Гораздо легче продавать дополнительные услуги.
- 2) Предоставлять клиентам необходимую информацию вплоть до фотографий салона и т.д.

- 3) Собирают информацию о запросах клиентов и, проанализировав их, делают персонализированные предложения, специально для конкретного клиента.
- 4) Облегчить коммуникацию по трехсторонним договорам.
- 5) Динамически обновлять цены при заказе дополнительных услуг.
- 6) Иметь отчетность по всем видам услуг в режиме реального времени.
- 7) Сократить расходы за счёт отсутствия комиссии.

Это создает возможность для участников рынка (авиакомпаний, агентств, клиентов) организовать более персонализированный процесс продажи, сделать этот процесс более прозрачным, расширить список продуктов, предлагаемых клиенту и сократить расходы на дистрибуцию.

К плюсам GDS можно отнести следующие плюсы в двух категориях. Для турагентств они представлены экономией времени (т. к. им не приходится связываться напрямую с поставщиками услуг, чтобы узнать необходимую информацию), а также доступом к большому количеству поставщиков услуг.

Для поставщиков же, в свою очередь, можно выделить увеличение объема потенциальных клиентов, демократизацию (в системе представлены отели, авиакомпании разного уровня) и доступ к новым категориям гостей (в частности, корпоративные клиенты, которые вряд ли стали бы бронировать напрямую).

Первая транзакция по новому стандарту была совершена британским агентством Meon Valley Travel 19 октября 2018 года - его клиенты забронировали билеты на рейс крупной европейской авиакомпании по маршруту Лондон-Милан. Бронирование было выполнено с использованием последней версии Travelport Smartpoint [1]. Новая опция позволила пользователям забронировать дополнительные услуги на рейс без дополнительной оплаты. Это первый из серии продуктов от Travelport, которые будут поддерживать меняющиеся стандарты дистрибуции в секторе авиаперевозок [2].

Список литературы:

1. Travelport URL: <https://www.travelport.com/> (дата обращения: 19.11.2022).

2. Travelport стала первым GDS-оператором, поддерживающим стандарт NDC // CNews Клуб URL: https://club.cnews.ru/blogs/entry/travelport_stala_pervym_gdsoperatorom_podderzhivayushchim_standart_ndc (дата обращения: 22.11.2022).

ОСНОВЫ И КЛЮЧЕВЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЗАКРЫТЫХ СИСТЕМ БРОНИРОВАНИЯ (GDS)

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

GDS - международные закрытые системы бронирования, работающие по принципу «B2B» (для туроператоров, агентств и т.д.). Такие системы появились в 60-ых годах XX века в авиаотрасли для автоматизации inventory (продажи посадочных мест). Первая подобная система была введена корпорацией Sabre (США). В России есть своя GDS – «СИРЕНА», название которой дословно расшифровывается как «СИстема РЕзервирования На Авиалиниях».

Выделяется «золотая четверка» GDS, владеющая более чем 90 % западного рынка (и по обороту, и по числу клиентов): Amadeus, Sabre, Galileo и WorldSpan, две последние из которых принадлежат Travelport [1] [2].

Ни одну GDS, тем не менее, нельзя назвать «лучшим» поставщиком туристических услуг, поскольку каждая показывает схожую функциональность и располагает собственными различиями от других. Если пользователь хочет выбрать GDS, важно учесть ряд переменных, в том числе присутствие системы на рынках, откуда приезжают гости, функции системы и на какие туристические сайты подключается GDS. Например, Travelport [3] поддерживает больше вариантов скидок для корпоративных путешественников. Кроме того, важно убедиться, что действующая система управления недвижимостью обеспечивает интеграцию с выбранной GDS. И придется учесть цену. Каждая система имеет разную структуру сборов, которая зависит от объекта недвижимости и рынка, поэтому присутствует необходимость связаться с компанией, чтобы узнать, какие сборы применяются к конкретной выбранной организации [4].

Туроператор ANEX Tour отмечает семикратное увеличение количества бронирований пакетов GDS в 2022 году по сравнению с 2021 годом. Их становится больше и больше по сравнению с 2019 годом.

В пять раз вырос спрос на такие туры и у Pegas Touristik. По словам представителя компании, эта тенденция наблюдалась в прошлом году, когда количество посещений GDS по сравнению с 2019 годом увеличилось на 450%.

В подтверждение этого представлены следующие аргументы

- Сокращение количества чартерных и блочных перевозок;
- В России больше не работают международные платежные системы Visa и Mastercard. Оплата большинства сервисов за границей, включая отели, трансферы и экскурсии, становится для потребителя проблемой, решать которую помогают как раз туроператоры;

- Отсутствие стабильности в экономической и политической ситуациях в мире и связанные с ними гарантии, экспертный подход [5].

Роль туроператоров и турагентов снова меняется. Из компаний, способных предложить пакет «дешевле, чем сам турист бронирует у OTA» превращаются в компании, основанную на экспертном понимании рынка, обладающую недоступными для частных лиц финансовыми технологиями для международных транзакций и доступом к онлайн-системам бронирования, который присутствует далеко не у каждого.

Таким образом, GDS живы и, благодаря внедрению стандартов NDC, а также текущей ситуации в мире, вероятно, что в течение длительного времени будут среди главных способов бронирования в туристической индустрии [6].

Список литературы:

1. GDS Systems - Amadeus, Sabre, Galileo, Abacus, Pegasus and Travelport // Flightslogic URL: <https://www.flightslogic.com/gds-system-amadeus-sabre-galileo-worldspan-abacus-pegasus-travelport.php> (дата обращения: 28.11.2022).
2. What is a Global Distribution System (GDS)? 2022 Guide for Hotels // HotelTechReport URL: <https://hoteltechreport.com/news/gds> (дата обращения: 28.11.2022).
3. Travelport URL: <https://www.travelport.com/> (дата обращения: 19.11.2022).
4. Alexsoft // How to Choose a GDS: Amadeus vs Sabre vs Travelport URL: <https://www.altexsoft.com/blog/travelport-vs-amadeus-vs-sabre-gds/> (дата обращения: 28.11.2022).

5. Ассоциация Туроператоров // Туроператоры в 4–7 раз чаще стали бронировать туры на GDS, «наземка» тоже пользуется спросом. Что это значит? URL: <https://www.atorus.ru/node/50371> (дата обращения: 26.11.2022).
6. News // GDS и NDC за чем будущее? URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/213504428> (дата обращения: 26.11.2022).

ОБЗОР ГЛОБАЛЬНОЙ ДИСТРИБЬЮТЕРСКОЙ СИСТЕМЫ «GALILEO GDS»

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

GALILEO относится к крупнейшим глобальным распределительным системам в мире и дает пользователям бронировать и продавать различные виды транспортных и иных услуг поставщиков в индустрии туризма. Кроме того, система предоставляет пользователям информацию о расписании, доступности, ценах и правилах поставщиков услуг, а также дополнительную справочную информацию. GALILEO – площадка торговой платформы Travelport (Компания объединяет две GDS из «большой четверки» - Galileo и Worldspan, систему онлайн-бронирования Orbitz, компанию Gulliver Travel Associates (GTA) и другие сервисы туризма) для путешествий [1]. Система используется в 170 странах, через которые осуществляется ~ 22% мировых транзакций по продаже билетов. В Galileo представлено больше бюджетных перевозчиков, чем в других GDS [2].

На данный момент GALILEO используется в ряде ведущих мировых компаний, среди которых есть сети отелей («Hylton», «Mariott», «The Ritz-Carlton», «AMAX» (российская сеть), «Radisson»), международные и российские авиакомпании («British Airways», «Air Moldova», «KLM Royal Dutch airlines», «Belavia», «Austrian Airlines», «SWISS International Air Lines», «Аэрофлот», «Россия», «S7», «Уральские авиалинии», «ЮТэйр»), а также туристические компании и агентства («Пегас-тур», «American express», «TUI», «ClearTrip», «BCD travel»).

Для работы в системе необходимо осуществить вход через специальную форму. Для этого каждому агенту доступен собственный Логин (Sign-On) и Пароль (Password). В системе GALILEO есть пять рабочих зон: А, В, С, D, Е. Данные зоны являются независимыми одна от другой. Агент имеет возможность работать с пятью бронированиями одновременно. Переход из зоны в зону осуществляется кликом.

Функция Travelport-Smartpoint способна распознавать языки других систем бронирования, что облегчает агенту переход от одной системы к другой. В случае, когда необходима специальная раскладка клавиатуры, ее можно настроить в графе «Настройка клавиатурных команд».

Подключение к программе доступно через обращение в компанию напрямую или через специальный сайт-дистрибьютера и делится на два вида:

- стационарное.
- через Всемирную сеть Интернет.

Возможно также создание системы бронирования в режиме on-line на агентском сайте с помощью Интернет-приложения Travelpoint.com. Установка этого приложения для агентств-пользователей GALILEO осуществляется на договорной основе и является бесплатной.

Оплата услуг системы GALILEO осуществляется в два этапа:

1. Единовременный установочный платеж – 900 дол. США Ежемесячные платежи за использование системы GALILEO.

2. Ежемесячные платежи за работу в GALILEO зависят от типа подключения, от числа забронированных и не аннулированных пассажиров отправленных из одной точки в другую ИЛИ количества забронированных номеров в гостинице за отчетный период по каждой точке продажи, подключенной к GALILEO.

Стоимость подключения через Интернет (с помощью программы FocalpointNet) - \$200 в год (до учета НДС) за первый терминал и \$100 - за каждый последующий.

У системы есть как очевидные преимущества, так и недостатки. Среди сильных сторон принято выделять:

1. Доступ к бронированию билетов более 170 авиакомпаний во всем мире.
2. Доступ к актуальной информации по расписанию, наличию свободных мест, тарифам авиакомпаний, изменениям в графике и отмене рейсов
3. Удобный интерфейс на 100+ языках, в т.ч. на русском.
4. Онлайн-доступ к системе Галилео через терминал с любого подключенного к Интернету устройства с использованием уникального логина и пароля.

5. Распознавание языков других GDS.

6. Есть дополнительная программа-самоучитель, а также вкладка помощь внутри системы.

7. Цена, которая ниже в сравнении с другими GDS.

Слабыми же сторонами, в свою очередь, являются:

1. Ограниченный спектр предоставляемой информации.

2. Отсутствие прямого взаимодействия компании с клиентом.

3. Цены по тарифу Rack rate.

4. Высокие комиссии и сборы.

5. Сложность подключения и работы.

6. Практически полное отсутствие полезной информации о системах в открытом доступе.

Список литературы:

1. Travelport URL: <https://www.travelport.com/> (дата обращения: 19.11.2022).

2. Система бронирования Галилео (Galileo) // AviaTourExpert URL: <https://www.aviatour-expert.ru/sistemy-bronirovania/galileo/> (дата обращения: 19.11.2022).

ИНТЕГРАЦИЯ RASPBERRY PI В СИСТЕМЫ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ ДЛЯ ДОМАШНЕЙ АВТОМАТИЗАЦИИ: ВОЗМОЖНОСТИ, РАЗРАБОТКА И ПРИМЕНЕНИЕ

Николаев Лев Александрович

*магистрант,
ФГБОУ ВПО Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет (МАДИ),
РФ, г. Москва*

Ускова Анна Александровна

*магистрант,
ФГБОУ ВПО Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет (МАДИ),
РФ, г. Москва*

Черкасский Владимир Владимирович

*магистрант,
ФГБОУ ВПО Московский автомобильно-дорожный
государственный технический университет (МАДИ),
РФ, г. Москва*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается использование Raspberry Pi в качестве ключевого компонента в системах Интернета вещей (IoT) для домашней автоматизации. Освещаются технические характеристики Raspberry Pi, его возможности в контексте IoT, а также примеры разработки и применения в реальных условиях. Акцент делается на доступности, гибкости и масштабируемости решений на базе Raspberry Pi, а также на их вклад в развитие умных домов.

ВВЕДЕНИЕ

С развитием технологий Интернета вещей, возникла потребность в эффективных и экономически выгодных решениях для домашней автоматизации. Raspberry Pi, благодаря своей низкой стоимости, гибкости и открытой архитектуре, представляет собой идеальную платформу для разработки и интеграции в системы IoT.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ RASPBERRY PI

Raspberry Pi – это небольшой одноплатный компьютер, оснащенный ARM-процессором, GPIO-пинами для подключения внешних устройств, а также портами USB, Ethernet и HDMI. Он поддерживает различные операционные системы, включая Linux и его дистрибутивы, что делает его идеальным для разработки разнообразных приложений.

ВОЗМОЖНОСТИ RASPBERRY PI В КОНТЕКСТЕ IOT

Raspberry Pi может функционировать как центральный узел в системе умного дома, управляя различными устройствами и собирая данные с датчиков. Его можно использовать для контроля освещения, температуры, влажности, безопасности и многого другого. Благодаря поддержке беспроводных технологий, таких как

Wi-Fi и Bluetooth, Raspberry Pi легко интегрируется в существующие домашние сети и может взаимодействовать с широким спектром устройств.

РАЗРАБОТКА СИСТЕМ НА БАЗЕ RASPBERRY PI

Разработка систем домашней автоматизации на базе Raspberry Pi включает в себя программирование (часто на Python, JavaScript или C++), создание пользовательских интерфейсов и интеграцию с различными датчиками и устройствами. Программное обеспечение может быть разработано с использованием различных IoT платформ, таких как Home Assistant, OpenHAB или Node-RED, которые облегчают интеграцию и управление устройствами.

ПРИМЕРЫ ПРИМЕНЕНИЯ

Примеры реализации включают системы умного освещения, контроля климата, безопасности и мониторинга. Например, Raspberry Pi может использоваться для автоматизации освещения в доме с учетом времени суток или присутствия людей в комнате. Также он может контролировать системы отопления и кондиционирования, оптимизируя потребление энергии и повышая комфорт проживания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Raspberry Pi предлагает мощные возможности для создания и интеграции систем домашней автоматизации в рамках концепции Интернета вещей. Его доступность, гибкость и поддержка широкого спектра технологий делают его идеальным выбором для разработчиков и энтузиастов, стремящихся к созданию инновационных и функциональных решений для умного дома. В то время как существуют определенные технические и практические ограничения, преимущества, которые предлагает Raspberry Pi, делают его важным инструментом в развитии домашней автоматизации и Интернета вещей.

Список литературы:

1. Upton, E., & Halfacree, G. (2014). Raspberry Pi User Guide. Wiley.
2. Monk, S. (2016). Raspberry Pi Cookbook: Software and Hardware Problems and Solutions. O'Reilly Media.
3. Richardson, M., & Wallace, S. (2012). Getting Started with Raspberry Pi. O'Reilly Media.
4. Shaw, A. (2017). Smart Home Automation with Linux and Raspberry Pi. Apress.
5. Warren, J. (2018). Raspberry Pi for Secret Agents. Packt Publishing.

РУБРИКА 5. «ЭКОНОМИКА»

ХАРАКТЕРИСТИКА САЙТА-АГРЕГАТОРА ДЛЯ БРОНИРОВАНИЯ ЖИЛЬЯ «ONETWOTRIP»

Абдрафикова Софья Раисовна

*студент,
Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Большая часть отельеров активно сотрудничают с сайтами-агрегаторами для бронирования жилья. Основное преимущества для отельеров заключается в том, что они расширяют потенциальную аудиторию своих клиентов. В то же время, ключевым недостатком является затраты на оплату комиссии сервису. Для потребителей удобством является возможность ускоренного поиска жилья по заданным фильтрам. Одним из популярных агрегаторов на территории РФ является «OneTwoTrip». Сервис начал свою работу в 2011 году и изначально специализировался на покупке авиабилетов. На текущий момент это комплексный продукт, с помощью которого можно осуществить бронирование номера в отеле, покупку ж/д и авиабилетов, а также билетов на автобусы, аренду автомобиль и др. Данный агрегатор позволяет закрывать многочисленные потребности, возникающие у потребителей в ходе организации путешествия.

На данный момент сервис представлен в таких странах как Россия, страны СНГ, Европа, Турция, США [1, с. 4].

У сервиса есть как сайт, так и мобильные приложения для IOS и Android. Интерфейс можно охарактеризовать как минималистичный и интуитивно понятный для пользователя. Есть следующие разделы: авиабилеты, отели, ж/д билеты, автобусы, экскурсии, аренда авто, куда поехать (рекомендации по направлениям), командировки (раздел для бизнеса). Автоматически при входе на сайт пользователь попадает в раздел «Отели». Особенностью сервиса является раздел

«Командировки» или «OneTwoTrip for business». Данный продукт ориентирован на организацию командировок. Удобство для компаний заключается в простом оформлении (организован электронный документооборот, доступ к онлайн-отчётам и интеграция данных в систему 1С) и обеспечении контроля над расходами за счёт настройки тревел-политики. Получение демонстрации онлайн-сервиса возможно лишь после оформления заявки на сотрудничество, что неудобно.

Далее стоит рассмотреть программу лояльности, которую предлагает сервис:

- Трипкоины – валюта внутри сервиса. За поездки начисляется кэшбэк до 15% с каждого бронирования на бонусный счёт (1 трипкоин = 1 рубль);
- Виртуальная travel-карта от One Two Trip. Обеспечивает кэшбэк до 15% при бронированиях, а также при покупках у партнёров;
- Начисление повышенного кэшбэка (до 15%) при использовании приложения;
- «Приведи друга». Начисление 550 трипкоинов за каждого приведенного друга (до 10 чел.), который установил приложение и забронировал отель;
- Статусы программы лояльности. Существует 3 статуса: Классик, Pro и Премиум. Рассмотрим их основные характеристики и различия (Таблица).

Таблица.

Уровни лояльности в агрегаторе «OneTwoTrip»

Преимущества	Классик	Pro	Премиум
Условия получения	Присваивается всем зарегистрировавшимся пользователям	Присваивается при получении 10 наград за год	Присваивается при накоплении 5000 трипкоинов за год/ можно купить 50000 руб.
Базовые опции			
Начисление трипкоинов за покупку авиабилетов, отелей, ж/д билетов, билетов на автобусы	+	+	+
Повышенное начисление трипкоинов в мобильном приложении	+	+	+
Специальные цены в мобильном приложении	+	+	+

Преимущества	Классик	Pro	Премиум
Приоритетное информирование о проведении акций и конкурсов	+	+	+
Персональное обслуживание			
Персональный менеджер	-	-	+
Эксклюзивные возможности			
Выбор подарка при покупке тревел-продукта	-	+ (Доступно только в мобильном приложении)	+
Доступ к закрытым распродажам	-	+ (Доступно только в мобильном приложении)	+
Доступ к закрытым розыгрышам призов	-	+ (Доступно только в мобильном приложении)	+
Специальные возможности для держателей статуса	-	+ (Доступно только в мобильном приложении)	+
Уникальный интерфейс мобильного приложения	-	+ (Доступно только в мобильном приложении)	+

Исходя из данных таблицы, можно заметить, что «Базовые опции» доступны всем статусам. Персональное обслуживание возможно только при наличии статуса «Премиум». Эксклюзивные возможности доступны для статуса «Pro», но только в мобильном приложении, что может свидетельствовать о том, что сервис активно продвигает его использование. Для статуса «Премиум» эксклюзивные возможности предлагаются как в мобильном приложении, так и на сайте агрегатора. Дополнительные активности внутри сервиса, позволяющие привлекать потенциальных клиентов и удерживать нынешних:

- Выполнение заданий. Внутри сервиса есть различные задания (например, посети 10 городов за год). За их выполнение пользователи получают специальные награды от «OneTwoTrip»;

- «Кудаблин? Тудаблин!» – поездка на выходные за счёт сервиса при условии наличия у пользователя больше 5000 подписчиков в социальной сети «Telegram». Сервис готов оплатить поездку на выходные (дорога, проживание) при условии выполнения задания, а также рассказе и фотоотчёте о поездке в Телеграм-канале. Для участия необходимо заполнить анкету и в случае выбора вас – сервис свяжется;

- Тревел-стимулятор. Это возможность поехать в виртуальное путешествия, не выходя из дома;

- Тревел-ребусы. Ребусы, основной тематикой которых являются путешествия. За их выполнение пользователи получают награды [2, с. 4].

Данные, оценивающие сервис с точки зрения цифр:

- Более 800 авиакомпаний представлены на сервисе;
- Более 1,5 млн. отелей можно забронировать;
- 5-10 млн. долларов в год тратится на разработку новых/доработку существующих продуктов сервиса;
- 50 процентов составляет рост выручки в сравнении с 2016 годом [3, с. 4].

Таким образом, сервис является многофункциональным и покрывает различные потребности клиентов в области путешествий.

Список литературы:

1. OneTwoTrip // Википедия URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/OneTwoTrip> (дата обращения: 16.11.2023).
2. OneTwoTrip URL: <https://www.OneTwoTrip.com/> (дата обращения: 16.11.2023).
3. CEO «OneTwoTrip» Михаил Соколов: «Все в мире движется настолько быстро, что бизнесмену надо быть гимнастом» // Inc. URL: <https://clck.ru/37muG3> (дата обращения: 16.11.2023).

ХАРАКТЕРИСТИКА СЕРВИСОВ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ «ТВИЛ.РУ» И «СУТОЧНО.РУ»

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого, РФ, г. Санкт-Петербург

В настоящее время по всему миру существует достаточно большое количество сервисов онлайн-бронирования предприятий, предоставляющих услуги временного проживания. Большинство из них остро конкурирует между собой, в связи с чем каждый агрегатор старается внедрять собственные уникальные опции: видео-обзоры номеров, показатели уровня загруженности отеля, подборки рекомендаций мест, которые стоит посетить, и не только.

В 2022 году в связи с обострившейся политической ситуацией на территории Российской Федерации прекратил свою деятельность ряд крупнейших сервисов онлайн-бронирования, таких как «Booking.com» [1], «Agoda» [2], «Trivago» [3] и «Airbnb» [4]. Последний, в свою очередь, несколько отличался от своих аналогов. Дело в том, что «Airbnb» сотрудничал не столько с гостиницами, сколько частным образом с обычными людьми, с желающими посуточно сдавать своё жильё в аренду. Из-за этого некоторые предложения сервиса обычно были значительно дешевле, разнообразнее, предоставляли более личный подход. При этом по той же причине уровень сервиса не всегда соответствовал отельному стандарту.

После ухода вышеуказанного агрегатора из Российской Федерации пустующую нишу быстро заняли отечественные решения в области онлайн-бронирования. Наибольшая часть самых крупных и популярных из них представлена на Рисунке 2.

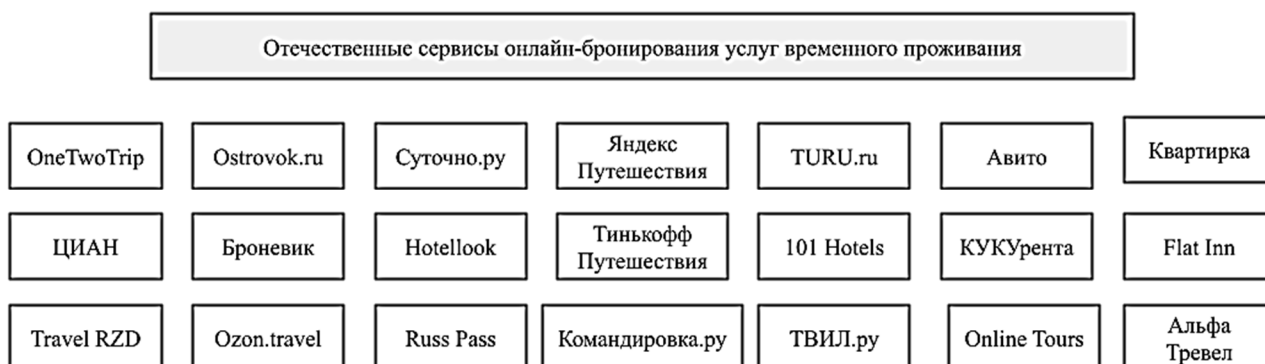


Рисунок 2. Отечественные сервисы онлайн-бронирования услуг временного проживания

Необходимо отметить, что некоторые из указанных на схеме сервисов предоставляют услуги по бронированию не только отелей, но еще и авиа- ЖД-билетов. Кроме того, многие агрегаторы существовали еще до ухода зарубежных аналогов с российского рынка, но уровень их популярности был значительно ниже. Например, «ТВИЛ.ру» [5] и «Суточно.ру» [6], которые пришли на замену всемирно известному «Airbnb», появились еще в 2008 и 2011 годах соответственно, а значит функционируют в нише уже более 10 лет. Сервисы очень похожи по функционалу, тем не менее, они имеют и ряд существенных различий. Для проведения детального сравнительного анализа необходимо разобрать охарактеризовать «ТВИЛ.ру» и «Суточно.ру» по отдельности.

Агрегатор «ТВИЛ.ру», предоставляющий услуги бронирования временного проживания в России, Беларуси, Грузии, Абхазии, успешно функционирует на рынке уже 15 лет. Охватывая 1217 городов, этот сервис предлагает более 362 000 вариантов размещения: гостиниц, квартир, домов и апартаментов. Особенно много вариантов для проживания на сервисе представлено по Краснодарскому краю и Калининградской области. Компания осуществляет проверку поступающих предложений и выступает в роли гаранта при проведении бронирования. Кроме того, у «ТВИЛ.ру» есть собственное мобильное приложение, которое обеспечивает удобный поиск вариантов размещения, позволяет применять различные фильтры для сортировки и дает возможность непосредственного общения с владельцами жилья.

По заявлениям разработчиков, они создали агрегатор для самостоятельных путешественников, которые предпочитают выбирать маршруты и места отдыха, не рассчитывая на посредников и турфирмы. В качестве своего главного приоритета «ТВИЛ.ру» выделяет комфорт и безопасность клиентов.

Опираясь на функционал, сервис можно назвать «поисковиком». Дело в том, что «ТВИЛ.ру» связывает арендатора с хозяином жилья через собственный мессенджер и, если бронь состоялась, выдает пользователю контакты арендодателя для общения напрямую. В большинстве случаев услуга агрегатора на этом заканчивается: дальше стороны решают возникшие проблемы и конфликты сами (в том числе и те, которые произошли по вине сервиса).

В качестве приятной особенности возможна бесплатная отмена бронирования в случае переноса поездки и новой брони немедленно. Конечно, данная опция зависит от настроек в профиле арендодателя. Предоплату сервис полностью забирает себе, а дальнейшие расчеты хозяин и гость ведут самостоятельно.

«Суточно.ру» - еще один отечественный агрегатор онлайн-бронирования предприятий, оказывающих услуги временного проживания. Данный сервис, как было указано ранее, также является прямым аналогом «Airbnb» и имеет схожий с «ТВИЛ.ру» функционал. Он функционирует на рынке уже 10 лет и предлагает варианты размещения более, чем в 40 странах мира: России, Беларуси, Казахстане, Грузии, Абхазии, Армении, Азербайджане, Турции, Киргизии, Израиле, Таиланде, Узбекистане, Объединенных Арабских Эмиратах и не только. На территории Российской Федерации наиболее популярными направлениями для бронирования на «Суточно.ру» являются Москва, Санкт-Петербург и Краснодарский край. На официальном сайте проекта можно найти более 100 000 разнообразных объявлений на любой вкус и кошелек.

По заявлениям представителей компании, «Суточно.ру» - это не просто база предложений по посуточной аренде жилья, а полноценный сервис онлайн-бронирования, предоставляющий сторонам все необходимые гарантии.

Подобно «ТВИЛ.ру» у агрегатора есть бесплатное и удобное мобильное приложение, доступное как на IOS, так и на Android. За последний год им воспользовалось более 120 000 пользователей из разных уголков планеты.

Большая популярность сервиса накладывает свой отпечаток: очень часто большая часть вариантов жилья уже занята или не актуально. Также периодически карта предложений отображается и работает не совсем корректно.

«Суточно.ру» ведет активную медийную политику и делится актуальными новостями на своих ресурсах в социальных сетях. Рекламу сервиса также можно встретить практически на всех возможных носителях: на баннерах на улицах и в метро, в журналах, на различных интернет-платформах, в рассылках и не только.

Список литературы:

1. О Booking.com // Booking.com URL: <https://www.booking.com/content/about.ru.html?aid=8043373&label=yan104jc-1DCAEoggI46AdIIVgDaMIBiAEBmAEhuAEXyAEM2AED6AEB-AEGiAIBqAIDuALY0qirBsACAdICJGRkYzUyYmVjLTZmMzYtNDcwMy1hO WVmLTliMWUzMWY2MWZhNdgCBOACAQ&sid=64006172d1dd621043d4a9f89b149c8c> (дата обращения: 30.11.2023).
2. О Нас // Agoda.com URL: <https://www.agoda.com/ru-ru/info/about-agoda.html?cid=-218&ds=jE5CcsKMty5U055u> (дата обращения: 30.11.2023).
3. About Trivago // Trivago.com URL: https://company.trivago.com/?_gl=1*73fqyg*_gcl_au*MjA2NjgwNTQ5LjE3MDE0NTY0NDU.*FPAU*MjA2NjgwNTQ5LjE3MDE0NTY0NDU. (дата обращения: 30.11.2023).
4. Аренда квартир и отпускного жилья // Airbnb.com URL: <https://www.airbnb.ru/> (дата обращения: 30.11.2023).
5. Вся правда о Твил // Tvil.ru URL: <https://tvil.ru/welcome/> (дата обращения: 30.11.2023).
6. О проекте // Суточно.ру URL: <https://sutochno.ru/about> \ (дата обращения: 01.12.2023).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕРВИСОВ «ТВИЛ.РУ» И «СУТОЧНО.РУ»

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

Сервисы «ТВИЛ.ру» и «Суточно.ру» предлагают примерно одинаковый спектр услуг и возможностей, что может стать серьезной проблемой для туриста при выборе агрегатора для онлайн-бронирования предприятий, предоставляющих услуги временного проживания. Детальный сравнительный анализ «ТВИЛ.ру» и «Суточно.ру» позволит понять, какой сервис пользуется наибольшей популярностью.

Соотнесем функциональные характеристики сервисов, особенности, а также достоинства и недостатки. Все данные параметры указаны в Таблице 1.

Таблица 1.

Сравнительный анализ функциональных показателей сервисов онлайн-бронирования гостиничных предприятий «ТВИЛ.ру» и «Суточно.ру»

Параметр сравнения	Сервис «ТВИЛ.ру»	Сервис «Суточно.ру»
Количество стран, на территории которых работает сервис	4	Более 40
Количество лет на рынке	15	10
Присутствие в медийном пространстве	Официальный сайт, «ВКонтакте», «Telegram», «Одноклассники», «YouTube», «Дзен», а также «Instagram», «Facebook» и «Twitter» (социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт организации Meta, признанной экстремистской – прим.ред.)	Официальный сайт, «ВКонтакте», «Telegram», «Одноклассники», «YouTube», «Дзен», а также «Instagram», «Facebook» и «Twitter» (социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт организации Meta, признанной экстремистской – прим.ред.)
Оформление карточки предлагаемого жилья	Исчерпывающие описание и фотоматериалы, подробная характеристика на хозяина, удобства и правила представлены цельным текстом	Исчерпывающие описание и фотоматериалы, недостаточная характеристика на хозяина, удобства и правила структурированы и представлены перечнем с иконками

Параметр сравнения	Сервис «ТВИЛ.ру»	Сервис «Суточно.ру»
Программа лояльности	Кэшбек, скидки	Кэшбек, скидки
Народный рейтинг (среднее значение на основании оценок независимых ресурсов)	3,6	4,5
Размер комиссии сервиса	20% при подключении функции моментального бронирования, 25% - во всех остальных случаях	15%
Наличие геолокационной карты поиска средств размещения	Да	Да
Наличие отзывов от гостя на хозяина	Да	Да
Наличие отзывов хозяина на гостя	Нет	Да
Возможность хозяину ответить на отзыв гостя	Нет	Да
Удобство оплаты	Максимально понятный, быстрый и удобный алгоритм оплаты как онлайн, так и на месте, можно посмотреть расчёт цены	Максимально понятный, быстрый и удобный алгоритм оплаты как онлайн, так и на месте, можно посмотреть расчёт цены
Перенос отзывов с Airbnb после его ухода	Нет	Да (только рейтинг, без текста)
Страхование жилья	Нет	Да, до 50 000 рублей
Возможность отправки сообщений хозяину при завершённой брони	Да	Нет
Возможность отправки сообщений хозяину при отменённой брони	Да	Нет
Служба поддержки	Круглосуточная, общение с ботом	Круглосуточная, общение с реальным человеком
Перенос отзывов с Airbnb после его ухода	Нет	Да (только рейтинг, без текста)

Исходя из данных, представленных в таблице можно утверждать, что, несмотря на то, что сервис «ТВИЛ.ру» функционирует на рынке на 5 лет больше своего конкурента, он охватывает все 4 страны. В это же время «Суточно.ру» предлагает варианты размещения более, чем в 40 государствах по всему миру. Оба отеля активно ведут профили во всех популярных на данный момент социальных сетях и в рамках системы лояльности предлагают клиентам кэшбек и скидки, размер которых зависит от конкретного пользователя.

Говоря о других схожих чертах между исследуемыми агрегаторами, стоит отметить наличие геолокационной карты поиска средств размещения. Кроме того, как в «ТВИЛ.ру», так и в «Суточно.ру» присутствуют определённые неудобства при поиске: отсутствие поля для ввода наименования конкретного предприятия, а также чрезмерное количество информации, единовременно отражающейся на странице.

Кроме всего прочего, в отличие от зарубежного цифрового сервиса «Airbnb», ни один из агрегаторов не имеет оффлайн-филиалов, не оказывает визовую поддержку и не предоставляет возможности оформления командировочных документов

Практически по всем остальным параметрам сравнения «Суточно.ру» обходит своего конкурента. Во-первых, размер комиссии сервиса составляет 15%, что на целых 10% меньше, чем у «ТВИЛ.ру». Также агрегатор больше внимания уделяет условиям взаимодействия с хозяевами. На «Суточно.ру» владельцы средств размещения могут ставить оценку своим гостям, а также отвечать на размещенные ими отзывы. Кроме того, есть возможность оформления страхования жилья от ущерба размером до 50 000 рублей.

В 2022 году, после прекращения работы «Airbnb» на территории Российской Федерации, вышеупомянутый сервис перенес на свой ресурс отзывы о средствах размещения, что значительно смягчило негативный эффект на арендодателей.

Но и у «ТВИЛ.ру» есть свои так называемый «козырь в рукаве»: возможность общения гостя с владельцем средства размещения при завершении или отмене бронирования.

Подводя общий итог, хочется отметить, что среднее значение народного рейтинга (3,6 и 4,5 у «ТВИЛ.ру» и «Суточно.ру» соответственно) вполне наглядно иллюстрирует сложившуюся на данный момент ситуацию. «Суточно.ру» является одним из несомненных лидеров отечественного рынка сервисов онлайн-бронирования предприятий, предоставляющих услуги временного проживания. Он предоставляет довольно широкий спектр услуг, а также заметно обходит конкурентов по части дизайнерских и маркетинговых решений.

Несмотря на это, оба агрегатора далеки от уровня сервиса, предоставляемого зарубежным проектом «Airbnb». Им явно не хватает таких важных опций, как профессиональные кадры в службе поддержки, прозрачность системы ценообразования, возможность открытия календаря свободных дат на несколько месяцев вперед, отсутствие списания денег до подтверждения брони хозяином и не только. Внедрение подобных мер позволит значительно сократить количество негативных отзывов, касающихся работы сервиса, облегчит коммуникацию между сторонами, а также сделает процесс путешествия и непосредственной подготовки к нему гораздо быстрее, комфортнее и приятнее.

Конечно, нельзя не отметить, что качественные изменения в работе «ТВИЛ.ру» и «Суточно.ру» - вопрос времени, ведь оба агрегатора активно стараются учиться на опыте зарубежных коллег. Даже с нынешним уровнем сервиса они поспособствовали более «мягкому» воздействию политических санкций на российский туризм, а также, несмотря на очевидные несовершенства, обеспечили вполне достойное прошествие туристического сезона в 2022 и 2023 годах [1].

Список литературы:

1. Как заселиться в отель без помощи иностранных сервисов // Российская газета URL: <https://rg.ru/2022/08/17/vyshli-na-pole-broni.html> (дата обращения: 01.12.2023).

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РАМКАХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

Система вознаграждения в программах лояльности является ключевым инструментом, используемым компаниями для поощрения и удержания постоянных клиентов. Она представляет собой механизм, который предлагает клиентам различные преимущества и награды за их лояльность и активное взаимодействие с брендом. Такие системы создают стимулы для клиентов оставаться верными фирме и делать повторные покупки [1].

В современном и быстроразвивающемся мире компаниям важно (как никогда ранее) уметь создавать грамотные и наиболее эффективные системы вознаграждения клиентов в рамках своих программ лояльности для поддержания конкурентоспособности на экономической арене.

Рассмотрим применение систем вознаграждения потребителей в рамках программ лояльности на примерах реальных гостиничных предприятий.

ALL – бонусная программа самой крупной иностранной сети отелей в России. В нее входят популярные бренды гостиниц, например Ibis, Mercure и Novotel. Только в Москве у Accor 18 отелей.

В программе лояльности используется система накопления бонусных баллов, в зависимости от которых определяется статус гостя и уровень предоставляемых ему преференций. Classic путешественник получает при регистрации. Silver дают за 10 ночей или 800 € (2000 баллов), которые человек потратил на проживание за год. Gold присваивают за 30 ночей или 2800 € (7000 баллов), Platinum – за 60 ночей или 5600 € (14 000 баллов), Diamond – за 10 400 € (26 000 баллов).

На каждом уровне программы есть свои привилегии и поощрения. Участники Classic получают скидку 5% на большинство тарифов и ранний доступ к

распродажам, а на уровне Diamond в выходные предлагается бесплатный завтрак. Кстати, забронировать первое проживание в отелях сети можно с большей скидкой и без программы лояльности, но многие все равно выбирают завести карту, так как понимают, что это инвестиция в будущее. Также баллы можно тратить на проживание в отелях сети, развлечения и покупки у партнеров сети.

Программа лояльности абсолютно прозрачна и понятна для потребителей, вся информация о ней представлена на официальном сайте сети [2]. Так, можно понять, что основными факторами, из которых складывается степень поощрения клиента, являются общая сумма прибыли, приносимая гостем (за пользование как основными, так и дополнительными услугами) и/или количество ночей, на которые гость останавливается в отеле за год. Кроме того, баллы можно получать за покупки у партнеров и даже в качестве возврата налога за границей.

Так, Ассог смог выстроить максимально правильную, удобную и разностороннюю программу лояльности, основанную на принципе накопления бонусных баллов. Присоединиться к ней может каждый, но достичь наивысшего уровня преференций способны лишь «избранные». Таким образом отели сети могут угодить потребителем с разными доходами и потребностями.

Для сравнения проанализируем систему вознаграждения в небольшом несетевом отеле. Прежде всего, необходимо сделать пометку, что на большинстве подобных предприятий программы лояльности имеют закрытый тип, имеют более расплывчатые критерии и предоставляются на усмотрение руководства. Там, где такие программы все же транслируются на всеобщее обозрение, они, как правило, представлены дисконтно-накопительной политикой (т. е. копятся не баллы, а просто потраченная сумма, которая определяет размер скидки, но не может быть на что-либо потрачена). Связано это сразу с несколькими вещами: небольшим отелям сложнее и накладнее по затратам высчитывать условия накопления и использования бонусов, а также непосредственно внедрять программу. К тому же введение баллов может быть абсолютно невыгодным в отдельных

случаях. Программы лояльности в подобных местах могут сводиться к скидкам, подаркам, так называемым «комплеентам» в честь праздников и т. д.

Тем не менее, в трехзвездочной гостинице «Адмиралтейская» в Санкт-Петербурге, например, также есть бонусно-накопительная система [3]. Всего в ней 4 уровня, зависящих от количества проведенных за год ночей: Hello, Welcome, Good и Best. Каждый из статусов определяет размер баллового кэшбека (от 3 до 10%), начисляемого за оплату проживания. В дальнейшем бонусы можно использовать для оплаты до 99% стоимости бронирования.

Конечно, данный механизм гораздо проще, чем у сети отелей Accor, что вполне логично: меньше уровней при этом с более тривиальными наименованиями, баллы применяются только для оплаты проживания, отсутствуют дополнительные преференции. При этом данные «недостатки» вполне логичны и обоснованы классом, типом и размером отеля.

Исходя из всего вышеуказанного можно сделать вывод, что система вознаграждения – важный элемент программы лояльности в гостиничном секторе, а возможность накопления бонусов – пусть и не единственный, но крайне эффективный способ удовлетворения, стимулирования на покупку, а также удержания клиентов.

Список литературы:

1. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. М.: Изд-во Торговый дом «Гранд», 2002 С. 54.
2. ALL - ACCOR LIVE LIMITLESS // Accor - ведущий мировой гостиничный оператор URL: <https://all.accor.com/loyalty-program/reasonstojoin/index.ru.shtml> (дата обращения: 07.01.2024).
3. Программа лояльности отеля «Адмиралтейская» // Отель «Адмиралтейская» URL: <https://admhotel.ru/news/programma-loyalnosti-otelya-admiralteyskaya/> (дата обращения: 07.01.2024).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ ВРЕМЕН НАПИСАНИЯ Т. ДРАЙЗЕРА «ФИНАНСИСТ» И СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ

Васильева Александра Данииловна

студент,

Северо-западный институт управления Российской академии Народного хозяйства и Государственной службы при Президенте Российской Федерации, РФ, г. Санкт-Петербург

Реутова Ирина Михайловна

научный руководитель,

канд. экон. наук, Северо-западный институт управления Российской академии Народного хозяйства и Государственной службы при Президенте Российской Федерации, РФ, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В статье раскрыты описание экономических ситуаций в романе Т. Драйзера «Финансист», передана основная суть произведения. Рассмотрены экономические проблемы, встречающиеся на страницах романа, а именно: коррупция государственных органов власти, монополизация рынка, махинации в торговле ценными бумагами. К каждой проблеме приведен сравнительный анализ решения этих проблем в Российской Федерации.

Abstract. The article reveals the description of economic situations in T. Dreiser's novel "The Financier", conveys the main essence of the work. The economic problems encountered on the pages of the novel are considered, namely: corruption of state authorities, monopolization of the market, fraud in securities trading. A comparative analysis of the solutions to these problems in the Russian Federation is given for each problem.

Ключевые слова: доход, акция, коррупция, брокер, монополизация.

Keywords: income, stock, corruption, broker, monopolization.

Сравнение экономико-социальной сферы в романе Т. Драйзер и в Российской Федерации

Деятельность главного героя романа Т. Драйзера, Фрэнка Каупервуда, способствует развитию железных дорог в Сити, строительству городов и другим полезным делам. Хотя это не оправдывает его негативное поведение, но все же показывает, что богатство и успех могут принести не только личную выгоду, но и полезные результаты для общества.

В нашей стране тоже существует проблема разделения на богатых и бедных. Однако в течение 10 лет государство старается её решить. Главным показателем, который отражает проблему неравенства доходов населения, является индекс концентрации доходов - показатель, который используют экономисты для измерения экономического неравенства внутри одной страны. Этот показатель, также известный как коэффициент Джини, позволяет характеризовать распределение доходов между различными слоями населения. Коэффициент Джини является числовым значением от 0 до 1, которое отражает степень концентрации доходов в стране. Значение 0 соответствует полной равномерности распределения доходов, а значение 1 указывает на полное неравенство, когда один слой населения обладает всеми доходами. Для расчета коэффициента Джини необходимо учесть доходы каждого отдельного слоя населения и их долю в общем доходе страны. В Российской Федерации этот показатель находится на уровне выше среднего по миру (Таблица 1).

Таблица 1.

Показатели Коэффициента Джини в Российской Федерации в период 2000–2018 гг. [2].

Год	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018
Коэффициент Джини	0,395	0,397	0,409	0,415	0,421	0,421	0,42	0,416	0,414	0,411

Таким образом, можно сделать вывод о том, чтобы достичь более равновесного и гармоничного общества, необходимо искать пути уменьшения различий в доходах и создания более справедливой экономической системы. Это позволит

обеспечить благосостояние и процветание для всех людей, не зависимо от их социального статуса.

Список литературы:

1. Драйзер, Т. Финансист / Т. Драйзер. – Москва : Эксмо, 2011. – 734 с. – ISBN 978-5-699-46338-1.
2. ЕМИСС - динамика коэффициента Джини : [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/31165?ysclid=lrfmfky8mb938307361>. (дата обращения: 28.12.2023).

ПРИНЦИП РАБОТЫ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПРОЦЕССАМИ

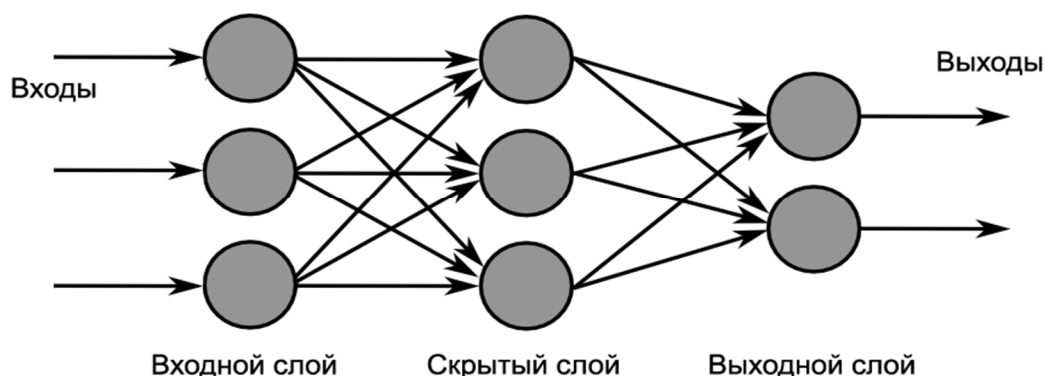
Дернова Анна Сергеевна

студент,

ФГБОУ ВО Технологический университет,

РФ, г. Королёв

Наиболее перспективным направлением развития цифровизации является внедрение в производство технологий искусственного интеллекта. Данная технология базируется на искусственных нейронных сетях.



***Рисунок 1. многослойная нейронная сеть
(составлено на основе данных источника [3])***

Для более детального понимания термина «нейросети» необходимо кратко, но содержательно углубиться в данную концепцию. Нейросеть состоит из нейронов, а в свою очередь, каждый нейрон – это ячейка, которая хранит в себе определённый ограниченный диапазон значений. На вход каждого нейрона поступает множество значений, причём на выходе нейрон отдаёт только одно значение. Каждый столбец в многослойной нейронной сети, изображённой на рисунке 1 является отдельным слоем. Первый слой называется входным, куда поступают непосредственно, входные данные. Например, если необходимо распознать изображение размером 28 на 28 пикселей, то нам нужно чтобы первый слой содержал 784 нейрона по количеству пикселей в картинке. Вторым слоем нейронной сети называется скрытым слоем, количество нейронов в данном

слое может быть неограниченным, именно этот слой отвечает за выявление специфических признаков. В результате значения из входного слоя попадают в скрытый слой, в скрытом слое непосредственно происходит некая специфическая математика, и после преобразования, значения попадают в выходной слой. Причём тот нейрон, который содержит в себе максимальное значение считается ответом.

Таким образом, можно дать определение понятию «нейросеть». Нейросеть является неким распределённым процессором с массовым параллелизмом, обладающим естественным свойством сохранять определённые значения и делать их доступными для использования [1].

Возвращаясь к использованию технологии нейронных сетей, то в данном случае, нейронные сети позволяют решать не только отдельные задачи, такие как, прогнозирование длительности изготовления изделия, но и наиболее существенные задачи, связанные непосредственно с процессом производства, например, создание более эффективных производственных моделей. Преимущество нейронной сети именно с практической точки зрения в отношении предприятия состоит в том, что она способна отследить даже малейшие колебания, изменение определённых показателей производственного процесса.

Таким образом, были рассмотрены основные принципы работы нейронных сетей и их применение в управлении производственными процессами. Хочется отметить, что внедрение нейронных сетей в деятельность организации может привести к созданию более эффективных производственных моделей и повышению общей производительности предприятия.

Список литературы:

1. Качагина Кристина Сергеевна, Сафарова А.Д. НЕЙРОННЫЕ СЕТИ - ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ // E-Scio. 2021. №2 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyronnye-seti-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 16.01.2024).

2. Майкова Е.Н., Майкова П.Н. Система управления качеством для обеспечения устойчивости предприятия // Форум молодых ученых. 2022. №4 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-upravleniya-kachestvom-dlya-obespecheniya-ustoychivosti-predpriyatiya> (дата обращения: 16.01.2024).
3. Нейросеть для службы поддержки. Практика применения на примере создания корпоративного проекта NaukaLabs [Электронный ресурс] // 20.05.2020 год URL: https://ntik.ru/blog/smi/neiroset_dlya_sluzhby_podderzhki#submenu:m1 (дата обращения: 16.01.2024).

ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕТАЛЛУРГИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ РОССИИ

Дернова Анна Сергеевна

студент,

ФГБОУ ВО «Технологический университет»,

РФ, г. Королёв

Обеспечение управления качеством на предприятии – это прежде всего деятельность, подразумевающая под собой осуществление оперативных практических задач, поставленных перед той или иной организацией, осуществляемая руководителями подразделений предприятия, воздействующими на процесс создания работ, оказания услуг с целью обеспечения их качества посредством выполнения функций планирования и контроля качества, а также разработки и внедрения мероприятий и принятия решений по качеству [2].

С практической точки зрения, необходимо понимать, как система управления качеством продукции реализуется в деятельности предприятия.

Для этого необходимо привести примеры внедрения продуктов компаний-разработчиков технологии искусственного интеллекта в конкретные предприятия, реализующие свою деятельность в обрабатывающей промышленности России.

В таблице 1 приведены предприятия, которые пользовались услугами компаний-разработчиков в области внедрения систем искусственного интеллекта.

Кейсы внедрения технологии искусственного интеллекта (составлено автором на основе данных источника [1])

Компания-разработчик	Внедрение продукта	Заказчик
ООО «Цифра»	Внедрение системы машинного обучения и анализа данных для управления длительностью и эффективностью процесса термообработки	ПАО «Трубная металлургическая компания»
ООО «Кlover групп»	Система мониторинга и предиктивного анализа состояния промышленного оборудования - SmartDiagnostics	ОАО «Тверской вагоностроительный завод»
	Аналитическая система качественно-количественного планирования поставок и шихтования	ОАО «Учалинский горно-обогатительный комбинат»

Компания-разработчик	Внедрение продукта	Заказчик
ООО «Рэдмэдробот»	Решение по контролю погрузки горной породы в самосвалы методами компьютерного зрения	ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»
ООО «Видеоматрикс»	Автоматический контроль качества стали с помощью компьютерного зрения	АО «РТ-Техприемка»
	Решение для контроля качества очистки чугуна с помощью компьютерного зрения	ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»

Необходимо подробнее описать внедрение процесса, описанного в таблице 1.

Компания-разработчик ООО «Цифра», реализующая внедрение технологии искусственного интеллекта в ПАО «Трубную металлургическую компанию» позволила автоматически оптимизировать параметры термической обработки, предсказывать конкретное время и температуру, а также оптимизировать расход энергии в следствие чего произошло создание рекомендательного сервиса в производственные процессы для управления длительностью и эффективностью процесса термообработки, что в результате повысило производительность участка термообработки на 8%; рост продуктивности термообработки увеличился на 5%; повысилось качество продукции на 2%; а также произошло сокращение издержек на 10%.

Стоит отметить, что система предиктивного анализа состояния промышленного оборудования предполагает анализ данных, который позволяет прогнозировать будущие события и результаты на основе существующих данных.

Компания-разработчик ООО «Кlover Групп», реализующая внедрение технологии искусственного интеллекта в ОАО «Тверской вагоностроительный завод» позволила предсказывать возможные простои оборудования в следствие чего произошло снижение затрат на ремонт на 10%; снижение удельного расхода энергии на 4,4%; снижение времени простоев на 12%.

Необходимо отметить, что шихтование предполагает процесс смешивания ископаемого сырья разных сортов или с разным содержанием ценного компонента для придания смеси определенных технологических свойств, улучшающих процесс обогащения.

Также компания-разработчик ООО «Кловер Групп», реализующая внедрение технологии искусственного интеллекта в ОАО «Учалинский горно-обогатительный комбинат» позволила предлагать оптимальные варианты планирования поставок, учитывая различные ограничения, что в результате привело к снижению внеплановых остановок на оборудовании на 12%; повышению качества конечного продукта на 6%; повышение производительности на 5%.

Компания-разработчик ООО «Рэдмэдробот», реализующая внедрение технологии искусственного интеллекта в ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» позволила автоматизировать процесс определения объема горной породы в самосвале, контролировать правильность погрузки, предотвращать перегрузку, а также обеспечивать безопасность и эффективность процесса, что в результате привело к увеличению объема перевозимой горной породы на 2%; а также произошло снижение общих затрат на логистику до 20%.

Компания-разработчик ООО «Видеоматрикс», реализующая внедрение технологии искусственного интеллекта в АО «РТ-Техприемка» позволила анализировать визуальные данные о стали, такие как текстура, поверхностные дефекты, размеры и т.д., и сравнивать их с заданными стандартами качества, также проводить анализ микроструктуры или контролировать геометрические параметры изделия, что в результате привело к точности распознавания дефектов машиной от 97%.

Также компания-разработчик ООО «Видеоматрикс», реализующая внедрение технологии искусственного интеллекта в ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат» позволила распознавать определенные характеристики чугуна и определять его качество на основе предоставленных данных, обрабатывать визуальные данные, полученные с помощью камер или других устройств для выявления дефектов или неправильно очищенных участков чугуна, что в результате привело к экономии в 20 миллионов рублей в год; к увеличению индекса «чистоты скачивания» до 90%; к увеличению в год роста производства за счет сохранения чугуна на 1 тысячу тонн.

В результате внедрения технологии искусственного интеллекта в различные предприятия металлургической отрасли были достигнуты значительные улучшения в производственных процессах. Компании-разработчики, такие как ООО «Цифра», ООО «Кловер Групп», ООО «Рэдмэдробот» и ООО «Видеоматрикс» смогли оптимизировать параметры термической обработки, предсказывать возможные простои оборудования, предлагать оптимальные варианты планирования поставок, а также автоматизировать процессы контроля качества продукции.

Список литературы:

1. АНО «Цифровая экономика». Эффективные отечественные практики на базе технологий искусственного интеллекта в обрабатывающей промышленности [Электронный ресурс] // 2022 год URL: https://files.data-economy.ru/Docs/Effektivnye_otechestvennyye_praktiki_na_baze_tekhnologii%СС%86_II_v_obrabatyvayushchei%СС%86_promyshlennosti.pdf (дата обращения: 14.01.2024).
2. Майкова Е.Н., Майкова П.Н. Система управления качеством для обеспечения устойчивости предприятия // Форум молодых ученых. 2022. №4 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-upravleniya-kachestvom-dlya-obespecheniya-ustoychivosti-predpriyatiya> (дата обращения: 14.01.2024).
3. Нейросеть для службы поддержки. Практика применения на примере создания корпоративного проекта NaukaLabs [Электронный ресурс] //20.05.2020 год URL: https://ntik.ru/blog/smi/neiroset_dlya_sluzhby_podderzhki#submenu:m1 (дата обращения: 14.01.2024).
4. Центральный банк Российской Федерации. ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ. Доклад для общественных консультаций [Электронный ресурс] // Москва, 2023 год URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/156061/Consultation_Paper_03112023.pdf (дата обращения: 14.01.2024).

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ

Фофанова Анастасия Александровна

студент,
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Армавир

Мукучян Размон Рубенович

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
ФГБОУ ВО Армавирский государственный
педагогический университет,
РФ, г. Армавир

Аннотация. В статье рассмотрено понятие организационной культуры, ее основные компоненты и их влияние на эффективность работы компании. Проанализированы различные подходы к формированию и развитию организационной культуры, а также предлагают рекомендации по ее улучшению.

Ключевые слова: менеджмент, организационная культура, управление, человеческие ресурсы.

Организационная культура – это система ценностей, убеждений, норм и правил поведения, которые разделяются всеми сотрудниками организации. Она определяет поведение людей внутри компании, их отношение к работе, коллегам и клиентам. Организационная культура является одним из важнейших элементов предприятия, так как она помогает создать общую атмосферу и единство в команде, а также способствует успешному достижению целей организации. [4]

Организационная культура является объектом исследования различных наук, таких как менеджмент, социология, психология, культура и коммуникация. Каждая из этих наук изучает свои аспекты организационной культуры, например,

как она влияет на производительность, как формируются культурные нормы и ценности в организации, какие факторы влияют на ее развитие и т.д.

Компоненты организационной культуры включают в себя:

1. Ценности – это основные принципы, которые определяют поведение сотрудников и их отношение к работе.

2. Нормы – это правила поведения, которые устанавливаются в организации и регулируют взаимоотношения между сотрудниками.

3. Традиции – это обычаи и ритуалы, которые передаются из поколения в поколение и являются важной частью культуры организации.

4. Символика – это знаки, символы и логотипы, которые отражают особенности и уникальность организации.

5. Мифы и легенды – это истории о том, как была создана организация, какие события происходили в ее истории и как они повлияли на ее развитие.

6. Ритуалы и церемонии – это специальные мероприятия, которые проводятся в организации для укрепления связей между сотрудниками и повышения их мотивации.

7. Язык и терминология – это слова и выражения, которые используются в организации для общения между сотрудниками и передачи информации.

Ценность развития организационной культуры в предприятии заключается в том, что она может оказывать значительное влияние на эффективность работы организации. Во-первых, может способствовать формированию чувства единства и сплоченности в команде, что помогает сотрудникам работать более продуктивно и успешно достигать общих целей. Во-вторых, организационная культура может влиять на мотивацию сотрудников, делая работу более привлекательной и интересной. В-третьих, она может помочь улучшить коммуникацию между сотрудниками, что также способствует повышению эффективности работы. В целом, организационная культура является важным фактором, который необходимо учитывать при управлении организацией и ее развитии. [3]

Поэтому каждая успешная компания занимается развитием своей организационной культуры, но при этом, пути и подходы ее формирования отличаются в

зависимости от особенностей предприятия. Существует несколько подходов к формированию организационной культуры:

- иерархический подход (предполагает создание четкой структуры управления, в которой каждый сотрудник знает свое место и свои обязанности);
- сетевой подход (основан на создании гибкой структуры, которая позволяет быстро реагировать на изменения внешней среды и адаптироваться к новым условиям);
- кластерный подход (заключается в объединении организаций в группы по определенным признакам, например, по отраслевой принадлежности или географическому расположению);
- виртуальный подход (предполагает использование информационных технологий для создания виртуальных команд, которые могут работать над проектами удаленно);
- инновационный подход (ориентирован на развитие новых технологий и создание условий для их внедрения в организацию).

Выбор подхода зависит от многих факторов, таких как размер организации, отрасль, в которой она работает, цели и задачи, которые стоят перед ней, а также стратегия развития. В некоторых случаях может потребоваться сочетание различных подходов для достижения максимальной эффективности. [1]

При этом, каждая успешная компания постоянно развивает и улучшает свою организационную культуру, используя ряд методов. Среди них:

- проведение мероприятий по командообразованию, которые помогут сотрудникам лучше узнать друг друга и установить дружеские отношения;
- создание системы поощрений и наказаний, которая будет стимулировать сотрудников к достижению общих целей и предотвращать нежелательные действия;
- развитие корпоративной культуры, которая будет объединять сотрудников и создавать чувство принадлежности к организации;
- регулярное проведение опросов сотрудников для определения их потребностей и ожиданий, а также для оценки удовлетворенности работой;

- внедрение системы обратной связи, которая позволит сотрудникам выражать свое мнение и предложения по улучшению работы организации. [2]

В заключении, организационная культура является важным аспектом деятельности любой организации. Она влияет на мотивацию сотрудников, коммуникации между ними и эффективность работы в целом. Для успешного развития организации необходимо уделять внимание формированию и поддержанию положительной организационной культуры.

Список литературы:

1. Грошев, И.В. Организационная культура. Учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - М.: Юнити, 2017. - 160 с.
2. Никитина, О.А., Слободяник, Т.М. О показателях оценки эффективности организационной структуры управления // Научный альманах. 2017. № 2-1 (28). С. 187-190.
3. Организационное поведение. Учебник для вузов. / Под ред. проф. Э.М. Короткова и проф. А.Н. Силина. - Тюмень: Вектор Бук, 2008. - 308 с.;
4. Репина, Е.А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина. – М.: Академцентр, 2019. – 240 с.

ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ КАК НОВАЯ ФОРМА РОССИЙСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

Черникова Анастасия Васильевна

студент,

Саратовский государственный университет,

РФ, г. Саратов

Сейчас цифровой рубль уже становится реальностью: его планируют начать использовать в 2024 году в некоторых статьях расходов бюджета. В связи с этим весьма интересно рассмотреть, на каком этапе сейчас находится развитие цифрового рубля и связанные с ним нормы регулирования, а также преимущества и недостатки цифровой формы национальной валюты.

Преимущества цифрового рубля для населения страны довольно существенны (будут перечислены основные): так, для граждан и бизнеса они состоят в возможности доступа к кошельку через любой банк, в котором обслуживается клиент, а также использовании средств даже без доступа к Интернету, в высоком уровне сохранности и безопасности средств и улучшении условий клиентского обслуживания; для финансового рынка выгода состоит в повышении конкуренции, возможности создания инновационных финансовых продуктов и сервисов, а также развитии новой платежной инфраструктуры; для государства внедрение цифрового рубля позволит снизить издержки на администрирование бюджетных платежей и создаст потенциал для упрощения проведения трансграничных платежей [1].

В августе 2023 года стартовал пилотный проект операций с реальными цифровыми рублями с привлечением круга клиентов 13 банков: в основном это крупные банки России – «Альфа-банк», «ВТБ», «Промсвязьбанк», «Совкомбанк», «Росбанк» и другие банки. Другими словами, сейчас Центральный Банк проводит пилот на цифровых рублях с реальными клиентами, чтобы банки могли отработать базовые операции (такие как открытие и закрытие цифровых кошельков, перевод цифровых рублей между гражданами и т. д.). Планируется, что несколько этапов проекта будут проходить до конца 2023 года и весь 2024 год,

а с 2025 года национальной цифровой валютой смогут активно пользоваться граждане и бизнес. На первом этапе в тестировании примут участие около 600 человек – как граждан, так и компании. Предполагается, что пилотная группа будет проводить операции с эмиссией цифровых рублей, открытием счетов цифровых рублей, переводами между физическими лицами, попробует настроить самоисполняемые сделки, протестирует оплату товаров и услуг с использованием QR-кода и ряд других операций [2].

В рамках пилота одну из первых в стране сделок с цифровым рублем между юридическим и физическим лицом провел Промсвязьбанк (ПСБ). Предприниматель – клиент ПСБ, работающий в сфере онлайн-образования, открыл электронный кошелек, создал QR-код и передал его покупателю для последующей оплаты услуг [3].

Появление новой формы национальной валюты влечёт за собой необходимость надлежащего правового регулирования. Так, 24 июля 2023 года Владимир Путин подписал ФЗ № 339 и 340 о введении в оборот дополнительной формы российской национальной валюты – цифрового рубля [4]. В документе раскрываются основные понятия, такие как «платформа цифрового рубля», «пользователь платформы цифрового рубля», «цифровой счет» и другие. Стоит отметить, что на данный момент работа над созданием необходимых правовых основ использования цифрового рубля продолжается, и в ближайшее время планируется разработать комплекс мер, касающихся защиты данных и безопасности сделок и платежей, регулирования операций с цифровым рублем, а также меры контроля и надзора.

Однако, цифровой рубль, как и любая новая форма платежных средств, имеет свои потенциальные проблемы, которые следует рассмотреть.

1. Кибербезопасность. Одним из основных рисков цифрового рубля является его уязвимость для кибератак и возможность кражи цифровых активов в случае получения несанкционированного доступа к цифровым счетам и средствам пользователей. Но стоит отметить, что данная проблема актуальна сейчас во многих сферах, так как является проблемой использования цифровых технологий в

целом, и при надлежащих мерах контроля вероятность атаки хакеров может быть сведена к минимуму.

2. Зависимость от технологий. Цифровой рубль требует использования технологической инфраструктуры, включая смартфоны, интернет-соединение и другие электронные устройства. Это может ограничить доступ к цифровому рублю для лиц, не имеющих доступа к таким технологиям или не обладающих достаточными навыками для их использования.

Таким образом, цифровой рубль давно уже перешел из стадии проекта в реальность, и это способно оказать значительное как положительное, так и отрицательное влияние на существующие экономические отношения. Именно поэтому необходимо продолжать работу в этом направлении, минимизируя возможные негативные последствия и усиливая преимущества.

Список литературы:

1. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://cbr.ru/fintech/dr/> (Дата обращения: 10.01.2024).
2. Официальный сайт инвестиционного холдинга «Финам». – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://www.finam.ru/publications/item/vtb-zapuskayet-pilotnyy-proekt-po-ispolzovaniyu-tsifrovogo-rublya-20230809-1208/> (Дата обращения: 10.01.2024).
3. Официальный сайт ГК «РосБизнесКонсалтинг». – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://www.rbc.ru/crypto/news/6504642d9a794714ecd232b9> (Дата обращения: 11.01.2024).
4. Финансовая платформа «Банки.ру». – [Электронный ресурс] – Режим доступа. –URL: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10989180> (Дата обращения: 12.01.2024).

РУБРИКА 6. «ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Абдрафикова Софья Раисовна

студент,

Санкт-Петербургский политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

В настоящее время в России существует большая нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность рынка индустрии туризма и гостеприимства, позволяющая им успешно существовать и развиваться.

Выражением правового регулирования туризма является государственный контроль над выполнением обязательных юридических норм и правил, закрепленных на законодательном уровне.

Предметом регулирования являются общественные отношения, которые возникают в процессе планирования, подготовки, организации и осуществления путешествия, а также предоставления определенного вида услуг [1, с.4].

Целями государственного регулирования индустрии туризма и гостеприимства являются:

- Содействие устойчивому развитию туризма;
- Обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при осуществлении путешествий;
- Защита прав и интересов потребителей и других участников туристической индустрии;
- Обеспечение потребления качественных туристических продуктов;
- Привлечение туристов из других стран;
- Создание новых рабочих мест;
- Рациональное использование ресурсов страны;

- Поддержка международных контактов и их развитие [2, с.5].

Существует ряд государственных органов, регулирующих сферу туризма и гостеприимства. Главным органом, осуществляющим правовое регулирование, является Министерство экономического развития. Оно ответственно за разработку и реализацию государственной политики в сфере туризма, нормативно-правовое регулирование, а также координацию деятельности по приоритетным направлениям в области государственного регулирования.

Другим государственным органом, регулирующим сферу туризма и гостеприимства, является Министерство иностранных дел РФ. Орган осуществляет функции по разработке и осуществлению государственной политики и нормативному регулированию в области международных отношений.

Функцию государственного контроля и надзора в сфере защиты прав потребителей и обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия выполняет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

В свою очередь Федеральная миграционная служба осуществляет регулирование миграционных процессов на территории РФ, в том числе контроль за теми, кто въезжает, находится и выезжает за пределы страны.

Также существуют и другие органы, деятельность которых направлена на регулирование сферы туризма и гостеприимства, среди которых: Федеральная служба безопасности, Федеральная таможенная служба, Министерство по чрезвычайным ситуациям и др. [3, с.5].

Далее рассмотрим нормативно-правовые акты, регулирующие данную сферу.

Первостепенным документом, на основе которого разрабатываются нормативно-правовые акты в области туризма и гостеприимства является Конституция РФ. В ней прописаны основные права человека, в том числе касающиеся области туристской деятельности, в частности, во второй главе Конституции зафиксированы права на свободу перемещения, отдых, ежегодный оплачиваемый отпуск, доступ к культурным ценностям и памятникам истории и культуры [4, с.5].

Другим значимым нормативно-правовым актом является Гражданский кодекс РФ. Данный законодательный акт определяет основные права и обязанности предпринимателей, обеспечивает и защищает экономические и личные права граждан, устанавливает правила в отношении имущественного и рыночного оборота. Также он регулирует систему предпринимательства, в том числе в гостиничном, туристическом и ресторанном секторах, а также правоприменительные и договорные отношения.

Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 (ред. от 04.08.2023). регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг). Закон устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества, безопасных для жизни и здоровья потребителей, а также получение достоверной информации о товарах (работах, услугах) и об изготовителях (исполнителях, продавцах). Помимо прочего, закон гарантирует государственную и общественную защиту интересов потребителей, а также определяет способы реализации данных прав.

Ещё одним документом требованиями которого должны следовать туристские и гостиничные предприятия является Налоговый кодекс РФ. Кодекс устанавливает систему налогов и сборов, а также общие принципы налогообложения на территории РФ [5, с.5].

Ключевым законом в области туризма является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 N 132-ФЗ. Он определяет основные принципы политики государства, направленные на установление правовых основ единого туристского рынка на территории РФ. В нём зафиксированы права и обязанности субъектов рынка индустрии туризма, а также порядок оказания услуг при реализации туристского продукта. Закон определяет правила осуществления туроператорской и турагентской деятельности, аспекты связанные с вопросами безопасности, финансовую ответственность сторон, а также правила рационального использования ресурсов РФ и ряд других аспектов [2, с.5].

Существует также обширный перечень подзаконных актов (– нормативно-правовые акты, издаваемые на основе законов) в области туризма и гостеприимства. Они обладают меньшей юридической силой и существуют с целью конкретизации и детализации законов. Следовательно, они не должны противоречить написанному в законах. Рассмотрим ряд из них:

1. Постановление правительства РФ «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» от 18.11. 2020 г. Данное постановление является основным нормативным документом, регламентирующим взаимоотношения между исполнителем и потребителем гостиничных услуг [6, с.5].

2. Постановление правительства РФ № 1860 «Об утверждении положения о классификации гостиниц» от 18.11.2020 г. Данное положение определяет порядок классификации гостиниц, приостановления и прекращения действия свидетельства о классификации. Также в нём описаны виды гостиниц, их категории и требования к каждой из них [7, с.5].

3. Постановление Правительства РФ №1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» от 18.11.2020 г. Документ регламентирует требования к порядку организации деятельности исполнителя, информации о предоставляемых услугах по реализации туристского продукта, аспектам, связанным с заключением, расторжением договора и разрешением возникающих споров [8, с.5].

Выше рассмотрены ключевые нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность туризма и предприятий индустрии гостеприимства. Данные документы позволяют осуществлять туристскую и гостиничную деятельность эффективно за счёт формирования основ работы и развития предприятий. К тому же, с помощью документации реализуется защита прав и интересов всех сторон гостиничной и туристской индустрии.

Список литературы:

1. Правовое регулирование в туризме: что это // Академия СНТА URL: [https://www.snta.ru/press-center/pravovoe-regulirovanie-v-turizme-/](https://www.snta.ru/press-center/pravovoe-regulirovanie-v-turizme/) (дата обращения: 12.11.2023).

2. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 13.06.2023) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" // КонсультантПлюс URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/4f44ca336bacdad62f06498dcd0070ce107bdfc7/ (дата обращения: 12.11.2023).
3. Ростуризм // В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 20.10.2022 № 759 "О некоторых вопросах государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности" функции Федерального агентства по туризму: URL: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения: 13.11.2023).
4. Основные источники, регулирующие туристическую деятельность // Справочник от автор 24 URL: https://spravochnick.ru/turizm/normativno-pravovye_osnovy_industrii_turizma_i_gostepriimstva/ (дата обращения: 12.11.2023).
5. Нормативно-правовая база гостиничного сервиса // Студопедия URL: <https://clck.ru/36uyP8> (дата обращения: 12.11.2023).
6. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1853 (ред. от 01.04.2021) "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" // КонсультантПлюс URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368292/ (дата обращения: 15.11.2023).
7. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1860 (ред. от 26.12.2022) "Об утверждении Положения о классификации гостиниц" // КонсультантПлюс URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368948/ (дата обращения: 15.11.2023).
8. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 N 1852 (ред. от 14.11.2022) "Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта" // КонсультантПлюс URL:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368293/ (дата обращения: 15.11.2023).

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Белова Дарья Андреевна

студент,

Санкт-Петербургский Политехнический

университет Петра Великого,

РФ, г. Санкт-Петербург

Несмотря на довольно широкий спектр разнообразных мер по регулированию индустрия туризма и гостеприимства, в современном и быстро развивающемся мире данная отрасль требует дальнейшей проработки нормативных положений. Связано это с тем, что законодательство попросту не успевает за изменениями общественных отношений в данной сфере. Например, уже более десяти лет существуют термины «космический турист» и «космический туризм», однако их правовой статус так нигде не был закреплён, что негативно сказывается на развитии и популяризации данного направления. Между тем, стоимость космических полетов представляется значительной и привлекательной для турагентов, однако организация космических полетов практически невозможна. Несовершенства в области туристического законодательства вызывают опасения у туристов, которые хотят иметь возможность заключения обоснованного правового договора, учитывающего их права, обязанности, а также риски [1].

Не так давно на туристическом рынке Российской Федерации сформировалась тенденция онлайн-бронирования предприятий индустрии гостеприимства через специальные сервисы-агрегаторы. Данный «тренд» стал важным следствием цифровой трансформации отелей. По последним данным, из 148 миллионов бронирований путешествий в 2022 году 82 % были совершены без участия человека – через мобильное приложение или веб-сайт. Текущие темпы роста рынка онлайн-продаж путешествий составляют 15,4 %, а онлайн-бронирования гостиничных предприятий растут на 10,3 % ежегодно [2].

Что логично, в регулировании данной области туристской деятельности есть свои недочеты и так называемые «прорехи», значительно усложняющие макси-

мально эффективное, прозрачное и безопасное функционирование как самих сервисов, так и представленных на них организаций.

Тем не менее, государство все же старается подстраиваться под динамично развивающиеся реалии и регламентировать основную часть интернет-нововведений. Так, в соответствии с «Законом о защите прав потребителей» гостя имеет полное право отказаться от выполнения условий, предусмотренных в договоре о предоставлении гостиничных услуг. Однако следует учитывать, что все понесенные отелем затраты будут возмещены за его счет. Обязанностью гостиничного же предприятия является информирование гостей о всех правилах отмены бронирования.

На текущий момент существуют два основных принципа бронирования, которые наиболее популярны в широких кругах:

1. Гарантированное бронирование: в данном случае отель ожидает прибытия гостя и резервирует номер до предполагаемой даты заезда. Если гость задерживается с заселением более чем на одни сутки, договор о предоставлении услуг аннулируется. При отказе от бронирования после истечения всех сроков отель может обязать гостя оплатить стоимость номера не более размера цены за сутки из-за его вынужденного простоя.

2. Негарантированное бронирование: отель ожидает прибытия гостя и резервирует номер только на день запланированного приезда и только до определенного времени. В случае неприбытия договор аннулируется.

При необходимости отмены электронного бронирования в отеле, важно соблюдение установленных законом правил, которые позволят вернуть предварительно уплаченную стоимость за номер.

Также существуют другие сценарии, допускающие отмену бронирования. Сюда относятся форс-мажорные обстоятельства, такие как болезнь, смерть близкого родственника и т.д. В этом случае необходимо предоставить подтверждающий документ от врача, справку о смерти или другие официальные документы, подтверждающие указанные обстоятельства.

При отмене бронирования в разрешенные сроки на электронную почту должно прийти уведомление о подтверждении отмены [3].

За последний год Государственная Дума Российской Федерации всерьез озаботилась законодательным регулированием онлайн-сервисов, предоставляющих услуги по бронированию отелей. Делов в том, что сейчас их регламентируют исключительно общие документы, некоторые положения из которых не применимы к Интернет-среде. Из-за этого на рынке присутствует большое количество мошенников, злоупотребляющих своими полномочиями.

Документ, подготовленный депутатами во главе с заместителем председателя комитета по туризму, Николаем Валуевым, был внесен на рассмотрение палаты. Предполагается, что в нем будет четко прописана ответственность владельцев агрегаторов, предоставляющих информацию об услугах [4].

Список литературы:

1. Нормативно-правовые основы индустрии туризма и гостеприимства // Справочник URL: https://spravochnick.ru/turizm/normativno-pravovye_osnovy_industrii_turizma_i_gostepriimstva/ (дата обращения: 01.12.2023).
2. Deane S. Over 60 Online Travel Booking Statistics (2022). URL: <https://www.stratosjets.com/blog/online-travel-statistics/> (accessed: 20.03.2022)
3. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300–1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей».
4. Депутат Госдумы Валуев предложил ввести требования к туристическим агрегаторам // Газета.Ru (Gazeta.Ru) URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/04/21/20261005.shtml> (дата обращения: 30.11.2023).

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Белова Дарья Андреевна

студент,

*Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Индустрия туризма и гостеприимства – один из ключевых сегментов мировой экономики, играющий существенную роль в создании благоприятных условий для экономического роста, предоставлении рабочих мест, а также обеспечении успешного функционирования региональных экосистем.

Регулирование данной отрасли является существенным аспектом деятельности государства, поскольку именно оно обеспечивает поддержание стабильности, безопасности и высокого качества услуг. В Российской Федерации государство принимает активное участие в разработке и внедрении нормативно-правовых мер, направленных на эффективное управление и развитие индустрии туризма и гостеприимства. Обратимся к Рисунку 1.

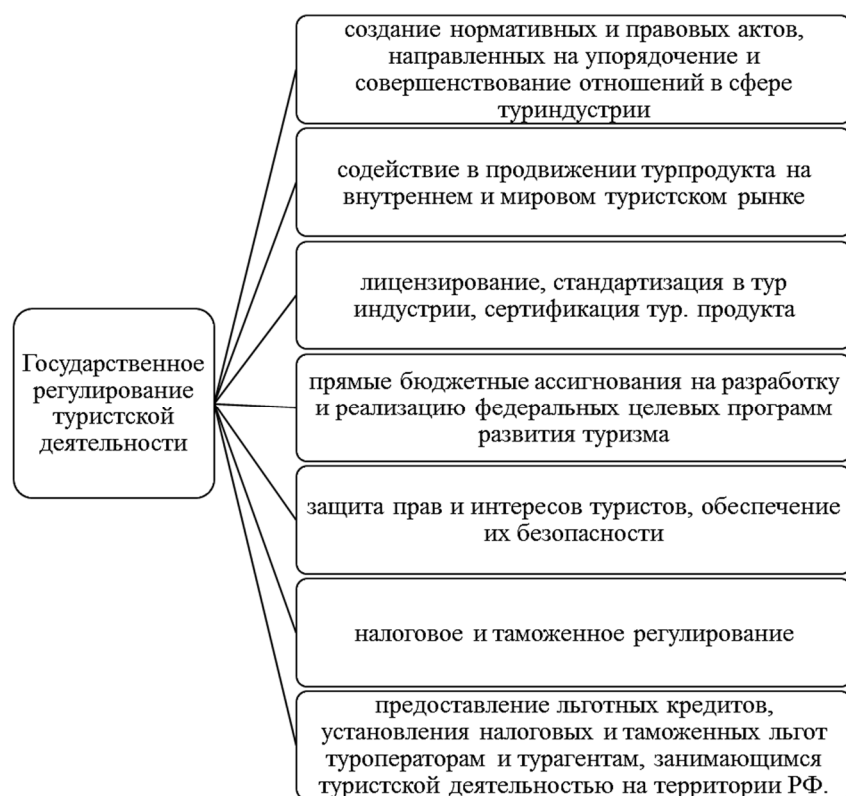


Рисунок 1. Меры государственного регулирования туристской деятельности

Как можно заметить, основными средствами, с помощью которых на территории нашей страны регулируется индустрия туризма и гостеприимства являются различного рода нормы права, субъективные права и юридические обязанности, ответственность за нарушение норм действующего законодательства, а также правовые ограничения, стимулы и поощрения.

Основным правовым документом, регламентирующим основы осуществления туристской деятельности в Российской Федерации, является Конституция страны [1]. Данный акт не раскрывает принципы функционирования отрасли подробно, но именно в нем заложены положения о возможности передвижения по территории Российской Федерации без каких-либо препятствий и ограничений (за исключением случаев, когда для въезда в Россию необходимо наличие специализированных документов). Другие нормативно-правовые акты лишь уточняют и детализируют положения, предусмотренные Конституцией Российской Федерации.

Еще один из ключевых документов, регулирующих вопросы, связанные с осуществлением туристской деятельности – Федеральный закон №132 «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации», вступивший в силу 24 ноября 1996 года и последней раз отредактированный 13 июня 2023 года. Данный закон определяет реализацию туристической деятельности, аспекты безопасности туристов, а также полномочия государственных органов в представленной сфере. Кроме всего прочего, акт излагает основные права и обязанности туристов, туроператоров и турагентов [2].

Развитие международного туризма, пик которого пришелся на 2019 год, требует сотрудничества с другими странами. По этой причине данный Федеральный закон предусматривает возможность международного сотрудничества и заключения соответствующих двусторонних и многосторонних соглашений в сфере туризма.

Важным нормативно-правовым актом также является также и Постановление Правительства Российской Федерации №452 от 18 июля 2007 года, которое регулирует правила предоставления услуг по реализации туристического

продукта. В постановлении содержатся ключевые термины, используемые туроператорами и турагентами, а также требования к туристической деятельности и правила заключения, исполнения и прекращения договоров о реализации туристических продуктов. Пятый параграф данного документа описывает порядок предъявления претензий сторон друг к другу в случае возникновения конфликта. Стоит отметить, что Постановление неоднократно изменялось и дополнялось: последняя редакция была проведена 23 ноября 2020 года [3], а с 1 января 2021 года документ утратил свою юридическую силу.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года (с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ, от 14.03.2020 № 1-ФКЗ, от 04.10.2022 № 5-ФКЗ, от 04.10.2022 № 6-ФКЗ, от 04.10.2022 № 7-ФКЗ, от 04.10.2022 № 8-ФКЗ).
2. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция).
3. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 N 452 (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ В РФ

Резанова Татьяна Алексеевна

*магистрант,
Курский государственный университет,
РФ, г. Курск*

Метушевская Татьяна Иосифовна

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доцент,
Курский государственный университет,
РФ, г. Курск*

Аннотация. В статье проводится анализ нормативных основ безопасности дорожного движения в России, исследуется система нормативных актов, закрепляющих основные положения в данной сфере, формулируются предложения по их совершенствованию.

Ключевые слова: безопасность дорожного движения, правила дорожного движения, нормативное регулирование.

Согласно Конституции РФ, человек, его права и свободы являются высшей ценностью в обществе и государстве, которое выступает их гарантом.

Безопасность на дорогах в нашей стране является одним из ключевых направлений в сфере государственной политики. С каждым годом увеличивается количество транспортных средств, а также протяженность дорожного покрытия. Поэтому в сфере обеспечения БДД огромную роль играет регулирование данного процесса законодательством. Нормативно-правовые акты, обеспечивающие безопасность дорожного движения, включают в себя законы РФ, постановления Правительства, приказы министерств и ведомств, Указы Президента. Среди них следует выделить такие, как:

- Федеральный закон от 10.12.1995 № 196-ФЗ (ред. от 26.04.2013) «О безопасности дорожного движения»;

- Указ Президента РФ от 15.06.1998 № 711 (ред. от 27.10.2011) «О дополнительных мерах по обеспечению безопасности дорожного движения» (вместе с «Положением о Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации»);

- Постановление Правительства РФ от 30.04.1997 № 508 (ред. от 02.02.2000) «О порядке государственного учета показателей состояния безопасности дорожного движения»;

- Постановление Правительства РФ от 19.10.2004 № 567 «О координации деятельности органов исполнительной власти в области обеспечения безопасности дорожного движения».

На наш взгляд, главным направлением развития в данной сфере является решение задач по усовершенствованию качества дорожного полотна и правил дорожного движения, включая контроль за исполнением правил поведения всех участников дорожного движения с целью повышения их правовой ответственности за соблюдение существующих норм и правил.

В последние годы количество автомобилей на дорогах нашей страны увеличивается, но, к сожалению, качество дорожного покрытия не улучшается пропорционально росту транспортных средств, что негативно сказывается на безопасности дорожного движения. Помимо этого, поведение самих водителей так же зачастую становится причиной смертельно опасного ДТП. Невнимательность, большой поток автомобилей, несоблюдение скоростного режима, игнорирование дорожной разметки и знаков – все эти факторы являются субъективными причинами возникновения опасных ситуаций на дорогах нашей страны, которые могут предотвратить только сами участники дорожного движения посредством соблюдения правил, а также внимательного отношения к процессу дорожного движения [2, с.128].

Государство в этой ситуации может повлиять путем введения новых мер запретительного характера, а также отслеживания ситуации на дорогах путем установки камер видеонаблюдения с возможностью фиксации того или иного нарушения. Так, например, все больше внедряется камер, отслеживающих не

только соблюдение скоростного режима и дорожной разметки или знаков, но и камер, позволяющих зафиксировать факт использования мобильного телефона в процессе вождения без использования специальных вспомогательных технических средств, не препятствующих водителю следить за ситуацией на дороге, а также безопасно управлять транспортным средством.

На наш взгляд, стоит отдельно отметить такую категорию участников дорожного движения, как общественный транспорт. Во многих субъектах нашего государства данная сфера обслуживается частными предпринимателями и организациями, что влечет за собой ряд проблем. В первую очередь – это отсутствие должного контроля за обеспечением безопасности пассажиров со стороны государственных органов на практике. Отметим, что со стороны законодательства данная сфера регулируется посредством специального документа – «Правила обеспечения безопасности перевозок автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом», который действует на основании Приказа Минтранса России от 30.04.2021 № 145 «Об утверждении Правил обеспечения безопасности перевозок автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом» (далее - Правила). Согласно обозначенным Правилам, обязанность по обеспечению безопасности пассажирских перевозок возлагаются на субъект транспортной деятельности, то есть на организатора перевозок. В частности, именно субъект транспортной деятельности обязан обеспечивать: управление транспортным средством в отсутствие признаков заболеваний (состояний), являющихся медицинскими противопоказаниями водителем транспортного средства; безопасность транспортных средств, эксплуатируемых физическим лицом; безопасные условия перевозок пассажиров и грузов, включая перевозки в особых условиях; соблюдение норм времени управления транспортным средством и отдыха, установленные правилами дорожного движения; проведение анализа и устранения причин ДТП и нарушений правил дорожного движения с участием принадлежащих им транспортных средств.

Помимо данных Правил, существует документ «Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года», утверждена

распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2021 г. № 3363-р, разработанная в соответствии с Федеральным законом «О стратегическом планировании в Российской Федерации»; Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»; Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»; Стратегией национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»; поручениями Президента Российской Федерации от 26 июля 2017 г. № Пр-1449 и от 25 марта 2020 г. № Пр-573; Стратегией пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р. (далее - Стратегия). Стратегия также учитывает положения отраслевых документов стратегического планирования смежных отраслей и межфункциональных документов стратегического планирования. Этот документ является одним из важных нормативно-правовых актов, регламентирующих сферу безопасности дорожного движения, поскольку в нем определены миссия и стратегические приоритеты развития транспортного комплекса всей нашей страны [1, с.120].

Помимо обозначенных нами выше документов, Указом Президента РФ от 15 июня 1998 г. № 711 «О дополнительных мерах по обеспечению безопасности дорожного движения» (с изменениями и дополнениями) устанавливается цель по реализации единой государственной политики в области безопасности дорожного движения, а также усиление мер государственного надзора и контроля в этой области, что реализуется посредством введения в действие «Положения о Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации» (далее - Положение).

Кроме Госавтоинспекции полномочия по обеспечению безопасности дорожного движения возлагаются на полицию, что отражено в Федеральном законе «О полиции» от 07.02.2011 3 3-ФЗ.

Исходя из вышесказанного, мы делаем вывод, что все нормативно-правовые акты несут в себе основную единую цель – это сохранение жизни и здоровья граждан в сфере дорожного движения. Каждый участник дорожного движения – водитель, пешеход, пассажиры – обязаны быть внимательными и соблюдать все правила дорожного движения. Государство, в свою очередь, обязано обеспечивать контроль за соблюдением правил дорожного движения и дисциплины со стороны всех его участников, а также совершенствовать законодательство в сфере безопасности дорожного движения и улучшать дорожную инфраструктуру, что должно отражаться в качественном, организованном дорожном движении по современному безопасному дорожному покрытию, а также обеспечивать оказание оперативной помощи пострадавшим в результате ДТП.

Наличие большого количества нормативно-правовых актов различной юридической силы в сфере обеспечения безопасности дорожного движения обусловлен, на наш взгляд, тем, что общественные отношения, складывающиеся в данной сфере, являются многоплановыми и сложными. Поскольку полномочия разделены между федеральными, региональными и местными органами власти, то нормативно-правовые акты также разделены по уровням и регламентируются в соответствии с полномочиями каждого из них.

На основании вышесказанного мы делаем вывод о необходимости совершенствования нормативно-правовых актов в области безопасности дорожного движения по следующим основным направлениям: создание целостной системы правового регулирования сферы БДД; унификация основных документов, регулирующих деятельность государственных органов, уполномоченных в сфере БДД; систематизация существующих действующих актов, с последующей ликвидацией их множественности.

Список литературы:

1. Верзилин С.В. Основные направления единой государственной политики в сфере обеспечения безопасности дорожного движения на современном этапе // Регион: системы, экономика, управление. Воронежский государственный университет. 2022. № 2 (45). С. 120-121.
2. Сунгатуллина К.А. Условия и факторы, влияющие на безопасность дорожного движения на современном этапе // Вестник НЦБЖД. 2022. №2 (52). С. 127-134.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПОНЯТИЯ СЛЕДСТВЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ УГОЛОВНО-ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Спехова Анастасия Сергеевна

*магистрант,
кафедра теории и истории государства и права,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет,
РФ, г. Пермь*

В первом кодифицированном источнике советского уголовно-процессуального права – в УПК РСФСР, принятом Постановлением ВЦИК от 25.05.1922 [3] – определение понятия «следственные действия» отсутствовало. Вместе с тем, системное толкование используемых советским законодателем формулировки позволяет косвенно уяснить содержание данного понятия, которое понималось как любые действия, совершаемые следователем. В связи с этим к следственным действиям в УПК РСФСР 1922 г. были отнесены в том числе сугубо процессуальные действия, совершением которых оформляются результаты определенного этапа предварительного следствия – предъявление обвинения и составление обвинительного заключения.

Таким образом, основным критерием для отграничения следственных действий от иных процессуальных действий по УПК РСФСР 1922 г. выступал субъект их совершения – следователь, независимо от направленности и содержания указанных действий. Изложенный подход к пониманию следственных действий получил отражение в УПК РСФСР, утвержденном Постановлением ВЦИК от 15.02.1923 [4].

Определение следственных действий не получило закрепления и в следующем кодифицированном акте советского уголовно-процессуального законодательства – в УПК РСФСР, принятом 27.10.1960 [5]. В то же время, стоит отметить, что в УПК РСФСР 1960 г. отсутствовали и формулировки, характерные для УПК РСФСР 1922 г. и УПК РСФСР 1923 г., необоснованно относившие к числу

следственных такие процессуальные действия, как предъявление обвинения и составление обвинительного заключения.

Систематизация и конкретизация норм уголовно-процессуального законодательства о предварительном следствии и о следственных действиях способствовали развитию уголовно-процессуального института следственных действий, а также уточнению его понятия, по крайней мере, на уровне научной литературы, в которой предлагались новые подходы к пониманию следственных действий.

Некоторые авторы продолжали придерживаться закрепленного в ранее действовавших актах советского уголовно-процессуального законодательства широкого подхода к пониманию следственных действий как любых действий, совершаемых следователем в рамках уголовного судопроизводства [2, с. 43].

Однако, в рассматриваемый период данный широкий подход уже подвергался критике со стороны ряда ученых-процессуалистов. Так, Г.С. Казинян и А.Б. Соловьев отмечали, что при описанной трактовке происходит смешение понятий «следственные действия» и «процессуальные действия», становится фактически невозможным их разграничение, поскольку в соответствии с указанным подходом, по сути все совершаемые следователем процессуальные действия признаются следственными действиями. По мнению упомянутых авторов, необходимо сузить определение следственных действий за счет дополнения его критерием направленности на собирание и проверку доказательств [1, с. 23]. Иными словами, обосновывалось наличие у следственных действий особой целевой направленности, отличающей их от процессуальных действий и заключающейся в получении доказательств. И.Л. Петрухин определял следственные действия как «действия по собиранию доказательств» [6, с. 36], что соответствовало познавательной (исследовательской) концепции следственных действий.

Как и в советских уголовно-процессуальных кодексах, в УПК РФ отсутствует определение следственного действия [7]. Однако, в отличие от ранее действовавшего уголовно-процессуального законодательства, в УПК РФ содержится ряд общих положений о порядке производства следственных действий, отсылающих в том числе к конкретным нормам УПК РФ о следственных действиях, что

частично устраняет существовавшую ранее неясность в вопросе о том, какие действия относятся к числу следственных. Анализ норм действующего УПК РФ позволяет сделать вывод, что современный законодатель, в отличие от советского, придерживается более узкого подхода к пониманию следственных действий. В современной уголовно-процессуальной науке также критикуется широкий подход к пониманию следственных действий, существовавший в советский период [8, с. 24].

Таким образом, можно сделать вывод о существовании закономерности в развитии понятия следственных действий, заключающейся в постепенном сужении содержания данного понятия как в законодательстве, так и в уголовно-процессуальной доктрине. Так, в период действия УПК РСФСР 1922 г., а затем и УПК РСФСР 1923 г., понятие «следственные действия» рассматривалось советским законодателем, а также большинством авторов указанного периода в широком смысле – как все действия, совершаемые следователем, при этом к ним относились в том числе предъявление обвинения и составление обвинительного заключения. В УПК РСФСР 1960 г. уже отсутствовали подобные формулировки, при этом большее распространение в доктрине получила узкая концепция следственных действий как действий познавательного характера. Анализ действующих норм УПК РФ свидетельствует о дальнейшем сужении понятия «следственные действия», наблюдаемом и в современной уголовно-процессуальной науке.

Список литературы:

1. Казинян Г.С., Соловьев А.Б. Проблемы эффективности следственных действий. Ереван, 1987. 203 с.
2. Ларин А.М. Расследование по уголовному делу. Планирование, организация. М., 1970. 243 с.
3. Об Уголовно-Процессуальном Кодексе: Постановление ВЦИК от 25.05.1922 (утратило силу) // СУ РСФСР. 1922. № 20 – 21. Ст. 230.
4. Об утверждении Уголовно-Процессуального Кодекса Р.С.Ф.С.Р.: Постановление ВЦИК от 15.02.1923 (утратило силу) // СУ РСФСР. 1923. № 7. Ст. 106.

5. Об утверждении Уголовно-процессуального кодекса РСФСР: Закон РСФСР от 27.10.1960 (утратил силу) // Ведомости ВС РСФСР. 1960. № 40. Ст. 592.
6. Петрухин И.Л. Неприкосновенность личности и принуждение в уголовном процессе / отв. ред.: Михайловская И.Б.М.: Наука, 1989. 336 с.
7. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от 25.12.2023) // Собрание законодательства РФ. 24.12.2001. № 52 (Ч. I). Ст. 4921.
8. Чувилев А.А. Производство следственных действий // Уголовный процесс: учебник для вузов / под ред. В.П. Божьева. М., 1998. С. 24-37.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ЗОН С ОСОБЫМИ УСЛОВИЯМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Шебуренкова Елизавета Дмитриевна

*студент,
ФГБОУ ВО Саратовская государственная
юридическая академия,
РФ, г. Саратов*

Чмыхало Елена Юрьевна

*научный руководитель, канд. юрид. наук, доцент,
ФГБОУ ВО Саратовская государственная
юридическая академия,
РФ, г. Саратов*

Проблемы, связанные с правовым регулированием зон с особыми условиями использования территорий (далее – «ЗОУИТ», зоны), актуальны. Данные зоны являются предметом особого внимания как у правообладателей объектов недвижимости, так и для широкого круга специалистов, поскольку их установление обеспечивает безопасность населения и защиту окружающей среды. Однако, несмотря на важность и актуальность данного института, на сегодняшний день понятие ЗОУИТ остается неоднозначным.

В Земельном кодексе РФ [1] (далее – ЗК РФ) и Градостроительном кодексе РФ [2] (далее – ГрК РФ), регулирующих ЗОУИТ, данный термин раскрывается путем перечисления видов зон, которые к ним относятся. Например, ЗК РФ закрепляет закрытый перечень зон, перечисляет 28 видов. В ГрК РФ также перечисляются виды зон, однако, его перечень открытый, что, в свою очередь, является неоднозначным по сравнению с раскрытием данного термина ЗК РФ.

При этом, принимая во внимание разграничение данных зон по видам, мы можем заметить и иное, частное определение режима ЗОУИТ.

Об этом свидетельствуют, например: Федеральные законы от 25.06.2002 № 73 (ред. от 24.07.2023) Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации [3] и от 20.12.2004 № 166 (ред. от 29.12.2022) О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов [4], которые устанавливают правовой режим для таких разновидностей ЗОУИТ, как

зоны охраны объектов культурного наследия и рыбохозяйственные заповедные зоны.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что четкого понятия, раскрывающего сущность ЗОУИТ, нет. Действующая нормативно-правовая база, регулирующая ЗОУИТ, содержит в себе разные перечни зон (ЗК РФ и ГрК РФ), а также частные определения режимов ЗОУИТ. В свою очередь, это порождает на практике признания данных зон серьезные судебные нарушения, выражающихся в неправильном определении режимов зон, а равно ошибочного толкования и применения норм материального и процессуального права, и как следствие этого отмена судебного решения. Примером этому может послужить Определение СК по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28 декабря 2022 г. № 305-ЭС22-14342 по делу № А40-101706/2021 [5], в котором дело по иску о признании недействительным отказа в принятии решения об установлении санитарно-защитной зоны направлено на новое рассмотрение в суд первой инстанции ввиду неправильного толкования судами нижестоящих инстанций норм материального права.

Так, суды сочли, что Правила установления санитарно-защитных зон и использования земельных участков, расположенных в границах санитарно-защитных зон, утвержденных постановлением Правительства РФ от 03.03.2018 № 222 [6], не являются положением о ЗОУИТ применительно к п. 1 ст. 106 ЗК РФ, поэтому перечень оснований для отказа в принятии решения об установлении санитарно-защитной зоны может быть истолкован расширительно.

К тому же, ошибочно ссылаясь на ч. 6 ст. 23 ГрК РФ, нормы которой не регулируют порядок установления санитарно-защитных зон, суды пришли к выводу, что проекты таких зон должны учитывать положения документов территориального планирования. Однако, такой вывод судов сделан без учета взаимосвязанных норм действующего законодательства. В этой связи, для того чтобы избавиться от правовых неопределенностей и препятствий в практической реализации норм права, необходимо закрепление в действующем законодательстве единой надлежащей дефиниции ЗОУИТ.

Еще одной немаловажной проблемой является тот факт, что сведения о границах не всех ЗОУИТ занесены в Реестр.

В связи со спецификой правового режима ЗОУИТ, важное значение имеет надзор за формированием данных территорий. Так, в реестр границ в ЕГРН в обязательном порядке должны вноситься сведения о границах ЗОУИТ. Такая выраженная необходимость объясняется тем, что данный процесс способствует соблюдению установленного законодательством РФ правового режима использования объектов недвижимости, а равно созданию благоприятных условий для жизнедеятельности человека, регулирования и ограничения негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду.

Долгое время в данной сфере возникали трудности по причине многоотраслевого характера правового регулирования ЗОУИТ и недостаточности нормативно-правовой базы.

Для реализации названных целей Правительством РФ были приняты положения для соответствующих видов зон. По сей день принятие таких актов продолжается и последним из них стало Постановление Правительства РФ от 18.02.2023 № 270 «О некоторых вопросах использования земельных участков, расположенных в границах охранных зон объектов электросетевого хозяйства» [7]. Принятие актов позволило значительно улучшить статистику образования ЗОУИТ и соответственно внесения сведений об их границах в ЕГРН. Примером этому могут послужить сведения с Официального сайта Росреестра от 22.08.2023 г., где сообщается, что филиал ППК «Роскадастр» по Курской области за 2023 год внес в ЕГРН сведения о 1329 ЗОУИТ.

Так, в списке внесенных зон числятся 666 зон объектов электросетевого хозяйства и другие зоны [8].

Внесение данных сведений в ЕГРН прежде всего способствует реализации государственной политики в области охраны окружающей среды, также это позволяет сокращать случаи, когда объекты недвижимости, оказываются в пределах границ ЗОУИТ, сведения об образовании которых отсутствуют. Благодаря этому у правообладателей таких объектов существуют гарантии, что не будет

приостановления регистрации прав Росреестром при совершении сделок с их имуществом, в связи с отсутствием информации о ЗОУИТ в договоре.

К тому же правообладатели стали своевременно и безошибочно узнавать об ограничениях их прав, а не собирать информацию самостоятельно для принятия мер по устранению допущенных нарушений и защиты прав, как это можно видеть в Определении СК по экономическим спорам ВС РФ от 28.03.2023 г. N 302-ЭС22-23313 по делу N А19-19946/2021 [9], в котором истцу пришлось доказывать незаконность отказа внести сведения о зонах в ЕГРН, чтобы реализовать свою обязанность как собственника сооружения по предоставлению документов, необходимых для внесения сведений о ЗОУИТ в ЕГРН, в случае их отсутствия в ЕГРН.

Подводя итог всему вышесказанному следует сказать, что перед государством стоит необходимость в оптимизации и интенсификации нормативно-правового регулирования отношений, возникающих в процессе установления ЗОУИТ.

Так, принятие данных действий позволит решить затронутые в данной статье проблемы и как следствие поспособствуют исправлению и предотвращению возникновения ошибок в правоприменительной практике по признанию данных зон соответствующими, а равно их установлению и изменению.

Список литературы:

1. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства РФ 2001. N 44. ст. 4147.
2. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 N 190-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства РФ 2005. N 1. ст. 16.
3. Федеральный закон от 25.06.2002 № 73 (ред. от 24.07.2023) Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации // Собрание законодательства РФ 2002. № 26. ст. 2519.
4. Федеральный закон от 20.12.2004 № 166 (ред. от 29.12.2022) О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов // Собрание законодательства РФ 2004. № 52. ст. 5270.
5. Определение СК по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28 декабря 2022 г. № 305-ЭС22-14342 по делу № А40-101706/2021 // URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405956401/?ysclid=lq2kuhue2i879793773> (дата обращения: 12.12.2023).

6. Постановление Правительства РФ от 03.03.2018 № 222 Об утверждении Правил установления санитарно-защитных зон и использования земельных участков, расположенных в границах санитарно-защитных зон // Собрание законодательства РФ 2018. № 11. ст. 1636.
7. Постановление Правительства РФ от 18.02.2023 № 270 О некоторых вопросах использования земельных участков, расположенных в границах охранных зон объектов электросетевого хозяйства // Собрание законодательства РФ 2023. № 9. ст. 1487.
8. Более тысячи зон с особыми условиями использования территории в 2023 году внесено в ЕГРН // URL: https://rosreestr.gov.ru/press/archive/bolee-tysyachi-zon-s-osobymi-usloviyami-ispolzovaniya-territorii-v-2023-godu-vneseno-v-egrn22082023/?sphrase_id=3196280 (дата обращения: 30.11.2023).
9. Определение СК по экономическим спорам Верховного Суда РФ от 28.03.2023 г. N 302-ЭС22-23313 по делу N А19-19946/2021 // URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/406542015/> (дата обращения: 30.11.2023).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

*Электронный сборник статей по материалам ССXXXIV студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 2 (234)
Январь 2024 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: mail@nauchforum.ru

16+

